

PARIS

Hidalgo en tête des mentions sur Twitter.
Écologie, transport et sécurité
sont les thèmes les plus débattus.

28 février 2020

KANTAR ®

**LA
VOX
POPULI**

Le Twittorama
des municipales 2020

SOMMAIRE

- 3 Préambule
- 4 Chiffres clés à Paris
- 5 Principaux enseignements à Paris
- 7 Note méthodologique sur le retrait de Benjamin Griveaux

Focus sur les thématiques de la campagne

- 10 De quoi parle-t-on sur Twitter à Paris ?
- 11 Les thèmes de la campagne des municipales 2020
- 13 Les mots du thème leader à Paris : transport et mobilité
- 15 Classement des thématiques les plus citées à Paris
- 16 Classement des thématiques les plus citées au niveau national
- 17 Classement des thématiques d'importance prioritaire pour les Français

Focus sur le podium des têtes de liste

- 20 Le podium des candidats
- 21 L'arrivée d'Agnès Buzyn dans la campagne
- 22 La position des trois leaders pour chaque thème
- 23 Classement des thèmes les plus cités pour chaque tête de liste du podium
- 24 Les mots de la twittosphère d'Anne Hidalgo
- 25 Les topiques associés à Agnès Buzyn dans son entrée en campagne

Méthodologie



PRÉAMBULE

Espace d'expression caractérisé par sa spontanéité et sa rapidité de diffusion, Twitter apparaît comme un véhicule puissant des opinions, revendications ou contestations des citoyens sur la toile. On ne compte plus les exemples où quelques hashtags ont changé le cours des événements, voir celui de l'Histoire. Les Printemps arabes, le mouvement #MeToo ou plus récemment encore, l'affaire Griveaux l'ont amplement démontré. Ces phénomènes médiatiques ont mis en lumière l'influence croissante de Twitter, notamment dans les débats démocratiques.

Il nous est donc apparu nécessaire, à l'occasion de la campagne des Municipales 2020, de regarder de près ce qui allait se passer sur Twitter pour savoir si le réseau social était un reflet fidèle des préoccupations des Français ou s'il s'agissait plutôt d'un miroir déformant (mais néanmoins agissant). **C'est pourquoi La Vox Populi a mené, en partenariat avec Kantar, une analyse sémantique des tweets émis dans le cadre cette campagne, à Paris et dans les 10 plus grandes villes de France.**

L'étude vise à faire ressortir les sujets et objets du débat et de montrer la manière dont ils sont traités sur Twitter : quelles thématiques sont abordées dans chaque ville et nationalement ? Quelles têtes de liste sont associées à chaque thématique ? De qui parle-t-on ? Pour dire quoi et de quelle manière ?

Les enseignements de cette étude font l'objet d'un rapport complet sur chaque ville traitée, ainsi que d'une analyse nationale permettant de mettre en relief les particularités de la campagne dans chaque ville, avec quelques surprises montrant les spécificités de Twitter dans le traitement de la campagne.

Le premier constat est simple : **le sujet des élections municipales mobilise la twittosphère**. Les chiffres le montrent : dans le cadre de notre étude, nous avons recueilli plus de 500 000 tweets émis entre le 1^{er} janvier et le 17 février 2020, ce qui correspond à près de 2 millions de mots émanant de quelques 158 000 twittos différents ! Et ce n'est pas fini : nous reviendrons dans quelques jours avec un nouveau rapport analysant les évolutions significatives observées dans cette twittosphère des Municipales, sur la deuxième partie de la campagne.

Bonne lecture

Emmanuel Rivière, Directeur Général, Division Public de Kantar

Jean Laloux, Directeur associé, Inférences

Christian de La Guéronnière, Directeur, Epiceum

CHIFFRES CLÉS À PARIS



Du 1^{er} janvier au 13 février 2020

302 005

tweets analysés

10 555 254

mots

87 623

auteurs uniques

10

candidats

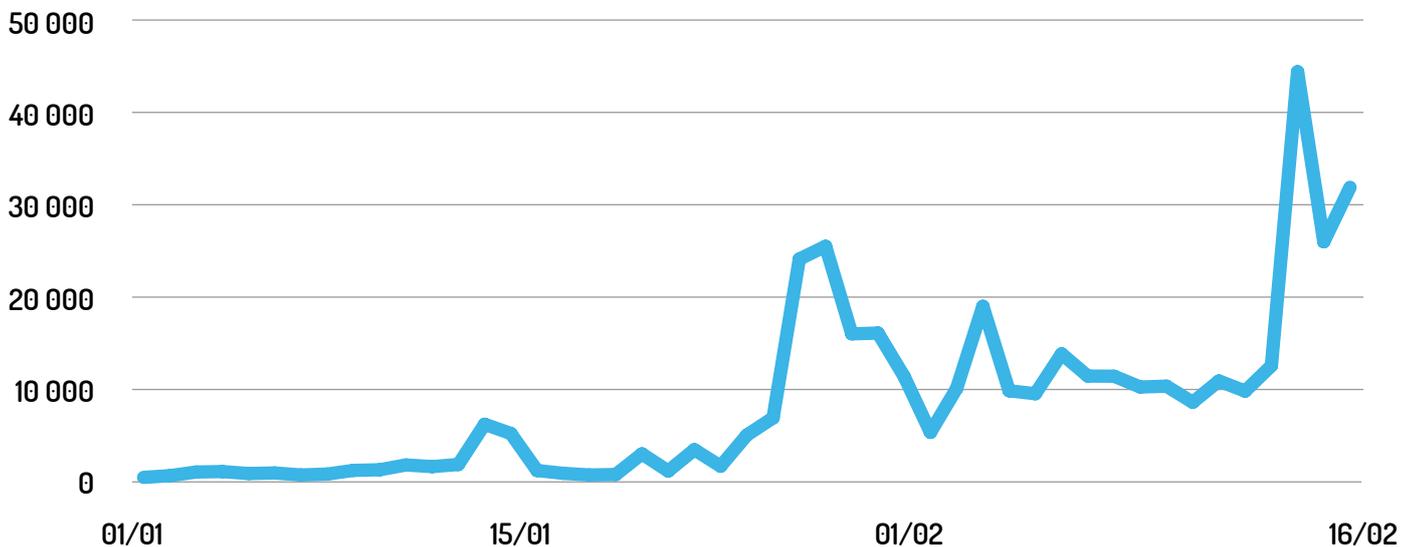
23

thèmes

57%

de la totalité des tweets
 étudiés au niveau national

Évolution du nombre de tweets



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS À PARIS

Hidalgo en tête sur Twitter. Écologie, Transport et Sécurité sont les thèmes les plus débattus sur la twittosphère de la capitale.

