



**FC NANTES.** Une étude a analysé plus de 23 000 publications sur le réseau social

# Ce que dit Twitter du YelloPark

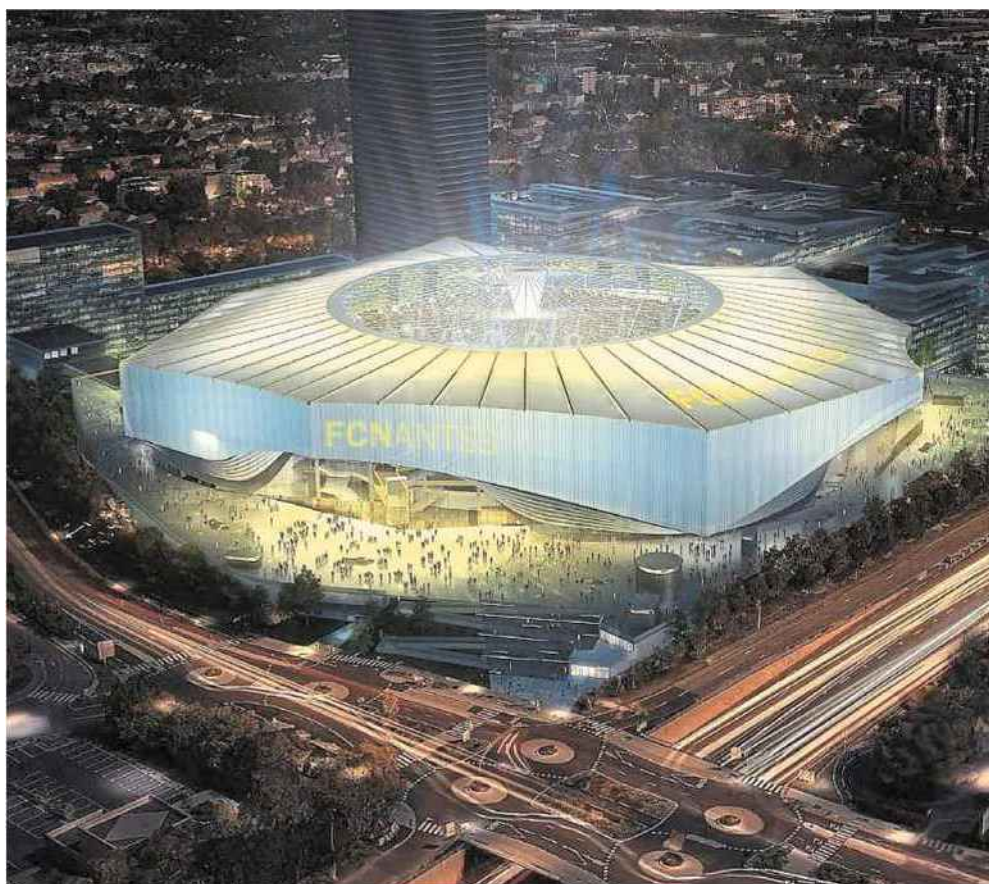
Que dit-on sur Twitter du YelloPark ? De faux comptes cherchent-ils à influencer ? Une étude a fait le point.

C'était début mars. Un post sur Twitter relevait qu'un nouveau compte pro-YelloPark utilisait la photo d'un... chercheur gallois. Manifestement, ce compte était bidon. C'est ce qu'ont conclu les opposants au projet de stade. Le profil @MalicotYann a d'ailleurs été supprimé depuis. Le chercheur gallois avait publiquement demandé que sa photo soit retirée.

**Les 23 168 tweets analysés ont suscité 37 405 « like » et « retweets »**

L'affaire avait agité les réseaux sociaux. Pour les anti-YelloPark, c'était une évidence : les porteurs du projet tentaient de lancer de faux comptes sur Twitter pour du lobbying. Afin d'enrayer la polémique, Yoann Joubert ([Réalités](#)) a annoncé, le 9 mars, qu'il commandait un audit à une agence « indépendante ». Cette étude a été réalisée par les Rennais de Médiaveille. Coût : 26 000 €, selon nos informations. Les conclusions seront publiées ce vendredi. *Presse Océan* les a consultées.

23 168 tweets, postés par 6 000 auteurs entre le 1<sup>er</sup> septembre 2017 et le 31 mars dernier, ont ainsi été analy-



Le projet de stade YelloPark fait réagir sur le réseau social Twitter. Image HKS

sés manuellement par une équipe de cinq personnes, explique Médiaveille. Selon l'agence, ils ont suscité 37 405 « like » et « retweets » et ont pu toucher un potentiel de 123 245 839 personnes.

Qui sont ces « socio-navigateurs » ? Des hommes à 80,9 %, avec une plus forte représentation des 25-34 ans. « Globalement, les publications ont une tonalité neutre », souligne Médiaveille, qui relève « une part

non négligeable de tweets négatifs » et « une proportion plus faible de tweets à tonalité positive ».

Les « influenceurs » (supporters, riverains, etc.) représentent « 90 % des échanges ». « Si une part non négligeable des tweets des influenceurs a une tonalité négative (28,5 %), la majorité des publications est neutre (64,3 %) », ajoute Médiaveille. Les porteurs du projet utilisent-ils Twitter pour faire la promotion du

YelloPark ? « Ils n'ont publié aucun tweet à tonalité négative. Mais la majorité de leurs tweets (82 %) sont neutres étant donné qu'ils délivrent des informations sur le projet. » Les médias ? Neutres à 87,3 %.

Les faux comptes ? Médiaveille explique avoir relevé 72 comptes « anonymes ou présumés suspects ». « 285 comptes ont par ailleurs été supprimés et 45 comptes ont été suspendus ».

**Emmanuel Vautier**