



DMI© POLITIQUE GENEVOISE

By MAJ Consulting

TABLE DES MATIÈRES

Editorial 2

Qu'est-ce que le DMI ? 3

Quelques chiffres 4

Ce qu'ils pensent du digital

Anthonio Hodgers 5

Eric Stauffer 6

Christian Lüscher 7

Liliane Maury-Pasquier 8

I Personnalités politiques Genevoises

E-réputation

Qu'est-ce que la "e-réputation" ? 11

Les critères de l'étude E-réputation : 12

Les Députés Genevois au Grand Conseil

Classement général 14 - 15

En quelques mots ! 16

Résultats par groupe politique 17

Classement individuel par groupe politique 18

Résultats par bord politique 21

Les Conseillers municipaux

Classement général 22-25

En quelques mots 22

Résultats par bord politique 26

Les Conseillers nationaux

Classement général 28

En quelques mots 29

Les Conseillers d'État

Classement général 28

En quelques mots 29

Les Conseillers aux États

Classement général 30

Top 50

Toutes catégories confondues 35 - 36

Action politique 2.0

Qu'est-ce que l'action politique 2.0 ? 38

Les critères de l'étude action politique 2.0 : 39

Classement général - Toutes catégories confondues 40

II Présence sur internet des partis politiques Genevois

Les critères de l'étude sur la présence internet 42

Performance du site internet 43

Engagement sur les médias sociaux 44

Score total - Moyennes pondérées 45

Lecture des résultats 46

Conclusion 47 - 49

Références / Contact 50

LA POLITIQUE GENEVOISE À L'HEURE DU DIGITAL

L'élection présidentielle française vient de se terminer dans une avalanche de tweets et de commentaires sur les réseaux sociaux.

Tous les candidats, et les deux finalistes en tête, ont utilisé le web social pour mener leur campagne et véhiculer leurs idées. La guerre a fait rage sur Facebook, Twitter et sur les blogs. Tous ont montré avec plus ou moins de succès qu'ils étaient "In", qu'ils maîtrisaient les outils de communication moderne, et la web propagande a capté un bonne partie des budgets des partis.

Après les succès des révolutions arabes ou du mouvement des indignés en Espagne, tous les élus ont non seulement pris conscience qu'ils étaient eux même des médias, mais que chaque citoyen pouvait aussi le devenir.

Le schéma d'information descendant

s'estompe. Le public et son opinion sont devenus des sources. L'émission Ligne Directe de la Radio Télévision Romande lancée en février sur La 1ère le confirme. L'homme de la rue y est expert, au même titre qu'un professeur ou un politicien, et il est invité à débattre à leurs côtés sur différents sujets.

Ce changement radical dans la façon de produire et de consommer l'information a une incidence grandissante sur la relation entre élus et citoyens.

Comme les entreprises, les politiciens doivent aujourd'hui, qu'ils soient élus ou candidats, construire leur image virtuelle et mettre en place une véritable stratégie de web marketing pour promouvoir leurs idées et leur personne.

Combien l'ont fait à Genève ? Utilisent-ils Facebook ou Twitter ? Pour quels usages ? Quel est le profil de l'élu 2.0?

MAJ Consulting a mené l'enquête et a créé le DMI© pour Digital Marketing Index. Il s'agit d'un audit sectoriel qui porte sur les différents groupes et personnalités de la politique municipale, cantonale et fédérale sur le canton de Genève. Les paramètres évalués portent sur la e-réputation, la communication digitale et le marketing digital. Ce rapport a été réalisé avec passion par toute l'équipe de MAJ Consulting et nous espérons d'ores et déjà que son contenu apportera aux personnalités citées et à leurs groupes politiques, les premiers éléments qui leur permettront d'estimer leur performance digitale.

MAJ Consulting se tient à la disposition de chacun pour plus de renseignements et vous souhaite une très bonne lecture.

Qu'est-ce que le DMI ?

DMI est l'acronyme de Digital Marketing Index. C'est une étude multi-clients, sectorielle et locale, qui met en évidence la performance de communication digitale et de marketing digital, des personnes physiques et morales. Quatre éditions du DMI paraissent chaque année sur différents secteurs d'activité comme l'immobilier, la politique ou encore l'hôtellerie.

Pourquoi cette étude ?

Le DMI est une étude informative. Le but poursuivi par ce travail n'est pas d'influencer le lectorat en faveur d'une ou l'autre partie, mais de donner la possibilité aux différents acteurs d'évaluer leur niveau de performance au sein d'un secteur et sur un territoire délimité.

Cette étude est-elle indépendante ?

Ce DMI politique est 100% apolitique, 100% financé par MAJ Consulting, 100% indépendant et sans aucune préférence accordée à l'un ou l'autre des groupes politiques cités. Les résultats apportés s'appuient uniquement sur les performances digitales, indépendamment du contenu et du message politique.

Quand l'étude a-t-elle été menée ?

Le travail d'analyse et de recherche effectué par l'équipe de MAJ Consulting s'est déroulé entre les mois de janvier et mars 2012. Parce que le web est en constante évolution, les résultats peuvent être différents d'un mois à l'autre. De manière générale, les scores calculés restent stables à quelques points près et ce tant qu'aucune action n'a été entreprise pour les rectifier.

QUELQUES CHIFFRES

4.8 mio

4,8 millions* d'internautes en Suisse.

2.8 mio

2,8 millions de Suisses sont inscrits sur Facebook. Ils étaient 75 000 en septembre 2007.

32 %

En 2010, d'après un sondage de l'Office Fédérale de la Statistique, 32% des personnes interrogées avouaient utiliser le web pour s'informer lors de campagnes politiques.

9 %

9% avaient franchi le cap d'exprimer leur avis sur des forums ou des blogs en période électorale.

96 %

96% des 14 - 19 ans utilisent Internet tous les jours.

*comScore Media Metrix



ANTONIO HODGERS

Conseiller National Vert
Fondateur de Mobilidée

Quand avez-vous créé votre profil Facebook, et comment l'utilisez-vous ?

Je l'ai créé il a 5 ou 6 ans suite à des invitations d'amis qui m'avaient conseillé de m'inscrire. Au début je l'ai vraiment utilisé dans sa fonction première, comme une "communauté d'amis". Aujourd'hui il s'agit d'un outil de communication politique. Je ne poste rien de personnel.

Quels avantages voyez-vous à utiliser cette plateforme ?

Cela permet de communiquer directement avec le public, sans passer par le filtre d'un journaliste. Je peux réagir sur l'actualité, donner un élément de lecture politique, par exemple je peux expliquer en quelques phrases un débat parlementaire. Cela permet aussi, contrairement à une interview dans la presse ou à la radio, d'avoir un feed-back mesurable, notamment grâce au bouton "like".

Enfin, certains sujets n'existent que grâce à Facebook. Par exemple l'affaire de la Weltwoche (ndlr : en avril, ce journal alémanique avait publié un article qui suggérait que les suisses romands vivaient aux crochets du pays). La campagne de photos qui parodiait les romands en illustrant une personne avec les pieds sur le bureau et un verre de vin à la main, n'aurait pas été possible sans les réseaux sociaux.

Arrive-t-il que des citoyens vous contactent par les réseaux sociaux ?

Cela arrive rarement, je suis davantage sollicité par mail. Par exemple sur des sujets liés à l'environnement ou à l'immigration.

En tant qu'homme politique, pensez-vous qu'il soit indispensable d'être sur les réseaux sociaux ?

A mon avis, faire campagne sur les réseaux sociaux ne permet pas de gagner des voix lors d'une élection. Pour moi c'est un plus, un outil de communication et de débat, une sorte de "café du commerce" virtuel qu'il est important de fréquenter pour prendre le pouls de la population. Et même au contraire, lors de la campagne électorale d'octobre dernier, j'étais plutôt attentif à ne pas être trop présent pour ne pas saturer de messages le mur de mes "amis".

Croyez-vous que la montée en puissance des réseaux sociaux puisse changer la manière de faire de la politique ?

J'y vois une opportunité : celle pour les élus d'être plus en phase avec les citoyens alors que traditionnellement ils ont toujours un train de retard par rapport à la société. Mais cette nouvelle culture de la communication comporte aussi des risques. Par exemple l'appauvrissement du débat public et sa réduction aux "petites phrases". Ce n'est pas parce qu'on commente un dossier en deux phrases sur Facebook qu'on en saisi tous les tenants et les aboutissants. Les citoyens doivent garder à l'esprit qu'ils doivent aller plus loin et que, s'ils ont des droits, ils ont aussi le devoir de s'informer.

Ensuite, si la politique investit de plus en plus ces nouvelles plateformes, il faut qu'elles respectent les règles du débat. Par exemple, avec l'affaire de la Weltwoche, les photos parodiques que des citoyens avaient postées sur Facebook ont été censurées. Alors que si on les avait faites retirer d'un journal, une plainte aurait été déposée devant la justice. On touche là aux limites de la sphère publique et de la sphère privée. J'ai l'intention d'interpeller bientôt le Conseil National sur cette question.



ERIC STAUFFER

Président du Mouvement citoyen Genevois
Conseiller administratif d'Onex
Député du Grand Conseil, Genève

Pourquoi avez-vous décidé de lancer un profil Facebook ?

Je ne me souviens pas précisément de la date de lancement de mon profil. Je l'utilise uniquement à des fins politiques ou électorales, je ne poste jamais de détails sur ma vie privée et ne publie jamais de photos personnelles.

Comment gérez-vous votre profil ?

J'essaie de le faire vivre tous les jours, cela me permet d'être proche des électeurs et des citoyens qui m'ont élu. C'est un gros travail. Par contre je ne pense pas que cela ait une quelconque incidence sur les votations. J'ai environ 3000 contacts sur Facebook, mais ce n'est rien par rapport aux milliers de personnes qui votent. Enfin comme je n'ai pas de restrictions sur la manière d'accepter des « amis », j'ai pas mal d'ennemis dans ma liste de contacts. Je les éjecte s'ils émettent un commentaire négatif par contre je n'efface pas leurs propos du mur.