Dans l'analyse de cette première partie de campagne (du 1^{er} janvier au 13 février), le trio de tête des mentions sur la twittosphère parisienne oppose les candidats PS, LREM et LREM dissident. Toutefois, avec le retrait soudain de Benjamin Griveaux de cette course électorale, ce rapport analyse également l'arrivée d'Agnès Buzyn à la tête de la liste LREM dans la campagne, sur la période 17-21 février. Ce sont les thèmes liés aux transports, à l'environnement, à la sécurité et aux projets qui rythment les débats sur la toile.

Classement des candidats sur la twittosphère

C'est la maire sortante **Anne Hidalgo** (PS) qui se hisse en tête du classement avec 32,9% de mentions la concernant sur la twittosphère parisienne. Même si cette position est à mettre en lien avec un réel capital sympathie chez ses soutiens, on note que son nom est aussi clivant, ce que l'on retrouve dans les sondages réalisés à Paris : si 46% des Parisiens ont une bonne opinion de la maire, 50% en ont une mauvaise¹. Le thème transport & mobilité (33,9%) prévaut largement dans la twittosphère d'Anne Hidalgo, loin devant celui d'écologie & environnement (10,6%) et de sécurité (7,6%).

Elle est suivie de **Benjamin Griveaux** (LREM) qui, jusqu'à son retrait soudain de la campagne, comptabilisait 25,4% des mentions sur Twitter à Paris. Comme pour la maire sortante, son nom est également clivant. Son environnement sémantique sur Twitter place le thème projets en première place, résultat lié à sa proposition de transformer la gare de l'Est en un « Central Park ». Enfin, on notera que les thèmes transport & mobilité ainsi qu'écologie & environnement figurent significativement dans les échanges à son propos.

Dernier sur le podium, **Cédric Villani** (LREM dissident) se positionne assez loin avec 15,6% de mentions observées. Suscitant quelques critiques au sujet de la division au sein de LREM, Cédric Villani est associé au même univers sémantique que Benjamin Griveaux, avec un ordre sensiblement différent : transport & mobilité, projets et écologie & environnement.

L'arrivée d'Agnès Buzyn dans la campagne

Comme on pouvait l'anticiper, c'est **Agnès Buzyn** (LREM) qui devient la tête de liste la plus mentionnée sur Twitter (39,8%) après sa déclaration de candidature. Sur la twittosphère parisienne, Agnès Buzyn n'aura connu aucun état de grâce pour son arrivée dans la campagne des municipales. Si le mot hôpital arrive largement en tête, c'est soit en lien avec l'abandon de son poste au gouvernement, soit pour rappeler que son approche du sujet n'a pas été très sociale. Les premières mentions de projet et de logement sont pour annoncer l'abandon de certaines idées de Benjamin Griveaux.

1. Sondage Ipsos / Sopra-Steria pour France Info menée du 18 au 19 février 2020 auprès de 1 000 personnes inscrites sur les listes électorales de Paris, constituant un échantillon représentatif des habitants de Paris âgés de 18 ans et plus.

Elle est suivie par **Anne Hidalgo** (22,7%) et par l'ancienne Gardes des Sceaux **Rachida Dati** (LR) qui fait son entrée sur le podium avec 12,9% de mentions.

Si l'on observe des variations significatives de la présence des différentes têtes de liste sur Twitter, les 4 principaux candidats sont en revanche – en termes d'image – dans un mouchoir de poche dans l'opinion publique parisienne. 45% des Parisiens estiment ainsi qu'Anne Hidalgo ferait un bon maire, soit la même proportion que pour Agnès Buzyn, juste devant Cédric Villani (43%) et Rachida Dati (42%). Moins connue, la tête de liste d'Europe Ecologie Les Verts, David Belliard arrive plus loin derrière avec 22% des Parisiens qui pensent qu'il ferait un bon maire. A noter que l'image des candidats ne reflète pas tout à fait les intentions de vote en leur faveur : d'après cette même enquête Anne Hidalgo arrive en tête des intentions de vote au 1^{er} tour (avec 24% des voix) devant Rachida Dati (20%) et Agnès Buzyn (19%). Cédric Villani arrivant assez loin derrière (9%) après David Belliard (13%)².

De quoi parle-t-on sur Twitter à Paris ?

Avec 19,2% de mentions observées sur la twittosphère parisienne, le thème **transport & mobilité** arrive assez nettement en tête des thèmes relayés dans la première partie de campagne des municipales 2020 (du 1^{er} janvier au 13 février 2020). Le sujet est surtout porté par les problématiques de mobilités douces, mais il comporte aussi une charge critique sur le bilan de la maire sortante, Anne Hidalgo.

Écologie & environnement (11,3%) arrive en deuxième position, comme dans beaucoup d'autres grandes villes analysées. Il est suivi du thème de la **sécurité** (8,9%), quasiment à égalité avec le thème **projets**.

La 5^e place de **cadre de vie** est à mettre en perspective avec l'intérêt porté sur la propreté, les aménagements de voirie et les espaces verts. Enfin, le **logement** occupe sans surprise la 6^e place, dans une ville marquée par des loyers en hausse constante.

Interrogés en juin dernier sur les principales priorités pour la ville, les Parisiens plaçaient en premier lieu la propreté (52%), devant la sécurité (38%) et la lutte contre la pollution (36%). Venaient ensuite les conditions de circulation (32%) et les transports publics (31%) : deux thématiques « transport et mobilité », qui, cumulées, montrent l'importance de la thématique pour les Parisiens³.

2. Sondage Ipsos / Sopra-Steria pour France Info menée du 18 au 19 février 2020 auprès de 1 000 personnes inscrites sur les listes électorales de Paris, constituant un échantillon représentatif des habitants de Paris âgés de 18 ans et plus.

3. Sondage BVA pour Orange Actu, La Tribune, LCI et RTL réalisé du 6 au 11 juin 2019 auprès d'un échantillon de 1294 personnes inscrites sur les listes électorales issues d'un échantillon représentatif de 1503 Parisiens âgés de 18 ans et plus.



