

30.10.2008 – 17:40 Uhr

Barack Obama élu du web par K.O.

Aubonne (ots) -

Virtua, web agency basée à Aubonne (Suisse), a réalisé une étude comparative de popularité sur le web entre Barack Obama et John McCain, entre janvier et octobre 2008.

Le but de cette étude est de montrer la popularité des deux candidats officiels des deux grands partis sur internet. Cette popularité est mesurée à partir de l'intérêt qu'ils suscitent et au bruit que leurs équipes de communication respectives ont réussi à générer. Qui sera le vainqueur de cette haletante campagne qui a débuté voici plus d'un an? Internet aura-t-il joué le rôle de mobilisateur des foules tel que les deux candidats l'attendaient? Voici peut-être quelques éléments de réponses.

BARACK OBAMA REMPORTE HAUT LA MAIN LA BATAILLE VIRTUELLE DES PRÉSIDENTIELLES

Virtua a observé de janvier à octobre 2008 l'évolution des deux candidats sur le web. Le résultat est sans appel: grâce à sa personnalité et à une équipe de virtuoses du marketing, Barack Obama remporte haut la main la bataille virtuelle des présidentielles.

Les axes pris en compte dans l'étude sont:

- Intérêt éditorial (nombre de pages et d'articles de blogs qui font référence à Barack Obama et John McCain);
- Popularité des sites officiels (nombre de liens ciblant les sites officiels des deux candidats);
- Diffusion de vidéos (nombre de vidéos sur Youtube mentionnant les deux candidats, et nombre de visionnages de ces vidéos);
- Réseaux sociaux (nombre d'"amis" ou de "fans" sur les pages officielles des candidats, sur les quatre principales plateformes sociales : Myspace, Youtube, Facebook, Twitter).

OBAMA AVAIT PLUSIEURS LONGUEURS D'AVANCE DÈS MARS 2008

Dès mars 2008, les principaux moteurs de recherche américains (Google, Yahoo) et les moteurs de recherches de blogs (Google Blog Search, Technorati) donnaient environ deux fois plus de résultats sur Barack Obama que sur John McCain.

Dès février également, deux fois plus de liens pointaient vers le site officiel du Sénateur Obama que vers celui du Sénateur McCain. Le 27 octobre 2008, au moment de clore cette étude, nous comptabilisons 2.7 millions de liens vers www.barackobama.com, soit 2.5 fois plus que le nombre de liens pointant vers www.johnmccain.com.

Selon Google AdPlanner, nouvel outil qui permet notamment de déterminer la popularité d'un site et d'en estimer le trafic, le nombre de visiteurs, au cours de cette campagne, a toujours été entre deux et cinq fois plus important sur le site de Barack Obama que sur celui de John McCain. De plus, chacun de ces visiteurs a passé plus de temps sur le site du candidat démocrate que sur le site du candidat républicain, puisque le nombre de pages vues a systématiquement été quatre à dix fois supérieur côté Obama que côté McCain.

Cet écart est comparable sur les réseaux sociaux : pour ne citer qu'un chiffre, la page du Sénateur Obama sur Facebook rassemble, en ce 27 octobre 2008, 2'280'102 fans ; celle du Sénateur McCain en réunit 602'349, soit 74% de moins que celle de son adversaire démocrate.

BARACK OBAMA: COMMUNICATION À 360°

Cette étude n'a pas pour but de prédire la victoire de Barack Obama aux élections américaines. Elle a pour seule prétention de

montrer à quel point la communication en ligne du sénateur démocrate a été efficace. Dès l'annonce de sa candidature, les origines sociales, l'ascension politique et l'éloquence de Barack Obama ont fait de ce métis (mère originaire du Kansas, père Kényan) une icône du rêve américain.

Barack Obama et ses conseillers se sont également montrés extrêmement efficaces pour lever des fonds. Jamais un candidat n'avait réussi à amasser une telle fortune pour une campagne présidentielle, ce qui lui a permis d'ailleurs de devenir le premier candidat présidentiel à se passer des fonds publics auxquels il avait droit. Durant cette campagne, il a récolté 605 millions de dollars, dont 150 millions pour le seul mois de septembre, en grande partie sur Internet, d'ailleurs.

Barack Obama est le premier candidat présidentiel américain, si ce n'est le premier homme politique au monde, à avoir réussi une campagne à 360° (communication publicitaire sur tous les supports existants). Il a utilisé avec brio tous les moyens de communication, en innovant et en gardant une avance écrasante sur son principal adversaire.

Cet avantage communicationnel suffira-t-il à le faire élire dans les urnes le 4 novembre? Nous pouvons en tout cas d'ores et déjà affirmer que si Barack Obama est élu, cela aura été grâce à Internet.

L'étude complète (19 pages) est disponible au format PDF sur www.virtua.ch.

A PROPOS DE VIRTUA

Fondée par deux pionniers du web en 1998, Virtua figure aujourd'hui parmi les leaders de la communication interactive en Suisse romande. Virtua propose une vision unique de la conception, du développement, du design et de la réalisation des supports en ligne et multimédia, afin d'offrir le plus court chemin entre les exigences du monde virtuel et les résultats dans le monde réel. Parmi ses clients, Virtua compte notamment Nespresso, le Comité International Olympique (CIO), Edipresse, Swissinfo, La Loterie Romande, la BCV.

Tous les communiqués de presse de Virtua sont sur <http://www.virtua.ch/fr/company/pressreleases.html>

Contact presse:

Steve Savioz

Virtua SA

Chemin de Clamogne 27

CH - 1170 Aubonne

Tél.: +41/21/821'15'20

E-Mail: info@virtua.ch

Internet: <http://www.virtua.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100011767/100572389> abgerufen werden.