Les citoyens vous contactent-ils via facebook ?

Oui, quotidiennement. Cela va du message de soutien, aux personnes qui me sollicitent car elles ont un problème. J'essaie dans la mesure du possible de leur répondre, ou de leur donner une piste si par exemple elles recherchent un emploi ou un logement. Ensuite si le problème est important, nous pouvons décider d'une action avec le parti, le MCG. L'accessibilité va avec la fonction.

Facebook est un outil, mais ce n'est pas le seul. Par exemple mon numéro de téléphone est dans l'annuaire, de même que mon adresse.

Plusieurs articles assez négatifs à votre sujet sont parus aussi bien sur le web que dans la presse papier. Comment gérez-vous cela ?

Oui, je pense être l'élu qui a été le plus critiqué par la presse depuis 6 ans. Lorsque les attaques sont calomnieuses ou mensongères, j'engage et j'engagerai systématiquement une procédure en justice.

Ensuite j'ai eu pas mal de soucis avec Wikipédia. L'article à mon sujet n'est pas de moi ni d'un militant du MCG. En le lisant on a vraiment l'impression que je suis un « salopard ». Nous avons tenté de faire des rectificatifs, d'envoyer des courriers pour faire des modifications, en vain. Les propos négatifs sont toujours revenus. J'ai décidé de laisser courir, j'imagine que des personnes sont derrière tout ça...

Vous avez aussi un profil sur twitter, mais vous ne l'alimentez plus...

Oui, mais je n'ai pas le temps de toute faire, j'ai préféré me focaliser sur Facebook.



CHRISTIAN LÜSCHER

Conseiller National PLR
Avocat

Comment gérez-vous votre profil Facebook ?

Je l'utilise davantage en période chaude, donc en période de votation ou d'élection. J'ai atteint le quotal des 5000 amis sur mon profil, mais je refuse pour l'instant d'ouvrir une page car je veux préserver l'interactivité avec mon réseaux. Je publie régulièrement des réactions qui touchent ma sphère de compétence politique. Par exemple, j'ai récemment posté un commentaire sur les jours amendes, un sujet que j'avais lancé il y a quelques temps.

Parfois je mets en ligne des choses un peu plus personnelles, par exemple des photos des lieux où je me trouve. Mais cela ne va jamais au delà.

A quoi vous sert ce profil ?

Je ne crois qu'il serve à grand-chose. Facebook n'est pas la "solution miracle" pour être élu. Mais il est vrai que les gens qui vont sur facebook ne sont pas forcément les électeurs, cela permet donc de toucher un autre public. Cette plateforme permet aussi de lancer des discussions sur des sujets qui intéressent la population et les "amis". Enfin cela assure une certaine proximité avec les gens. Quand je suis en session au Conseil National à Berne, je poste souvent des sujets ou des commentaires, les gens me demandent d'ailleurs si je suis le vrai Christian Lüscher !

Les citoyens vous sollicitent-ils via Facebook ?

Oui, cela arrive, pour m'interpeller sur un sujet, parfois pour me

demander de l'aide. Il faut savoir faire le tri. J'essaie de répondre systématiquement, si la question est pertinente.

Internet et les réseaux sociaux ont changé la manière de faire de la politique ?

Non, sauf peut-être au niveau de l'image médiatique des élus. Les médias se servent des réseaux sociaux pour se renseigner sur les politiciens, sur les idées qu'ils lancent. A mon avis, on a surévalué l'impact des réseaux sociaux. Lors de la dernière élection, tout le monde voulait y être mais je n'ai jamais entendu dire qu'ils ont fait gagner ou perdre une campagne. Pour moi le contact humain et les meetings restent importants. Enfin j'imagine qu'il s'agit d'une question de génération. Utiliser les réseaux est une évidence pour les 20 - 30 ans, tout le monde y viendra doucement.

Vous n'avez pas de compte Twitter...

Non, c'était un peu le truc de trop. Avec les mails professionnels, mon mandat parlementaire et Facebook je suis à l'extrême limite de l'acceptable en matière de sollicitations numériques.

Vous avez des enfants, qui sont sur Facebook... comment cela se passe-t-il avec eux ?

On est "amis" mais on se fiche la paix. Je vais parfois poster des choses chez eux, pour dire "bonjour." On ne boxe pas dans la même catégorie. Je ne surveille pas ce qu'ils font, et je pense qu'ils sont assez intelligents pour que tout ce à quoi j'ai accès soit montrable ! (rires)



LILIANE MAURY-PASQUIER

Conseillère aux États - Socialiste

Quand et pourquoi avez-vous créé votre profil Facebook ?

J'ai lancé ma page Facebook il y a peu près deux ans et mon profil il y a environ une année. J'utilise plus souvent le profil, pour y détailler mon activité politique. Il m'arrive de poster des éléments plus personnels, j'ai par exemple récemment parlé de la naissance de ma petite-fille, mais je ne publie en principe pas de photos de mes proches.

Quel rôle joue Facebook dans votre communication politique ?

Cela permet de toucher un autre public, plus jeune que les auditrices et auditeurs de la radio ou que celles et ceux qui lisent la presse, des personnes qui ne vont pas forcément voter. Pour moi, les réseaux sociaux sont un canal de communication, ce qui veut aussi dire qu'il ne faut pas négliger les autres. Ainsi, j'essaie de publier régulièrement des chroniques dans la presse écrite, sous des rubriques type l'invité, ou j'interviens, lorsque je suis sollicitée, dans des débats organisés sur différents sujets. J'ai un site internet, que j'alimente régulièrement, et enfin, une semaine sur deux, je publie un billet dans *Chambre à part*, un blog que je partage avec Maria Roth-Bernasconi (conseillère nationale socialiste). Co-locataires à Berne jusqu'à l'an dernier, nous faisons évidemment "chambre à part", aussi bien dans notre appartement qu'au Parlement. C'est pourquoi nous avons nommé notre blog ainsi ! (rires)

Vos différentes chroniques viennent d'être publiées dans un livre, qui s'intitule aussi *Chambre à Part*. Quand et pourquoi avez-vous lancé ce blog? Pourquoi en avoir fait un livre ?

En 2007, la Tribune de Genève m'avait sollicitée pour ouvrir un blog sur son site internet. L'expérience a tourné court car la plupart des commentaires étaient signés par des personnes aux pseudonymes douteux, et les propos ne volaient pas bien haut. Nous avons donc décidé, Maria Roth-Bernasconi et moi-même, d'ouvrir ce blog dans *Les Quotidiennes*. Le fait d'écrire à deux est très stimulant, nous confrontons nos idées, cela est très enrichissant. Il n'y a pas de censure et, comme j'aime écrire, je peux vraiment défendre une idée ou éclairer un événement de façon personnelle.

Malheureusement, les retours du public sont assez rares. C'est pourquoi nous avons profité de la chance qui nous était offerte de compiler nos textes dans un livre. Pour moi qui suis une grande lectrice, avoir quelques chose entre les mains est plus concret que de lire un texte sur un écran.

Aujourd'hui, un élu, ou une personne qui brigue un mandat, peut-il faire l'impasse sur le web durant sa campagne électorale ?

C'est un débat que nous avons eu avec mon groupe de soutien lors de ma campagne pour l'élection au Conseil des États en 2011. Les plus jeunes du groupe disaient toutes et tous qu'il fallait être sur Facebook et ce sont eux qui m'ont poussé à créer mon profil. J'avoue que j'étais réticente, je ne pensais pas avoir le temps mais j'ai dû m'adapter. En Suisse, nous sommes soi-disant des politicien-ne-s de milice ce qui signifie surtout que nous devons tout faire nous-mêmes. Le temps nous manque parfois pour gérer notre image numérique.

Personnalités politiques Genevoises

E-réputation

Qu'est-ce que la "e-réputation" ?

On appelle réputation numérique ou **e-réputation**, la réputation sur Internet d'une marque, ou d'une personne, qu'elle soit morale (entreprise) ou physique (particulier). Elle correspond à l'image que les internautes se font de cette personne ou de cette marque. Quand elle est soignée, positive et organisée, cette notion numérique peut présenter un avantage concurrentiel majeur pour une personne, un produit / service ou une entreprise. A contrario, une **e-réputation** mal gérée peut être contre-productive, freiner le développement professionnel ou personnel d'une personne, ou constituer un frein à la croissance d'une entreprise. Elle se façonne principalement par la production de contenus positifs réguliers, par l'analyse de tonalité et de réputation (text mining) et la veille active de mentions. Vous pouvez lire à ce sujet l'article "De la e-réputation au personal branding" que nous avons publié sur notre blog. ([Cliquez-ici](#) pour y accéder). Il présente en 10 points les bases de la e-réputation et s'adresse aux personnes privées ou entreprises avec un profil public peu exposé.

La gestion de la e-réputation rejoint la communication et le marketing en certains points. En effet, quoi de mieux pour s'assurer une bonne réputation que d'en faire la promotion positive ? Les blog, réseaux sociaux, référencement et dé-référencement sur les moteurs de recherche, ainsi que l'évaluation des risques de crise d'image et réactions appropriées, font donc naturellement partie de la gestion d'une e-réputation.

Mais aujourd'hui, l'e-réputation est bien plus qu'un outil marketing. Elle est un phénomène social, global et international, un enjeu de taille et un fait de société qui bouleverse les habitudes. Par exemple, des notions comme le droit à l'oubli ou le cyberbulling dépassent largement l'aspect marketing de l'e-réputation. Elle prend de fait une dimension sociologique et juridique dont les paramètres évoluent constamment. Il est donc primordial de se tenir régulièrement à jour en la matière.