NOTE MÉTHODOLOGIQUE SUR LE RETRAIT DE BENJAMIN GRIVEAUX

Le retrait de Benjamin Griveaux à la suite de la diffusion d'une vidéo relative à sa vie privée a coïncidé avec la date de clôture des relevés de tweets de cette première vague d'analyse (1^{er} janvier - 17 février). Cet événement a enclenché un gros pic de discussions qui n'était pas en lien avec le sujet-même des élections municipales. C'est pourquoi le buzz spécifique sur cette question (centré sur les journées du 14-17 février) a été neutralisé : notre analyse ne couvre donc que la période s'arrêtant le 13 février. Cela ne porte pas à conséquence pour les analyses de fond, qui concernent les 45 premiers jours de campagne en 2020. Nous ajoutons dans des encadrés de ce rapport une analyse des premiers pas de la nouvelle campagne avec Agnès Buzyn à la tête de la liste LREM, sur la période 17-21 février.

FOCUS SUR LES THÉMATIQUES DE LA CAMPAGNE

Les tweets en lien avec les élections municipales ont été analysés de manière à faire ressortir les thématiques les plus abordées à Paris.

LES THÈMES DE LA CAMPAGNE DES MUNICIPALES 2020

19,2% Transport et mobilité



11,3% Écologie et environnement



8,9% Sécurité



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 13 février 2020 sur les municipales à Paris. nous ne montrons ici que les trois thèmes les plus récurrents à Paris.

- Avec 19,2% des conversations, le thème transport & mobilité arrive assez nettement en tête des thèmes relayés sur la twittosphère parisienne pour ce début de campagne des municipales de mars 2020. Le sujet est surtout porté par les problématiques de mobilité douce, mais il comporte aussi une charge critique sur le bilan de la maire sortante, Anne Hidalgo (cf. infra).
- Écologie & environnement (11,3%) arrive en deuxième position, comme dans beaucoup d'autres grandes villes. Le marqueur est souvent générique « l'année de l'écologie », « le temps de l'écologie est venu », « urgent d'agir pour le climat », « une ville de demain sans pollution », à quoi presque tous les candidats ajoutent telle ou telle mesure illustrant leur bonne volonté.
- En troisième position, le thème de sécurité (8,9%) est lui aussi souvent avancé comme une requête de principe (« #Education #Sécurité #Propreté #Santé #Écologie #Commerces #Culture... Vous êtes au ♥ de nos propositions ») ou comme une critique du bilan des sortants (« l'insécurité grandissante »).

“ Le PLAN VELO de la ville de paris révèle vraiment la volonté de l'autorité municipale qui a conscience des enjeux climatiques et qui veut réorienter sa politique de transport.”

“ Face à un effondrement du vivant, nous devons remettre la biodiversité et les animaux au cœur de #Paris car c'est de notre responsabilité, cela passe par la végétalisation et la débétonisation de #Paris”

“ Sur l'urgence climatique, cela reste 100% focalisé sur le transfert voiture/vélo. Il faut une ambition plus globale. Paris est nettement en retard sur la rénovation des bâtiments, le tri des déchets, la nature en ville.”

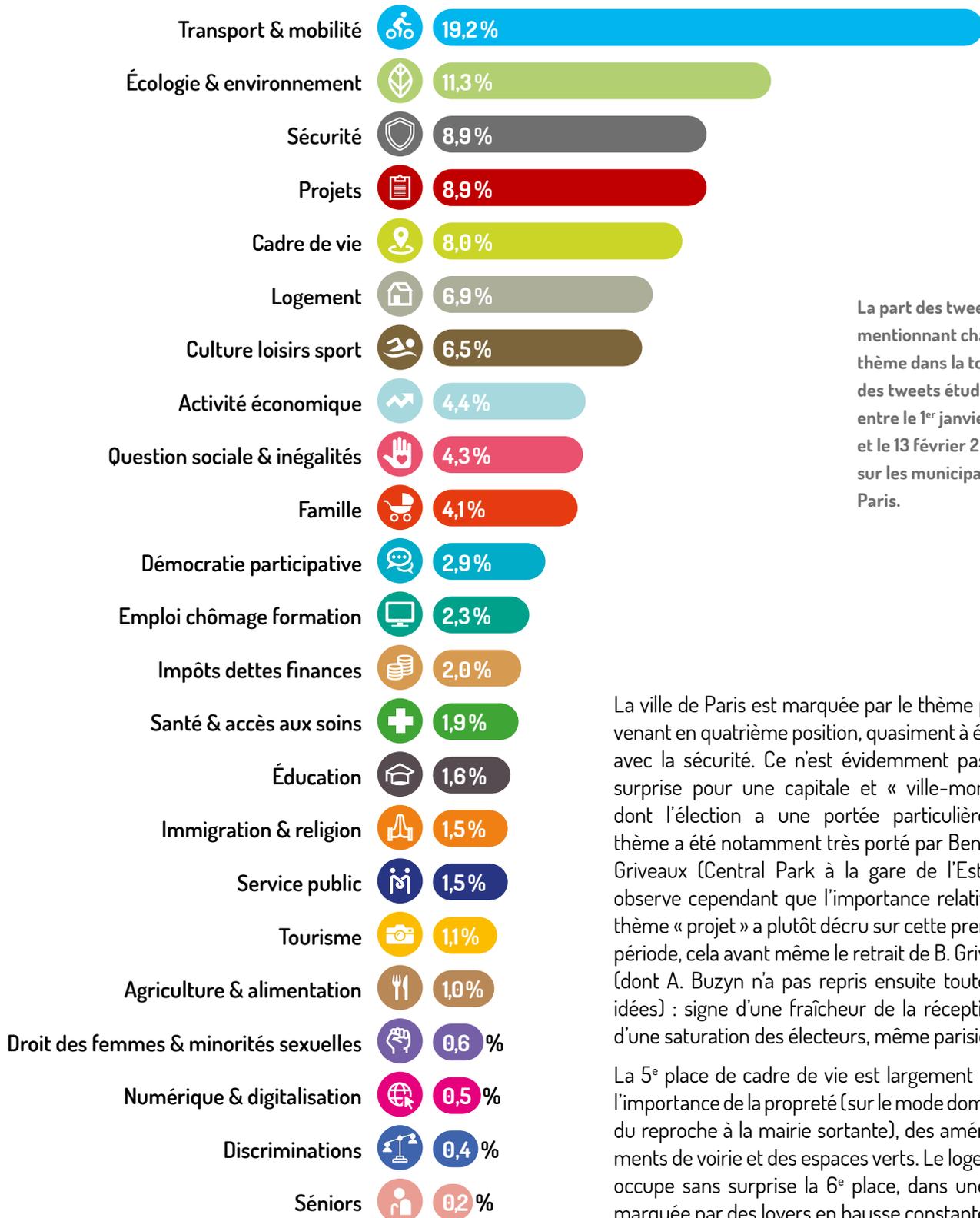
“ En ce qui me concerne, la saleté de ma ville, l’insécurité grandissante [le] soutien aux gilets jaunes qui ont provoqué des dégâts considérables à Paris sont des éléments à charge, sans oublier la situation financière qui est catastrophique.”

