

# Baromètre 2015

## L'e-réputation du gouvernement fédéral belge

15 octobre 2015

### SOMMAIRE

<b>1</b>	<b>Introduction</b>	<b>2</b>
1.1	Contexte	2
1.2	méthode	2
<b>2</b>	<b>En résumé</b>	<b>3</b>
2.1	Tableau de synthèse	3
2.2	Points marquants	3
<b>3</b>	<b>En détail</b>	<b>4</b>
3.1	Visibilité	4
3.2	tonalité	5
3.3	Influence	7
3.4	Les champions des réseaux sociaux	8
3.5	Projecteur sur l'Influence Twitter des ministres MR	9
<b>4</b>	<b>A propos de l'agence REPUTATION 365</b>	<b>10</b>
4.1	Auteur de l'étude	10
4.2	Qui sommes-nous ?	10
4.3	Suivez avec nous l'actualité de l'e-réputation	10

# 1 INTRODUCTION

## 1.1 CONTEXTE

Il y a un an jour pour jour, le gouvernement Michel entamait sa première journée de travail. A cette occasion nous dressions **l'état des lieux de l'image sur Internet de ces nouveaux ministres**. Entre les vieux routiers de la communication comme Didier Reynders et de jeunes ministres débutants dans l'arène nationale, les contrastes étaient forts !<sup>1</sup>

**Aujourd'hui, nous reprenons notre grille d'analyse pour repasser l'image de ces ministres à la moulinette.**

Après un an de travail, de réussites, d'échecs, de polémiques et de coups de com', nous voulions savoir si le classement 2014 avait changé, si les stratégies de communication avaient évolué, s'il y avait des disparités entre nord et sud du pays.

## 1.2 METHODE

**Nous avons regroupés 18 critères d'analyse en 3 catégories qui forgent la popularité et la réputation :**

1. Visibilité sur Internet,
2. Tonalité d'image (évaluation manuelle),
3. Influence sur les réseaux sociaux.

Les données collectées ont été recueillies le 12 octobre 2015 en ne retenant que les données produites sur les 12 derniers mois.

Comme il s'agit d'un bilan, nous avons volontairement exclu **Sophie Wilmes** et maintenu **Hervé Jamar** dans cette étude. Le passage de relais a eu lieu le 22 septembre 2015. Cette date est trop récente pour dégager des tendances sur le changement de ministre.

---

<sup>1</sup> <http://www.reputation365.eu/audit-e-reputation/le-barometre-e-reputation-des-ministres-du-gouvernement-federal-begov/>

## 2 EN RESUME

### 2.1 TABLEAU DE SYNTHESE

2015	2014	PARTI	NOM	SCORE
1	1	MR	Charles Michel	84,1%
2	2	MR	Didier Reynders	70,7%
3	12	NVA	Theo Francken	62,2%
4	5	Open VLD	Maggie De Block	58,4%
5	3	Open VLD	Alexander De Croo	58,3%
6	6	CD&V	Kris Peeters	57,0%
7	8	Open VLD	Bart Tommelein	51,2%
8	7	NVA	Johan Van Overtveldt	48,6%
9	17	NVA	Jan Jambon	45,7%
10	4	CD&V	Koen Geens	44,2%
11	18	MR	Jacqueline Galant	41,2%
12	16	MR	Marie-Christine Marghem	39,2%
13	10	NVA	Steven Vandeput	39,2%
14	14	MR	Hervé Jamar	36,1%
15	13	MR	Willy Borsus	35,7%
16	9	NVA	Elke Sleurs	31,6%
17	15	MR	Daniel Bacquelaine	29,7%
18	11	CD&V	Pieter De Crem	26,8%

### 2.2 POINTS MARQUANTS

**Theo Francken** est le grand gagnant de ce baromètre avec un gain de 9 places qui le propulse en 3e position. C'est sa tonalité d'image qui le prive d'un classement plus élevé. A noter que cette tonalité est très différente au sud du pays (32%) et au nord (58%).

**Charles Michel** reste "le 1er" du classement et son score passe de 77% à 84%, grâce notamment à une énorme couverture presse belge et européenne.

