

Facebook, le nouveau terrain de jeu des pipoles genevois

Politiques, artistes, journalistes ou financiers... Ceux qui appartiennent au Who's Who local collectionnent les amis sur le célèbre réseau communautaire.

CÉCILE DENAYROUSE

A Genève, Facebook est devenu LE salon virtuel des nouvelles mondanités électroniques. L'endroit où l'on cause mais où, surtout, on fait parler de soi. Les personnages publics succombent les uns après les autres.

Dernier converti en date: Mark Muller, qui devient du même coup le premier conseiller d'Etat à épingle sa bobine sur le réseau social et espère ouvrir la voie à ses confrères... Le monstre tentaculaire a fait d'autres victimes, toutes consentantes. Darius Rochebin en tête, dont la côte de popularité se chiffre à quelque 9796 amis. Viennent ensuite le chanteur Dorian Gray et ses 2339 adeptes, Michel Chevrolet, le présentateur de la chaîne Léman Bleu, qui pointe à 2038 amis; le régisseur Stéphane Barbier-Muller qui cumule 1385 connaissances, sans oublier la moitié du Grand Conseil... Bien sûr, la liste est non exhaustive.

Quel étrange pouvoir de séduction exerce donc Facebook (FB pour les branchés) sur nos pipoles locaux?

Un pansement pour l'ego?

Le nombre d'amis serait-il en passe de devenir le nouveau baromètre des tendances? Le nombre, ce n'est pas le plus important! clament en chœur les têtes Facebookées. Plutôt valorisant tout de même de constater que des centaines de personnes souhaitent vous fréquenter, même virtuellement, non? «Bien sûr que je suis heureux d'avoir plein d'amis, avoue Michel Chevrolet. On se sent apprécié, flatté. J'ai même fait la connaissance de certains. Mais je ne recherche pas spécialement ces contacts, ce sont les internautes qui viennent vers moi. Plutôt agréable d'ailleurs!» Le jeu consiste simplement à ne pas étaler sa vie privée aux vu et au su de tous.

La encore, on ne s'attache pas tant à la quantité de ce copinage pixelisé, mais plutôt à sa qualité. «Je me moque un peu de ce chiffre, et n'ai aucune illusion sur la réalité de ces relations virtuelles, s'amuse Darius Rochebin. Le terme «d'amis» sur Face-



Parmi les Genevois les plus «populaires» on retrouve (de haut en bas et de gauche à droite) Darius Rochebin, Michel Chevrolet, Dorian Gray et Stéphane Barbier-Muller. Mark Muller (au centre), quant à lui, est un nouveau venu, inscrit depuis mercredi soir... (DR/DR/STEEVE UNCKER GOMEZ/SALVATORE DI NOLI/LAURENT GUIRAUD)

book est très relatif...» Quant à se livrer une guerre de popularité, l'idée fait doucement sourire. «Surtout pas! Ridicule!» répliquent en bloc les intéressés. Un passe-temps uniquement valable pour les gymnasiens donc.

Un intérêt professionnel

Nombreux sont ceux qui prétendent qu'investir Facebook dans une optique professionnelle est une erreur de calcul. Et pourtant. Les communicants y trouvent un lieu idéal pour toucher un maximum de monde et faire cariburer la bouche à oreille. Toute nouvelle recrue virtuelle, le libéral Mark Muller avoue avoir hésité avant de créer son profil. «Je ne me suis pas demandé pourquoi y aller?, mais plutôt pourquoi pas?» explique-t-il. Quant à se servir de son futur réseau à des fins politiques, la tentation est grande. «Bien sûr que j'y ai pensé, ajoute-t-il.

D'autant que nous entrons en pleine phase de préparation électorale, il s'agit de réfléchir aux moyens de faire campagne grâce aux nouvelles technologies.»

D'autres ont déjà franchi le pas, à l'image de Murat Adler, le président des jeunes radicaux genevois, qui affiche 1635 amis au compteur. Sa récente élection à la Constituante, tout comme Michel Chevrolet, il l'estime en partie due à Facebook: «Faire de la politique aujourd'hui sans maîtriser ces outils modernes, c'est inutile, surtout pour un débutant comme moi. On peut y faire passer ses idées et l'utiliser comme moyen de communication.» Mais les FBphiles com-

mencent à regarder d'un mauvais œil l'arrivée massive des politiciens, agacés que leur page d'accueil prenne parfois des allures de panneau d'affichage électoral.

Les artistes en revanche, y voient une magnifique opportunité de booster leur carrière: «Facebook m'a véritablement offert des rencontres professionnelles déterminantes, explique Dorian Gray. Ma présence à l'édition 2008 de Paléo découle directement de l'existence du site.»

Rester en contact

Le réseau comprend aussi les intimes, les vrais, que nos personnalités médiatiques débor-

dées délaissent un peu, faute de temps. Ce serait même eux qui incitent les microcélébrités à adhérer à Facebook. «C'est une façon de rester en contact avec son cercle immédiat, toutes ces personnes que l'on ne voit pas souvent mais que l'on aimerait côtoyer davantage, résume Darius Rochebin. Sans compter qu'il s'agit d'un système moins hypocrite que le fameux «on se rappelle et on se fait une bouffe», qui aboutit sur du vent.»

Facebook peut aussi être le théâtre de belles histoires. Michel Chevrolet a par exemple eu la surprise de retrouver sa famille américaine, qu'il ne connaissait pas, grâce au site. «Depuis, on s'envoie des messages, on suit nos actualités réciproques, on publie des photos... Bref, on reste en contact de façon plus conviviale que par simple échange de mails.»

Micheline Calmy-Rey, facebookée malgré elle

Quelle ne fut pas la surprise de la conseillère fédérale genevoise, il y a quelques jours, de s'apercevoir qu'elle figurait sur Facebook... contre son gré! Un anonyme lui a en effet dédié une page, qui compte à ce jour 603 fans déclarés. Persuadés que cette initiative émane de la politicienne, certains y commentent l'actualité. D'autres se contentent de laisser des messages hauts en couleur, du style: «Micheline, you rock my world!» Intriguée, la principale intéressée n'exclut pas de créer son profil officiel, convaincue que Facebook peut devenir un canal privilégié: «C'est un bon moyen de faire passer des messages, d'expliquer en quoi consiste la politique étrangère de la Confédération à des Suisses et des Suissesses qui ne lisent pas souvent les journaux. C'est aussi un média qui permet de toucher les jeunes, d'entamer un dialogue avec eux...» Affaire à suivre donc. (cd)



Micheline Calmy-Rey: «Les politiques doivent investir les nouvelles technologies de la communication.» (M. PERRET)