“ A #Paris nous sommes confrontés à de graves maux : mauvaise gestion de la propreté, pouvoir démagogique et clientéliste, insécurité, désorganisation des transports, situation catastrophique du logement.”

“ Construire le Grand Paris du Logement. Un urbanisme apaisé pour une ville durable. Mobiliser et rénover les logements existants plutôt que densifier. Renouveler la politique du logement social.”

“ Municipales, quel projet éducatif parisien 2020-2026 ? Que souhaitons-nous pour nos enfants en maternelle, élémentaire et au collège : restauration scolaire, rythmes scolaires, qualité de l’air, locaux scolaires, accès au sport et culture...”

CLASSEMENT DES THÉMATIQUES LES PLUS CITÉES À PARIS

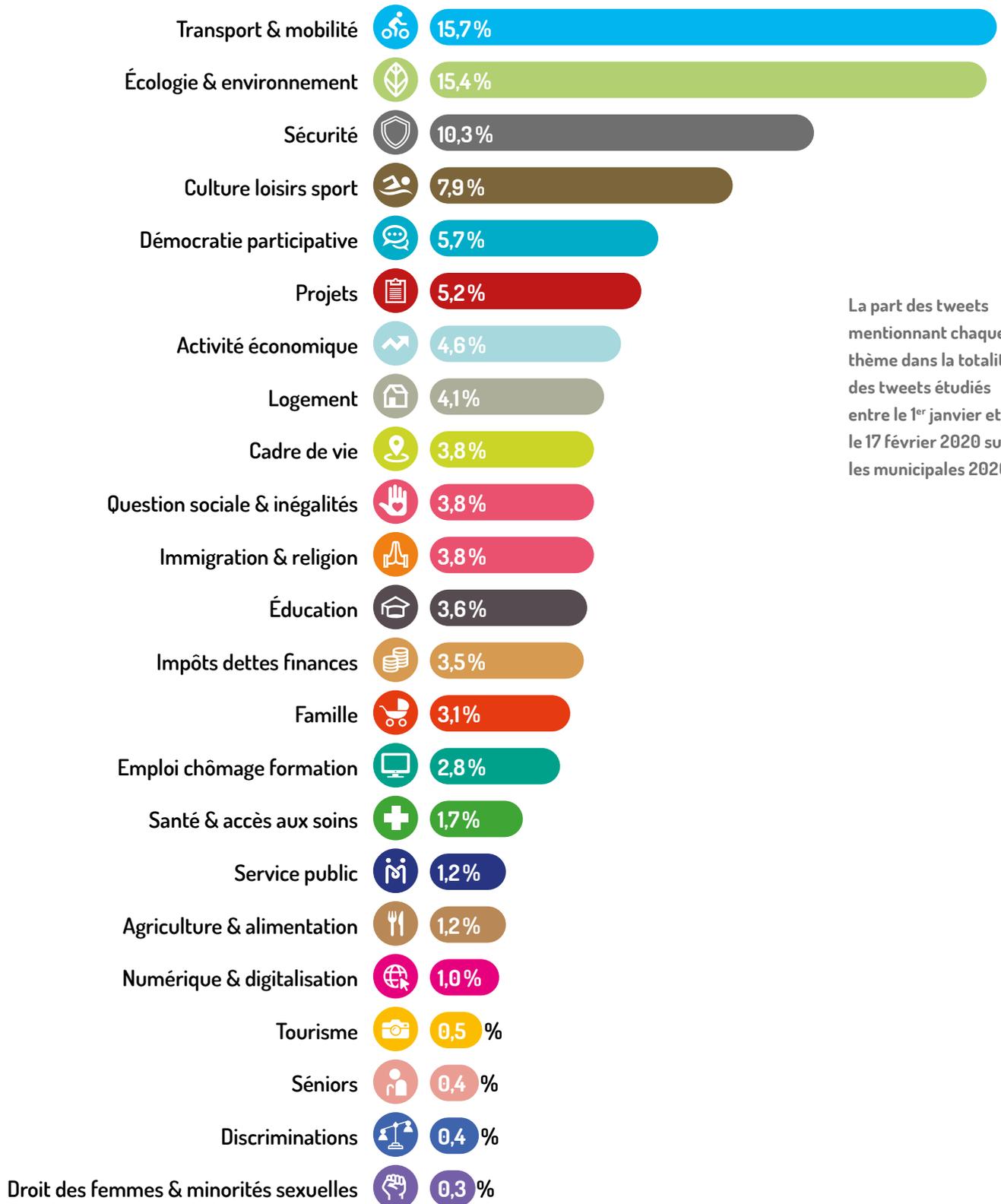


La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 13 février 2020 sur les municipales à Paris.

La ville de Paris est marquée par le thème projet venant en quatrième position, quasiment à égalité avec la sécurité. Ce n'est évidemment pas une surprise pour une capitale et « ville-monde » dont l'élection a une portée particulière. Ce thème a été notamment très porté par Benjamin Griveaux (Central Park à la gare de l'Est). On observe cependant que l'importance relative du thème « projet » a plutôt décliné sur cette première période, cela avant même le retrait de B. Griveaux (dont A. Buzyn n'a pas repris ensuite toutes les idées) : signe d'une fraîcheur de la réception et d'une saturation des électeurs, même parisiens ?

La 5^e place de cadre de vie est largement due à l'importance de la propreté (sur le mode dominant du reproche à la mairie sortante), des aménagements de voirie et des espaces verts. Le logement occupe sans surprise la 6^e place, dans une ville marquée par des loyers en hausse constante.

CLASSEMENT DES THÉMATIQUES LES PLUS CITÉES AU NIVEAU NATIONAL



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 17 février 2020 sur les municipales 2020.

CLASSEMENT DES THÉMATIQUES D'IMPORTANCE PRIORITAIRE POUR LES FRANÇAIS



Préoccupations citées comme prioritaire lors d'un sondage Kantar mené auprès des individus habitant des agglomérations de plus de 100 000 habitants en France.

FOCUS SUR LE PODIUM DES TÊTES DE LISTE

Le Twittorama analyse la manière dont la twittosphère évoque les trois têtes de liste les plus mentionnées à Paris.

