

# MUNICIPALES 2020 SUR TWITTER

## Les évolutions de fin de campagne

Irruption du thème Immigration & religion. Maintien en 1<sup>re</sup> place des sujets Transport & mobilité. Percée d'Agnès Buzyn et de nouvelles têtes de listes.

12 mars 2020







**Le Twittorama** des municipales 2020



### **SOMMAIRE**

٠,	120001	mbule
. 7		

- 4 Chiffres clés
- 5 Principaux enseignements
- 7 National
- 15 Bordeaux
- 19 Lille
- 23 Lyon
- 27 Marseille
- 31 Montpellier
- 35 Nantes
- 39 Nice
- 43 Paris
- 47 Rennes
- 51 Strasbourg
- 55 Toulouse
- Méthodologie de cette étude

## **PRÉAMBULE**

Vous avez pu découvrir la première vague du Twittorama des municipales 2020 qui a décrypté la manière dont la twittosphère s'est emparée du début de la campagne à Paris et dans les 10 plus grandes villes de France. À quelques jours du premier tour des élections municipales, nous vous dévoilons **l'analyse de la fin de la campagne** : quelles thématiques se sont imposées dans le débat, quelles têtes de listes ont mobilisé les twittos ?

Pour cette deuxième vague, la Vox Populi, en partenariat avec Kantar, a analysé les tweets en lien avec les municipales entre le 17 février et le 5 mars 2020 pour les 11 mêmes villes que la fois précédente. Cette étude apporte donc un **nouvel éclairage sur la campagne et ses évolutions**.

Tous les enseignements de cette 2<sup>e</sup> vague du Twittorama sont compilés dans ce rapport. Il propose une analyse nationale des évolutions notables de la campagne sur Twitter et met en relief les particularités relevées dans chacune des onze villes étudiées.

La comparaison entre les deux vagues du Twittorama est aussi l'occasion de montrer les stratégies de communication de certains candidats : thématiques qui explosent sur Twitter suite à un meeting, candidats qui chutent faute de présence sur le réseau social... Cette nouvelle étude est un moyen d'analyser la manière dont Twitter est utilisé pendant la campagne.

Les résultats des élections permettront également de regarder les résultats du Twittorama avec un autre angle et de voir les différences entre la réalité du vote et les sujets de la twittosphère. Nous vous donnons donc rendez-vous après les élections pour un article sur le sujet!

Bonne lecture

**Emmanuel Rivière**, Directeur Général, Division Public de Kantar **Jean Laloux**, Directeur associé, Inférences **Christian de La Guéronnière**, Directeur, Epiceum

## CHIFFRES CLÉS



### Du 17 février au 5 mars 2020

626 000

tweets analysés

22000000

mots

106677

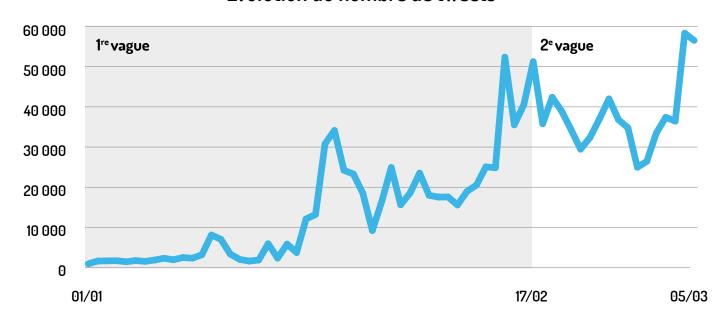
auteurs uniques

11

villes

23 thèmes

### Évolution du nombre de tweets



### PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Irruption du thème Immigration & religion. Maintien en 1<sup>re</sup> place des sujets Transport & mobilité. Percée d'Agnès Buzyn et de nouvelles têtes de listes.

Irruption spectaculaire du thème immigration et religion à Nice, Marseille et Rennes, confirmation de la présence dominante des thèmes « verts » dans toutes les villes, et percée localisée des questions liées au logement ou à la santé ; voici les principaux enseignements issus de ce nouveau rapport du Twittorama des municipales 2020. S'appuyant sur un ensemble de données récoltées sur la période du 17 février au 5 mars 2020, il vient apporter une seconde lecture du déroulement de la campagne sur le médium Twitter, à la veille du premier tour des élections municipales.

#### L'irruption du thème immigration & religion

On notera tout d'abord une forte poussée locale du thème immigration & religion, qui se hisse à la tête des thèmes les plus discutés sur la twittosphère et ce, dans trois villes : Nice (29%), Marseille (25,4%) ainsi que Rennes (17,5%). Il apparaît que dans les trois cas, cette irruption spectaculaire se retrouve liée à une actualité anxiogène, comme à Rennes, ou à des polémiques vis-à-vis de l'islamisme, comme à Nice. Cependant, on souligne que la question de la sécurité est en net recul dans les échanges de la twittosphère, comme c'est le cas à Nantes, à Nice mais également à Toulouse.

#### Une présence toujours dominante des thèmes « verts »

Sans grande surprise, les thématiques transport & mobilité ainsi qu'écologie & environnement ont le vent en poupe. Ces sujets restent des marqueurs forts dans les prises de parole des twittos durant cette campagne des municipales. Ils se maintiennent en tête des sujets les plus discutés, et leur position est parfois amplifiée, comme à Toulouse par exemple où les transports sont passés de la 3e à la 1ère place sur le podium ou encore à Strasbourg, où ce même sujet représente à lui seul le tiers des échanges sur Twitter.

#### Percée de thèmes jusqu'alors plus marginaux comme le logement ou la santé

Cette deuxième vague fait également la part belle à des thématiques qui étaient, dans la première partie de campagne, un peu plus marginales, comme le thème logement qui a très nettement progressé dans les twittosphères de Bordeaux, Lille ou encore Paris. Même constat pour santé & accès aux soins qui monte dans les échanges à Nantes, à Nice ainsi qu'à Paris. Dans ce dernier cas, c'est la candidature d'Agnès Buzyn qui a réveillé les critiques sur la situation de l'hôpital et des soignants. On relève encore la percée d'autres thèmes comme culture, loisirs et sport à Lille, démocratie participative à Nice ou éducation à Montpellier.

#### Dans la plupart des villes, les leaders sur Twitter se maintiennent

Du côté des têtes de liste, on notera que dans la majorité des villes, ce sont les mêmes candidats qui se maintiennent au premier rang des discussions sur la twittosphère: Florian à Bordeaux (35,2%), Spillebout à Lille (51%), Collomb à Lyon (36,1%), Ravier à Marseille (32,6%), Saurel à Montpellier (45,8%), Estrosi à Nice (58%), Fontanel à Strasbourg (31,6%) et Moudenc à Toulouse (31,9%). Toutefois, leurs scores respectifs sont en léger recul par rapport à la première vague d'analyses.

#### Mais de nouveaux candidats font irruption en tête du classement

Pour autant, de nouvelles figures font irruption au sommet du classement des têtes de liste les plus mentionnées sur Twitter. C'est notamment le cas d'Agnès Buzyn à Paris (34,1%) et de la soudaine ascension de Nathalie Appéré à Rennes (30,4%). Il ne faut pas oublier de regarder du côté de certains candidats dont la percée dans ce classement est significative. C'est le cas de la candidate écologiste Jeanne Barseghian qui passe de 7,9 % à 20,5 % des mentions à Strasbourg, de l'ancien candidat aux élections présidentielles Philippe Poutou qui gagne près de 10 points à Bordeaux, et des frontistes Philippe Vardon à Nice et Éléonore Revel à Nantes qui profitent d'une spectaculaire progression avec respectivement 20 et 18 points supplémentaires.



# NATIONAL



### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE SUR TWITTER DANS LES 11 VILLES



Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien avec les élections. Projet reste le mot le plus utilisé. On note une baisse des topiques comme l'écologie, le vélo, la sécurité, qui restent malgré tout très en pointe dans certaines villes. Citoyen, hôpital, logement ou encore santé, suggèrent un recentrage lexical de la twittosphère sur des sujets finalement plus divers que l'écologie ou le transport.

La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre 17 février au 5 mars 2020 sur les municipales dans les 11 villes de l'étude.



## CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE R DANS LES

Le transport et la mobilité confirment leur première place dans la campagne.



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1er janvier et le 17 février, et entre le 17 février et le 5 mars 2020 sur les municipales dans les 11 villes.

9

Transport & mobilité emporte la mise au niveau national des thèmes les plus présents sur la twittosphère à l'occasion des Municipales 2020. La stabilité de ce thème entre les deux vagues d'analyse, renforce encore sa place de leader des thèmes d'intérêt de ces municipales.

