

# LE PHENOMENE «VOLODYMYR ZELENSKY» OU LA GUERRE EN STREAMING

Jouant pleinement sur le contraste entre son personnage et celui de Vladimir Poutine, le président ukrainien a su s'imposer comme le visage du conflit avec un usage habile des réseaux sociaux. Le président ukrainien a mis en œuvre une stratégie de communication mobilisant les principales plateformes occidentales, à commencer par Facebook, Twitter, Instagram mais aussi TikTok.

## 1 715 000 PUBLICATIONS DANS LE MONDE

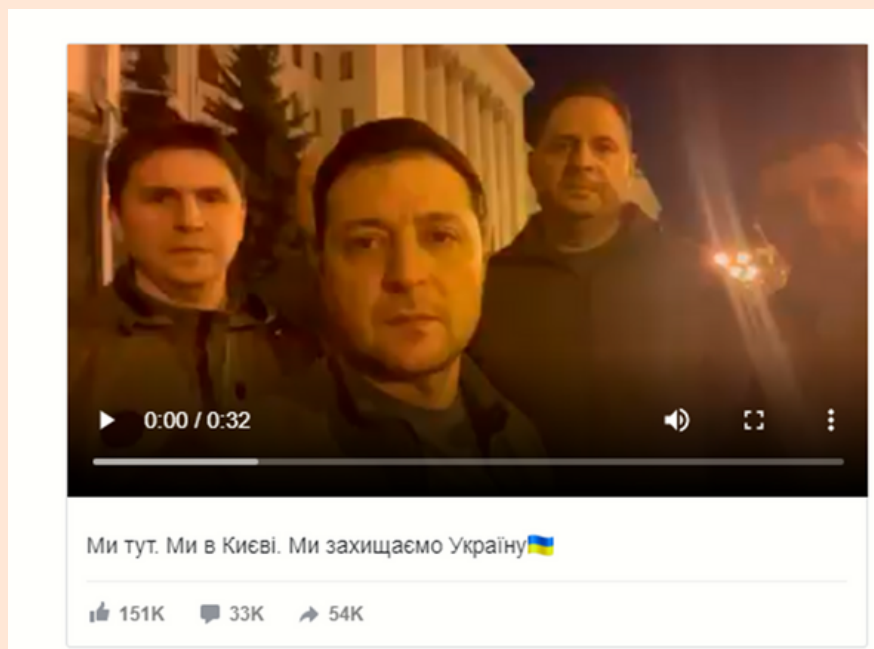
Depuis le 24 février, la guerre fait rage sur les réseaux sociaux et pour le moment, l'Ukraine est plutôt favorite.

Pour s'adresser aux dirigeants étrangers, mais aussi à la presse, Volodymyr Zelensky peut compter sur un compte Twitter dont les chiffres ont bondi en quelques heures. Lundi 21 février, son compte officiel était suivi par environ 450.000 personnes. Le dimanche 25 au matin, il dépassait les trois millions d'abonnés. Engrangeant plus d'un million et demi de nouveaux abonnés en une seule journée, il figure désormais parmi les 3000 personnes les plus suivies sur Twitter.



Avec une séquence "façon selfie", mise en ligne samedi matin, au troisième jour de la guerre, le montrant seul dans les rues de Kiev, sur **Twitter**, la vidéo a été vue près de 18 millions de fois. Elle a été retweetée plus de 12.000 fois et "aimée" par plus de 400.000 personnes.

Dans le même temps, le président ukrainien s'appuie sur son profil **Facebook** (1,8 million d'abonnés) pour mettre en ligne d'autres contenus. Là encore, c'est une vidéo prise avec un simple smartphone de lui et plusieurs proches, le 25 février au soir, déjà dans les rues de Kiev. La vidéo a été vue 800.000 fois et partagée plus de 50.000 fois.



C'est sur **Instagram** que les contenus mis en ligne par Volodymyr Zelensky rencontrent le succès le plus massif. Ancien comédien, il cumulait déjà 9 millions d'abonnés sur la plateforme fin 2021, gagnant 2 millions d'abonnés supplémentaires la semaine dernière. Si les deux vidéos enregistrées dans les rues de Kiev ont été vues par 8 et 12 millions d'internautes, c'est une autre séquence qui se distingue. Elle date du 24 février, quelques heures avant l'invasion russe, et met en scène un appel à la paix de Volodymyr Zelensky, en ukrainien et en russe.

Avec plus de 32 millions de vues, c'est tout simplement la vidéo la plus populaire de la plateforme américaine, au niveau mondial, depuis le début de la guerre en Ukraine.

Au niveau mondial, se sont les américains et les européens qui relaient le plus les publications sur le conflit ukrainien.

Si on avait à faire un "profil type" de l'internaute qui interagit avec le Président ukrainien , il serait américain, masculin et âgé de 18 à 24 ans.

Pas étonnant que sur **TikTok**, les vidéos de personnes se blottissant et pleurant dans des abris anti-bombes sans fenêtres, les explosions et les missiles sur les villes ukrainiennes ont pris le pas sur les offres habituelles de vidéos de mode, de fitness et de danse.

## **LE CONTINENT AFRICAIN EN "DEMI-TEINTE"**

44 700 publications entre le 24 février et le 3 mars, dont la majorité émanant du Nigéria et de l'Afrique du Sud .

La encore,si on avait à définir le profil-type de l'internaute d'Afrique qui interagit avec le Président ukrainien, il serait masculin, âgé de 18 à 24 ans, il parlerait anglais, en majorité sur Twitter et il habiterait au Nigéria.

**La manière d'occuper le terrain médiatique est loin d'être une nouveauté pour le Président ukrainien. Son usage des réseaux sociaux durant sa campagne fait figure de cas d'école. Il a déployé une stratégie de « micro-ciblage » de messages politiques sur les réseaux encore plus précise et efficace que celle réalisée par Cambridge Analytica pour l'élection de Donald Trump en 2016.**