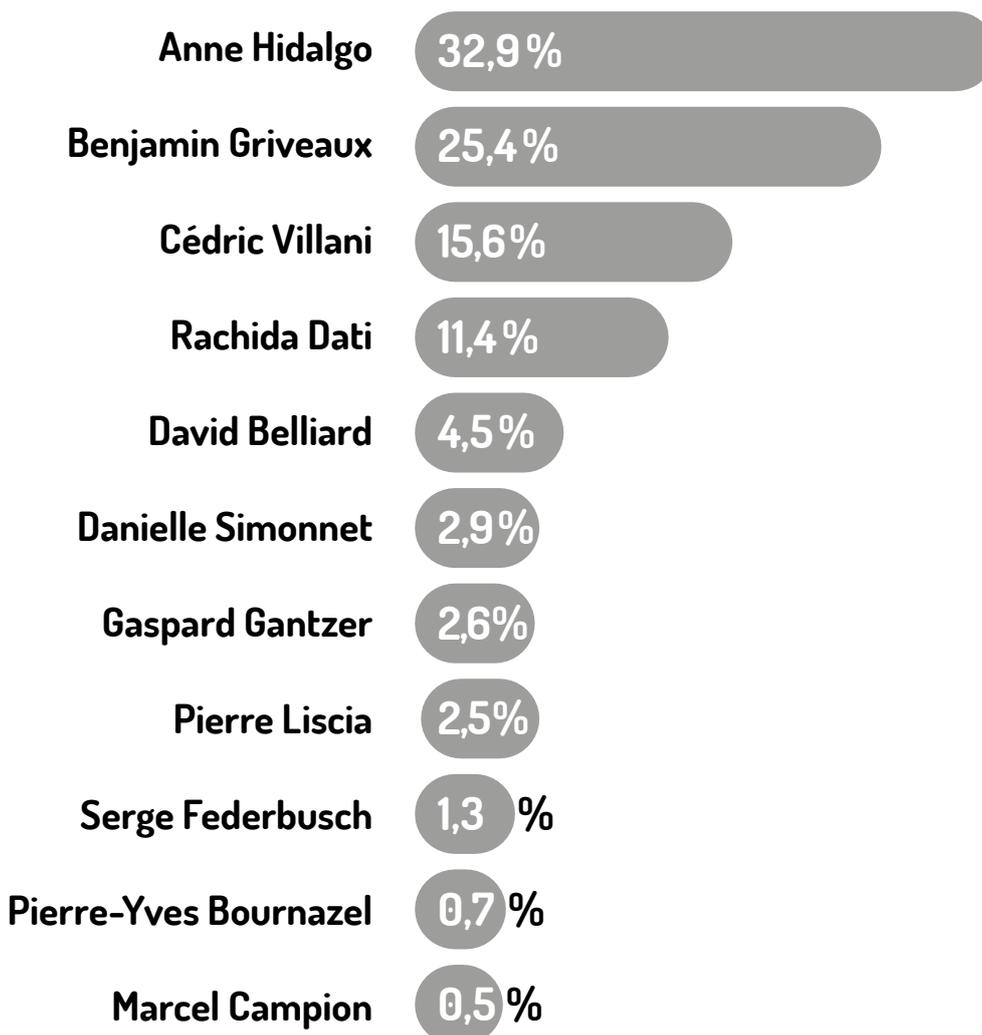
LE PODIUM DES CANDIDATS

Dans cette première partie de la campagne, le trio de tête des mentions sur la twittosphère parisienne oppose les candidats PS, LREM et LREM dissident. Cela correspond à la médiatisation faite de cette élection capitale comme symbole et test pour le pouvoir d'Emmanuel Macron et son parti. Mais on observe un décalage entre la 4^e place de Rachida Dati (11,4%) sur Twitter, quand les sondages en faisaient la première challenger de la maire sortante. De même, les faibles mentions du candidat écologiste David Belliard (4,5%) paraissent en décalage avec les intentions des électeurs sondés.

Anne Hidalgo arrive donc en tête, avec 32,9% de citations. La candidate jouit de sa position de maire sortante, et d'un réel capital de sympathie chez ses soutiens. Mais elle est aussi clivante sur twitter, où des mentions comme « tout sauf Hialdgo » ne sont pas rares.

Benjamin Griveaux était le premier challenger sur Twitter avant son retrait, avec 25,4% des mentions. La même remarque vaut pour Anne Hidalgo : le candidat LREM suscitait aussi de la défiance sur le réseau social.

Enfin Cédric Villani s'est installé à la 3^e place des citations de la twittosphère, assez loin des deux premiers avec 15,6%. Le candidat suscite peu de critiques, sauf des LREM reprochant la division. Mais arrivera-t-il à imprimer sa marque ?