La deuxième position du thème écologie & environnement témoigne de la montée des conversations environnementales et de la prise en considération des forces écologistes sur la twittosphère à l'occasion de cette élection; un phénomène commenté par nombre d'observateurs. On notera toutefois un léger repli de ce thème (-3 points) entre les deux vagues d'analyse.

Avec des scores moindres, les thèmes culture loisir & sport (4° rang), immigration & religion (5°), sécurité (6°) complètent le Top 5 des thèmes les plus présents sur la twittosphère entre le 17 février et le 5 mars 2020.

Toutes vagues confondues, certains thèmes présentent une relative constance : le top 3 ainsi que démocratie participative, logement ou projet. Les thèmes immigration & religion et sécurité se sont montrés plus instables car plus sensibles à l'actualité. Les diverses manifestations du début de l'année, notamment des Gilets jaunes, et leur cortège de violences, ont poussé le thème sécurité en  $3^{\rm e}$  position de la première vague d'analyse, repassé en  $5^{\rm e}$  de la seconde (- 3 points). Le thème immigration & religion a encore plus fortement fluctué, passant de la  $9^{\rm e}$  place à la  $4^{\rm e}$  entre les deux vagues d'analyse, sur fond de faits divers fortement amplifiés par des communautés de twittos militants sur certaines villes.

				,		,	,	,	,		,	
		Jux /	//	//	seille mon	delier M	/ ss /	//	/, /	/s /	Sboure Tou	/se /
	/ 3	deaux	ille	yon na	iser / i	der /	ante <sup>s</sup>	ice P	aris Re	innes Stra	3000	house
	/ 80°		/ '	M	Mon	/ 4	/ `	/ `	/ *	Site	/ 40	
activité économique	4,8	7,9	4,5	3,8	4,3	5,5	2,1	3,5	3,4	3,6	5,3	l
agriculture & alimentation	0,8	3,0	2,8	0,6	1,9	1,0	0,5	0,9	1,7	0,6	2,9	l
cadre de vie	5,2	5,0	1,9	4,9	5,3	3,3	3,4	7,1	2,0	2,5	3,7	l
culture loisirs sport	5,6	17,2	4,2	6,6	10,2	7,4	4,3	5,7	5,0	3,1	12,8	l
démocratie participative	3,7	7,0	6,2	5,7	8,4	6,9	6,7	4,6	4,9	7,2	8	l
discriminations	0,1	1,7	0,3	0,9	0,1	0,8	0,1	0,4	0,3	0,0	0,1	l
droit des femmes & minorités sexuelles	0,1	0,0	3,7	0,2	0,0	3,0	0,1	1,0	0,0	0,0	0,8	l
ecologie & environnement	10,9	9,0	21,1	14,1	11,2	14,0	8,1	9,1	10,8	14,8	10	ļ
education	2,9	5,9	4,1	2,2	8,4	4,0	2,9	1,2	4,8	2,2	1,9	ļ
emploi chômage formation	3	1,5	2,3	1,5	4,7	2,0	2,0	0,8	1,6	0,9	2,6	ļ
famille	3,7	1,7	1,2	2,8	7,9	3,6	6,3	5,2	1,2	1,8	0,8	ļ
immigration & religion	0,3	0,0	1,8	25,4	0,5	1,2	29,0	1,8	17,6	1,4	0,9	l
impôts dettes finances	2,6	4,1	4,4	0,9	2,2	2,1	2,0	4,1	3,8	7,8	3,7	ļ
logement	7,8	14,2	2,7	3,9	3,2	5,0	1,7	9,1	2,6	1,2	4,2	l
numérique & digitalisation	0,5	0,1	0,6	0,3	1,9	0,6	0,4	0,9	1,7	0,5	0,6	ļ
projets	9,1	4,6	7,3	4,8	3,5	7,1	5,8	6,2	7,7	2,5	7,4	ļ
question sociale & inégalités	4,5	4,1	3,9	2,4	3,5	2,3	1,1	4,1	4,4	4,7	2,9	ļ
santé & accès aux soins	1,1	1,2	1,7	2,9	2,8	6,7	4,9	7,0	1,2	1,9	1,6	ļ
sécurité	6,1	4,2	7,0	6,5	6,2	11,1	7,6	8,7	5,9	8,0	7,9	
séniors	0,1	0,0	0,0	0,2	0,5	0,3	0,2	0,8	0,0	0,0	0	
service public	2,2	0,3	1,1	0,9	0,9	0,8	0,3	1,4	1,0	2,3	0,8	ļ
tourisme	0,2	0,1	0,0	0,2	0,2	0,1	0,9	1,2	0,0	0,0	0,1	ļ
transport & mobilité	24,5	7,1	17,0	8,4	12,1	11,2	9,6	15,2	15,4	32,9	21,1	Į



Les thèmes suscitant sur la twittosphère un intérêt moyens à forts dans toutes les villes sauf exception sont : écologie & environnement, transport & mobilité, démocratie participative ainsi que culture loisirs sport, sécurité, activité économique et projets (ligne à dominante rouge pâle à rouge foncé). Même au sein de ces thèmes, on note des variations de ville à ville, par exemple un facteur 4 pour le transport entre Lille (7,1%) ou Marseille (8,1%) et Bordeaux (24,5%) ou Strasbourg (32,9%).

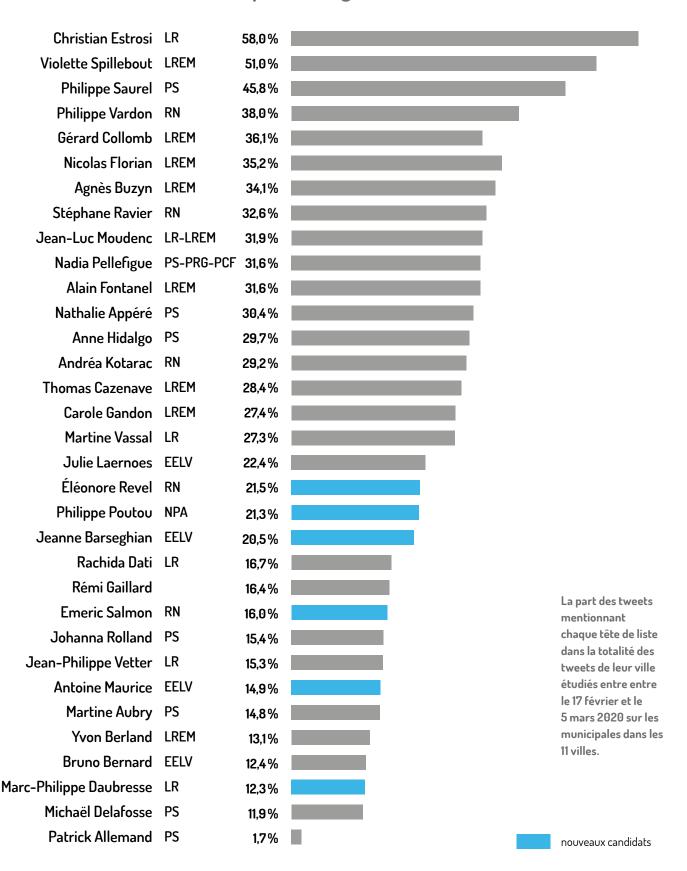
Les thèmes suscitant sur la twittosphère un intérêt faible à très faible sont : agriculture & alimentation, discrimination, droit des femmes & minorités sexuelles, emploi chômage formation, seniors et service public (lignes à dominante bleu pâle à bleu foncé)

Les thèmes présentant les plus fortes variations entre les villes sont : logement et surtout immigration & religion au profil atypique, passant du statut de non-sujet à sujet d'intérêt majeur sur quelques villes (mais quasi totalement absent d'autres).



## TOP 30 DES CANDIDATS EN TÊTE **DE PODIUM**

Classement des candidats en pourcentage des mentions.





En bleu, les nouveaux entrants dans le Top 3 des candidats les plus mentionnés dans la twittosphère de leurs villes respectives.

La grande majorité des candidats apparaissant dans le Top 3 de la 1<sup>re</sup> vague d'analyse pour leur nombre de mentions dans la twittosphère est encore présente à l'issue de la 2<sup>e</sup> vague, à l'exception de 6 candidats qui ont rejoint le podium de leur ville.

Les champions des mentions sont, dans l'ordre, Estrosi (Nice), Spillebout (Lille) et Saurel (Montpellier), avec 46 % à 58 % de cumul des mentions.

