

BORDEAUX

Florian domine les échanges sur Twitter.
L'écologie et le transport au cœur des débats,
la sécurité préoccupe aussi.

5 mars 2020

KANTAR



**LA
VOX
POPULI**

Le Twittorama
des municipales 2020

SOMMAIRE

- 3 Préambule
- 4 Chiffres clés à Bordeaux
- 5 Principaux enseignements à Bordeaux

Focus sur les thématiques de la campagne

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

Focus sur le podium des têtes de liste

- 16 Le podium des candidats
- 17 La position des trois leaders pour chaque thème
- 18 Classement des thèmes les plus cités pour chaque tête de liste du podium
- 19 Les mots de la twittosphère de Nicolas Florian

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 18 millions de mots émanant de quelque 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 BORDEAUX



Du 1^{er} janvier au 17 février 2020

31 449

tweets analysés

1 034 679

mots

10 044

twittos

6

candidats

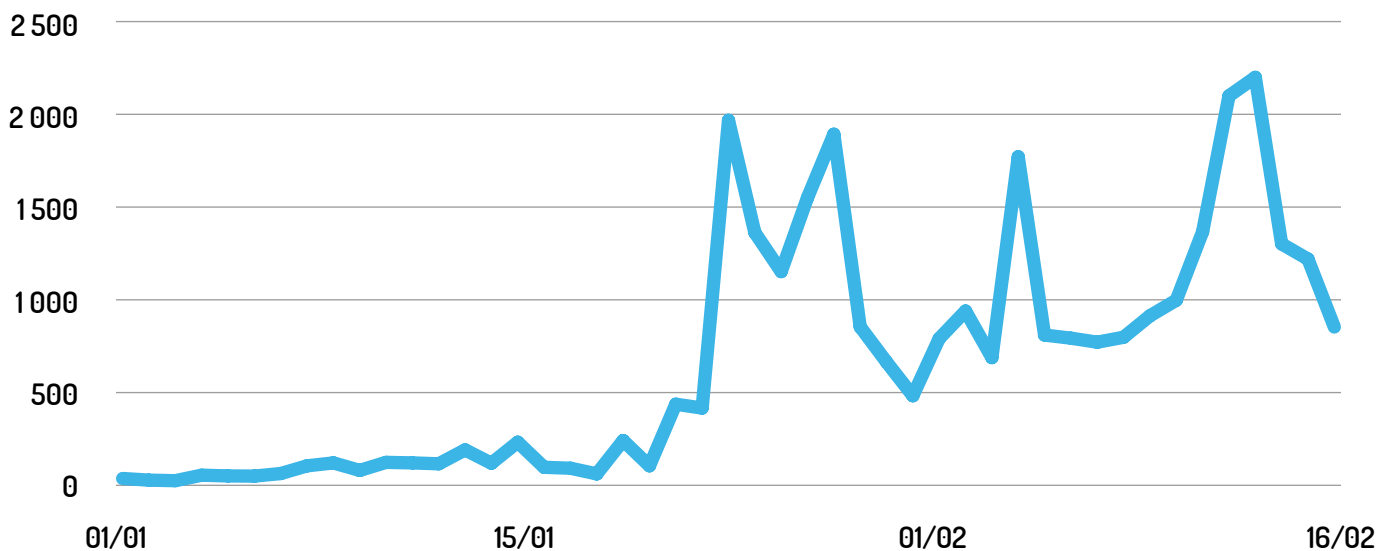
23

thèmes

6%

de la totalité des tweets
 étudiés au niveau national

Évolution du nombre de tweets



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS À BORDEAUX

Florian en tête des mentions sur Twitter. L'écologie, le transport et la sécurité sont les thèmes les plus mentionnés

Successeur désigné d'Alain Juppé, c'est le maire sortant **Nicolas Florian** qui fait la course en tête, avec 56% de mentions observées sur Twitter en lien avec les #Municipales 2020 à Bordeaux. Alors que les thèmes **écologie & environnement** ainsi que **transport & mobilité** dominent le débat sur la twittosphère à Bordeaux, la sécurité apparaît elle aussi comme un sujet relativement sensible.