Devant la multiplication des sources d'information sur internet et l'évolution permanente du cadre socio-légal dans lequel elle s'inscrit, la gestion de la e-réputation est de plus en plus complexe. Seule une organisation rigoureuse, de bonne connaissance des règles et la maîtrise de certains outils permet de gérer correctement sa propre e-réputation ou celle de son entreprise. Avec quelques conseils éclairés, une bonne connaissance en informatique et une organisation sérieuse, les privés pas ou peu exposés publiquement peuvent très bien gérer leur e-réputation seuls. Les personnalités publiques ou entreprises jouissant d'une forte visibilité doivent en revanche mettre en place une stratégie de communication, secondée par des outils de veille et d'analyse pointus. L'implication d'une agence de e-réputation qualifiée permet d'éviter bien des déboires.

Les critères de l'étude E-réputation :

La réputation en ligne ou "e-réputation" des personnalités politiques genevoises a été évaluée uniquement selon des informations accessibles publiquement sur internet. La note globale attribuée à chaque personnalité correspond au cumul des notes attribuées par critère, pondérées selon leur niveau d'importance dans la e-réputation. Par exemple, Facebook est utilisé par environ 60% de la population en Suisse, contre 50% pour Youtube et seulement 5% pour Twitter et 4.5% pour LinkedIn (Source : DoubleClick Ad Planner 2011). Facebook permet donc de toucher une plus grande partie de la population et bénéficie par conséquent d'une pondération supérieure à Youtube, qui est supérieure à Twitter etc. D'autres facteurs de pondération ont été attribués aux différents critères en fonction de leur importance dans l'évaluation de la e-réputation. **Le score maximal pouvant être atteint est 100.**

Les 10 critères e-réputation

- Présence sur les médias sociaux Facebook, Twitter et LinkedIn
- Régularité et fréquence des "inputs" sur ces médias sociaux
- Nombre de fans, followers, contacts sur ces médias sociaux
- Présence d'un article Wikipédia personnel
- Nombre de vidéos postées sur Youtube
- Animation d'un blog dans le cadre de la fonction politique
- Régularité et fréquence des billets sur ce blog
- Animation d'un site internet dans le cadre de la fonction politique
- Optimisation de ces sites et blogs pour les médias sociaux et le partage de contenu (bookmarks, rss, boutons like/follow etc)
- Qualité du contenu affiché par le moteur de recherche Google (photos, articles de presse, liens vers des sites / blogs ou médias sociaux). Bémol : Sur Google rien n'est figé. Les résultats affichés par le moteur peuvent être différents d'un utilisateur à l'autre, d'un endroit à un autre et d'un moment à l'autre.

ATTENTION : le contenu clairement identifié comme négatif est sanctionné par une pondération négative.

Les Députés Genevois au Grand Conseil

Députés Genevois au Grand Conseil - Classement général

Eric Stauffer	MCG	66.20
Pierre Weiss	Groupe Libéral	46.09
Guy Mettan	Groupe Démocrate-Chrétien	45.65
Eric Bertinat	Groupe UDC	43.91
Guillaume Barazzone	Groupe Démocrate-Chrétien	43.53
Edouard Cuendet	Groupe Libéral	41.31
Thierry Cerutti	MCG	40.05
Nathalie Fontanet	Groupe Libéral	37.60
Frédéric Hohl	Groupe Radical	35.38
Fabiano Forte	Groupe Démocrate-Chrétien	34.97
Anne Marie von Arx-Vernon	Groupe Démocrate-Chrétien	34.48
Anne Emery-Torracinta	Groupe Socialiste	30.50
Christophe Aumeunier	Groupe Libéral	27.36
Renaud Gautier	Groupe Libéral	26.94
Vincent Maitre	Groupe Démocrate-Chrétien	26.60
Bertrand Buchs	Groupe Démocrate-Chrétien	25.58
Serge Dal Busco	Groupe Démocrate-Chrétien	23.88
Antoine Barde	Groupe Libéral	23.68
Jacques Jeannerat	Groupe Radical	23.27
Christina Meissner	Groupe UDC	22.60
Emilie Flamand	Groupe les Verts	21.40
Patrick Saudan	Groupe Radical	21.20
François Gillet	Groupe Démocrate-Chrétien	20.81
Roger Golay	MCG	20.57
Roberto Broggin	Groupe les Verts	19.79

Miguel Limpo	Groupe les Verts	18.84
Eric Leyvraz	Groupe UDC	18.30
Bernhard Riedweg	Groupe UDC	18.05
Serge Hiltpold	Groupe Libéral	17.90
Loly Bolay	Groupe Socialiste	17.78
Christian Dandrès	Groupe Socialiste	17.52
Sandro Pistis	MCG	17.50
Marc Falquet	Groupe UDC	17.38
Olivier Norer	Groupe les Verts	17.27
Ivan Slatkine	Groupe Libéral	17.02
Philippe Schaller	Groupe Démocrate-Chrétien	16.35
Jean Romain	Groupe Radical	16.00
Philippe Morel	Groupe Démocrate-Chrétien	15.80
Anne Mahrer	Groupe les Verts	15.73
Christo Ivanov	Groupe UDC	15.01
Sylvia Nissim	Groupe les Verts	15.01
Florian Gander	MCG	14.64
Elisabeth Chatelain	Hors parti	14.43
Daniel Zaugg	Groupe Libéral	14.30
Marie Salima Moyard	Groupe Socialiste	13.43
Roger Deneys	Groupe Socialiste	13.35
Brigitte Schneider-Bidaux	Groupe les Verts	11.97
Béatrix de Candolle	Groupe Libéral	11.88
Pascal Spuhler	MCG	11.73
Alain Charbonnier	Groupe Socialiste	11.72

Députés Genevois au Grand Conseil - Classement général

Pierre Losio	Groupe les Verts	11.34
Gabriel Barrillier	Groupe Radical	11.31
Fabienne Gautier	Groupe Libéral	11.15
Mathilde Captyn	Groupe les Verts	10.86
Alain Meylan	Groupe Libéral	10.46
Jacqueline Roiz	Groupe les Verts	10.10
Antoine Droin	Groupe Socialiste	9.83
Michel Ducret	Groupe Radical	9.83
Antoine Bertschy	Groupe UDC	9.60
Hugo Zbinden	Groupe les Verts	9.50
Prunella Carrard	Groupe Socialiste	8.44
Dominique Rolle	MCG	8.01
Christian Bavarel	Groupe les Verts	8.00
François Lefort	Groupe les Verts	7.98
Jean-François Girardet	MCG	7.96
Patricia Läser	Groupe Radical	7.84
Sophie Forster-Carbonnier	Groupe les Verts	7.80
Claude Jeanneret	MCG	7.67
David Amsler	Groupe Libéral	7.60
Lydia Schneider Hausser	Groupe Socialiste	7.31
Charles Selleger	Groupe Radical	7.16
Patrick Lussi	Groupe UDC	6.60
Esther Hartmann	Groupe les Verts	6.50
René Desbaillets	Groupe Libéral	5.72
Catherine Baud	Groupe les Verts	5.13

Olivier Sauty	MCG	5.10
Nathalie Schneuwly	Groupe Radical	4.80
Irène Buche	Groupe Socialiste	4.38
Jean-Marie Voumard	MCG	4.34
Stéphane Florey	Groupe UDC	4.31
Jacques Béné	Groupe Libéral	4.17
Jean-Louis Fazio	Groupe Socialiste	4.00
François Haldemann	Groupe Radical	3.44
Guillaume Sauty	MCG	3.40
Christine Serdaly Morgan	Groupe Socialiste	2.88
Mathilde Chaix	Groupe Libéral	2.50
Christophe Andrié	MCG	2.50
Francis Walpen	Groupe Libéral	2.06
Aurélié Gavillet	Groupe Socialiste	0.45
Claude Aubert	Groupe Libéral	0.00
Pierre Ronget	Groupe Libéral	0.00
Morgane Odier-Gauthier	Groupe les Verts	0.00
André Python	MCG	0.00
Melik Özden	Groupe Socialiste	0.00
Michel Forni	Groupe Démocrate-Chrétien	0.00
Pierre Conne	Groupe Radical	0.00
Christiane Favre	Groupe Libéral	0.00
Marie-Thérèse Engelberts	MCG	-6.50
Henry Rappaz	MCG	-9.54

Députés Genevois au Grand Conseil - Classement général

En quelques mots !

Les dix premières places de ce classement sont trustées par la droite.

Eric Stauffer, le très médiatique leader du Mouvement Citoyen Genevois, est l'élu du Grand Conseil le plus présent sur le web. Son profil Facebook est fourni et alimenté quasiment quotidiennement, et il est cité à de nombreuses reprises dans la presse. A l'inverse, Pierre Weiss ne poste que très peu de commentaires sur son profil Facebook, mais il est très actif sur son blog personnel. Dans cette étude, nous avons choisi de valoriser le contenu des blogs, plus long et plus difficile à produire qu'un post sur les réseaux sociaux, c'est pourquoi il arrive en seconde position. Guy Mettan, ancien journaliste et blogueur, entre autre, occupe quant à lui naturellement une place sur le podium des personnalités du Grand Conseil les plus visibles sur Internet.

En bas de tableau, Marie-Thérèse Engelberts et Henry Rappaz cumulent tous deux des scores négatifs. Ils sont absents des réseaux sociaux et au moment de nos recherches, les résultats Google faisaient apparaître des articles (presse et/ou blog) négatifs à leur sujets.

Signalons également les excellents sites internet de Guillaume Barrazone (Député du Grand Conseil) et François Longchamp (Conseiller d'Etat). Ils sont très bien construits avec du contenu ludique, des photos et des vidéos. Ils n'ont malheureusement servi que le temps d'une campagne électorale et ne sont plus réactualisés depuis plusieurs mois.