En net retrait par rapport au trio de tête vient ensuite une petite quinzaine de candidats dont la présence sur Twitter avoisine ou dépasse le 1/3 de la totalité des mentions dans leur ville.

Un petit collège de 5 candidats rassemble ceux dont les mentions sont comprises entre 20.5% et 22.4%.

Enfin, plus en retrait, une douzaine de candidats dont les scores sont inférieurs à 20 % des mentions dans leur ville.

Cette relative dispersion des candidats au regard de leur mentions sur Twitter peut s'expliquer de diverses manières : un choix délibéré de ne pas faire de ce réseau social un vecteur central de leur campagne ; un électorat plus ou moins enclin à utiliser ce média ; une visibilité nationale ou locale du candidat portant les décideurs (économiques, politiques...) et influenceurs (journalistes, associations, ONG ...) à le mentionner (par tweet ou retweet) pour un point de programme ou une déclaration ; enfin, la mobilisation de réseaux d'influence (bases militantes, partis politiques...) qui peuvent amplifier (viralité spontanée ou non) la présence de leur candidat sur Twitter.



# **BORDEAUX**



### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À BORDEAUX SUR TWITTER

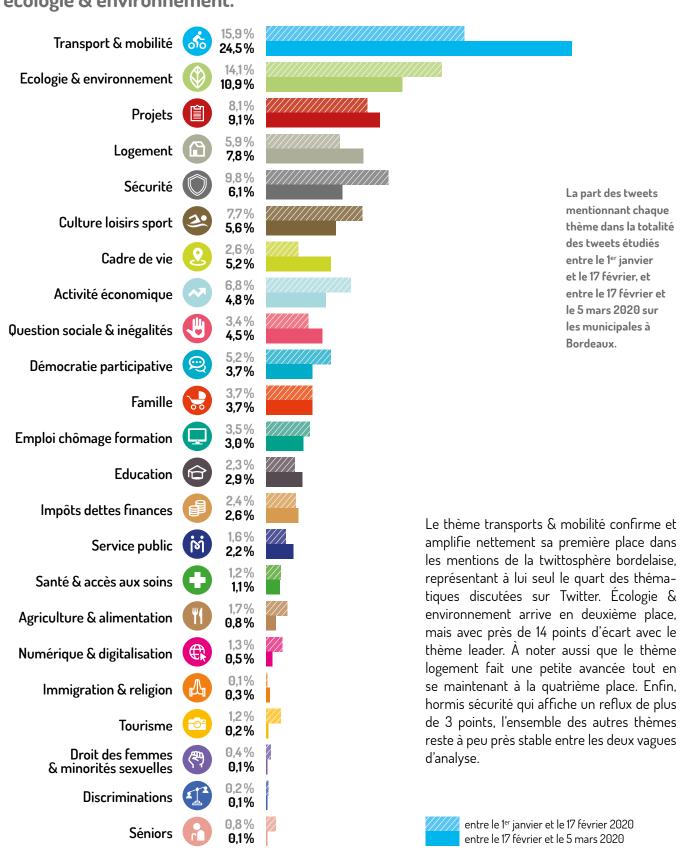


Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien avec les élections. Projet présente deux fois plus d'occurrences que le deuxième mot le plus employé, mobilité. Avec transport, vélo, gratuité des transports, logement, parc ou encore écologie, les sujets d'intérêt de la twittosphère bordelaise s'affirment sans équivoque.

La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre 17 février au 5 mars 2020 sur les municipales à Bordeaux.

## CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE À BORDEAUX SUR TWITTER

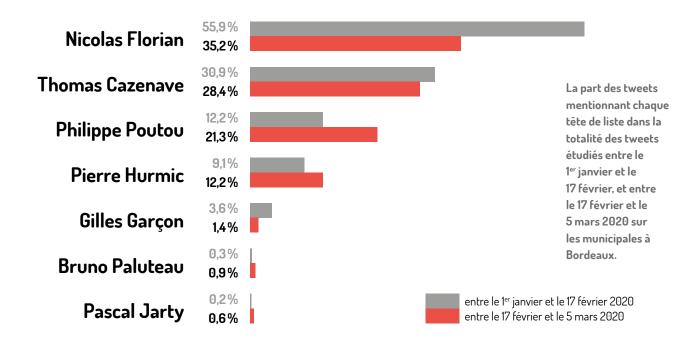
Transport & mobilité focalise l'attention de la twittosphère bordelaise, devant écologie & environnement.





### CLASSEMENT DES CANDIDATS À BORDEAUX SUR TWITTER

Nicolas Florian en première place mais en recul des mentions sur Twitter, Poutou toujours en 3<sup>e</sup> place.



Les mentions de Nicolas Florian (LR) sur la twittosphère bordelaise ont chuté de 14 points. À 35 % le maire sortant n'est plus qu'à 7 % de son suiveur, le candidat LREM, Thomas Cazenave. La twittosphère de Philippe Poutou (NPA) s'est mobilisée autour de son candidat qui gagne près de 10 points à 21,3 % entre les vagues 1 et 2. Pierre Hurmic (EELV) progresse avec 12,2 % de mentions, mais mobilise moins les discussions sur Twitter.

#### **ERRATUM**

Dans la vague 1, le calcul des mentions de Philippe Poutou (NPA) a été omis, le candidat s'étant déclaré tardivement et étant quasi-absent des échanges sur le mois de janvier. Ce point est ici corrigé.



# LILLE



### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À LILLE SUR TWITTER

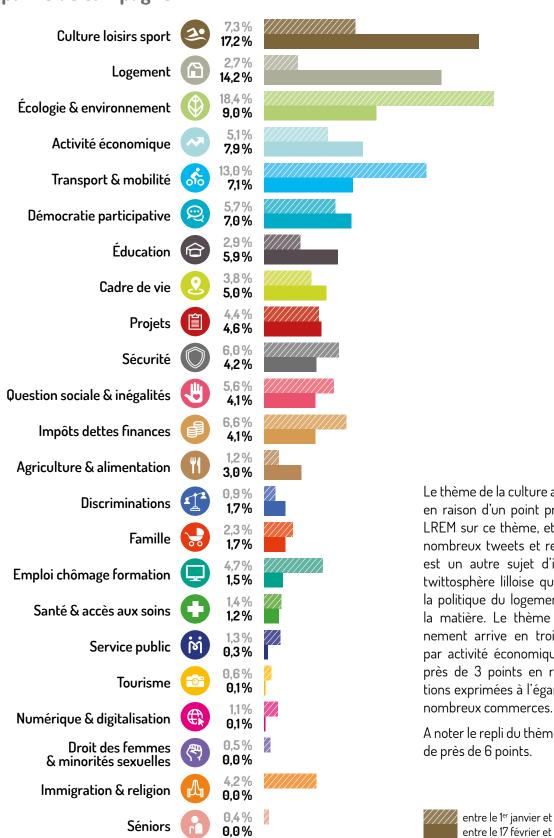


Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien avec les élections. Culture est le mot le plus utilisé sur la twittosphère lilloise, suivi de logement. À noter une assez forte dispersion lexicale et sémantique attestant de l'équilibre entre différents sujets d'intérêt.

La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre 17 février au 5 mars 2020 sur les municipales à Lille.

## CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE **LILLE SUR TWITTER**

Culture et logement explosent sur la twittosphère lilloise dans cette deuxième partie de campagne.



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1er janvier et le 17 février, et entre le 17 février et le 5 mars 2020 sur les municipales à Lille.

Le thème de la culture arrive au premier rang en raison d'un point presse de la candidate LREM sur ce thème, et qui a suscité de très nombreux tweets et retweets. Le logement est un autre sujet d'intérêt majeur de la twittosphère lilloise qui converse autour de la politique du logement et des priorités en la matière. Le thème écologie & environnement arrive en troisième position, suivi par activité économique en progression de près de 3 points en raison de préoccupations exprimées à l'égard de la fermeture de

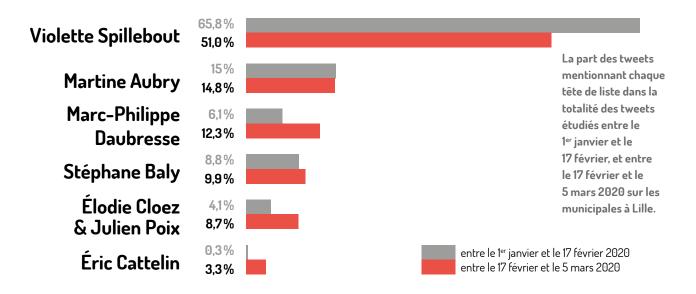
A noter le repli du thème transport & mobilité de près de 6 points.

entre le 1er janvier et le 17 février 2020 entre le 17 février et le 5 mars 2020



### CLASSEMENT DES CANDIDATS À LILLE SUR TWITTER

Spillebout toujours en tête des mentions sur la twittosphère lilloise.



