

# QUI VA GAGNER SUR LES RÉSEAUX?

Les candidats à l'élection tentent d'attirer les jeunes en usant et abusant des réseaux sociaux. Pas facile de convaincre les 18-24 ans de voter pour eux...

↳ Apolline Guichet



© ADODE STOCK



## DES CANDIDATS COMPLÈTEMENT TIKTOK

### La jeunesse dans le viseur par Emmanuel Macron



#### Cadre présidentiel.

Les drapeaux, les dorures qui font imaginer le palais de l'Élysée, et le logo RF de la République Française gravé dans le fond : Emmanuel Macron veut montrer que jusqu'au bout, le Président, c'est lui.



**#endometriose.** Il parle ici de cette maladie qui concerne une femme sur dix et qui a longtemps été négligée : le Président a pris l'habitude d'utiliser TikTok au cours de son mandat mais uniquement sur les sujets qui touchent directement les jeunes comme le harcèlement ou le ZEvent, le projet caritatif piloté par des streameurs.

**Selfie.** Depuis la vidéo où il avait annoncé avoir le Covid en mode selfie et col roulé, il reprend ce mode fréquemment dans ses TikToks comme s'il n'y avait pas d'intermédiaire entre lui et ceux qui le regardent.

#### Et les autres ?

**mip.official** Marine Le Pen · 2021-12-15  
Danse si tu assumes de faire de la jeunesse la priorité du prochain quinquennat. 🤪



Marine Le Pen esquisse des pas de danse sur cette légende « Danse si tu assumes de faire de la jeunesse la priorité du prochain quinquennat. 🤪 »

**dupontoignannicolos** · Les votes de @Jean-Baptiste Djebbari maintenant que NDA est sur TikTok:



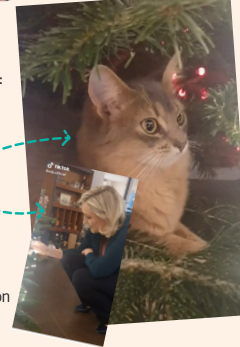
Nicolas Dupont-Aignan a lancé son compte dans une vidéo où il dit : « Je veux être sur TikTok, on y va ! », reconnaissant deux secondes après savoir « vaguement » ce que c'est.

**Au-delà du réservoir de voix que représente la jeunesse, c'est tout un imaginaire que veulent capter les candidats pour montrer qu'ils ne sont pas dépassés : la question des générations futures, c'est celle aussi qui préoccupe les parents et les grands-parents. Toucher les jeunes, c'est toucher la société par ricochets.**

### La stratégie du chaton par Marine Le Pen



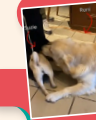
**Dans son salon.** La candidate ouvre les portes de chez elle sans dévoiler grand-chose : le but est de montrer un visage moins dur, d'adoucir son image.



**Chaton mignon.** L'animal a depuis toujours la cote sur Internet, c'est le million de vues assuré et c'est d'ailleurs sa vidéo la plus regardée sur TikTok (4 millions)!

#### Et les autres ?

**fabien\_roussel** Fabien Roussel · Plus d'humanité en eux qu'en Zemmour.



Fabien Roussel a posté une vidéo présentant à ses abonnés deux chiens qui jouent, mais le candidat du Parti communiste français n'oublie pas de faire de la politique dans la légende : « Plus d'humanité en eux qu'en Zemmour. »

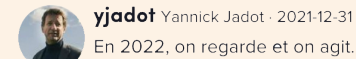
**zemmour\_eric** Zemmour\_Eric · Mon nouvel ami #Zemmour



Comme une réplique, ce dernier s'est affiché caressant le museau d'un cheval avec cette légende : « Mon nouvel ami. »

**Les vidéos d'animaux sont attendrissantes, elles permettent de parler d'intimité sans dévoiler grand-chose de soi. À travers la mise en scène du lien avec l'animal, les candidats veulent renvoyer à leur humanité.**

### Le remix de "Don't Look Up" par Yannick Jadot



**Ne regardez pas.** Traduction de *Don't Look Up*, le film qui a cartonné sur Netflix et qui dénonce l'inaction climatique.

**Images-chocs.** Ancrées dans la culture web, les images catastrophiques enchaînées sans contexte interpellent les internautes.



