

# « Il y a des humains derrière une page Facebook »

## VEVEY

**Les publications officielles de la Ville sur le réseau social génèrent parfois des torrents de réactions violentes. Deux employés modèrent les discussions et essuient les critiques les plus virulentes, non sans être affectés. Rencontre avec Raphaël Delessert, chargé de communication de la Commune et éclairage d'un sociologue.**

Textes et photo: Amit Juillard



Pour interpellier la Municipalité, il faut écrire une lettre ou un courrier électronique plutôt qu'un commentaire en ligne, rappelle Raphaël Delessert, ici dans son bureau de l'hôtel de ville.

Le 9 janvier, la Ville de Vevey annonce sur Facebook une période de phase test après avoir installé de nouveaux feux de signalisation. Au-dessous de la publication, les commentaires pleuvent. «Une vraie m\*\*\*\*, sans aucun doute»; «Arrêtez de vous foutre de notre gueule, merci d'avance»; «Vous me faites pitié»; «Vous tuez la ville». Des mots qui poussent une des deux personnes responsables des publications en ligne de la Commune à sortir de sa réserve. «Ne tirez pas sur les messagers, ils n'ont aucun pouvoir», écrit-elle. Le 20 décembre, une situation similaire s'était déjà produite alors que la Ville venait d'annoncer une nouvelle ré-

**«Les réactions sont plus virulentes et plus vives depuis le début de la crise municipale»**

Raphaël Delessert, chargé de communication, Vevey

partition des dicastères municipaux à la suite de la suspension de Michel Agnant et Jérôme Christen (Vevey Libre). «C'est dur, parfois, de lire vos commentaires, sachant qu'on fait tous de notre mieux pour vous informer, vous renseigner, que ce soit sur cette page ou dans les différents services», avait-elle réagi.

Plus d'un mois après les faits, *Le Régional* rencontre Raphaël Delessert, chargé de communication de la Commune, à l'hôtel de ville. Il se souvient: «Ma collègue a pris ça très à cœur et a voulu bien faire en répondant. Mais ça s'est envenimé. Normalement, nous répondons à des questions d'ordre pratique. S'il faut donner un horaire de bus ou un numéro

de téléphone, par exemple.» C'est dans ce but et pour diffuser les informations plus largement que Vevey a ouvert sa page Facebook en 2010. Elle compte aujourd'hui 7'600 abonnés.

### Peu de commentaires supprimés

Comment le porte-parole vit-il personnellement l'agressivité de certains internautes? «Ce n'est pas agréable, mais je fais la part des choses, je ne me sens pas attaqué et j'essaie de trouver une solution en transmettant les commentaires au service concerné ou en supprimant certains messages contenant des attaques personnelles ou des injures, mais c'est très rare.» Une charte d'utilisation figure sur la page, qui diffuse des informations pratiques, des communiqués de presse officiels ou encore des photos de la Ville, mais exclut les polémiques et les débats politiques. «Il est utile de rappeler que ce n'est pas un guichet virtuel, note le communicant. Pour interpellier la Municipalité et afin d'obtenir une réponse détaillée, il faut écrire une lettre ou un courrier électronique.» Mais pour les autorités, un tel espace de liberté d'expression est aussi un baromètre pour prendre le pouls de la population.

Au vu de l'importance croissante des réseaux sociaux, la gestion des comptes Facebook des administrations se professionnalise. Au contraire de Vevey, Montreux dispose depuis 2013 d'un poste de «community manager» à 50%, uniquement dédié aux réseaux sociaux et au site internet. Là-bas, les propos sont moins virulents. «Nous lisons les commentaires pour voir s'il n'y a pas de messages haineux, mais les échanges sont en général bon enfant», constate Alice Ganguillet, en place depuis novembre 2018.

### L'exception veveysanne

De manière générale, la grande majorité des retours sur les pages institutionnelles - y compris celle de Vevey - sont positifs. Mais en sus d'être une ville très politisée, voire polarisée, Vevey traverse une période particulière. «C'est une année sensible, avec la Fête des Vignerons et des chantiers qui génèrent des nuisances,

analyse Raphaël Delessert. D'autre part, les réactions sont plus virulentes et plus vives depuis le début de la crise municipale. Aujourd'hui, les esprits se sont un peu apaisés, mais les utilisateurs ne doivent pas oublier qu'il y a des humains derrière la page Facebook de la Ville. Les politiciens sont habitués aux attaques, pas les employés communaux.»

## « Il ne reste parfois plus que la virulence »

Trois questions à Olivier Glassey, sociologue spécialiste des réseaux sociaux et maître d'enseignement à l'Université de Lausanne.

### Quelle est la différence entre le café du commerce et Facebook?

➤ Sur Facebook, les traces des conversations restent et peuvent potentiellement être lues par tout le monde. C'est un changement de statut pour cette parole qui ne sortait pas de la sphère privée. Au café local, il y a un contexte qui entoure les conversations. Sur Facebook, le contexte disparaît et tout devient plus difficile à interpréter. Il ne reste parfois plus que la virulence.

### Les citoyens sont-ils plus virulents sur les réseaux sociaux que dans la vie quotidienne?

➤ Premièrement, il faut comprendre que les gens commentent rarement pour dire que tout va bien. Et les algorithmes des réseaux sociaux sont tels qu'il y a une compétition pour capter l'attention grâce à la virulence d'un propos. Il y a aussi un effet de désinhibition et on dit les choses dans une forme qu'on n'assumerait pas face à l'autorité du municipal incarné.

### Quels sont les effets possibles de ces échanges en ligne sur la vie quotidienne?

➤ A l'échelle locale, les gens ont tendance à oublier qu'on peut vraiment rencontrer dans la rue les gens qu'on critique en ligne. Ça peut être source de tension dans les familles ou le voisinage.