Députés Genevois au Grand Conseil - Classement par groupe politique

Groupe Libéral	
Pierre Weiss	46.09
Edouard Cuendet	41.31
Nathalie Fontanet	37.60
Christophe Aumeunier	27.36
Renaud Gautier	26.94
Antoine Barde	23.68
Serge Hiltbold	17.90
Ivan Slatkine	17.02
Daniel Zaugg	14.30
Béatrix de Candolle	11.88
Fabienne Gautier	11.15
Alain Meylan	10.46
David Amsler	7.60
René Desbaillets	5.72
Jacques Béné	4.17
Mathilde Chaix	2.50
Francis Walpen	2.06
Claude Aubert	0.00
Pierre Ronget	0.00
Christiane Favre	-5.00

Groupe les Verts	
Emilie Flamand	21.40
Roberto Broggin	19.79
Miguel Limpo	18.84
Olivier Norer	17.27
Anne Mahrer	15.73
Sylvia Nissim	15.01
Brigitte Schneider-Bidaux	11.97
Pierre Losio	11.34
Mathilde Captyn	10.86
Jacqueline Roiz	10.10
Hugo Zbinden	9.50
Christian Bavarel	8.00
François Lefort	7.98
Sophie Forster-Carbonnier	7.80
Esther Hartmann	6.50
Catherine Baud	5.13
Morgane Odier-Gauthier	0.00

Mouvement Citoyen Genevois	
Eric Stauffer	66.20
Thierry Cerutti	40.05
Roger Golay	20.57
Sandro Pistis	17.50
Florian Gander	14.64
Pascal Spuhler	11.73
Dominique Rolle	8.01
Jean-François Girardet	7.96
Claude Jeanneret	7.67
Jean-Marie Voumard	4.34
Guillaume Sauty	3.40
Christophe Andrié	2.50
André Python	0.00
Marie-Thérèse Engelberts	-6.50
Henry Rappaz	-9.54

Députés Genevois au Grand Conseil - Classement individuel par groupe politique

Groupe Socialiste	
Anne Emery-Torracinta	30.50
Loly Bolay	17.78
Christian Dandrès	17.52
Marie Salima Moyard	13.43
Roger Deneys	13.35
Alain Charbonnier	11.72
Antoine Droin	9.83
Prunella Carrard	8.44
Lydia Schneider Hausser	7.31
Irène Buche	4.38
Jean-Louis Fazio	4.00
Christine Serdaly Morgan	2.88
Aurélie Gavillet	0.45
Melik Özden	0.00

Groupe Démocrate-Chrétien	
Guy Mettan	45.65
Guillaume Barazzone	43.53
Fabiano Forte	34.97
Anne Marie von Arx-Vernon	34.48
Vincent Maitre	26.60
Bertrand Buchs	25.58
Serge Dal Busco	23.88
François Gillet	20.81
Philippe Schaller	16.35
Philippe Morel	15.80
Michel Forni	0.00
Hors parti	
Elisabeth Chatelain	14.43

Union Démocratique du Centre	
Eric Bertinat	43.91
Christina Meissner	22.60
Eric Leyvraz	18.30
Bernhard Riedweg	18.05
Marc Falquet	17.38
Christo Ivanov	15.01
Antoine Bertschy	9.60
Patrick Lussi	6.60
Stéphane Florey	4.31

Groupe Radical	
Frédéric Hohl	35.38
Jacques Jeannerat	23.27
Patrick Saudan	21.20
Jean Romain	16.00
Gabriel Barrillier	11.31
Michel Ducret	9.83
Patricia Läser	7.84
Charles Selleger	7.16
Nathalie Schneuwly	4.80
François Haldemann	3.44
Pierre Conne	0.00



La première force de communication d'un groupe politique est constituée par ses membres. Les résultats ci-dessus prouvent à quel point les disparités sont fortes au sein des différents groupes politiques. Pour remédier à cela, les dirigeants de ces groupes politiques doivent mettre en place une stratégie d'unification de la communication. Une fois la stratégie établie, les équipes peuvent par exemple s'appuyer sur un modèle de mentoring afin que les personnes les plus en phase avec le digital, aident celles qui le sont moins à participer à l'effort collectif.

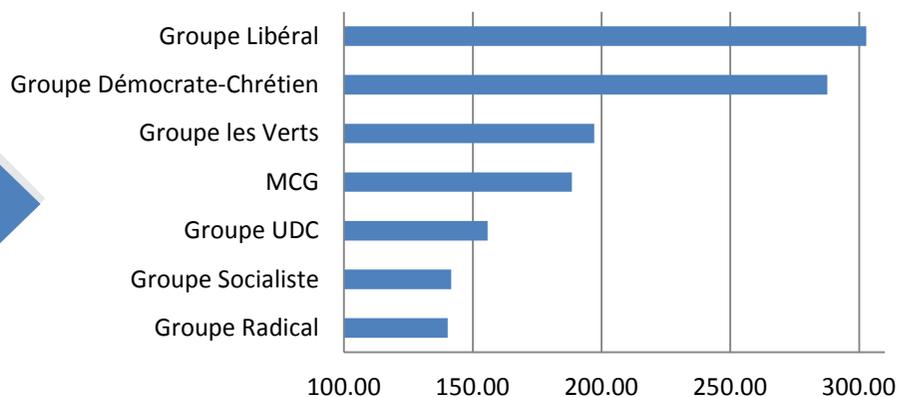
Députés Genevois au Grand Conseil - Cumul des scores par groupe politique

Groupe Libéral	302.73
Groupe Démocrate Chrétien	287.66
Groupe les Verts	197.22
Groupe MCG	188.52
Groupe UDC	155.77
Groupe Socialiste	141.60
Groupe Radical	140.23

Le cumul des scores représente la quantité et la qualité des informations véhiculées par les membres d'un même parti sur leur profil politique personnel. En prenant soin de son image politique personnelle sur internet, chaque membre améliore indirectement l'image du parti politique qu'elle représente. Il va sans dire que plus le groupe politique est important en termes de représentants, plus son potentiel de représentation et de communication est conséquent. Et réciproquement.

Un facteur influence néanmoins ce score : la volonté des membres d'un parti à se présenter et à faire parler d'eux positivement sur internet. Cet indice est davantage révélé par la moyenne des scores politiques par groupe.

Cumul des scores par groupes politiques



Députés Genevois au Grand Conseil - Moyenne des scores par groupe politique

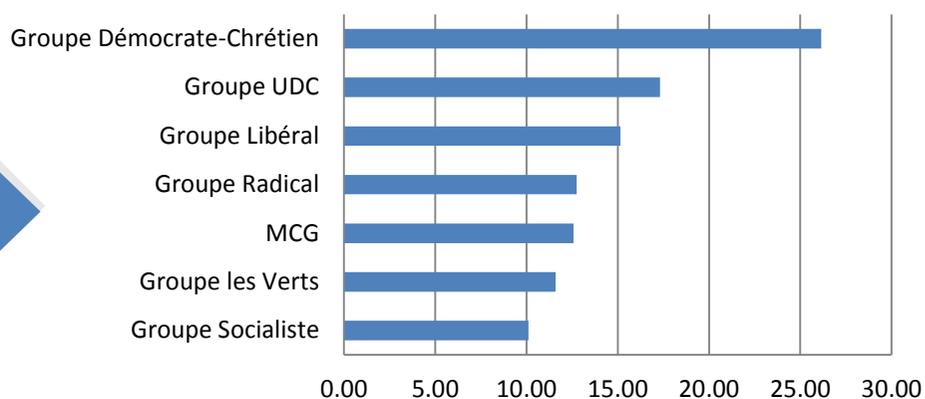
Groupe Démocrate-Chrétien	26.15
UDC	17.31
Groupe Libéral	15.14
Groupe Radical	12.75
MCG	12.57
Groupe les Verts	11.60
Groupe Socialiste	10.11

Cet indice permet d'analyser la note moyenne en e-réputation des représentants de chaque groupe politique au grand conseil.

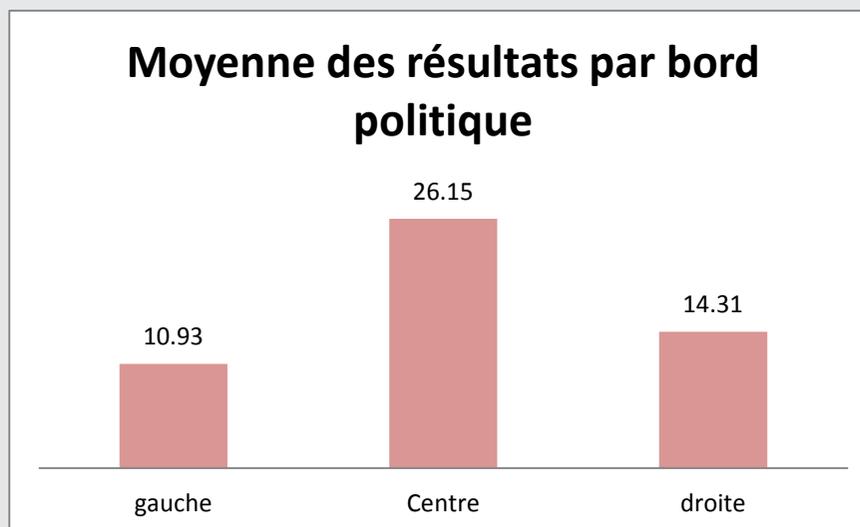
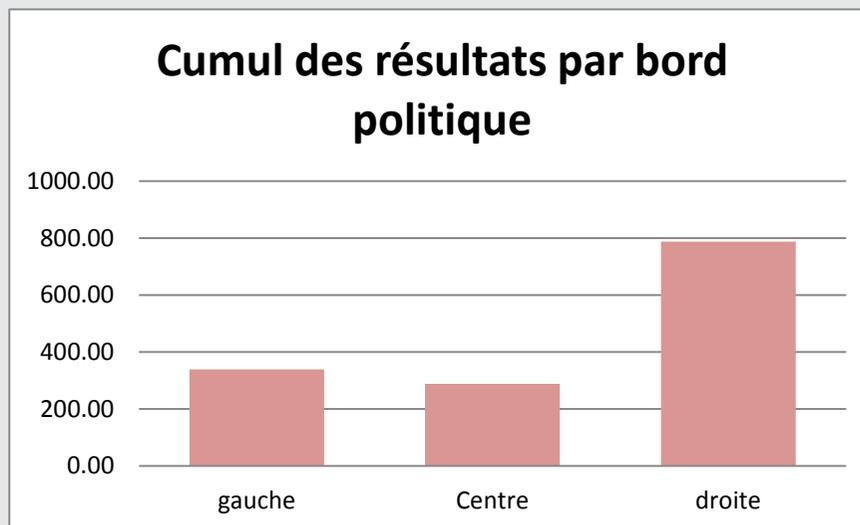
Ainsi, nous constatons que l'UDC compense sa faible représentation par une présence soignée et abondante sur internet.

