

## CDH

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

Dès lors que la charge est variable, il y a un responsable dévolu à la gestion des RS et les collaborateurs de la cellule communication qui effectuent des missions entrant dans ce cadre, en fonction des besoins.

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

Nous disposons de ressources en interne et nous challengeons fréquemment notre approche. Nous travaillons également avec Simon Lejeune que vous avez consulté par ailleurs.

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

Par de proportion préfixée. Dépend de l'actualité et des messages à promouvoir.

Au cdH, nous préférons mettre l'accent sur les personnalités politiques, proches de la population par leurs actions et leurs initiatives. Nous avons également beaucoup misé sur l'ambition de retisser des liens avec des citoyens souvent désabusés. Notre plateforme « Il fera beau demain », chargé d'offrir les outils d'expressions et de réflexion sur de nombreux enjeux citoyens, a ainsi reçu du budget pour favoriser l'expression et la participation des citoyens.

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 ?

Vous trouverez ces infos dans « Transparence de la page » sur notre page FB. Nous n'avons pas de plan et de montant définis pour l'avenir. Nos dépenses sont en hausses, considérant qu'elles étaient inexistantes il y a 2 ou 3 ans. Vous lirez par ailleurs plus bas que nous sommes favorables à une limitation des dépenses de publicité sur les RS.

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

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

Nous utilisons les différents ciblage en fonction des thématiques abordées.

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

Oui

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 ?

Oui. Dans le cadre de la lutte contre le « revenge porn », notre clip expliquant les enjeux et la nécessité de prendre des mesures contre cette pratique contenait une image d'évocation floutée. On y devinait une femme victime de chantage. Rien d'explicite mais suffisant pour que FB y décèle qqch de « suspect ».

Dans ce cas précis la décision n'était pas justifiée mais qu'importe, nous préférons savoir que Facebook joue la prudence et se montre vigilant.

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 nous communiquer ces indicateurs pour les derniers mois ?

Depuis janvier, notre couverture est de +- 1.500.000 personnes et nos impressions tournent autour des 35.000.000

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

Non.

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?

Oui. Les réseaux sociaux tendent à s'imposer comme les principaux supports du marketing en ligne. Or, la politique, ce n'est pas du marketing. La politique c'est le sens du bien commun, c'est le sens de la nuance. Facebook, c'est tout le contraire. Les partis extrêmes, les messages clivant bénéficient de facilités logarithmiques. Ces mêmes partis, ces mêmes messages sont également les plus gourmands en dépenses publicitaires sur les réseaux. Double avantage pour les discours caricaturaux et les postures enflammées mais double peine pour la démocratie.

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

De façon très marginale lors d'une annonce spéciale ou d'un évènement majeur.

Êtes-vous présents sur les RS suivants:

- Instagram
- Twitter
- Tik Tok
- Twitch

- LinkedIn

Pas encore sur Tik Tok et Twitch mais nous envisageons d'investir ces plateformes. Plus qu'investir ces plateformes il est avant tout question de pouvoir y proposer de contenus pertinents, au bénéfice de l'éveil des jeunes aux enjeux citoyens.

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

Investir du temps et de la réflexion afin de proposer des contenus pertinents : oui. Investir de l'argent : non.