#### Et les autres ?

**jmelanchon** Jean-Luc Mélenchon · Ils vous disent #DontLookUp Pas moi!



Jean-Luc Mélenchon a également repris la référence en intégrant des passages du film à l'un de ses discours avec cette légende sur TikTok : « Ils vous disent #DontLookUp. Pas moi! »

**S'approprier le message du film ou de la série du moment est un moyen direct de parler à un public éloigné de la politique.**

## La métaphore du strike par Éric Zemmour



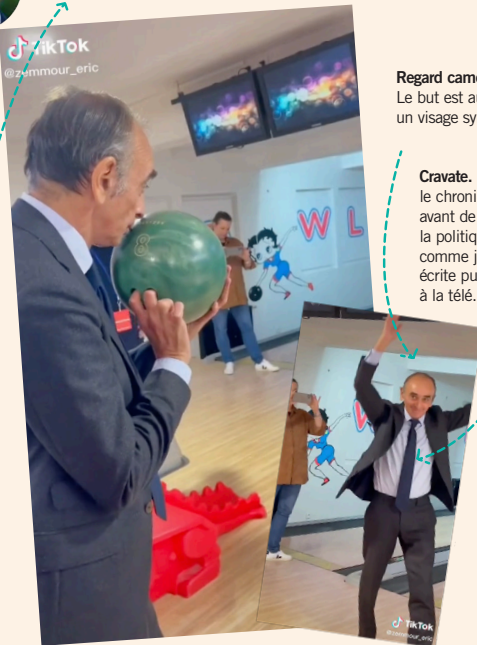
zemmour\_eric Zemmour\_Eric · 2021-10-23  
#zemmour #ericzemmour #croiseedeschemins #rouen #OPPOChallenge #livre #bowling #2022

### Piste de bowling.

En s'associant à un loisir populaire (on a aussi vu Éric Zemmour au Parc des Princes assistant à un match de foot ou sur un terrain de tennis), il casse son image d'intellectuel et se montre comme tout le monde. Même s'il n'a pas enfilé les grosses chaussures de bowling, normalement obligatoires!

### #OPPOchallenge.

Hashtag associé aux tiktokeurs reproduisant une danse sur le son de Gims et Vitaa (et donc une pub déguisée pour la marque de téléphone OPPO) : le candidat ne danse pas mais son équipe y a vu une opportunité de pousser sa vidéo avec un hashtag populaire.



**Regard caméra et sourire.**  
Le but est aussi de montrer un visage sympathique, rieur.

**Cravate.** Celle qui distingue le chroniqueur du candidat: avant de se lancer dans la politique, il a commencé comme journaliste de presse écrite puis débatteur à la télé.

## La machine à punchlines par Jean-Luc Mélenchon



jlmelenchon Jean-Luc Mélenchon · 2021-12-9  
#Macron #Europe 🇫🇷  
♪ son original - Jean-Luc Mélenchon



**Son pas si original.** On entend cette punchline du rappeur Nanke en fond sonore: «C'est bien d'nous raconter ta vie mais pélo, nous on sait que tu mens.» Un choix musical pointu et malin, car en rentrant ce son dans la bibliothèque TikTok, des centaines de comptes vont le reprendre dans leur vidéos en créditant Jean-Luc Mélenchon.

**Regard saoulé.**  
Grâce à l'écran du fond on comprend que le candidat réagit au discours de Macron.

**Sens du message.** À la fin, sur l'apparition du logo de l'Union populaire (mouvement de soutien du candidat), cet extrait du même rappeur est repris: «On va percer sans être pressé/ C'est à la concu' qu'on met la pression.»

### Et les autres ?

christianetaubira\_off  
#taubira #basketball



♪ Dans la première vidéo TikTok de Christiane Taubira, après l'annonce de sa candidature, on la voit marquer un panier de basket et faire le même V de la victoire.

jeanlassalleoff  
N'hésitez pas à me suivre sur mon compte tiktok!  
#lassalle2022 #resistons



♪ Jean Lassalle, candidat du parti Résistons!, monte sur le ring avec des gants de boxe, autre symbolique sportive et guerrière pour se montrer prêt au combat.

■ C'est un classique de la communication politique d'associer des politiques à un sport (ou de s'afficher avec des sportifs populaires) pour que les électeurs se sentent plus proches et s'identifient à eux.

### Et les autres ?



vpecresse Valérie Pécresse · 113  
Quand tu reçois des compliments 🥰  
♪ High School - Nicki Minaj



♪ On ne s'attendait pas à suivre la campagne de Valérie Pécresse sur du Nicki Minaj (High School par deux fois!).



mlp.official Marine Le Pen · 17  
Toujours un plaisir de venir à votre rencontre!  
♪ Sunset Lover - Petit Biscuit



♪ Marine Le Pen est dans des mouvances plus électros avec du Petit Biscuit ou du Beyoncé remixé.