Malgré une baisse de 14 points, le nombre de mentions de Violette Spillebout (LREM) dans la twittosphère lilloise domine nettement tous les autres candidats, dont la présence sur Twitter ne semble pas avoir été la priorité de leur communication politique ni celle de leurs soutiens. Tous les candidats hors Martine Aubry (PS) voient cependant une petite hausse.



# LYON



### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À LYON SUR TWITTER

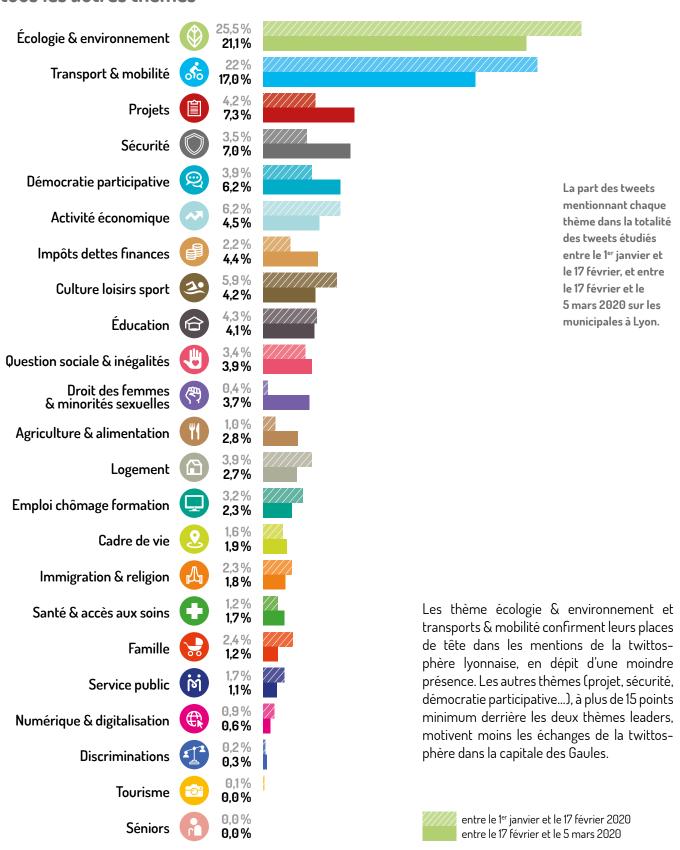


Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien avec les élections. La notion de projet devient centrale à l'approche des élections où les programmes des candidats sont débattus. L'adjectif écologiste qualifie bon nombre d'actions envisagées, soutenues ou contestées.

La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre 17 février au 5 mars 2020 sur les municipales à Lyon

## CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE À LYON SUR TWITTER

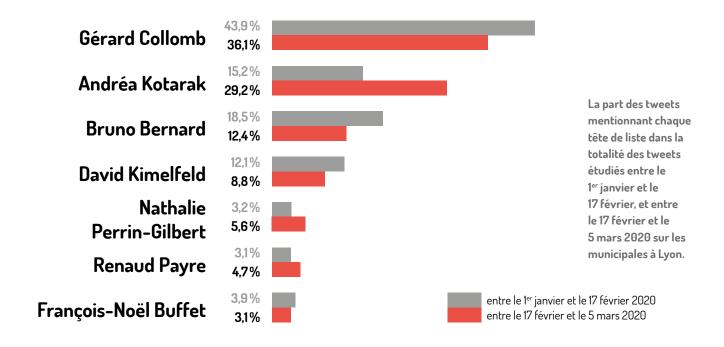
Écologie et transport captent l'attention de la twittosphère, très loin devant tous les autres thèmes





## CLASSEMENT DES CANDIDATS À LYON SUR TWITTER

Collomb toujours en tête des mentions sur Twitter, Kotarac en forte progression.



Si Gérard Collomb (LREM) maintient sa première place des mentions sur la twittosphère lyonnaise, André Kotarac (RN) a gagné 9 points. L'écart entre les mentions de ces deux candidats a été ramené de 28,7 % à 6,9 % entre les deux vagues d'analyse. L'activité de la twittosphère autour du candidat RN s'est donc nettement accélérée. Bernard (EELV) et Kimefeld (dissid. LREM) sont nettement distanciés dans ce palmarès des mentions sur Twitter.



# **MARSEILLE**

Marseille.



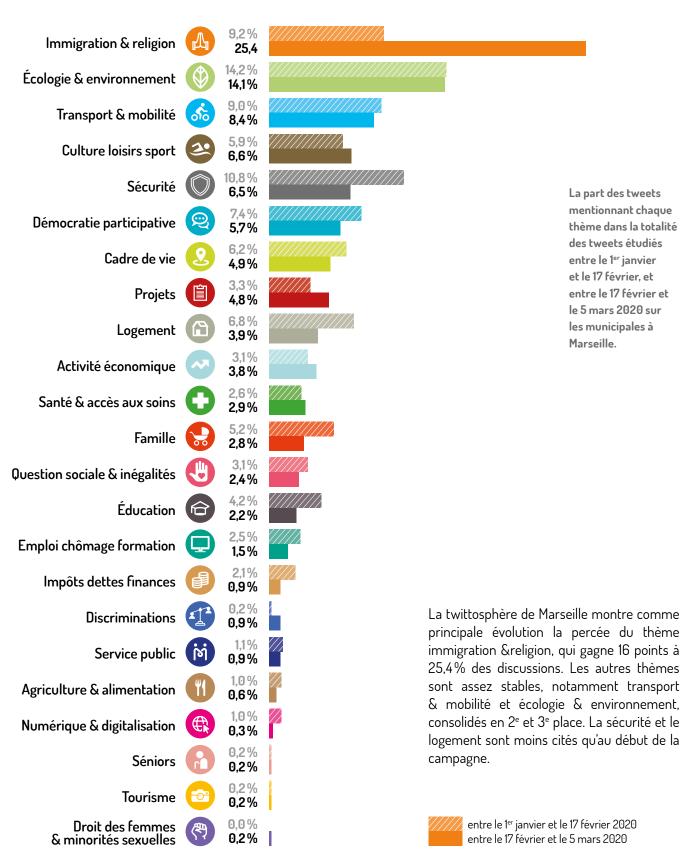
### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À MARSEILLE SUR TWITTER



Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien aux élections. On note le poids majeur des questions de laïcité et de communautarisme.

## CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE À MARSEILLE SUR TWITTER

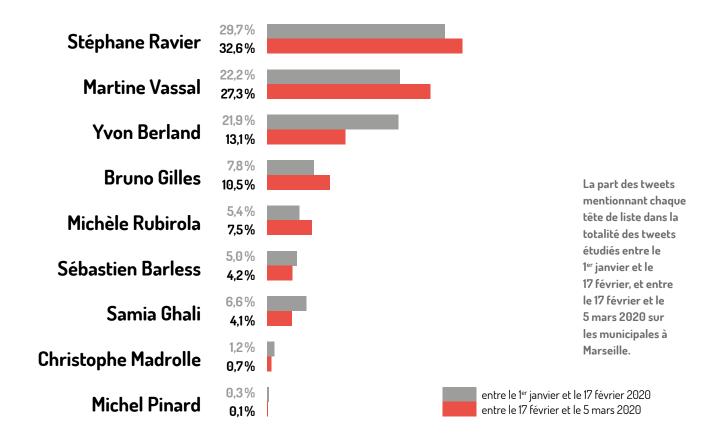
Percée du thème de la laïcité dans les discussions.





### CLASSEMENT DES CANDIDATS À MARSEILLE SUR TWITTER

Ravier et Vassal en tête des mentions sur Twitter.



Stéphane Ravier (RN) et Martine Vassal (LR) montent l'un comme l'autre dans les conversations, dépassant les 32% et 27% respectivement. Yvon Berland (LREM) décroche en 3° place et perd plus de 8 points de présence. Petites progressions de Bruno Gilles et Michèle Rubirola (EELV), mais très loin des leaders.