Le classement des candidats sur la twittosphère

Maire sortant et largement en tête des intentions de vote pour le 1^{er} tour (40%*), **Nicolas Florian** (LR et soutenu par le Modem) fait la course nettement en tête avec près de 56% de mentions associées à son nom dans le cadre de la campagne des municipales 2020 sur Twitter.

Il est suivi d'assez loin par **Thomas Cazenave** (LREM) avec 30,9% des mentions principalement orientées sur le thème transport & mobilité, notamment sur le développement de l'usage du vélo à Bordeaux.

Dernier sur le podium (9,1%), le candidat **Pierre Hurmic** (EELV et gauche), en 2^e position dans les intentions de vote avec un score relativement élevé (30%*), est mentionné, sans surprise, autour de la thématique écologie & environnement, dont l'eau, et dans une moindre mesure sur les thèmes des mobilités douces et du logement.

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

Avec 16% de mentions, le thème **transport & mobilité** apparaît comme le plus abordé par la twittosphère à Bordeaux.

Si ce premier item est largement associé aux problématiques de mobilités douces et durables, c'est tout naturellement que le thème **écologie & environnement** occupe la deuxième place, avec 14,1% des mentions.

Le thème de la **sécurité** figure en troisième position (9,8%), faisant la part belle à des sujets tels que l'équipement de la police municipale ou la place de la vidéosurveillance.

Des sujets de conversations au sein de la twittosphère bordelaise qui correspondent avec les priorités des habitants pour la prochaine mandature que sont les conditions de circulation et de stationnement (40%), la protection de l'environnement (37%) et la sécurité (30%)*.

Le thème **projet** vient en quatrième position et semble être la marque politique des villes axées sur des dynamiques structurantes.

À la cinquième place, le thème **culture, loisirs et sports** souligne l'importance d'un certain « bien vivre » dans la culture bordelaise.

Les thèmes parfois plus clivants ailleurs (**inégalités, immigration, discrimination**) sont quant à eux de très faible intensité dans la twittosphère sur Bordeaux.

* Sondage BVA pour Orange et Europe 1 réalisé entre le 7 et le 15 février 2020, auprès d'un échantillon représentatif de 702 personnes inscrites sur les listes électorales à Bordeaux.

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 pour Bordeaux.

DE QUOI PARLE-T-ON SUR TWITTER À BORDEAUX ?



La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 17 février 2020 sur les municipales à Bordeaux.



LES THÈMES DE LA CAMPAGNE DES MUNICIPALES 2020

15,9% Transport et mobilité



14,1% Écologie et environnement



9,8% Sécurité



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 à Bordeaux. Nous ne montrons ici que les trois thèmes les plus récurrents à Bordeaux.

- Avec 16%, le thème transport & mobilité arrive en tête des thèmes relayés par la twittosphère mentionnant Bordeaux dans le cadre des municipales de mars 2020. Un sujet essentiellement porté par les problématiques de mobilité douce.
- Écologie & environnement (14,1%) se classe deuxième, avec la mise en avant des énergies renouvelables et la valorisation des bio-déchets.
- En troisième position : le thème de la sécurité (9,8%), et le relais de l'idée d'une dégradation de la sécurité à Bordeaux avec en arrière-plan l'équipement de la police municipale et la place de la vidéosurveillance.

LES MOTS DU THÈME LEADER À BORDEAUX : TRANSPORT ET MOBILITÉ



La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 17 février 2020 sur les municipales à Bordeaux et liés au thème transport et mobilité.



“ Il faut construire les logements à prix abordables, trouver des logements dit intermédiaires, favoriser le logement social.”

“ Pour assurer la sécurité des Bordelais et lutter contre la délinquance, je propose de : 🖱️ Développer la vidéoprotection.
🖱️ Doubler le nombre de policiers municipaux et mieux les équiper.”

“ Pour faire de #Bordeaux une ville pour toutes et tous, nous avons lancé un cycle de marches exploratoires. Ces marches permettent à chacune et chacun de s'approprier l'espace public.”

“ Réussir enfin la transition écologique, 🚲 Faire de #Bordeaux la première métropole du vélo, Sont au cœur de notre vision pour #lavenirdeBordeaux.”