Au contraire le parti libéral qui jouit d'une forte représentation, chute dans le classement des scores moyens par groupe politique. Le potentiel est très important mais l'engagement de chacun dans sa e-réputation peut-être largement amélioré. Le parti en bénéficierait assurément, d'autant plus que la fusion du groupe libéral et du groupe radical ne peut qu'amplifier ce phénomène.

Moyenne des scores par groupes politiques



Députés Genevois au Grand Conseil - Résultats par bord politique



La droite, qui bénéficie de l'effet de masse lors du cumul des scores, perd largement son avantage au profit du centre lorsqu'il s'agit de note moyenne.

Le groupe Démocrate Chrétien bénéficie d'une bonne dynamique parmi ses membres qui sont en moyenne beaucoup plus impliqués dans leurs e-réputation que la droite et la gauche réunies.

Le Conseil Administratif et les Conseillers Municipaux de Genève

Municipalité de Genève - Classement général

Sandrine Salerno	Conseil Administratif Genevois	Socialiste	73.98
Jean-Charles Rielle	Conseillers municipaux	Socialiste	72.81
Pierre Maudet	Conseil Administratif Genevois	Libéral-Radical	69.43
Sami Kanaan	Conseil Administratif Genevois	Socialiste	52.40
Florence Kraft-Babel	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	51.47
Julien Cart	Conseillers municipaux	Les Verts	47.46
Michel Chevrolet †	Conseillers municipaux	PDC	44.76
Eric Bertinat	Conseillers municipaux	UDC	43.91
Esther Alder	Conseil Administratif Genevois	Les Verts	41.21
Rémy Pagani	Conseil Administratif Genevois	A Gauche Toute	39.29
Laurence Fehlmann-Rielle	Conseillers municipaux	Socialiste	35.65
Salika Wenger	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	35.02
Pascal Holenweg	Conseillers municipaux	Socialiste	29.13
Grégoire Carasso	Conseillers municipaux	Socialiste	28.74
Olivier Fiumelli	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	27.73
Adrien Genecand	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	26.40
Pierre Vanek	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	25.06
Sylvain Clavel	Conseillers municipaux	Hors parti	24.38
Carlos Medeiros	Conseillers municipaux	MCG	23.71
Fabienne Fischer	Conseillers municipaux	Les Verts	23.52
Olga Baranova	Conseillers municipaux	Socialiste	23.30
Alain de Kalbermatten	Conseillers municipaux	PDC	23.06
Michèle Rouillet	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	22.66
Alexandra Rys	Conseillers municipaux	PDC	21.24
Danièle Magnin	Conseillers municipaux	MCG	20.91

En quelques mots !

Sandrine Salerno, Conseillère Administrative Socialiste de la Ville de Genève, ressort leader de ce classement grâce à un profil Facebook régulièrement alimenté, un compte tweeter très actif et surtout un blog personnel sur lequel elle publie plusieurs articles par mois. Un autre socialiste, Jean-Charles Rielle, qui est un homme du web (il a fondé plusieurs sites en lien avec la prévention et la santé, son site personnel est très riche) arrive naturellement second, son compte Twitter est inactif. Enfin le Libéral Pierre Maudet, qui n'est pas particulièrement présent sur les réseaux sociaux (une page Facebook peu suivie, un profil Linked In bien pourvu et pas de compte Twitter) se classe 3ème. Un score qui résulte de nombreuses citations dans les médias car il occupe la fonction de Maire de la Ville.

Nous tenons à souligner l'activité soutenue du Vert Julien Cart (d'ailleurs en bonne place dans le classement Politique 2.0). Il a moins de trente ans et, avantage générationnel, il est né avec internet. Utiliser le web social pour véhiculer ses idées politiques est donc pour lui quasi naturel. Enfin Pascal Holenweg, politologue, fait quand à lui l'effort d'alimenter très régulièrement deux blogs distincts.

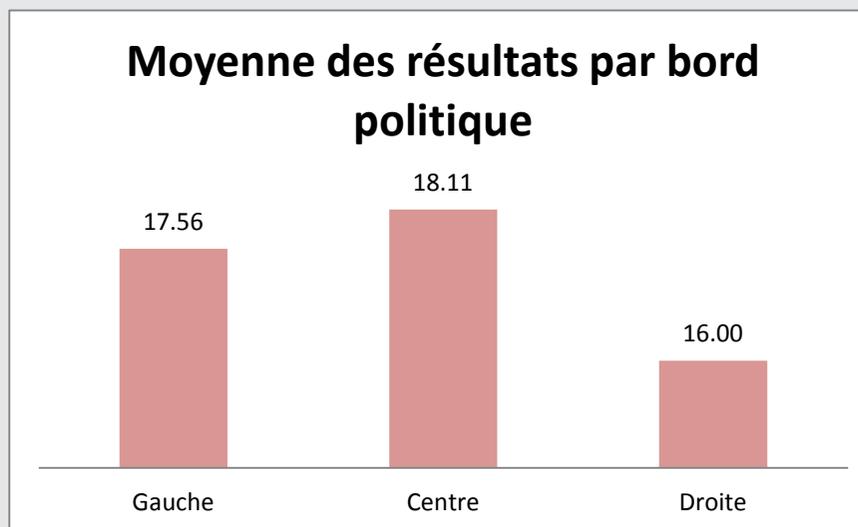
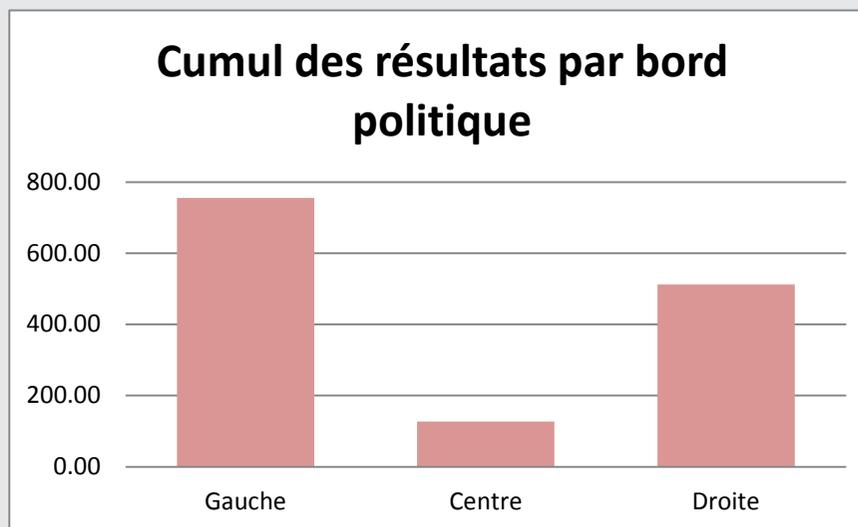
Municipalité de Genève - Classement général

Pascal Rubeli	Conseillers municipaux	UDC	19.30	Nicole Valiquer-Greguccio	Conseillers municipaux	Socialiste	10.60
Jean-Philippe Haas	Conseillers municipaux	MCG	19.24	Anne Moratti	Conseillers municipaux	Les Verts	10.39
Tobias Schnebli	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	17.44	Jean-Charles Lathion	Conseillers municipaux	PDC	10.33
Alexandre Wisard	Conseillers municipaux	Les Verts	16.50	Virginie Studemann	Conseillers municipaux	Socialiste	9.81
Guy Dossan	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	16.27	Robert Pattaroni	Conseillers municipaux	PDC	9.75
Rémy Burri	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	16.07	Martine Sumi	Conseillers municipaux	Socialiste	9.52
Alexandre Chevalier	Conseillers municipaux	Hors parti	15.47	Simon Brandt	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	9.44
Maria Casares	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	15.19	Maria Vittoria Romano	Conseillers municipaux	Socialiste	9.42
Marie Chappuis	Conseillers municipaux	PDC	15.16	Sylvain Thevoz	Conseillers municipaux	Socialiste	8.78
Christo Ivanov	Conseillers municipaux	Groupe UDC	15.01	Claude Jeanneret	Conseillers municipaux	MCG	7.67
Jean-Paul Guisan	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	14.93	Alberto Velasco	Conseillers municipaux	Socialiste	7.31
Fabienne Aubry-Conne	Conseillers municipaux	Hors parti	14.49	Marie-Pierre Theubet	Conseillers municipaux	Les Verts	7.31
Christian Zaugg	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	14.30	Jean-François Caruso	Conseillers municipaux	MCG	7.17
Jacques Pagan	Conseillers municipaux	UDC	14.10	Michel Amaudruz	Conseillers municipaux	UDC	7.00
Mathias Buschbeck	Conseillers municipaux	Les Verts	14.04	Annina Pfund	Conseillers municipaux	Socialiste	5.08
Pierre Gauthier	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	13.71	Morten Gisselbaek	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	5.00
Alexis Barbey	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	13.05	Vincent Schaller	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	4.86
Natacha Buffet	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	12.42	Stefan Kristensen	Conseillers municipaux	Socialiste	3.94
Gary Bennaïm	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	12.39	Denis Menoud	Conseillers municipaux	MCG	3.57
Pascal Spuhler	Conseillers municipaux	MCG	11.73	Sophie Courvoisier	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	3.51
Vera Figurek	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	11.73	Pierre Rumo	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	3.50
Sarah Klopmann	Conseillers municipaux	Les Verts	11.47	Laurent Leisi	Conseillers municipaux	MCG	2.97
Yves De Matteis	Conseillers municipaux	Les Verts	11.29	Daniel-Dani Pastore	Conseillers municipaux	MCG	2.62
Daniel Sormanni	Conseillers municipaux	MCG	10.95	Luc Broch	Conseillers municipaux	Socialiste	2.50
Frédérique Perler-Isaaz	Conseillers municipaux	Les Verts	10.90	Sandra Golay	Conseillers municipaux	PDC	2.50

Municipalité de Genève - Classement général

Maria Perez	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	2.50
Julide Turgut-Bandelier	Conseillers municipaux	Les Verts	2.50
Thomas Bläsi	Conseillers municipaux	UDC	1.53
Sandrine Burger	Conseillers municipaux	Les Verts	1.51
Brigitte Studer	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	1.31
Silvia Machado	Conseillers municipaux	Socialiste	0.52
Marie Gobits	Conseillers municipaux	Socialiste	0.00
Mireille Luiset	Conseillers municipaux	MCG	0.00
Olivier Tauxe	Conseillers municipaux	UDC	0.00
Olivier Baud	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	-0.57

Municipalité de Genève - Résultat par bord politique



Le surprise vient du centre. Avec seulement 8% des places à la mairie, le PDC souffre naturellement d'une faible représentation générale sur internet.

