

INTERNET Dans la foulée des dernières élections présidentielle et législatives, une étude du cabinet Anthenor Public Affairs analyse l'appropriation de la blogosphère par les députés. Une révolution qui va modifier également la campagne des municipales.

Les députés, de sacrés blogueurs

C'est sur son blog que **Christian Vanneste**, député UMP du Nord et prétendant à la mairie de Tourcoing, a choisi de répondre au tollé provoqué par le soutien officiel de l'UMP à sa candidature, après sa condamnation en 2006 pour propos homophobes. A l'autre bout de la France, c'est sur son blog également que Pierre Cohen, député PS de Haute-Garonne et candidat à la mairie de Toulouse, vient de dévoiler sa liste définitive, chacun de ses membres se présentant dans une vidéo.

Véritable phénomène de société, le blog (ou journal de bord interactif sur Internet), est devenu un outil incontournable de communication politique, comme le démontre une étude d'Anthenor Public Affairs. «Nous avons voulu rendre compte, sans exhaustivité ni a priori, du degré d'appropriation de la blogosphère par les députés, ainsi que de leur intégration dans ce qu'on appelle le Web 2.0», explique Gilles Lamarque, dirigeant de ce cabinet.

Réalisée aux mois de septembre et octobre 2007 sur un panel de 100 députés, cette étude est un instantané des modes d'utilisation du blog et d'Internet par les parlementaires. Et les résultats sont saisissants : lors des der-

nières élections, les parlementaires ont annoncé les uns après les autres, avec un certain succès, la création de leur page interactive, régulièrement mise à jour au gré des évolutions de la campagne et des messages postés par les élus. Aujourd'hui, environ 80 % des députés ont une page personnelle sur le Web. Parmi eux, la plupart (87 %) sont présents via un site Internet, souvent nommé blog en raison de son fort contenu éditorial. Un peu moins de 20 % ont un blog ainsi qu'un site personnel, le blog étant, dans ce cas, actualisé plus fréquemment.

Une des raisons de son succès réside dans le fait qu'il s'agit d'un outil de communication peu coûteux, à forte visibilité, avec un espace non contraint pour un contenu rédactionnel, des photos, etc. «C'est avant tout un moyen de campagne, un trait d'union entre le parlementaire et ses électeurs, lui offrant la capacité de communiquer à sa convenance : dans le ton, les modalités, l'espace, la mise à jour», précise Gilles Lamarque. Véritable journal personnel, les blogs font coexister présentation du travail à l'Assemblée, travail en circonscription, opinions sur les questions d'actualité.

Autre atout, le blog est simple d'utilisation. Il permet de diffuser librement – à tous ceux qui disposent d'une connexion Internet performante – des photos ou des vidéos assez longues, de qualité relativement bonne, devenant une médiathèque qui illustre le travail de terrain de l'écu, ses déplacements, ses rencontres, tout

en permettant une interaction immédiate avec le public. Les lecteurs sont alors invités à réagir, à commenter l'actualité ou à converser entre eux : plus de 95 % des pages étudiées proposent cette opportunité de contact. Nombreux sont les députés qui ont ainsi compris l'intérêt de développer l'interactivité car elle leur permet d'instaurer un dialogue régulier et de mettre en place une relation de proximité entre élus et citoyens.

Reste à fidéliser le lecteur, et donc l'électeur. Le secret : la mise à jour du blog. Plus celle-ci sera régulière, plus les lecteurs reviendront visiter la page Internet. Pourtant, la périodicité quotidienne que l'on imagine inhérente à ce type de média n'est pas encore la règle, l'écu n'entendant pas être enserré dans un calendrier contraignant. Heureusement, la technologie peut venir en renfort, comme avec le système dit de fil RSS, qui permet aux internautes de recevoir, sans s'y connecter, les nouveaux billets, commentaires ou dépêches : 60 % des blogs proposent cet outil, utilisé sur le modèle de la newsletter arrivant à intervalles irréguliers.

Incontestablement, ce nouveau mode de communication facilite, pour les députés, la prise de contact. Ils laissent ainsi souvent leur adresse mail, qui n'est que dans 13 % des cas leur adresse «@assemblée-nationale.fr», les parlementaires utilisant principalement l'adresse du site Internet. Car, comme le souligne Gilles Lamarque, «l'intérêt du blog réside dans son interactivité et dans le dialogue permanent qu'il permet de mettre en place avec les internautes». ■

Yann Mirand

La périodicité quotidienne que l'on imagine inhérente à ce type de média n'est pas – ou pas encore – la règle.

LE TOP 10 DES DÉPUTÉS SUR GOOGLE

Voici les 10 blogs de députés les plus référencés sur Google, au 30 septembre 2007 :

1. Jean Dionis du Séjour (NC, Lot-et-Garonne)
2. Eric Raoult (App. UMP, Seine-Saint-Denis)
3. Christian Vanneste (UMP, Nord)
4. Jean-Christophe Cambadélis (SRC, Paris)
5. François de Rugy (GDR, Loire-Atlantique)
6. Marie-Hélène des Esgaulx (UMP, Gironde)
7. Pascal Terrasse (SRC, Ardèche)
8. Yves Jégo (UMP, Seine-et-Marne)
9. Annick Girardin (App. SRC, St-Pierre-et-Miquelon)
10. Valérie Pécresse (UMP, Yvelines *)

* Devenue ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.