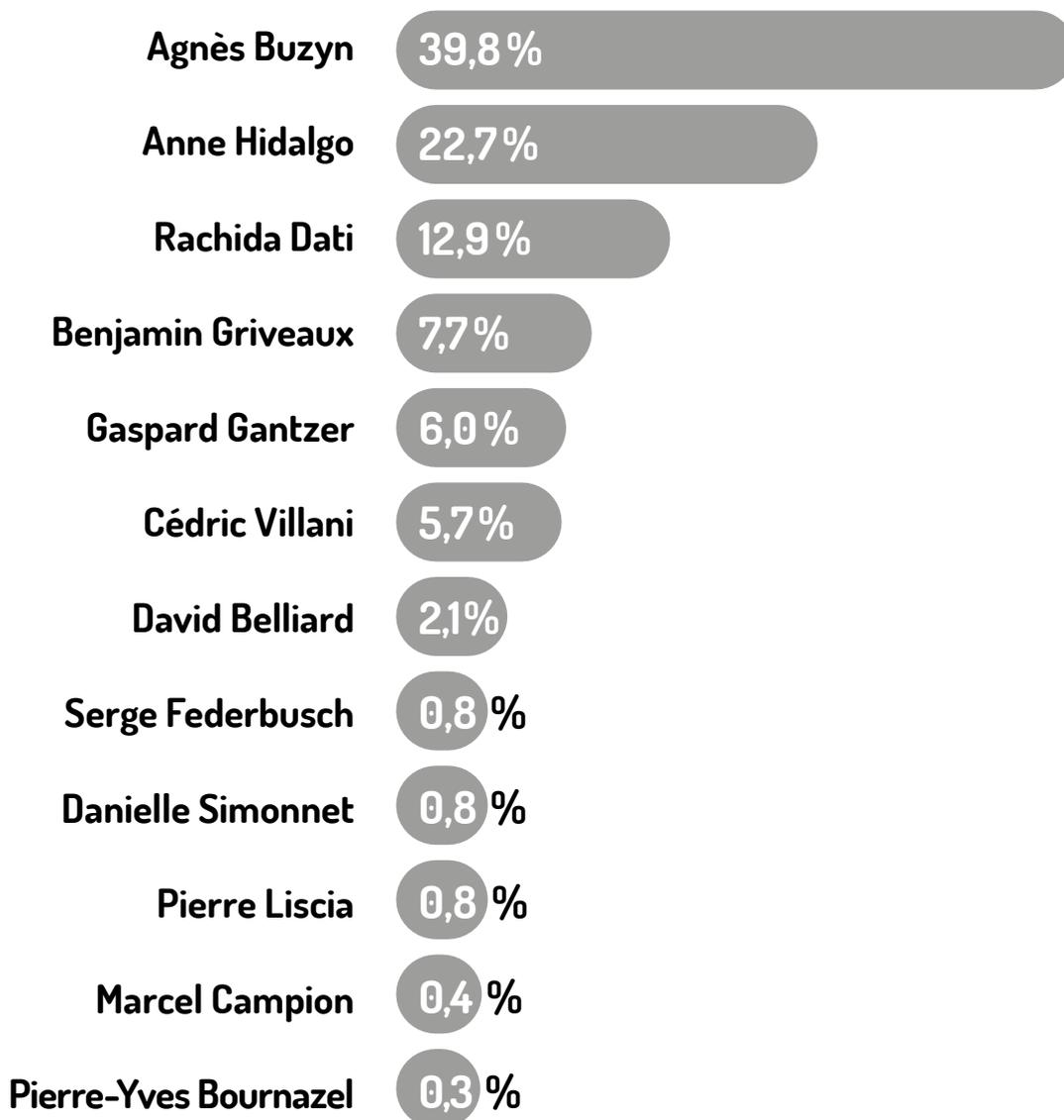


La part des tweets mentionnant chaque tête de liste dans la totalité des tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 13 février 2020 sur les municipales à Paris.

L'ARRIVÉE D'AGNÈS BUZYN DANS LA CAMPAGNE

Ce graphique donne le classement des têtes de liste dans la semaine du 17 au 21 février 2020. Bien entendu, il n'est pas représentatif du nouveau rythme de croisière de la campagne parisienne, puisque qu'Agnès Buzyn venait d'annoncer (le 16 février) sa candidature en remplacement de Benjamin Griveaux.

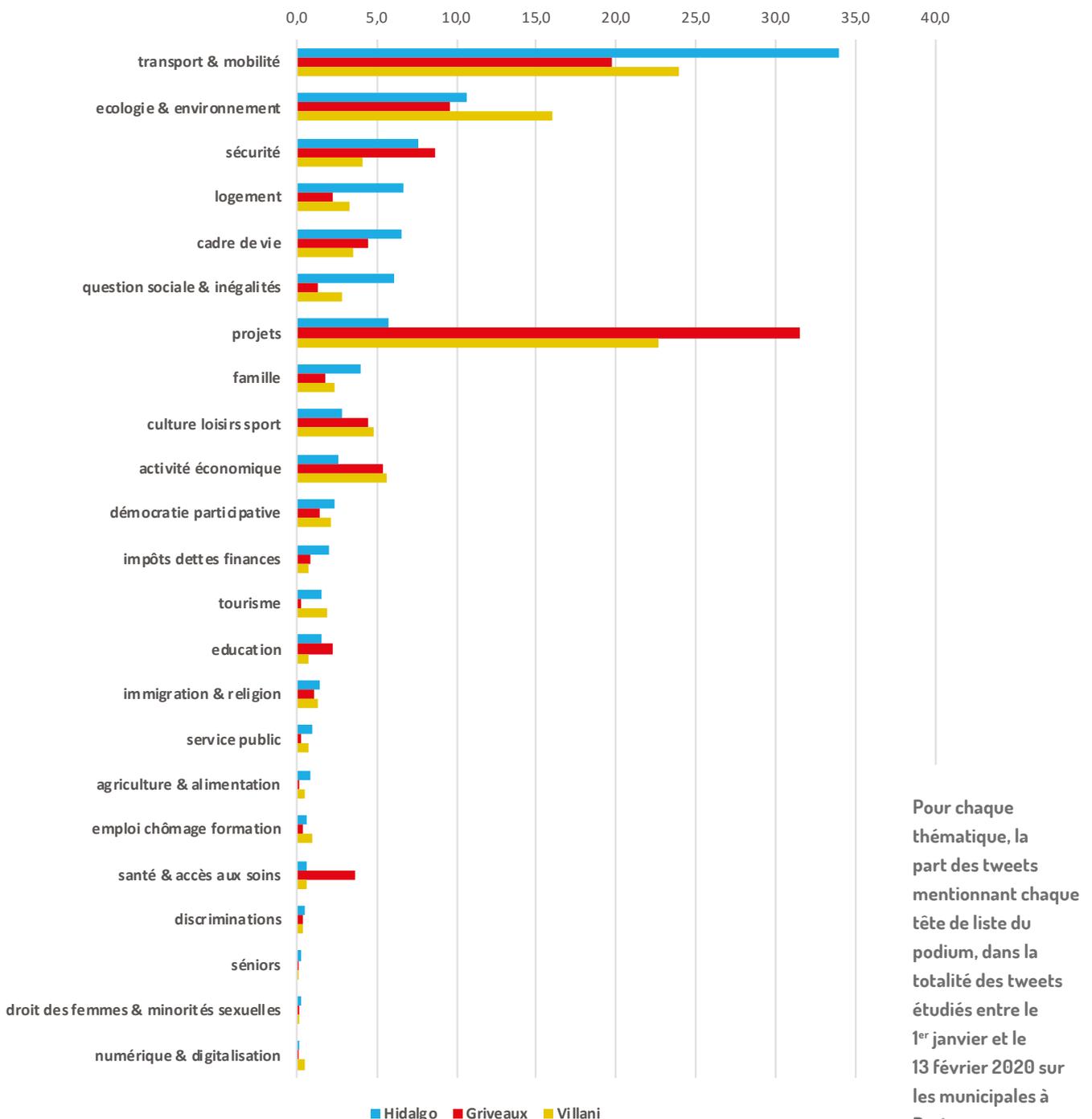
C'est l'ancienne ministre de la santé qui occupe la première place de cette semaine, avec près de 40 % des mentions. Elle est suivie par Anne Hidalgo (22,7 %) et Rachida Dati (12,9 %).