CLASSEMENT DES THÉMATIQUES LES PLUS CITÉES À BORDEAUX



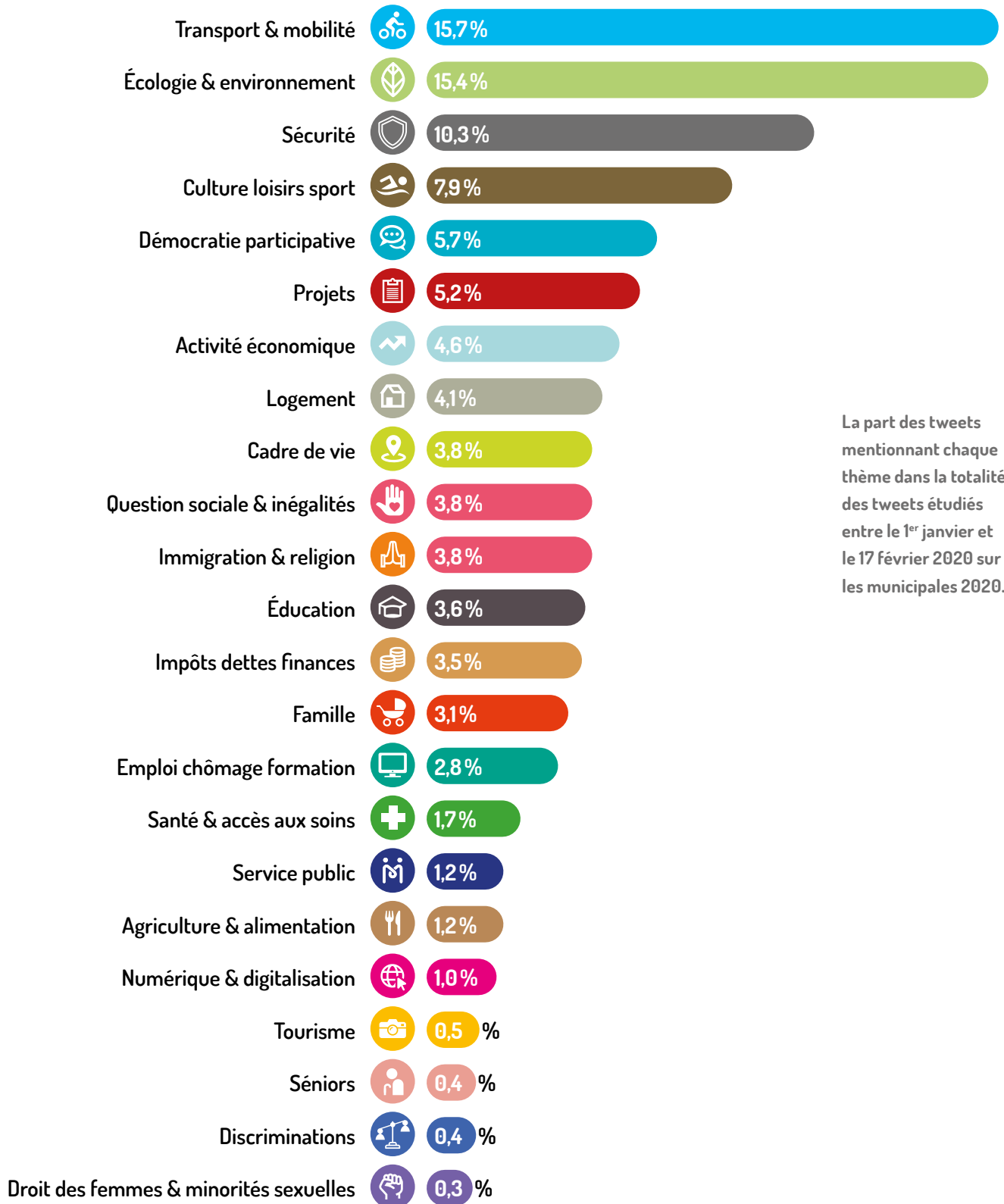
La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 17 février 2020 sur les municipales à Bordeaux.

On note pour Bordeaux que le thème projet vient en quatrième position. Il s'agit de la marque politique des villes axées sur des dynamiques structurantes portées comme vision politique.