**Didier Reynders** garde sa 2e place grâce à sa régularité et sa diversité médiatique et sur les réseaux sociaux.

**Pieter de Crem** dévise totalement (-7 places) et finit dernier à 26,8%

**Willy Borsus** populaire au sud est inconnu au nord. Pour **Bart Tommelein**, très actif sur Twitter en néerlandais, c'est l'inverse.

D'ailleurs, l'emploi des langues sur les comptes sociaux des ministres reste **majoritairement unilingue**. Étrange comme stratégie lorsque l'on veut fédérer des idées et inciter au partage dans un pays trilingue.

## 3 EN DETAIL

### 3.1 VISIBILITE

L'indice de visibilité mesure **la surface médiatique du ministre** produite en 2015 et nous la comparons à celle de 2014.

Nous prenons en compte les blogs, la presse en ligne, le nombre de fois où le nom du ministre est cité sur Twitter, etc.

			visibilité	
2015	PARTI	NOM	SCORE	PLACE
1	MR	Charles Michel	94%	0
2	NVA	Theo Francken	63%	+15
3	Open VLD	Maggie De Block	56%	+7
4	MR	Didier Reynders	50%	-2
5	CD&V	Kris Peeters	50%	0
6	NVA	Jan Jambon	40%	0
7	NVA	Johan Van Overtveldt	39%	+1
8	CD&V	Koen Geens	36%	-4
9	MR	Jacqueline Galant	35%	+7
10	Open VLD	Alexander De Croo	34%	-7
11	Open VLD	Bart Tommelein	33%	-2
12	MR	Hervé Jamar	22%	+2
13	MR	Marie-Christine Marghem	21%	+5
14	NVA	Steven Vandeput	20%	+1
15	CD&V	Pieter De Crem	19%	-8
16	MR	Daniel Bacquelaine	19%	-3
17	MR	Willy Borsus	18%	-6
18	NVA	Elke Sleurs	16%	-6

## 3.2 TONALITE

La tonalité d'image est une variable essentielle de l'e-réputation. Nous avons lu **les 30 articles de presse les mieux référencés** et qui concernent chaque ministre pour évaluer l'image qui s'en dégage : très négatif, négatif, neutre, positif, très positif.

Nous avons également évalué **les commentaires des lecteurs** qui accompagnent ces articles.

			tonalité	
2015	PARTI	NOM	SCORE	PLACE
1	Open VLD	Maggie De Block	78%	0
2	MR	Didier Reynders	72%	+12
3	Open VLD	Bart Tommelein	69%	+5
4	NVA	Steven Vandeput	66%	+3
5	MR	Charles Michel	65%	+3
6	CD&V	Kris Peeters	65%	+5
7	Open VLD	Alexander De Croo	64%	-4
8	NVA	Johan Van Overtveldt	63%	-4
9	MR	Hervé Jamar	62%	+2
10	MR	Marie-Christine Marghem	61%	-4
11	MR	Willy Borsus	58%	+4
12	MR	Daniel Bacquelaine	56%	+4
13	NVA	Jan Jambon	55%	+5
14	CD&V	Koen Geens	52%	-2
15	NVA	Elke Sleurs	52%	-10
16	CD&V	Pieter De Crem	51%	+1
17	NVA	Theo Francken	45%	-15
18	MR	Jacqueline Galant	39%	-5

**Maggie De Block** se maintient la tête du classement avec un capital sympathie hors norme. Les internautes et la presse commentent de manière positive son cocktail « fermeté et empathie ».