Mais le score par moyenne laisse une nouvelle fois apparaître le bon niveau moyen de e-réputation des démocrates chrétiens. Notons toutefois que ce bon score est dopé par la très bonne note de Michel Chevrolet, décédé le 24 avril 2012. Rendez-vous l'année prochaine pour connaître l'évolution des résultats.

Les Conseillers Nationaux

CONSEILLERS NATIONAUX

Conseillers nationaux - classement général



Antonio Hodgers 79.94



Christian Lüscher 78.66



Hugues Hiltpold 74.33



Carlo Sommaruga 72.95



Yves Nidegger 64.24



Luc Barthassat 63.70



Maria Roth-Bernasconi 62.50



Ueli Leuenberger 61.51



Manuel Tornare 59.54



Céline Amaudruz 47.10



Mauro Poggia 46.71

Conseillers nationaux - classement général

En quelques mots !

Antonio Hodgers et Christian Lüscher ont un score très proche. Le conseiller National Vert doit sa légère avance à sa dynamique présence sur Twitter et à ses nombreuses interviews dans les médias.

Christian Lüscher se distingue quant à lui par une excellente gestion de sa e-réputation, avec d'une part un site web personnel élégant et fonctionnel qui fait office de CV et un profil Facebook où il privilégie l'interactivité avec son réseau. Hugues Hiltbold est le Conseiller National genevois le plus actif sur Twitter mais ses citations dans les médias, du moins celles qui apparaissent sur Google, datent un peu.

Enfin il faut noter que les élus en général sont plus prolifiques sur Internet en période électorale et que les efforts faits pendant la campagne, notamment sur les blogs, sont rarement poursuivis après l'élection.

Les Conseillers d'État

Conseillers d'État - classement général

David Hiler	Conseillers d'états	Les Verts	58.35
François Longchamp	Conseillers d'états	Libéral-Radical	55.93
Isabel Rochat	Conseillers d'états	Libéral	54.75
Pierre-François Unger	Conseillers d'états	PDC	53.90
Charles Beer	Conseillers d'états	Socialiste	50.38
Michèle Künzler	Conseillers d'états	Les Verts	47.01
Anya Wyden-Guelpa	Conseillers d'états	Chancelière	0.00

Les Conseillers aux États

Conseillers aux états- classement général

Liliane Maury-Pasquier	Conseillers aux états	Socialiste	71.22
Robert Cramer	Conseillers aux états	Les Verts	53.38

Aucun des conseillers d'État et conseillers aux États n'a de compte Twitter.

Peu d'entre eux utilisent Facebook comme un vecteur de communication.

Apparemment Isabel RoCHAT a fermé son profil suite à son élection en 2009. Michèle Künzler l'a quand à elle conservé, mais l'alimente peu. Robert Cramer dispose d'une page à son nom mais elle n'est que très peu actualisée.

Enfin, si beaucoup d'entre eux ont un site web personnel, il n'est que rarement mis à jour, ou n'a servi que le temps d'une élection.

C'est une femme socialiste qui est la plus active. il s'agit de la Conseillère aux États Liliane Maury Pasquier. Cette dernière utilise son profil Facebook pour commenter l'actualité et afficher son point de vue sur différents sujets. Elle a également un site web personnel ou elle partage une partie de son agenda. Elle est de plus la seule à tenir régulièrement un blog, "Chambre à Part" avec Maria Roth Bernasconi. Leurs billets viennent d'ailleurs d'être compilés dans un livre du même nom.

Enfin, cas typique de mauvaise gestion de e-réputation : Une vidéo humoristique sur la Conseillère d'Etat Michèle Künzler apparaît dans les premiers résultats de recherche de Google bien qu'elle date de 2007.

Soit l'intéressée n'en a pas connaissance, soit elle accepte la critique et l'ironie et n'a rien entrepris pour faire disparaître le document.

Top 50

Le classement général -

Toutes catégories confondues

Classement général - Toutes catégories confondues

Hodgers Antonio	Conseillers Nationaux	Les Verts	79.94
Lüscher Christian	Conseillers Nationaux	Libéral-Radical	78.66
Hiltbold Hugues	Conseillers Nationaux	Libéral-Radical	74.33
Sandrine Salerno	Conseil Administratif Genevois	Socialiste	73.98
Sommaruga Carlo	Conseillers Nationaux	Socialiste	72.95
Jean-Charles Rielle	Conseillers municipaux	Socialiste	72.81
Liliane Maury-Pasquier	Conseillers aux États	Socialiste	71.22
Pierre Maudet	Conseil Administratif Genevois	Libéral-Radical	69.43
Eric Stauffer	Députés du Grand Conseil	MCG	66.20
Nidegger Yves	Conseillers Nationaux	UDC	64.24
Barthassat Luc	Conseillers Nationaux	PDC	63.70
Roth-Bernasconi Maria	Conseillers Nationaux	Socialiste	62.50
Leuenberger Ueli	Conseillers Nationaux	Les Verts	61.51
Tornare Manuel	Conseillers Nationaux	Socialiste	59.54
David Hiler	Conseillers d'État	Les Verts	58.35
François Longchamp	Conseillers d'État	Libéral-Radical	55.93
Isabel Rochat	Conseillers d'État	Libéral-Radical	54.75
Pierre-François Unger	Conseillers d'État	PDC	53.90
Robert Cramer	Conseillers aux États	Les Verts	53.38
Sami Kanaan	Conseil Administratif Genevois	Socialiste	52.40
Florence Kraft-Babel	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	51.47
Charles Beer	Conseillers d'État	Socialiste	50.38
Julien Cart	Conseillers municipaux	Les Verts	47.46
Céline Amaudruz	Conseillers Nationaux	UDC	47.10
Michèle Künzler	Conseillers d'État	Les Verts	47.01
Poggia Mauro	Conseillers Nationaux	MCG	46.71

Classement général - Toutes catégories confondues

Pierre Weiss	Députés du Grand Conseil	Groupe Libéral	46.09
Guy Mettan	Députés du Grand Conseil	Groupe Démocrate-Chrétien	45.65
Michel Chevrolet †	Conseillers municipaux	PDC	44.76
Eric Bertinat	Conseillers municipaux	UDC	43.91
Guillaume Barazzone	Députés du Grand Conseil	Groupe Démocrate-Chrétien	43.53
Edouard Cuendet	Députés du Grand Conseil	Groupe libéral	41.31
Esther Alder	Conseil Administratif Genvois	Les Verts	41.21
Thierry Cerutti	Députés du Grand Conseil	MCG	40.05
Rémy Pagani	Conseil Administratif Genevois	A Gauche Toute	39.29
Nathalie Fontanet	Députés du Grand Conseil	Groupe Libéral	37.60
Laurence Fehlmann-Rielle	Conseillers municipaux	Socialiste	35.65
Frédéric Hohl	Députés du Grand Conseil	Groupe Radical	35.38
Salika Wenger	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	35.02
Fabiano Forte	Députés du Grand Conseil	Groupe Démocrate-Chrétien	34.97
Anne Marie von Arx-Vernon	Députés du Grand Conseil	Groupe Démocrate-Chrétien	34.48
Anne Emery-Torracinta	Députés du Grand Conseil	Groupe Socialiste	30.50
Pascal Holenweg	Conseillers municipaux	Socialiste	29.13
Grégoire Carasso	Conseillers municipaux	Socialiste	28.74
Olivier Fiumelli	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	27.73
Christophe Aumeunier	Députés du Grand Conseil	Groupe Libéral	27.36
Renaud Gautier	Députés du Grand Conseil	Groupe Libéral	26.94
Vincent Maitre	Députés du Grand Conseil	Groupe Démocrate-Chrétien	26.60
Adrien Genecand	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	26.40
Bertrand Buchs	Députés du Grand Conseil	Groupe Démocrate-Chrétien	25.58
Pierre Vanek	Conseillers municipaux	Ensemble à Gauche	25.06

Action politique 2.0

Qu'est-ce que l'action politique 2.0 ?

Surveiller son image sur internet et faire parler de soi en bien pour éviter que d'autres en parle en mal est une chose. Utiliser internet et les médias sociaux pour rester à l'écoute des citoyens et de leurs intérêts, défendre son opinion, débattre de ses idées, convaincre et faire adhérer, en est une autre.

Hier, les médias étaient des entreprises. Aujourd'hui le web 2.0 change la donne : chaque individu peut désormais devenir un média en véhiculant massivement de l'information. Chacun peut publier des vidéos, des articles, des podcasts (émissions au format radio pré-enregistrées et diffusées sur internet) ou des images et prétendre à développer un lectorat, une audience, un public...librement, directement, facilement. Certains blogueurs de renom sont même plus influents que les magazines spécialisés qu'ils concurrencent.