À la cinquième place, le thème culture, loisirs et sports souligne l'importance d'un certain « bien vivre » humaniste dans la culture bordelaise.

Les thèmes parfois plus clivants ailleurs (inégalités, immigration, discrimination) sont de très faible intensité sur Bordeaux.

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



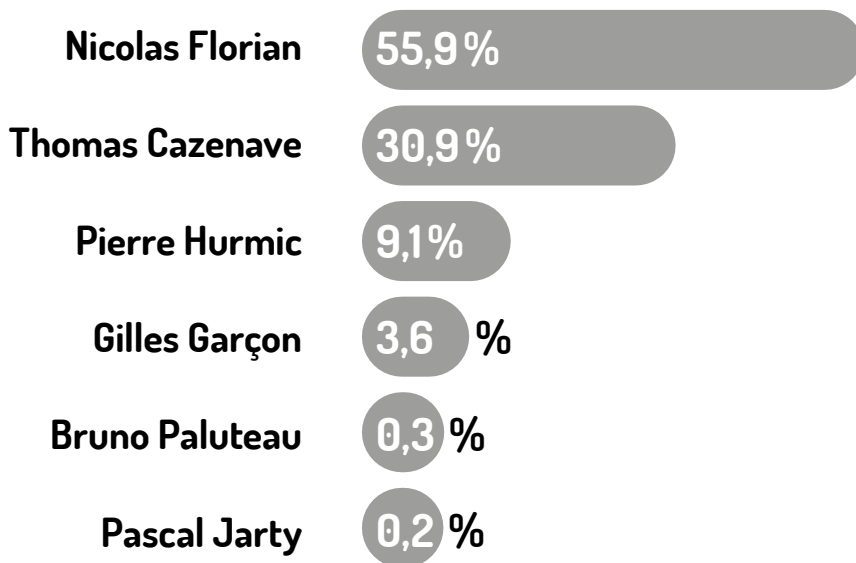
Préoccupations citées comme prioritaires lors d'un sondage Kantar mené auprès des individus habitant des agglomérations de plus de 100 000 habitants en France.

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 pour Bordeaux.