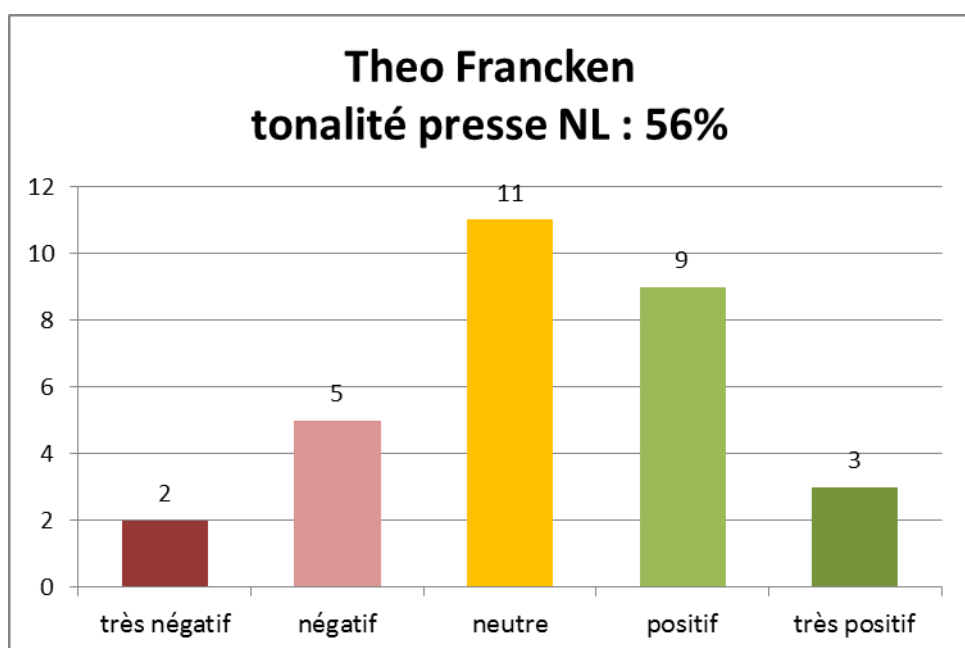
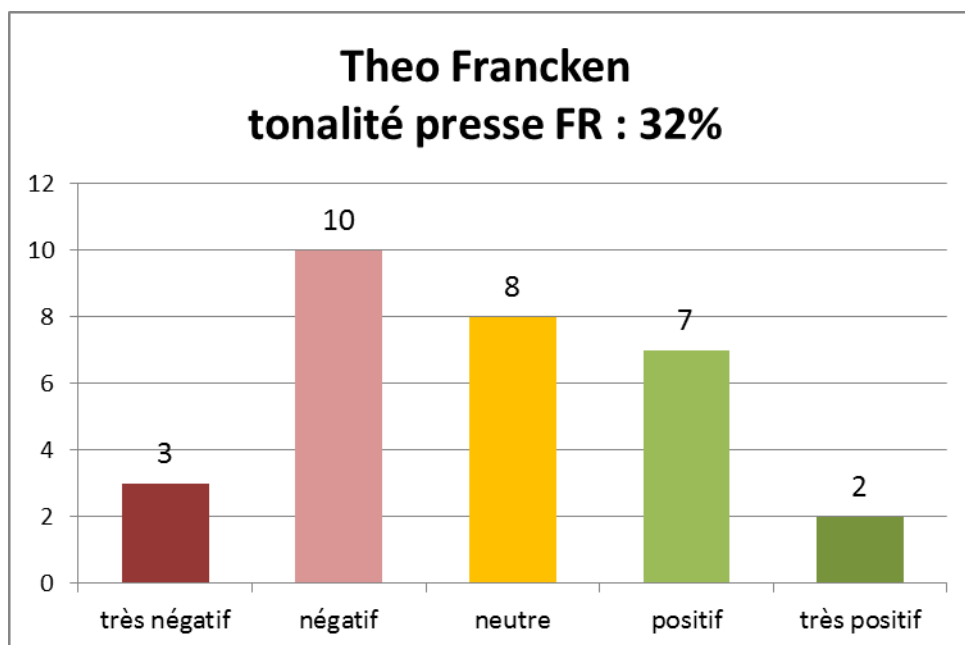
Le cas de **Jacqueline Galant** est ambivalent : elle est moquée sur les réseaux et en partie dans la presse francophone, elle est relayée de manière assez neutre dans la presse néerlandophone mais les commentaires à son sujet sur Facebook restent bienveillants et peu agressifs. Sa tonalité d'image est tout de même la plus faible de ce baromètre (39%). C'est son incompétence et son manque de stature qui

sont montrés du doigt là où pour **Theo Francken** (2e tonalité la plus basse), c'est son agressivité et sa communication brouillonne qui sont critiqués.

Le cas de **Theo Francken** est également représentatif d'un constat de cette étude : les disparités nord-sud.

C'est le membre de gouvernement qui recueille les commentaires les plus extrêmes (positifs et négatifs). Les camps sont marqués et les articles de presse participent à cette image contrastée.

Voici la répartition de l'image de Theo Francken dans 30 articles de presse francophones et dans 30 articles néerlandophones.