# MONTPELLIER



### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À MONTPELLIER SUR TWITTER

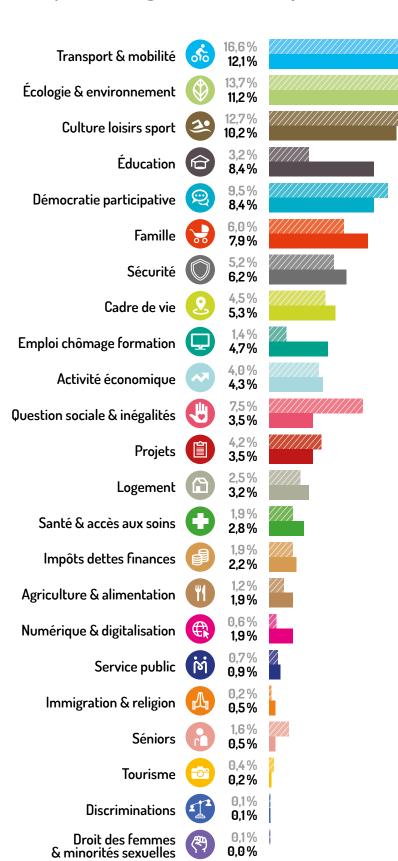


Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien aux élections. On note le poids de la référence citoyenne – plus souvent utilisé en adjectif qu'en substantif –, mais aussi familiale.

La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre 17 février au 5 mars 2020 sur les municipales à Montpellier.

## CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE À MONTPELLIER SUR TWITTER

Transport, écologie et culture toujours en tête des discussions.



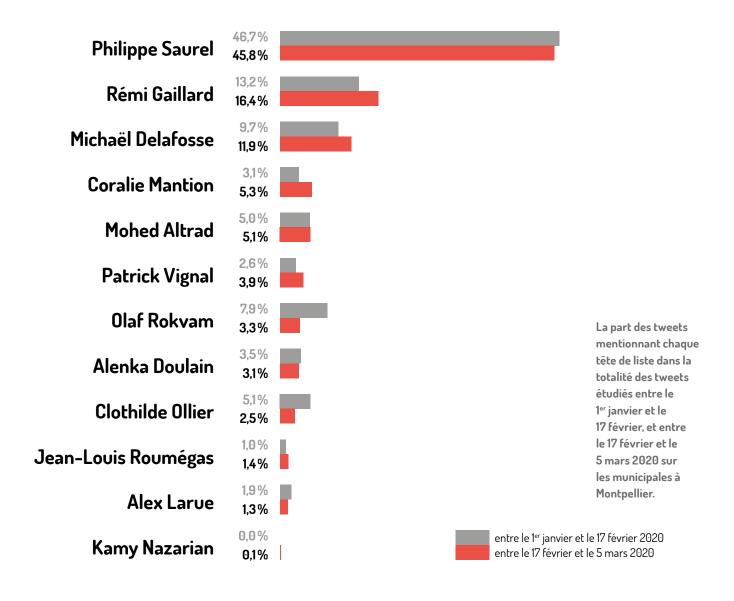
La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1er janvier et le 17 février, et entre le 17 février et le 5 mars 2020 sur les municipales à Montpellier.

La twittosphère montpelliéraine continue sur sa lancée avec la prime donnée aux thèmes transports & mobilité, écologie & l'environnement, culture, loisirs & sports. Ces thèmes perdent néanmoins quelques points, au profit d'une diversification équilibrée faisant place à l'éducation, la démocratie participative, la famille ou encore la sécurité.

entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 17 février 2020 entre le 17 février et le 5 mars 2020

### CLASSEMENT DES CANDIDATS À MONTPELLIER SUR TWITTER

Saurel au centre des mentions sur Twitter, Gaillard et Delafosse en léger progrès.



La twittosphère de Montpellier évolue peu en ce qui concerne les mentions de candidats. Philippe Saurel (DVG) reste nettement en tête des discussions, avec 45,8 % des mentions. Les challengers Rémi Gaillard (SE) et Michaël Delafosse (PS) connaissent une légère progression.



# NANTES



### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À NANTES SUR TWITTER

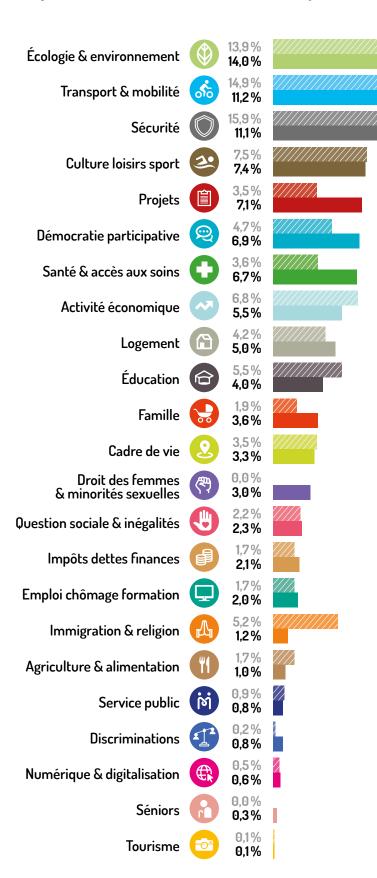


Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien avec les élections. Projet, sécurité, santé, écologie... la dispersion sémantique des mots les plus souvent cités traduit une forte diversité des sujets d'intérêt de la twittosphère nantaise.

La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre 17 février au 5 mars 2020 sur les municipales à Nantes.

#### CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE À NANTES SUR TWITTER

Toujours les mêmes thèmes sur le podium, mais l'écologie prend la tête.



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1er janvier et le 17 février, et entre le 17 février et le 5 mars 2020 sur les municipales à Nantes.

Le pourcentage de conversations sur Twitter centrées sur le thème sécurité diminue à mesure que l'on s'éloigne de la période des tensions et des violences qui ont marqué les différents épisodes de manifestations dans le cœur de ville.

Ce reflux d'environ 5 points profite au thème écologie & environnement qui arrive en tête dans cette deuxième vague d'analyse, avec un score néanmoins égal à la première vague. Transport & mobilité conserve sa deuxième place avec pourtant un repli d'environ

4 points.

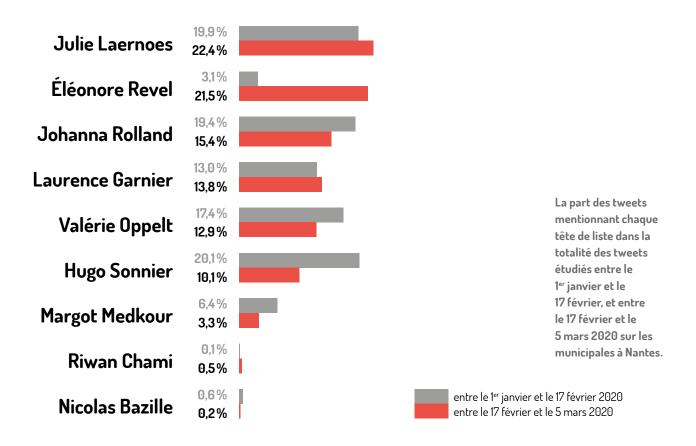
On notera d'une manière générale une progression sur la twittosphère nantaise de thèmes moins courus sur le réseau social, en particulier santé & accès aux soins qui double pratiquement son score de la vague 1.

entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 17 février 2020 entre le 17 février et le 5 mars 2020



#### CLASSEMENT DES CANDIDATS À NANTES SUR TWITTER

Laernoes et Revel au coude à coude dans la course aux mentions sur Twitter.



Julie Laernoes (EELV) progresse de plus de 2,5 points pour prendre la tête du nombre de mentions.

Eléonore Revel (RN) doit la spectaculaire progression de ses mentions (+18,4 pts) à la mobilisation de sa twittosphère après la perturbation par des opposants de l'une de ses réunions publiques.

Johanna Rolland (PS) fait en revanche moins bien dans cette deuxième partie de campagne, avec un recul de 4 points en décrochage des deux leaders de la twittosphère nantaise.

À noter le net recul du candidat UPR Hugo Sonnier (-10 pts) dont la twittosphère n'est semble-t-il pas parvenue à maintenir le niveau de citations constaté lors de la première vague d'analyse. Entre les deux vagues, Hugo Sonnier passe ainsi de la première place à la cinquième, derrière Valérie Oppelt (LREM) également en recul (-4,5 pts).



