



Questions / Réponses

Date : 10 octobre 2022
Embargo :

Le compte Instagram @gov.ch

Certains conseillers fédéraux sont déjà sur Instagram. Pourquoi a-t-on besoin d'un compte supplémentaire ?

Sur les comptes existants, les membres du Conseil fédéral se présentent personnellement ou en tant que chef de département. Sur @gov.ch, c'est l'ensemble du collège qui s'adresse à la population, au moyen du compte du gouvernement.

Est-il vrai que dix personnes ont été engagées pour ce compte Instagram ?

Non, ce n'est pas vrai. Dix postes supplémentaires ont été créés pour mettre en œuvre [la stratégie « Médias sociaux »](#), que le Conseil fédéral a adoptée en été 2021. Son point de départ est une recommandation de la Commission de gestion du Conseil national, qui a invité le Conseil fédéral à analyser le potentiel de l'utilisation des réseaux sociaux (« relations publiques ») et à examiner la création d'un centre audiovisuel chargé de fournir des prestations au Conseil fédéral et aux départements. Cette stratégie globale complète le travail d'information envers le public et les médias mené par le Conseil fédéral. Le personnel doit être renforcé pour fournir ces nouveaux contenus et nouvelles prestations audiovisuelles, pour les réseaux sociaux et pour la communication internationale. Des dix postes créés, six sont rattachés aux départements et quatre sont centralisés à la Chancellerie fédérale. Le Conseil national a discuté de ces dix postes en décembre 2021 lors du débat sur le budget et il les a approuvés comme proposé.



Que font concrètement ces dix nouveaux collaborateurs ?

Les postes sont intégrés aux équipes en place. Ils permettent en particulier de grandement développer les activités suivantes :

- modernisation : production de formats audiovisuels (vidéos, photos, galerie de photos, illustrations, fichiers GIF, infographies, etc.) pour tous les canaux de communication du Conseil fédéral et des départements ;
- planification des sujets en coordination avec les départements et le centre audiovisuel : sélection des sujets traités pour communiquer sur les réseaux sociaux, décision sur la forme (explication, déclaration vidéo, infographie, quiz), choix des priorités, etc. ;
- production de contenus et coordination avec les départements ; préparation dans les différentes langues des décisions, objets et activités les plus importants ;
- gestion des canaux de communication : renforcer les canaux existants du Conseil fédéral et des départements ; développement de canaux supplémentaires, tels que @gov.ch sur Instagram et, à partir de 2023, un compte Twitter en anglais pour la communication internationale du Conseil fédéral ; modération des commentaires publiés sur ces canaux ; interaction avec les utilisateurs ;
- poursuite du développement : évaluation de l'utilisation de nouvelles technologies dans la communication numérique, modernisation des sites Internet et des communiqués du Conseil fédéral et des départements, analyse du potentiel de nouvelles plateformes pour la communication gouvernementale, évaluation des bases légales de la communication sur les réseaux sociaux.

Que coûte l'exploitation de ce compte Instagram ?

La communication envers le public et les médias sur les réseaux sociaux est développée (cf. réponse précédente) en renforçant les équipes existantes et en leur confiant de nouvelles tâches. Les synergies avec l'information du public sur les sites Internet et l'information des médias sont identifiées et exploitées. Il n'est donc pas possible de donner un chiffre exact. Le coût du matériel est, lui, négligeable étant donné que le compte ne requiert pas d'investissements en soi.

Instagram sert surtout à partager de jolies photos et vidéos. Qu'est-ce que le Conseil fédéral va y faire ?

Instagram ne se limite depuis bien longtemps plus à cela. De nombreux chefs d'État et de gouvernement s'adressent au moyen de cette plateforme à un large public. En 2018, plus de 80 % des gouvernements des pays de l'ONU avaient déjà un compte Instagram¹.

Le Conseil fédéral dialoguera-t-il avec les utilisateurs ?

Les réseaux sociaux vivent des interactions. Si des utilisateurs posent de vraies questions, une réponse leur sera donnée dans la mesure du possible. Le compte @gov.ch utilisera également la possibilité d'ajouter des éléments interactifs aux publications (« stories interactives »). La forme que prendront les échanges du Conseil fédéral avec la population sur Instagram et leur ampleur ne sont pas encore définies.

Quels objectifs poursuit le Conseil fédéral avec ce compte Instagram ?

Les réseaux sociaux ont de plus en plus d'influence sur la formation de l'opinion. Le Conseil fédéral entend fournir des informations à des pans de la population qu'il n'atteint plus guère sur les autres canaux. Par ailleurs, de nombreuses informations fallacieuses circulent sur les réseaux sociaux. Par leur présence, le Conseil fédéral et l'administration fédérale peuvent fournir des informations non faussées et contribuer à limiter les campagnes de désinformation.

Pourquoi Instagram, et non par exemple Facebook ?

Le Conseil fédéral entend en priorité atteindre un public jeune grâce à ce nouveau média. Or, Instagram est de loin la plateforme la plus appréciée pour s'informer : 38 % des 18-24 ans utilisent Instagram à cette fin². Instagram est utilisé par 86 % des 15-24 ans, ce qui en fait de loin la plateforme la plus populaire. L'utilisation de Facebook chute dans cette tranche d'âge depuis quelques années et ne s'élève plus qu'à 30 %³.

Le Conseil fédéral prévoit-il d'ouvrir un compte sur d'autres plateformes, par exemple Tik-Tok ?

Outre le compte Twitter du porte-parole du Conseil fédéral, qui s'adresse en premier lieu au public suisse, la stratégie « Médias sociaux » prévoit un deuxième compte Twitter en anglais destiné à un public international (gouvernements, milieux

¹ Source : World leaders on Instagram, BCW, novembre 2018

² Source : Annales 2021 sur la qualité des médias, Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft, Université de Zurich

³ Source : Digit Monitor 2021, Interessengemeinschaft elektronische Medien

intéressés, médias). Le poste de responsable de la communication des thèmes du Conseil fédéral d'intérêt international doit encore être pourvu. Il n'est pas prévu de créer d'autre compte ou de développer l'offre sur d'autres plateformes, mais les réseaux sociaux connaissent une évolution très rapide et imprévisible : il faut donc s'attendre à des adaptations pour que la communication du gouvernement reste efficace et continue d'atteindre ses objectifs.

La stratégie « Médias sociaux » est-elle vouée à prendre de l'ampleur ?

Non. La stratégie prévoit que la communication du Conseil fédéral suive les évolutions que connaissent les réseaux sociaux. Il n'est pas prévu d'engager du personnel supplémentaire.

La Confédération travaille-t-elle avec des agences externes pour alimenter le compte Instagram ?

Non.

Comment sait-on qu'il s'agit vraiment du compte Instagram du Conseil fédéral et non d'un faux compte ?

Le compte du Conseil fédéral se nomme @gov.ch. Les canaux des gouvernements et d'autres institutions sont certifiés par Instagram : une icône spécifique (une coche blanche sur fond bleu) à côté du nom du canal signale qu'il s'agit d'un compte officiel.