### 3.3 INFLUENCE

Les réseaux sociaux sont devenus incontournables dans la stratégie de communication du monde politique.

Mais **les réseaux sociaux sont encore très souvent utilisés par les personnalités politiques en mode « top-down »**. Cette approche « à l'ancienne » du porte-voix vers la foule n'est pas dans l'esprit de dialogue des réseaux sociaux.

C'est pour cette raison que notre indice d'influence tient compte du nombre de personnes abonnées, mais aussi du nombre de fois où la conversation s'engage sur Twitter ou dans les commentaires Facebook.

			influence	
2015	PARTI	NOM	SCORE	PLACE
1	MR	Charles Michel	93%	0
2	MR	Didier Reynders	90%	0
3	NVA	Theo Francken	79%	+13
4	Open VLD	Alexander De Croo	77%	+1
5	CD&V	Kris Peeters	56%	-2
6	Open VLD	Bart Tommelein	52%	+3
7	MR	Jacqueline Galant	49%	+7
8	CD&V	Koen Geens	44%	-2
9	NVA	Johan Van Overtveldt	43%	-2
10	NVA	Jan Jambon	42%	0
11	Open VLD	Maggie De Block	42%	-7
12	MR	Marie-Christine Marghem	36%	+6
13	NVA	Steven Vandeput	31%	+2
14	MR	Willy Borsus	31%	-3
15	NVA	Elke Sleurs	26%	-3
16	MR	Hervé Jamar	24%	+1
17	MR	Daniel Bacquelaine	14%	-4
18	CD&V	Pieter De Crem	10%	-10

## 3.4 LES CHAMPIONS DES RESEAUX SOCIAUX

### 3.4.1 DIDIER REYNDERS : LES ABONNES

Là où d'autres au MR peinent à fédérer 1500 abonnés sur twitter ou à comprendre la différence entre une Fanpage Facebook et une page perso limitée à 5000 amis, Didier Reynders pulvérise les scores.

Il double cette année Alexander de Croo qui était le ministre plus suivi sur Twitter en 2014 :

- 66.700 personnes suivent Didier Reynders sur Twitter<sup>2</sup>
- 27.300 le suivent sur Facebook (+4.000 fans en un an)<sup>3</sup>

Sa recette ? Une régularité de métronome : 6 tweets par jour depuis 6 ans alliant informations officielles, coulisses et beaucoup de retweets pour créer de l'engagement. **Un champion du « Personal Branding ».**

### 3.4.2 BART TOMMELEIN : LE DIALOGUE 2.0

Celui qui a le plus twitté (après Didier Reynders) c'est l'Open VLD **Bart Tommelein**<sup>4</sup> (près de 10.000 tweets, soit 4,5 tweets par jour depuis 6 ans).

Ce qui est notable c'est que près de deux tiers de ses tweets comportent le pseudo d'un autre twitto et souvent en début de tweet. En clair : il interpelle, répond, cite les autres. Le nombre des tweets mis en favoris (1100) confirme qu'il interagit beaucoup.

Il utilise Twitter pour structurer et renforcer les liens avec son environnement : d'autres personnalités politiques, des journalistes ou des citoyens lambda. Il utilise Twitter pour diffuser l'info, la faire remonter et partager celle des autres. **C'est le champion de la communication multidirectionnelle et c'est cela l'esprit des réseaux sociaux.**

Un bémol : il ne twitte et ne publie sur Facebook<sup>5</sup> qu'en néerlandais. Etrange stratégie pour un ministre fédéral. C'est d'ailleurs le constat que l'on peut dresser de la large majorité des ministres et secrétaires d'état néerlandophones (à part Maggie De Block<sup>6</sup>) : **ils sont unilingues sur les réseaux sociaux.**

Côté francophone on observe un peu la même tendance mais de manière moins marquée (1/4 des tweets sont souvent en néerlandais).