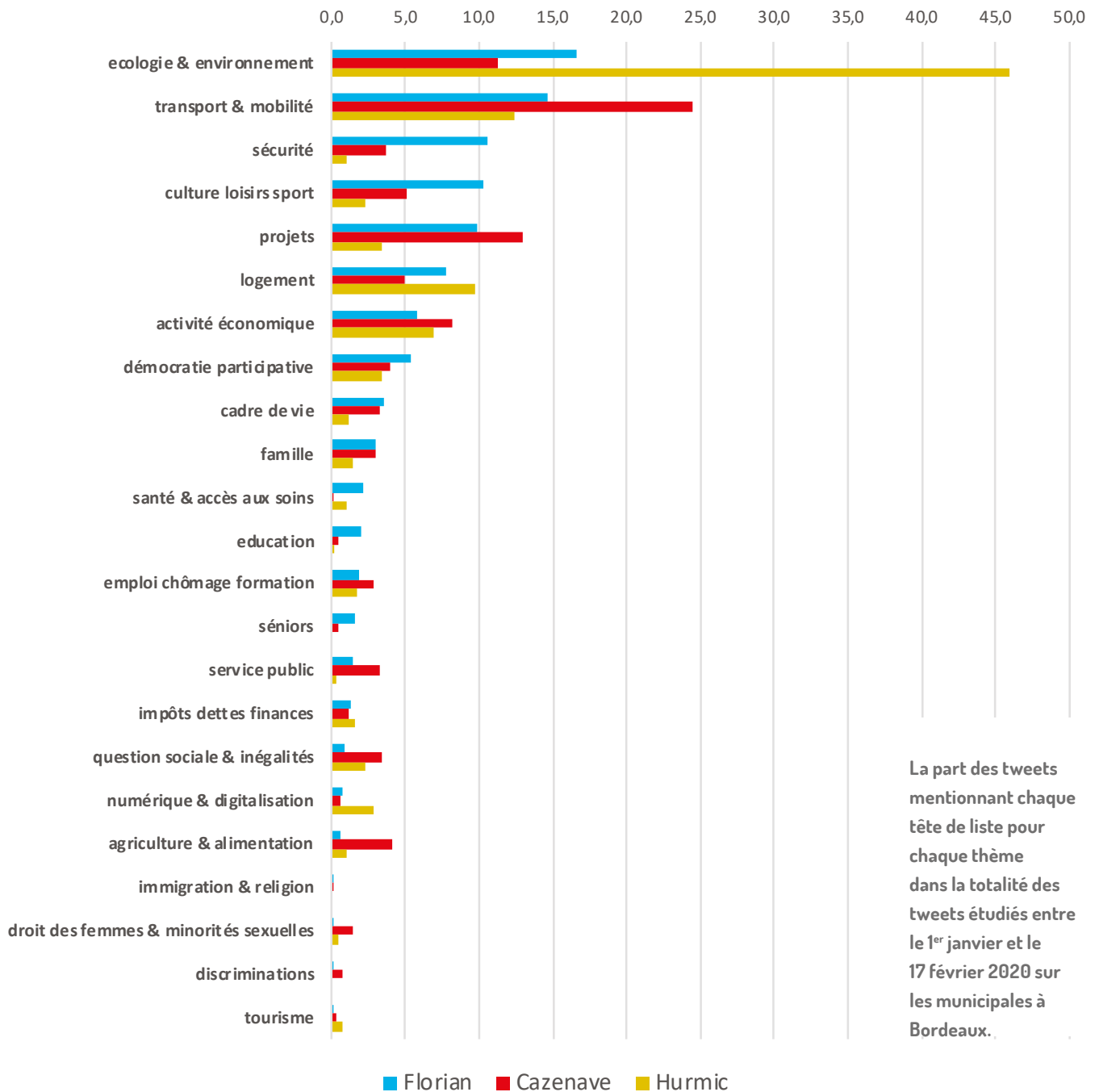
LE PODIUM DES CANDIDATS

Nicolas Florian (LR), successeur désigné d'Alain Juppé, fait la course nettement en tête sur Twitter avec près de 56% des mentions. Derrière lui, Thomas Cazenave (LREM) est à la peine près de 31% des mentions. En troisième position, assez nettement distancé sur Twitter, Pierre Hurmic (EELV et gauches) est à 9,1% des mentions. Une surprise quand les sondages le donnent en challenger de Nicolas Florian. La tendance sera à suivre de près dans les dernières semaines de campagne.



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

LA POSITION DES TROIS LEADERS POUR CHAQUE THÈME



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

Nicolas Florian



16,6%



Écologie & environnement

14,6%



Transport & mobilité

10,5%



Sécurité

Maire sortant, Nicolas Florian, présente une expression équilibrée des différents thèmes. Si Écologie & Environnement et Transport & Mobilité dominent comme presque partout, on notera l'évocation quasi identique de 3 thèmes : Sécurité, Culture Loisirs & Sport et Projets.

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 à Bordeaux et en lien avec Nicolas Florian.

Thomas Cazenave

24,4%



Transport & mobilité

13,0%



Projets

11,2%



Écologie & environnement

Thomas Cazenave met en avant le thème Transport & Mobilité, en portant fortement l'accent sur le développement de l'usage du vélo à Bordeaux avec l'ambition affichée de « faire de Bordeaux la première métropole du vélo de France ». Le candidat LREM préempte par ailleurs le thème Projets en le déclinant autour de son projet @renouveaubdx qualifié de « projet progressiste en véritable proximité ».

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 à Bordeaux et en lien avec Thomas Cazenave.

Pierre Hurmic

46,0%



Écologie & environnement

12,4%



Transport & mobilité

9,7%



Logement

Sur Twitter, le discours de Pierre Hurmic s'installe, logiquement, sur certains marqueurs du thème Écologie & Environnement, dont l'eau, et dans une moindre mesure sur le thème des mobilités douces. Le thème du logement arrive en troisième position des thèmes relayés, sur fond de polémique sur l'accessibilité au logement pour tous à Bordeaux.

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 à Bordeaux et en lien avec Pierre Hurmic.

LES MOTS DE LA TWITTOSPHERE DE NICOLAS FLORIAN



La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre le 1^{er} janvier et le 17 février 2020 sur les municipales à Bordeaux et liés à Nicolas Florian.

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