## NICE



#### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À NICE SUR TWITTER

piste cyclable vidéo protection solidarité vidéo protection ville verte logement pollution de l'air coulée verte sport mobilité écologiste citoyen association islamiste tramway vélo enfant hôpital dette

tram bénévolat **Projet** écologie

transport police sécurité parc culture association école emploi islamisme famille propreté communautarisme gare patrimoine policiers municipale commerçant policiers municipaux

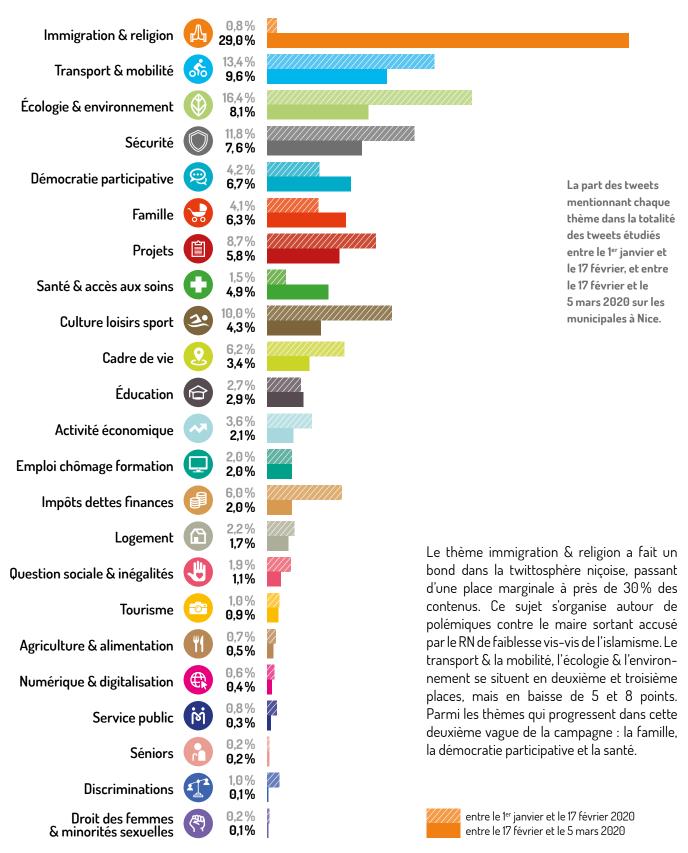
centre hospitalier

Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien aux élections. On note la place centrale qu'ont prise des polémiques sur des soutiens allégués à des milieux islamistes.

La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre 17 février au 5 mars 2020 sur les municipales à Nice.

### CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE À NICE SUR TWITTER

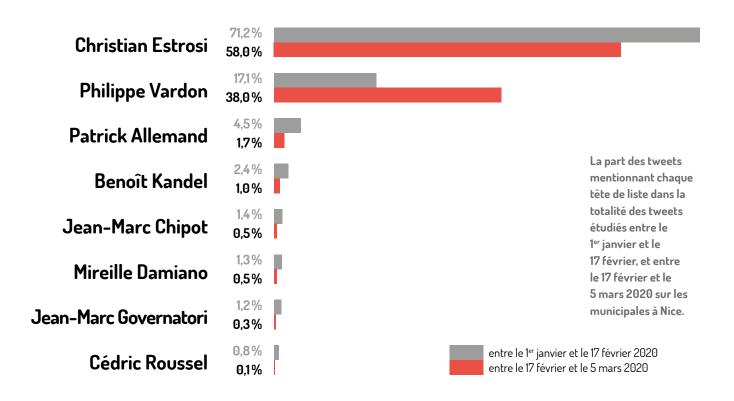
La question de l'islam et de la laïcité fait une percée.





### CLASSEMENT DES CANDIDATS À NICE SUR TWITTER

Estrosi se maintient en tête dans les échanges sur Twitter, Vardon progresse, les autres candidats marginalisés.



Le maire sortant Christian Estrosi (LR) maintient nettement sa première place dans les mentions, avec 58% des citations de candidat. Mais ce score est en baisse de 13 points par rapport à la première vague d'analyse. C'est Philippe Vardon, candidat RN, qui profite de ce recul en passant de 17 à 38% de mentions. Tous les autres candidats ont désormais une présence très faible (moins de 2%).



### **PARIS**



#### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À PARIS SUR TWITTER

environnement

classe movenne bourgeoisie policiers circulation association police transport immeuble

Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien aux élections. On note la montée de l'hôpital, en lien avec les critiques sur sa situation désargentée, ainsi que du logement.

La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre 17 février au 5 mars 2020 sur les municipales à Paris.

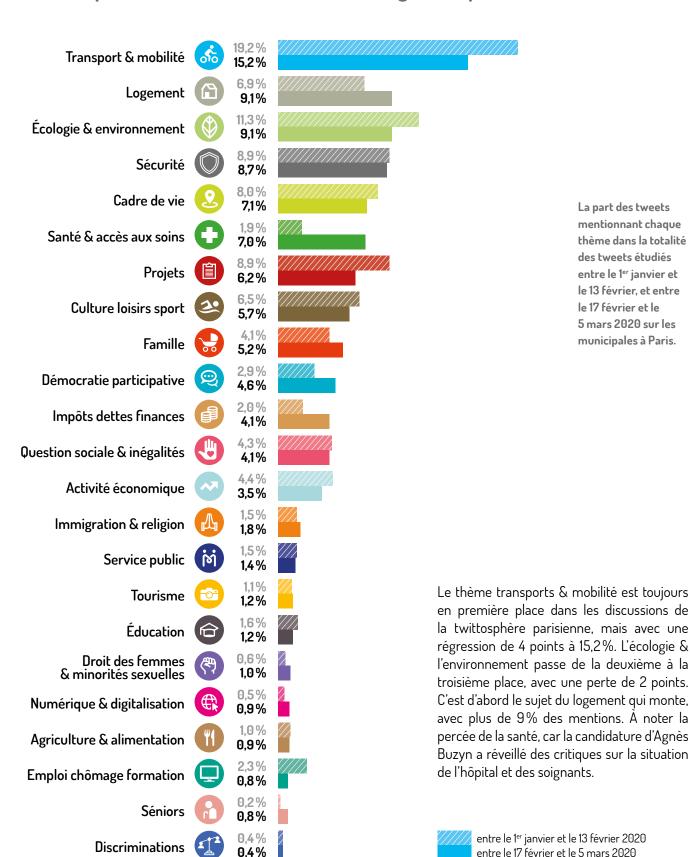
stationnements

trottinette



# CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE

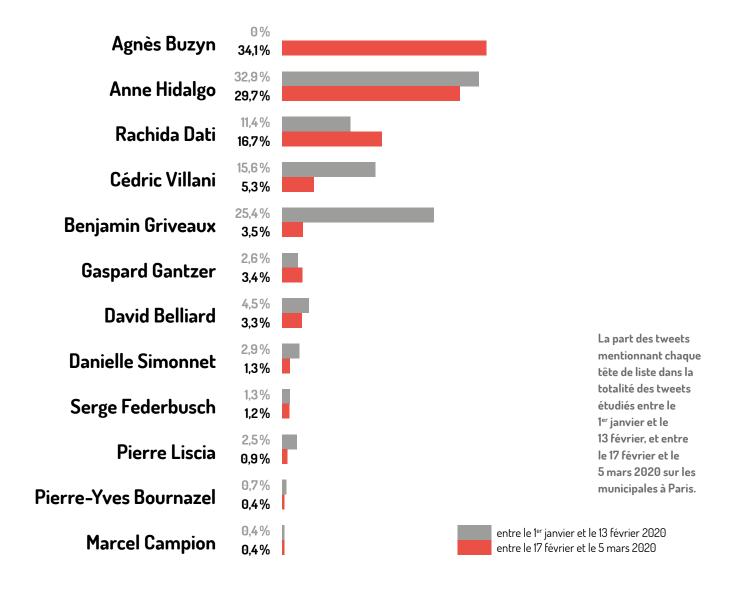
Les transports restent le thème de tête, le logement perce.



entre le 17 février et le 5 mars 2020

#### CLASSEMENT DES CANDIDATS À PARIS SUR TWITTER

Buzyn en tête des mentions sut Twitter, Hidalgo se maintient et Dati monte.