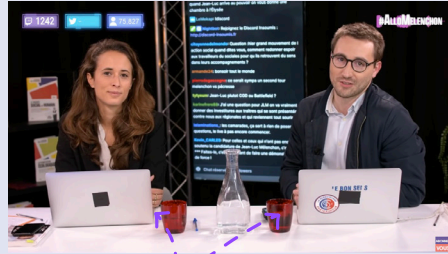
■ TikTok est le réseau qui donne autant de place à la musique qu'à l'image et en politique, dans un meeting comme dans un clip de campagne, le choix des musiques n'est pas anecdotique: il permet d'orchestrer une ferveur ou d'appuyer un message.

## Jean-Luc Mélenchon fait la course en tête sur Twitch



**#AlloMelenchon.** Le candidat n'hésite pas à attraper des questions anecdotiques dans le tchat pour parler d'une tortue qu'il a eue ou de son cactus nommé Amilto, le ton est plus posé, frôlant la confiance.

**Fraises Tagada.** Tous les codes de Twitch sont là: ambiance décontractée, lumières tamisées et néons colorés.

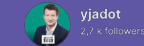


**Bien entouré.** Antoine Léaumont, alias Le Bon Sens sur les réseaux, est chargé de la communication numérique du candidat. Clémence Guetté est co-responsable de son programme. À eux deux, ils incarnent la jeunesse et la parité.



**Twitter Spaces.** Le candidat s'est lancé sur Twitch en investissant toutes les fonctionnalités comme celle-ci qui permet des conversations audios avec les internautes, via Twitter. Déjà en 2017, il avait marqué la campagne d'un bond technologique en développant sa chaîne YouTube.

### Et les autres ?



Yannick Jadot est le seul à s'être lancé sur Twitch



par la suite avec une vraie grille de programmes: trois émissions par semaine, animées par ses soutiens avec du vert partout dans les titres (Baron Vert, Vert l'infini et au-delà, Fond Vert).

Twitch offre aux candidats une belle proximité avec le public et un espace d'expression (le temps de parole n'y est pas décompté contrairement à la radio et à la télé). Mais la plate-forme implique de se laisser aller à plus de spontanéité que dans des débats classiques et du temps pour bâtir une vraie communauté.

## Éric Zemmour déplace l'élection sur YouTube



**Une nouveauté.** C'est la première fois qu'un candidat se déclare en postant une vidéo sur YouTube.

**Micro rétro.** En reprenant cet objet symbolique et le même cadrage que le général de Gaulle lors de l'appel du 18 juin 1940 pour libérer la France, le candidat se pose en sauveur du pays. Une mise en scène dénoncée par la Fondation Charles-de-Gaulle.



**Des images-chocs.** Superposées au discours, elles permettent d'imprimer un imaginaire chaotique tout en conservant un langage des plus grandiloquents dans la déclaration.



**Des archives.** 114 séquences au total, dont le candidat n'a pas les droits. Malgré une assignation en justice et une restriction de YouTube interdisant la vidéo aux moins de 18 ans pour ses « contenus choquants ou violents », elle a généré plus de trois millions de vues.

### Et les autres ?



François Asselineau a récolté 0,9% des voix lors de l'élection présidentielle précédente mais il a autant d'abonnés sur YouTube qu'Emmanuel Macron (mais pas les 500 signatures pour aller jusqu'au bout). Il a compris ce qui plaisait à l'algorithme et poste des vidéos très régulièrement, en misant sur des titres qui font cliquer (« Asselineau débunké les vœux de Macron »).

Valérie Pécresse est la seule à ne pas afficher son nombre d'abonnés: en regardant les vues de ses vidéos, on imagine qu'il n'est pas élevé.

La grande absente est Anne Hidalgo, l'une des seules candidates à ne pas avoir de chaîne YouTube.

Les représentants des partis traditionnels (Parti socialiste, Les Républicains) sont moins présents sur les réseaux parce que leur électoral, souvent plus âgé, y est moins sensible. De leurs côtés, les candidats des extrêmes utilisent depuis longtemps les réseaux pour militer et prendre la parole en s'opposant aux médias traditionnels. Ils pensent aussi pouvoir convaincre les abstentionnistes et les jeunes via ces canaux.

Merci à Gaspard G et à l'équipe d'Intelto, à Arnaud Mercier, professeur en communication à l'Université Paris-Panthéon-Assas.



9<sup>ème</sup> AVRIL 2022  
N°539 - 15,20 €  
ISSN: 0249-8138  
Commission paritaire:  
0423 K 82967  
Luxembourg: 5,80 €