La politique n'échappe pas à la tendance. Chaque acteur politique, du conseiller communal au chef d'état, dispose d'une tribune libre avec pour seule limite la nécessité d'assumer personnellement ses prises de positions. Chaque citoyen peut porter ses convictions politiques sur la place publique, se faire entendre, voire même trouver un écho et on l'a vu, déclencher des révolutions populaires. Enfin, politiciens et citoyens peuvent potentiellement dialoguer directement, sans filtres et sans détours : s'écouter et dialoguer. La gouvernance pyramidale risque bien de se transformer au profit d'une structure plus horizontale. Et la démocratie crie victoire?

Pas tout de suite. Les enjeux sont colossaux. Accepter de se mettre au niveau du peuple, c'est accepter de se confronter. Accepter d'être chahuté, accepter de répondre aux questions qui dérangent, accepter la transparence. Donc renoncer à ses privilèges et être irréprochable. Devenir un modèle parce que l'on accepte d'être frontalement jugé sur les valeurs de justice, de fraternité et d'égalité que l'on scande lors des discours électoraux. D'accepter de servir le bien commun avec humilité, en accueillant ses fonctions politiques comme une mission et non pas comme un statut. Pas tout de suite donc, mais bientôt, assurément.

L'action politique 2.0 est ici évaluée selon le degré d'implication des personnalités politiques Genevoises sur les médias sociaux et les blogs et ce, dans le but d'établir le dialogue avec les citoyens, d'obtenir des remontées d'informations, de défendre sa cause politique et de recruter de nouveaux membres.

Les critères de l'étude "Action politique 2.0" :

Les notes attribuées à la e-réputation ont en partie été reprises, mais nous leur avons affecté des coefficients différents qui mettent en exergue l'engagement politique sur les réseaux sociaux. Plus les notes attribuées sont importantes, plus les personnes prennent le rôle de haut parleur, de média à part entière, tout en faisant l'effort d'engager la conversation avec les citoyens.

Cette note se différencie de la note e-réputation principalement au niveau de la capacité des personnes à produire du contenu en touchant un maximum de monde, tout en exploitant au mieux les interractions permises par les médias sociaux.

Critères pour les députés Genevois au grand conseil, le conseil administratif et les conseillers municipaux

Pondération forte

- Nombre de followers sur Twitter et fans sur Facebook couplés à la fréquence et à la quantité d'information publiée
- Animation d'un blog (Fréquence et qualité des billets, réponse aux commentaires, flux RSS et connection aux médias sociaux)

Pondération faible

- Pondération faible - Animation du site web personnel (Revue de presse, articles, liens utiles, informations pratiques, flux RSS et connection aux médias sociaux)

Classement général - Toutes catégories confondues

Sandrine Salerno	Conseil Administratif Genevois	Socialiste	72.95
Bertrand Buchs	Députés du Grand Conseil	Groupe Démocrate-Chrétien	49.86
Julien Cart	Conseillers municipaux	Les Verts	49.58
Hiltbold Hugues	Conseillers Nationaux	Libéral-Radical	46.44
Eric Bertinat	Conseillers municipaux	UDC	43.91
Pascal Holenweg	Conseillers municipaux	Socialiste	42.89
Renaud Gautier	Députés du Grand Conseil	Groupe Libéral	38.09
Florence Kraft-babel	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	34.45
Pierre Weiss	Députés du Grand Conseil	Groupe Libéral	28.54
Guillaume Barazzone	Députés du Grand Conseil	Groupe Démocrate-Chrétien	27.50
Lüscher Christian	Conseillers Nationaux	Libéral-Radical	27.28
Hodgers Antonio	Conseillers Nationaux	Les Verts	26.85
Michèle Roullet	Conseillers municipaux	Libéral-Radical	26.51
Liliane Maury-Pasquier	Conseillers aux états	Socialiste	25.70
Leuenberger Ueli	Conseillers Nationaux	Les Verts	23.52
Pierre Losio	Députés du Grand Conseil	Groupe les Verts	23.27
Roth-Bernasconi Maria	Conseillers Nationaux	Socialiste	22.42
Eric Stauffer	Députés du Grand Conseil	MCG	21.77
Jean-Charles Rielle	Conseillers municipaux	Socialiste	20.02
Miguel Limpo	Députés du Grand Conseil	Groupe les Verts	18.50

Blog, Facebook, Twitter, LinkedIn... Sandrine Salerno est partout et très active sur tous les supports. Son engagement favorise un dialogue direct avec la population tout en véhiculant une image positive du parti socialiste, répandant par la même occasion efficacement ses idées. Pourtant, alors qu'elle cultive une grande proximité numérique, Madame Salerno est difficilement joignable et peu accessible dans la vie réelle. Malgré plusieurs sollicitations, MAJ Consulting n'est parvenue ni à lui parler directement, ni à obtenir un rendez-vous dans un délai raisonnable. Les autres personnalités nous ont quant à elles répondues personnellement sous 24h00 et nous ont toutes accordé un rendez-vous sous 5 jours.

Présence sur internet des partis politiques Genevois

Les critères de l'étude sur la présence internet des groupes politiques :

Beaucoup plus qu'une simple étude de style, la présence internet des groupes politiques a été évaluée selon des critères les plus factuels possibles. Il ne s'agit donc pas de savoir si un site internet est beau, mais davantage si il informe, renseigne, permet de recruter et joue le jeu des réseaux sociaux en offrant des fonctions avancées de partage. La fraîcheur et l'entretien du site sont également pris en compte. La note maximale est de 100. Vous trouverez le détail des critères ci-dessous.

Performance du site internet :

Cet exercice porte donc sur plusieurs critères que l'on peut regrouper en 10 groupes distincts

1. Esthétique
2. Navigabilité
3. Rapidité d'affichage
4. Qualité d'affichage du Google Snipet
5. Fraicheur du langage technique (HTML 5)
6. Outils de bookmarking
7. Devenez membre (call to action)
8. Liens vers les médias sociaux
9. Fil RSS
10. Newsletter
11. Blog
12. Accessibilité des coordonnées "contact"

Chacun de ces groupes rassemblent plusieurs points d'analyse.

Contactez-nous pour plus de renseignements sur les critères de l'étude.

Engagement sur les médias sociaux

Cet exercice porte donc sur plusieurs critères que l'on peut regrouper en 3 groupes distincts

1. Engagement et conversation sur Facebook
2. Engagement et conversation sur Twitter
3. Création de chaîne sur Youtube / Vimeo / DailyMotion, quantité de contenu et interaction avec les vidéos en ligne.

PRÉSENCE INTERNET DES PARTIS POLITIQUES

Présence sur internet des partis politiques Genevois - Performance du site internet



PLR

98



MCG

67



Parti socialiste

89



PDC

57



Parti les verts

77



UDC

39

PRÉSENCE INTERNET DES PARTIS POLITIQUES

Présence sur internet des partis politiques Genevois - Engagement sur les médias sociaux

Parti socialiste	80
PLR	78
Parti les verts	15
UDC	5
PDC	3
MCG	1

Twitter est un outil de réseau social et de microblogging qui permet à l'utilisateur d'envoyer gratuitement des messages brefs, appelés tweets (« gazouillis »), par Internet, par messagerie instantanée ou par SMS. Ces messages ne doivent pas contenir plus de 140 caractères.

Twitter a été créé en mars 2006 par Jack Dorsey et lancé en juillet. Le site a très rapidement gagné en popularité, jusqu'à réunir plus de 300 millions d'utilisateurs en 2012.

Le siège social de Twitter se trouve à San Francisco. Il y a des serveurs et des bureaux supplémentaires à New York. (Source Wikipédia)

Facebook est un réseau social sur Internet permettant à toute personne possédant un compte de créer son profil et d'y publier des informations, dont elle peut contrôler la visibilité par les autres personnes, possédant ou non un compte. L'usage de ce réseau s'étend du simple partage d'informations d'ordre privé (par le biais de photographies, liens, textes, etc) à la constitution de pages et de groupes visant à faire connaître des institutions, des entreprises ou des causes variées. L'intégralité des informations publiées sur ces deux supports, à l'inverse du profil, peut être consultée par n'importe quel internaute sans qu'il soit nécessaire d'ouvrir un compte (à l'exception cependant des noms des membres qui sont occultés en partie dans ce cas).

YouTube est un site web d'hébergement de vidéos sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, visualiser et partager des séquences vidéos. Il a été créé en février 2005 par trois anciens employés de PayPal. Le service situé à San Bruno en Californie (États-Unis) permet de diffuser des extraits de films, d'émissions de télé et des clips de musique, mais aussi des vidéos amateur. En octobre 2006, Google a annoncé qu'après avoir conclu un accord, il deviendrait le propriétaire de l'entreprise en échange d'actions Google d'une valeur totale de 1,65 milliard de dollars américains. En mai 2010, YouTube annonce avoir franchi le cap des deux milliards de vidéos vues quotidiennement

Dailymotion est une entreprise française offrant un service d'hébergement, de partage et de visionnage de vidéo en ligne. Il s'agit du 128e site le plus fréquenté au monde avec 114 millions de visiteurs uniques dans le monde et 10,1 millions en France.

Vimeo est un site web communautaire destiné au partage et au visionnage de vidéos faite par les utilisateurs, le site a été lancé en novembre 2004. Vimeo est une filiale du groupe américain IAC/InterActiveCorp.

Source : Wikipédia (<http://fr.wikipedia.org>). Cet article est sous CC-BY-SA

PRÉSENCE INTERNET DES PARTIS POLITIQUES

Présence sur internet des partis politiques Genevois - Score total (moyennes pondérées)

	PLR	90
	Parti socialiste	85
	Parti les verts	52
	MCG	41
	PDC	35
	UDC	25

Dans l'ensemble, la **présence internet** des partis politiques Genevois est assez contrastée. Alors que certains partis combinent à merveille toutes les dernières avancées permises par internet, d'autres affichent un retard technologique, graphique et fonctionnel important. Il est vrai que la mise à jour de ces outils représente un poste de dépense coûteux pour des partis politiques d'envergures très différentes, ce qui peut être à l'origine de ces disparités. Mais avec la démocratisation d'internet, il existe aujourd'hui des produits professionnels adaptés à tous les budgets.