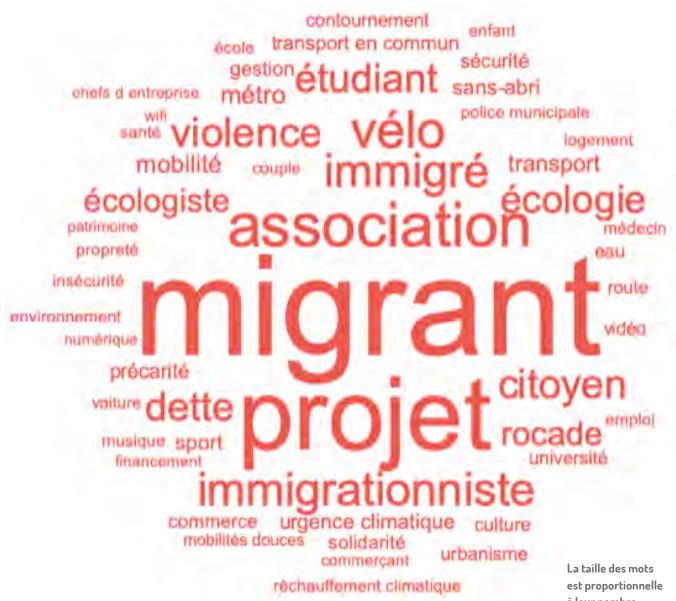


L'avancée de la campagne parisienne semble consolider dans la twittosphère le trio de tête, Agnès Buzyn (qui a remplacé Benjamin Griveaux, ex-candidat LREM) en tête avec 34,1%, Anne Hidalgo (PS) en solide 2º place avec 29,7% et Rachida Dati (LR) qui gagne plus de 5 points de mention. Les autres sont désormais très loin (5,3% pour Villani en 4º position). À noter que l'effet du retrait de Bejamin Griveaux n'a pas été longuement commenté, comme le montre sa chute à 3,5% des mentions.



### RENNES

#### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À RENNES SUR TWITTER

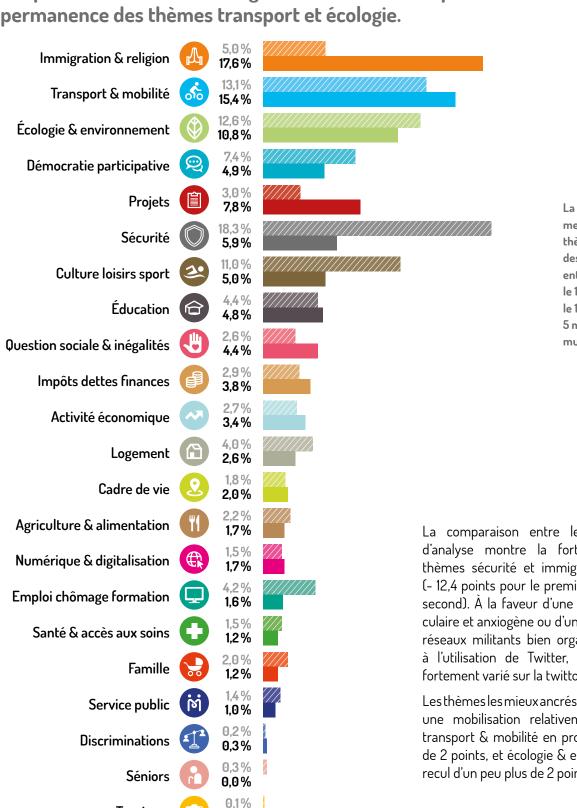


Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien avec les élections. Les mots migrant, immigrationniste, immigré ressortent nettement de la twittosphère rennaise, devant la mention des projets pour évoquer, commenter, soutenir ou critiquer les programmes.

La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre 17 février au 5 mars 2020 sur les municipales à Rennes.

# CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE

Irruption du thème de l'immigration dans la twittosphère rennaise, permanence des thèmes transport et écologie.



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1er janvier et le 17 février, et entre le 17 février et le 5 mars 2020 sur les municipales à Rennes.

La comparaison entre les deux vagues d'analyse montre la forte volatilité des thèmes sécurité et immigration & religion (- 12,4 points pour le premier ; +12,6 pour le second). À la faveur d'une actualité spectaculaire et anxiogène ou d'une mobilisation de réseaux militants bien organisés et formés à l'utilisation de Twitter, ces thèmes ont fortement varié sur la twittosphère rennaise.

Les thèmes les mieux ancrés, et qui présentent une mobilisation relativement étale, sont transport & mobilité en progression de plus de 2 points, et écologie & environnement en recul d'un peu plus de 2 points.

entre le 1er janvier et le 17 février 2020 entre le 17 février et le 5 mars 2020

**Tourisme** 

Droit des femmes

& minorités sexuelles

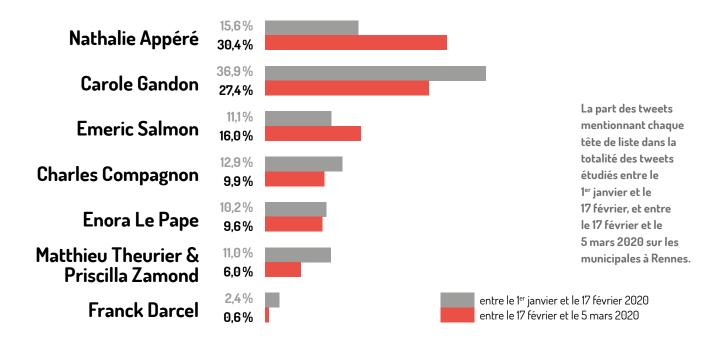
0,0% 0.1%

0.0%



### CLASSEMENT DES CANDIDATS À RENNES SUR TWITTER

La maire sortante, Nathalie Apppéré, passe en tête des mentions sur la twittosphère rennaise.



Si les mentions de Carole Gandon (LREM) devançaient très largement celles de Nathalie Appéré (PS) lors de la première vague, cette dernière semble avoir réinvesti le réseau Twitter à l'approche du premier tour, ou au moins capté l'attention des tweetos. En progressant de près de 15 points, la maire sortante prend la première place des mentions avec 30,44%, 7 points devant sa suivante.

Éric Salmon (RN) enlève sa troisième position au candidat DVD, Charles Compagnon, qui décroche en nombre de mentions.



## **STRASBOURG**



#### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À STRASBOURG SUR TWITTER

policiers municipaux stationnements

gratuité des transports

parcoursup pollution de lair logements indignes

médiateur gare.

enfant aut

culture

climat **vélo** 

entreprise

défi climatique

sécurité transport

circulation

voiture

biodiversité inégalité citoyen dette écologie parc éducation parc

transport en commun écologiste projet aménagement impôts locaux

commerçant police municipale espaces verts immigration urgence climatique recrutement tram transports publics entrepreneurs

développement durable

La taille des mots
est proportionnelle
à leur nombre
d'apparition dans
et, au-delà, les tweets étudiés
entre 17 février au
5 mars 2020 sur

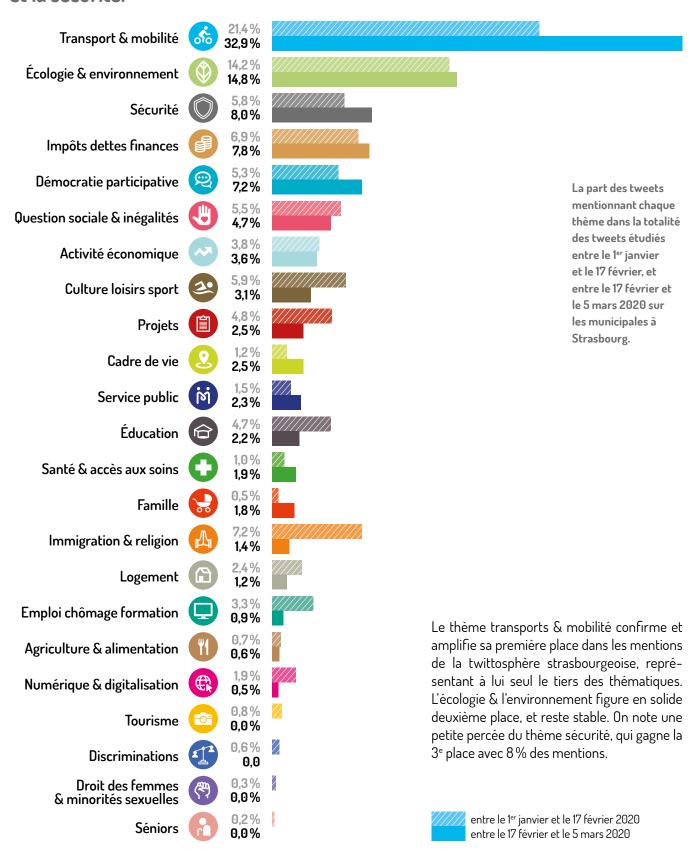
les municipales à Strasbourg.

Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien aux élections. On note le poids de la voiture (et sujets associés) dans l'évolution de la campagne et, au-delà, du thème du transport à Strasbourg.



### CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE À STRASBOURG SUR TWITTER

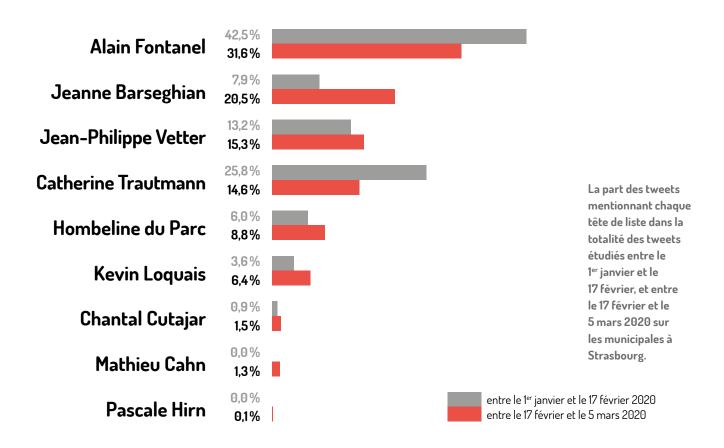
Les transports focalisent l'attention de la twittosphère, devant l'écologie et la sécurité.





#### CLASSEMENT DES CANDIDATS À STRASBOURG SUR TWITTER

Fontanel se maintient en tête, mais perd des mentions au profit de Barseghian.



L'avancée de la campagne est marquée à Strasbourg par un tassement des mentions d'Alain Fontanel (LREM), qui reste en tête des citations sur Twitter, mais perd plus de 10 points.

C'est Jeanne Barseghian (EELV) qui profite de la dynamique en passant de 7.9% à 20.5%. Jean-Philippe Vetter (LR) se maintient à la  $3^{\circ}$  place du podium. La campagne de Catherine Trauttmann (PS) ne semble pas imprimer sur la twittosphère, la candidate socialiste rétrogradant de la  $2^{\circ}$  à la  $4^{\circ}$  place en perdant 11 points.



## **TOULOUSE**



#### LES TOPIQUES DE LA CAMPAGNE À TOULOUSE SUR TWITTER

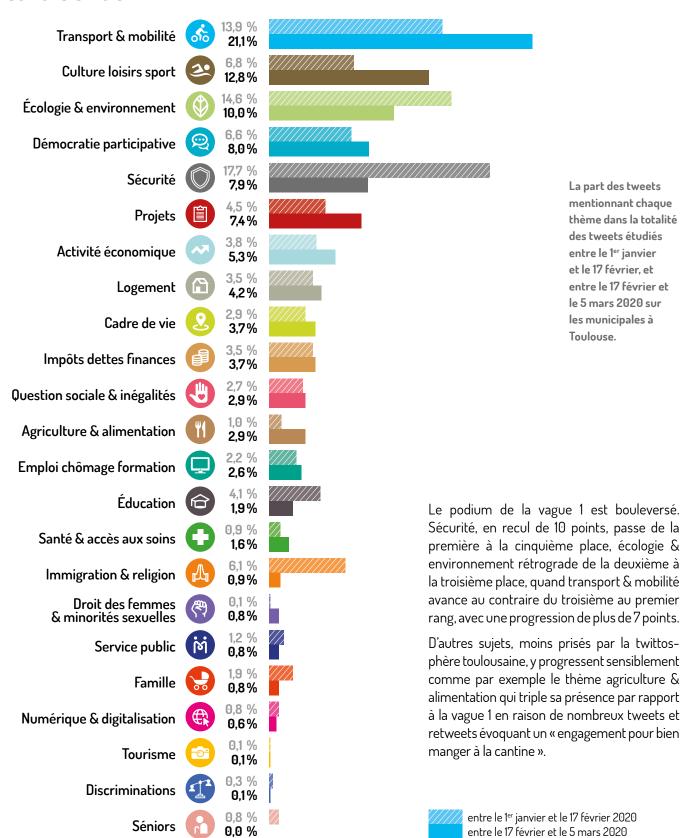


Les 50 premiers topiques qui occupent les conversations sur Twitter en lien avec les élections. Projet est le mot le plus utilisé. Écologie, citoyen, sport, métro, sécurité, culture dessinent un univers assez varié de sujets d'intérêt.

entre 17 février au 5 mars 2020 sur les municipales à Toulouse.

### CLASSEMENT DES THÈMES DE CAMPAGNE **TOULOUSE SUR TWITTER**

Un classement bouleversé au profit des thèmes transport et mobilité, culture et loisir.



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1er janvier et le 17 février, et entre le 17 février et le 5 mars 2020 sur les municipales à Toulouse.

Sécurité, en recul de 10 points, passe de la première à la cinquième place, écologie & environnement rétrograde de la deuxième à la troisième place, quand transport & mobilité avance au contraire du troisième au premier rang, avec une progression de plus de 7 points.

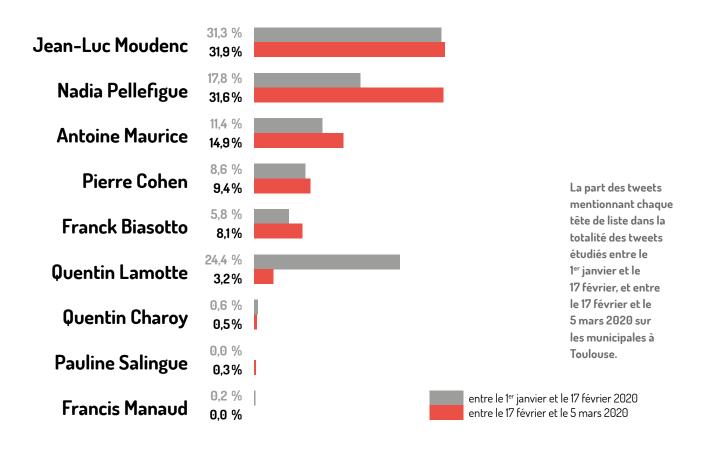
D'autres sujets, moins prisés par la twittosphère toulousaine, y progressent sensiblement comme par exemple le thème agriculture & alimentation qui triple sa présence par rapport à la vague 1 en raison de nombreux tweets et retweets évoquant un « engagement pour bien

entre le 1er janvier et le 17 février 2020 entre le 17 février et le 5 mars 2020



#### CLASSEMENT DES CANDIDATS À TOULOUSE SUR TWITTER

Jean-Luc Moudenc en tête des mentions sur la twittosphère toulousaine, mais talonné par Nadia Pellefigue.



Le pourcentage des mentions de Jean-Luc Moudenc (LREM-LR) reste stable avec un score de 31,9% qui lui assure une première place. La présence de Nadia Pellefigue (PS) sur la twittosphère toulousaine fait un bond spectaculaire de près de 19 points. Un gain dû à une mobilisation de la candidate et de ses soutiens pour affirmer sa présence sur le réseau Twitter. En troisième position, les mentions d'Antoine Maurice (LFI) sont en progression, mais loin derrière les deux leaders.

À noter la dégringolade de Quentin Lamotte (RN) dont les soutiens comme les opposants semblent avoir déserté Twitter, ou du moins s'être abstenus de citer le candidat RN dans leurs tweets.

### 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. Pour cette 2e vague, la requête mise en place a permis de recueillir plus de 600 000 tweets (126 000 de plus que lors de la première vague qui couvrait la période du 1er janvier au 17 février 2020) totalisant plus de 22 millions de mots (+4M) et émanant de plus que 100 000 comptes uniques sur Twitter (50 000 de moins). Les résultats de la requête ont été vérifiés pour assurer un taux de pertinence supérieur à 95 %, constituant une base significative pour évaluer les tendances des échanges.

La période de collecte de ce deuxième corpus court du lundi 17 février au jeudi 5 mars 2020 inclus.

#### 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).
- Etiquetage 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 :

4	A 1		
1	$\Delta$ ctivite	économic	ALIE
	ACCIVICE.	CCOHOITH	400

1 Activité économique	13 Impôts dettes finances
-----------------------	---------------------------

- Agriculture & alimentation 14 Logement
- Cadre de vie 15 Numérique & digitalisation
  - 16 Projets
    - 17 Question sociale & inégalités
    - 18 Santé & accès aux soins
    - 19 Sécurité
    - 20 Séniors
    - 21 Service public
    - 22 Tourisme
    - 23 Transport & mobilité

- 2
- 3
- 4 Culture loisirs sport
- 5 Démocratie participative
- 6 Discriminations
- 7 Droit des femmes & minorités sexuelles
- 8 Écologie & environnement
- 9 Éducation
- 10 Emploi chômage formation
- 11 Famille

3

4

Nantes

12 Immigration & religion

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

- 1 **Paris** 7 Montpellier
- 2 Marseille 8 Strasbourg
  - Lyon 9 Bordeaux
  - Toulouse 10 Lille
- 5 11 Nice Rennes



## **KANTAR**

# 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 recoure 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