La part des tweets mentionnant chaque tête de liste dans la totalité des tweets étudiés entre le 17 et le 21 février 2020 sur les municipales à Paris.

LA POSITION DES TROIS LEADERS POUR CHAQUE THÈME

Les deux premiers thèmes ont des poids comparables chez les trois leaders, avec une tonalité un peu plus écologique chez C. Villani. B. Griveaux et C. Villani se caractérisent par la force du thème « projets », en contraste avec A. Hidalgo qui défend d'abord un bilan et sa continuité. On observe aussi des signaux faibles cohérents avec les positionnements des uns et des autres : A. Hidalgo est plus associée que ses challengers aux questions sociales, B. Griveaux et C. Villani plus cités sur les questions économiques que la favorite.



CLASSEMENT DES THÈMES LES PLUS CITÉS POUR CHAQUE TÊTE DE LISTE DU PODIUM

Anne Hidalgo

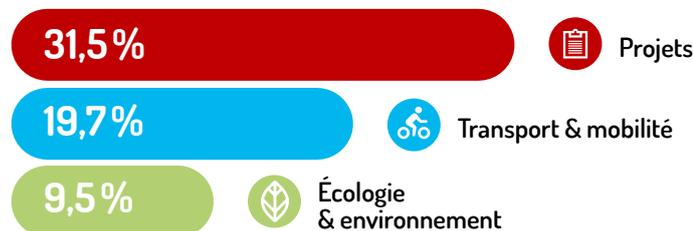


La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 13 février 2020 sur les municipales à Paris et en lien avec Anne Hidalgo.

Le thème transport & mobilité prévaut largement dans la twittosphère d'Anne Hidalgo avec plus de 20 points d'avance sur le 2^e thème, écologie & environnement (33,9% vs 10,6%). Pour féliciter ou blâmer la politique vélo et la posture anti-voiture de la maire sortante, la première place de ce thème ne surprend pas.

Écologie & environnement ainsi que sécurité en 2^e et 3^e place sont également emblématiques des controverses qui agitent la twittosphère d'Anne Hidalgo, même s'ils sont en retrait par rapport au thème transport & mobilité.

Benjamin Griveaux



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 13 février 2020 sur les municipales à Paris et en lien avec Benjamin Griveaux.

Benjamin Griveaux a mis largement en tête le thème des « projets » dans sa communication, avec notamment sa proposition de transformer la gare de l'Est en un « Central Park » parisien (à elle seule plus de 60% des topiques dans ce thème). Idée accueillie de manière très contrastée dans la twittosphère. Ses autres thèmes étaient plus classiques et attendus sur Paris : les transports et l'écologie.

Cédric Villani



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 13 février 2020 sur les municipales à Paris et en lien avec Cédric Villani.

Cédric Villani est associé au même univers thématique que Benjamin Griveaux, mais dans un ordre un peu différent : d'abord les transports, puis les projets et enfin l'écologie. Pour les transports, le dissident d'En Marche insiste davantage sur des moyens d'améliorer la circulation. Les projets sont plus génériques (« notre projet écoprogressiste », « notre projet : transformer et apaiser Paris », « un projet rigoureux pour Paris »). Il en va de même pour l'écologie, revendiquée comme structurante de toute réflexion (le mot lui-même pèse plus du tiers des topiques de ce thème), mais sans incarnation sur telle ou telle réforme concrète dans les mentions Twitter.

LES MOTS DE LA TWITTOSPHERE D'ANNE HIDALGO



La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 13 février 2020 sur les municipales à Paris et liés à Anne Hidalgo.

MÉTHODOLOGIE DE CETTE ÉTUDE

Formation du corpus

Le corpus analysé dans ce rapport est constitué de tweets émanant du réseau social Twitter discutant des élections municipales 2020 à Paris et dans les 10 plus grandes villes de France par l'importance de leur population. Il a été fait le choix d'intégrer les re-tweets dans ce corpus, car la popularité et la viralité d'un message font partie de l'écosystème d'information et d'influence de Twitter.

Les tweets ont été collectés et extraits via une requête booléenne de recherche homogène. Pour chaque ville, une requête de collecte a été constituée en associant le nom et les habitants de la ville (Rennes, Rennais, Rennaises, etc.) avec des mots-clés relatifs aux élections (élections, municipales, etc.) ou les noms ou comptes des candidats et des partis postulant dans la ville. Les hashtags associés aux campagnes des candidats dans chaque ville ont aussi été intégrés dans la requête de collecte.

Les tweets émis par les comptes des candidats eux-mêmes ou les comptes officiels de campagne ont été exclus afin d'éviter de surpondérer une « parole officielle ». Cependant, les re-tweets de messages émanant de ces sources sont intégrés pour prendre en compte l'influence que peuvent avoir ces retweets sur le discours global.

Une requête booléenne est toujours un compromis empirique entre un spectre trop large qui extrait des messages hors sujet et un spectre trop étroit susceptible de manquer des messages pertinents sur le sujet étudié. La requête mise en place a permis de recueillir plus de 500 000 tweets totalisant plus de 18 millions de mots et émanant de plus que 158 000 comptes uniques sur Twitter et a été vérifiée pour assurer un taux de pertinence supérieur à 95 %, constituant une base significative pour évaluer les tendances des échanges.

La date de collecte de ce premier corpus court du 1^{er} janvier au 17 février 2020 à 12h. Paris a formé une exception imprévue en raison de l'annonce le 15 février 2020 au matin du retrait de la candidature de Benjamin Griveaux. Cet événement a entraîné un afflux considérable de messages sans rapport avec notre prisme d'analyse de la campagne des Municipales 2020. Pour cette raison, le corpus de Paris a été arrêté au 13 février 2020 inclus. Un corpus complémentaire sur Paris a été formé du 17 au 21 février 2020 afin de disposer de premières informations sur la candidature d'Agnès Buzyn.

Classement quantitatif et matrice sémantique

Les scores de présence des candidats sont obtenus par la comptabilisation de leur patronyme et de leur nom de compte Twitter, le second étant le mode le plus fréquent de désignation sur le réseau social. Les mentions des candidats ne sont pas assimilables à un score d'intention de vote ou de popularité politique : il s'agit d'un indicateur de présence dans la twittosphère, pouvant être motivée pour des raisons positives, négatives ou neutres.