Médias sociaux, publicité, référencement, développement technique, graphisme, gestion des données...internet évolue et devient de plus en plus complexe à mesure qu'il se généralise. MAJ Consulting recommande aux dirigeants de ces partis de faire appel à une agence de web marketing spécialisée qui saura vous orienter vers des produits adaptés à leur budget, tout en leur garantissant un bon niveau de professionnalisme et de durabilité de l'investissement.

TIP TOP !

Vous êtes parmi les meilleurs dans votre secteur d'activité et sur votre territoire. Une veille active des mentions vous concernant et une réactivité en conséquence vous permettra de garder cet avantage concurrentiel encore longtemps. Vos efforts vous permettent de défendre efficacement vos valeurs politiques sur internet tout en développant votre cercle d'influence.

PEUT MIEUX FAIRE

Le nécessaire a été entrepris pour rester à jour sans toutefois faire du digital une priorité. De nombreuses améliorations sont envisageables afin de remettre vos outils à niveau sans trop chambouler votre organisation. Votre image sur internet ne vous met pas particulièrement en valeur mais ne vous nuit pas pour autant. Restez vigilants afin que cela ne soit jamais le cas.

ATTENTION !

Vous avez regardé le train passer et n'avez pas pu ou pas voulu réagir. Un fossé vous sépare des meilleurs dans votre secteur. Selon vos ambitions et votre niveau d'implication en politique, l'image que vous renvoyez sur internet pourrait nuire à votre développement. Des solutions existent pour combler ces lacunes, adaptées à votre budget. Faites appel à un professionnel du marketing et de la communication qui saura vous aiguiller au mieux afin de vous remettre sur les rails.

Conclusion

La plupart des élus genevois, du moins ceux qui occupent des postes importants (chef de partis, Conseiller nationaux, Conseiller administratifs) ont bien compris quelle était la puissance du web.

Avec Internet, l'audience s'est fragmentée. Les hommes et les femmes politiques savent maintenant qu'ils doivent être présents sur différents supports (presse traditionnelle, presse numérique, médias sociaux, site web personnel) et adapter leurs discours en fonction des personnes qu'ils souhaitent toucher ou mobiliser. Mais peu d'entre eux, si ce n'est aucun, n'a embrassé sa fonction participative.

Les plus actifs sont présents sur Facebook, Twitter et ont un blog, mais ils n'utilisent qu'une petite partie des potentialités de ces différentes plateformes.

Facebook

Facebook est le réseau social privilégié par les hommes et des femmes politiques genevois. Il constitue pour eux un relais de marketing politique important est plutôt utilisé comme un outil d'auto-promotion; donc de e-réputation. L'interaction avec le public a dû mal à s'installer, sauf à de rares occasions et surtout sur des sujets légers, notamment pendant la fameuse affaire de la Weltwoche qui avait défrayé la chronique en mars dernier.

Enfin, les personnes que nous avons rencontrées sont particulièrement attentives à ne pas être trop présentes sur Facebook afin de ne pas saturer leurs fans d'informations.

Twitter

Ce réseau social est peu utilisé par les politiciens genevois. La plupart préfèrent se concentrer sur Facebook, plus flexible, qui permet de poster des textes plus longs, des photos ou des vidéos. Twitter est davantage perçu comme une charge de travail supplémentaire dans le planning déjà surchargé des élus locaux.

Par ailleurs, c'est l'information politique « trash » ou satyrique, qui recueille le plus de mentions sur Twitter, par exemple l'affaire DSK ou les « Zipad » de Nicolas Sarkozy lors du débat télévisé de l'entre-deux-tours de l'élection présidentielle française. Aux yeux des politiciens, cette plateforme de micro-blogging est donc peu digne d'intérêt.

Les blogs

La plupart des blogs créés par les politiciens genevois ont été lancés lors d'une campagne électorale. Rares sont ceux qui survivent une fois les élections passées. D'abord parce qu'alimenter un blog et offrir une grille de lecture des événements politiques est particulièrement chronophage. Si les candidats et les élus font un effort pendant la campagne, ils doivent ensuite assurer les charges de leurs mandats et n'ont plus forcément le temps de produire un contenu qui leur propre. Il existe pourtant des outils efficaces qui permettent d'agrèger le contenu sur le web afin de faciliter grandement l'alimentation d'un blog ou d'un réseau social.

De plus, les commentaires, quand il y en a, n'alimentent que rarement le débat, ou pire, ils sont parfois insultants, ce qui décourage rapidement les apprentis blogueurs.

Liliane Maury Pasquier, Conseillère aux Etats, et Pascal Holenweg, député du Grand Conseil, font partie des blogueurs genevois les plus assidus. L'une, car elle partage son blog avec une autre élue, Maria Roth Bernasconi et elle s'astreint à écrire au moins deux fois par mois. L'autre car il est politologue. Son rôle est, du moins en partie, de commenter la vie politique.

Une question de génération

Dire que les jeunes élus sont plus à l'aise avec les nouvelles technologies n'est pas un scoop. Nous avons vu plus haut que Olga Baranova (PS) et Julien Cart (Vert) étaient particulièrement actifs sur le web, du moins sur Facebook et Twitter. S'ils ne figurent pas dans le top 20 des plus visibles sur internet, c'est avant tout parce qu'ils ne sont pas des personnalités de premier plan et qu'ils sont moins sollicités par les médias que leurs aînés.

Mais le clivage entre la jeune génération d'élus et les plus anciens ne s'arrête pas là. Les élus jeunes semblent plus enclins à écouter les propositions des citoyens et intègrent déjà dans leur communication la dimension participative du web, en questionnant leur communauté et en essayant de lancer des débats sur des sujets de fond.

Il faudra donc attendre encore un peu, sans doute le temps que ces « espoirs » de la politique accèdent à des postes à responsabilités, pour voir se réaliser la prophétie de René Trégouet. En 1997, déjà, cet ancien ancien sénateur rapporteur de la Recherche en France écrivait en introduction de son rapport "Des pyramides de pouvoir aux réseaux de savoirs" : « je porte en moi l'intime conviction que pour tout travail en profondeur sur les problèmes de société, les parlementaire (...) se feront un devoir, dorénavant, d'aller consulter un vaste public d'internautes. »

Vers une nouvelle forme de communication politique.

Une chose est certaine cependant : la e-politique ne peut fonctionner qu'avec un nouveau schéma de pensée. Aujourd'hui encore les hommes et les femmes politiques n'utilisent les réseaux sociaux que dans un système top down, en délivrant leurs messages d'en haut, comme ils l'ont longtemps fait via les médias classiques, ou en utilisant les réseaux sociaux uniquement comme outil d'auto-promotion.

Ils devront sans doute à l'avenir à une communication plus horizontale et d'endosser un nouveau rôle : celui de « community manager », de « manager de communautés ». L'une de leur mission sera alors de questionner les citoyens et d'intégrer leurs propositions dans l'élaboration de programmes politiques. Il leur faudra sans doute pour cela s'affranchir des partis traditionnels afin d'évoluer vers une forme de démocratie plus directe.

Plusieurs personnes explorent déjà cette voie.

Un des concepts les plus novateurs a récemment été lancé en Suisse. Il s'agit de la Wikicratie. Lors des élections au Grand Conseil Vaudois en mars 2012, Jean-François Huertas, Gaétan Fragnière et Pierre Nicolas, trois jeunes gens du district de Nyon, ont proposé de devenir des wikicrates et de voter à l'Assemblée Cantonale en fonction des indications que le peuple leur auraient transmises via un réseau social spécifique. Leur credo : redonner la parole aux citoyens en utilisant les nouvelles technologies. Leur modèle : Jean-Jacques Rousseau. Dans le « Contrat Social », le philosophe genevois défend une démocratie plus participative que représentative afin d'éviter la naissance d'intérêts de partis au détriment de l'intérêt général. Leur liste n'a malheureusement pas atteint le quorum de 5% nécessaire à l'obtention d'un siège.

Il faudra aussi surveiller la France. Si François Hollande a demandé il y a quelques jours à ses ministres de « *faire attention à leurs activités numériques* », il leur a également fait signer une charte de déontologie... Charte dans laquelle il est stipulé que les membres du gouvernement doivent être à l'écoute des citoyens et qu'ils devront développer la consultation du public en utilisant les possibilités offertes par l'internet. La e-démocratie a donc de beaux jours devant elle, même si elle doit encore créer les plateformes nécessaires à son expression.



MAJ Consulting est une agence de web marketing et de référencement basée à Genève. Nous élaborons des stratégies qui mêlent marketing, marketing digital et relations publiques. Notre approche systémique nous permet d'organiser les moyens d'actions afin qu'ils rentrent en résonance et se renforcent mutuellement.

Notre expertise en communication politique, couplée à des outils d'analyse et de veille de réputation de pointe, font de nous une entreprise leader en gestion de la e-réputation appliquée à la politique en Suisse.

Des compétences pointues. La mesure de la performance.
Une vision claire. www.majconsulting.ch

NOS SPÉCIALITÉS :

E-réputation

Médias sociaux

Search Engine Optimization (SEO)



Suivez-nous



Devenez fan



LinkedIn

MAJ Consulting

Rue Dancet, 22c
1205 Genève
Suisse

Tél. +41 (0)22 550 14 24
info@majconsulting.ch

CHARGÉS D'ÉTUDE :

Paul Merz p.merz@majconsulting.ch
Fondateur de MAJ Consulting

Sandra Ansanay s.ansanay@majconsulting.ch
Journaliste

Cliquez  pour visiter notre site web.