---

<sup>2</sup> <https://twitter.com/dreynders>

<sup>3</sup> <https://www.facebook.com/didier-reynders-66985740526/>

<sup>4</sup> <https://twitter.com/Barttommelein>

<sup>5</sup> <https://www.facebook.com/barttommelein>

<sup>6</sup> [https://twitter.com/Maggie\\_DeBlock](https://twitter.com/Maggie_DeBlock)



### 3.4.3 THEO FRANCKEN : LE NOMBRE DE MENTIONS

**Theo Francken**<sup>7</sup> utilise beaucoup Twitter et est devenu un spécialiste des dérapages en twittant dans l'émotion. Difficile de faire passer des nuances en 140 caractères d'autant que la communication consensuelle ne semble pas être dans son ADN. Ses phrases chocs au ton tranché et souvent à l'emporte-pièce sont alors beaucoup commentés, critiqués mais aussi retwittés.

Il se paie ainsi le luxe d'avoir l'un des pseudos Twitter les plus cités de tout le gouvernement, parfois même plus que celui du 1<sup>er</sup> Ministre. Du 13 septembre au 12 octobre 2015 : 4300 fois contre 3500 fois pour Charles Michel... et 62 pour Pieter de Crem ou Daniel Bacquelaine.

Il pourrait faire sienne la maxime de Léon Zitrone « *Qu'on parle de moi en bien ou en mal, peu importe. L'essentiel, c'est qu'on parle de moi !* ». C'est une tendance que l'on observe d'ailleurs de plus en plus chez les communicants. **C'est le champion du (bad)buzz marketing.**

## 3.5 PROJECTEUR SUR L'INFLUENCE TWITTER DES MINISTRES MR

Nous nous sommes penchés sur l'influence des ministres MR sur Twitter en allant au-delà du simple nombre de followers :

- Combien de journalistes francophones les suivent ?
- Combien de membres du Mouvement réformateur les suivent ?
- Comment sont-ils impliqués dans les conversations ?

NOM	Score influence	mentions @ en un mois	abonnés (followers)	membres MR abonnés	journalistes FR abonnés
<b>Charles Michel</b>	429	3529	50573	194	235
<b>Didier Reynders</b>	426	2096	66761	189	237
<b>Jacqueline Galant</b>	272	944	4206	138	134
<b>Willy Borsus</b>	251	272	3057	131	120
<b>Hervé Jamar</b>	244	140	2735	133	111
<b>Marie-Christine Marghem</b>	143	346	1390	62	81
<b>Daniel Bacquelaine</b>	117	63	1082	70	47

Note : données collectées le 12 octobre 2015. Le nombre de mentions du pseudo Twitter a été calculé sur un mois, avant le jour de la rentrée parlementaire qui a donné lieu à un volume inhabituel de mentions.

<sup>7</sup> <https://twitter.com/FranckenTheo>

## 4 A PROPOS DE L'AGENCE REPUTATION 365

### 4.1 AUTEUR DE L'ETUDE

Je suis à votre écoute pour toute question :  
Vincent Pittard  
+32 474 99 42 39  
[vincent@reputation365.eu](mailto:vincent@reputation365.eu)

### 4.2 QUI SOMMES-NOUS ?

Fondée début 2014 à Louvain-la-Neuve, l'agence REPUTATION 365 renforce et défend la réputation des dirigeants et de leurs organisations en réunissant 8 métiers complémentaires : Journaliste, Avocat, relations publiques, réseaux sociaux, sécurité informatique, référencement, profiling, photo et image.

**Une approche à 365°, 365 jours par an.**



Présentation de notre équipe : <http://www.reputation365.eu/lequipe/>

#### **REPUTATION 365**

[www.reputation365.eu](http://www.reputation365.eu)

Tél. : + 32 10 39 44 00

Business Centre du Cercle du lac

1 rue de Rodeuhaie

1348 Louvain-la-Neuve (Belgique)

### 4.3 SUIVEZ AVEC NOUS L'ACTUALITE DE L'E-REPUTATION



**BLOG**

**Audits, décryptages, interviews, conseils :** [www.reputation365.eu/blog](http://www.reputation365.eu/blog)



**PAPER.LI**

La revue de presse de l'E-REPUTATION : <http://veille.reputation365.eu>



**TWITTER**

<https://twitter.com/reputation365>



**GOOGLE+**

<https://www.google.com/+Reputation365Eu-manage-your-edentity>



**FACEBOOK**

<https://www.facebook.com/reputation365>



**LINKEDIN**

<https://www.linkedin.com/company/reputation-365>



**LA LIBRE**

Tous les week-ends, nous dressons l'audit e-réputation de l'invité « Face et Profil » de La Libre Belgique.