

Introduction

Le magazine Médor, dont nous sommes des collaborateurs, prépare la publication d'une enquête sur les publicités des partis politiques sur les réseaux sociaux.

Dans ce contexte, nous sollicitons différents témoins et experts, et bien sûr nous nous adressons aux partis eux-mêmes. Nous avons peut-être déjà échangé oralement avec un membre de votre équipe de communication.

Nous vous adressons, en pièce jointe, un questionnaire écrit, qui nous permettra de comparer plus précisément les pratiques des différents partis. Nous espérons que vous prendrez le temps d'y répondre, dans un effort de transparence sur cette question d'intérêt public, qui est encore méconnue du grand public.

Si des éléments de ce questionnaire vous semblent devoir rester confidentiels, vous pouvez simplement le préciser, et répondre aux autres questions.

La date limite pour l'envoi des réponses est le 31 août.

Nous vous remercions d'avance pour votre collaboration.

Questionnaire

Combien de personnes, au sein du parti, sont actives dans la gestion des réseaux sociaux ?

Avez-vous eu ou faites-vous recours aux services d'une entreprise de conseil ? Pour quelles raisons ?

Quelle est la proportion du budget accordé au parti dans son ensemble d'une part et aux personnalités politiques de l'autre ?

Combien avez-vous dépensé en publicité en 2020 et en 2021 ? Ces montants sont-ils en augmentation ? Prévoyez-vous d'augmenter ces dépenses dans les prochaines années ?

Utilisez-vous les ciblage suivants sur Facebook ? Si oui, de quelle manière.

- Genre.
- Langue
- Lieu de résidence ou de travail.
- Centres d'intérêt.
- Profession

Pratiquez-vous au testing A/B, consistant à proposer plusieurs contenus et à ne conserver que ce qui fonctionne le mieux ?

L'un de vos contenus publicitaires a-t-il déjà été bloqué par Facebook ou Google ? Si oui, lequel ? Avez-vous le sentiment que cette décision était justifiée ?

Quels sont les indicateurs d'efficacité que le parti utilise pour évaluer l'efficacité de la stratégie digitale ? Taux d'engagement, portée, etc. Pouvez-vous communiquer ces indicateurs pour les derniers mois.

Constatez-vous que vos publicités sont davantage diffusées aux hommes alors que vous n'avez pas retenu de ciblage de genre ?

Le parti est-il favorable à une limitation des dépenses sur les réseaux sociaux en dehors de la période électorale. Si oui, laquelle et pourquoi ?

Achetez-vous des espaces publicitaires sur Google (keywords, Youtube, ou banners) ? Si oui, pouvez-vous fournir la proportion de dépenses Google par rapport à l'ensemble de vos publicités digitales ?

Êtes-vous présents sur les RS suivants:

- Instagram
- Twitter
- Tik Tok
- Twitch
- LinkedIn

Prévoyez-vous d'investir substantiellement sur un ou plusieurs de ces réseaux à l'approche des élections ?