L'analyse des thématiques a été réalisée par des techniques de traitement semi-automatique du langage :

- Apprentissage supervisé à partir de plusieurs sources (corpus de textes politiques d'élus locaux, mots associés aux maires dans les médias - presse nationale et régionale - sur une année et enfin un mois de relevés de tweets à partir de la requête booléenne d'extraction précisée ci-dessus).
- Étiquetage et organisation raisonnée des données. Plus de 1 100 topiques (mots, syntagmes, locutions, sigles) sont venus nourrir 23 thématiques. La plupart de ces topiques sont des expressions à valeur univoque et générique (par exemple, « changement climatique » dans le thème « écologie & environnement »). Certains sont à valeur contextuelle et spécifique (par exemple « Central Park » et « gare de l'Est » dans le thème « projets » en référence au programme d'un candidat).
- La matrice sémantique ainsi constituée est donc une base d'interprétation globale, qui a suivi un apprentissage de perfectionnement et une mise en adéquation sur le corpus cible. Des tests aléatoires de contrôle ont été réalisés pour évaluer sa fiabilité en phase d'apprentissage puis lors des premières consolidations sur analyse des données globales réelles. On peut estimer la fiabilité d'attribution à plus de 95% de résultats corrects. Il convient de noter que cette matrice, conçue pour l'analyse des politiques publiques locales, ne quantifie pas les opinions individuelles, car ce n'est pas son objet. Par exemple, elle identifie comme relevant du thème « transports & mobilité » un tweet sur les « embouteillages », mais n'évalue pas si ce tweet est une louange ou un reproche ou un constat neutre. Un autre classifieur sémantique peut être utilisé à cette fin, mais l'analyse d'opinion ne formait pas l'objet de la présente étude. En traitement du langage, comme dans l'ensemble des techniques d'apprentissage supervisé souvent appelées improprement « Intelligence Artificielle », chaque problématique fait l'objet d'une modélisation *ad hoc*.

Les 23 grandes thématiques ont émergé de l'analyse sémantique (démarche inductive) et n'ont donc pas été définies a priori. Elles sont ici présentées par ordre alphabétique :

- | | | | |
|----|--|----|-------------------------------|
| 1 | Activité économique | 13 | Impôts dettes finances |
| 2 | Agriculture & alimentation | 14 | Logement |
| 3 | Cadre de vie | 15 | Numérique & digitalisation |
| 4 | Culture loisirs sport | 16 | Projets |
| 5 | Démocratie participative | 17 | Question sociale & inégalités |
| 6 | Discriminations | 18 | Santé & accès aux soins |
| 7 | Droit des femmes & minorités sexuelles | 19 | Sécurité |
| 8 | Écologie & environnement | 20 | Séniors |
| 9 | Éducation | 21 | Service public |
| 10 | Emploi chômage formation | 22 | Tourisme |
| 11 | Famille | 23 | Transport & mobilité |
| 12 | Immigration & religion | | |

Les 11 villes analysées par ordre de grandeur (nombre d'habitants)

- | | | | |
|---|-----------|----|-------------|
| 1 | Paris | 7 | Montpellier |
| 2 | Marseille | 8 | Strasbourg |
| 3 | Lyon | 9 | Bordeaux |
| 4 | Toulouse | 10 | Lille |
| 5 | Nice | 11 | Rennes |
| 6 | Nantes | | |

Résultats comparatifs du sondage

Les résultats d'un sondage représentatif de la population adulte des agglomérations françaises de 20 000 habitants ou plus sont présentés dans ce rapport pour donner un point de comparaison entre le poids des thématiques discutés sur Twitter et leur niveau de priorité pour les citoyens. Ce sondage a été réalisé auprès de 1 000 personnes du 14 au 17 février 2020, et les résultats présentés dans ce rapport ont été filtrés sur les habitants des agglomérations de 100 000 habitants ou plus pour correspondre aux populations des villes étudiées dans cette analyse, soit une base de 524 réponses.

Les résultats affichés présentent, pour chaque sujet, la proportion de réponses « Prioritaire » à la question suivante : « Pendant la campagne des élections municipales, les candidats vont débattre et faire des propositions autour de nombreux sujets. En pensant à l'avenir de votre ville pour les 6 prochaines années, veuillez indiquer pour chacun des sujets suivants s'il vous semble : Prioritaire / Important mais pas prioritaire / Secondaire / Sans intérêt »



Un outil au service de la démocratie participative

La Vox Populi est un outil de restitution et d'analyse de la parole des citoyens qui recourt aux technologies les plus récentes de traitement automatique de la langue couplées à une analyse humaine. L'objectif est de proposer une analyse sémantique fiable, indépendante et objective des contributions citoyennes recueillies dans les dispositifs participatifs ou dans des corpus textuels importants.

La Vox Populi est produite par l'expertise associée de deux entreprises :

- > **Inférences** : cabinet d'études expert en analyse sémantique, concepteur de la solution Opinion miner® d'analyse semi-automatique de grands volumes de données textuelles
- > **Epiceum** : agence conseil dédiée à la communication d'intérêt général, spécialisée dans l'accompagnement des politiques publiques et des grands projets, incluant notamment leurs périodes de débats publics.



Understand people, Inspire growth

Kantar est le leader mondial des études et du conseil fondés sur des données objectives. Nous délivrons une compréhension unique et exhaustive de la façon dont les individus pensent, ressentent et agissent, à l'échelle mondiale et locale, à travers plus de 90 marchés. En combinant l'expertise de nos équipes, nos bases de données, nos analyses et technologies innovantes, nous aidons nos clients à comprendre les individus et à stimuler leur croissance : Understand People, Inspire Growth.

En France, Kantar s'appuie sur l'expertise internationale et sur l'expérience éprouvée de la division Public pendant plus de 5 décennies, de ses équipes françaises (anciennement TNS Sofres) au service du secteur public, des organismes publics, des ONG, des universités et des grandes entreprises sur leurs enjeux de politiques publiques, de qualité de service public et de communication publique. Nous sommes en étroite relation avec les autres sociétés du groupe Kantar, pour bénéficier de la capacité de Kantar à innover et investir dans de nouveaux outils, et chercher en permanence à renouveler nos méthodes.

Retrouvez l'ensemble des résultats sur

lavoxpop.fr / fr.kantar.com



www.lavoxpop.fr
www.fr.kantar.com



@LaVoxPop
@KantarFR



contact@lavoxpop.fr
info.fr@kantarpUBLIC.com