

---

# LYON (MÉTROPOLE)

---

Collomb en tête des mentions sur Twitter.  
L'écologie, le transport et l'économie  
sont les thèmes leaders.

2 mars 2020

---

**KANTAR** ®

**LA  
VOX  
POPULI**

**Le Twittorama**  
des municipales 2020

---

---

# SOMMAIRE

---

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

## Focus sur les thématiques de la campagne

- 8 De quoi parle-t-on sur Twitter à Lyon ?
- 9 Les thèmes de la campagne des municipales 2020
- 10 Les mots du thème leader à Lyon : écologie et environnement
- 12 Classement des thématiques les plus citées à Lyon
- 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 Gérard Collomb

## 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<sup>er</sup> janvier et le 17 février 2020, ce qui correspond à près de 2 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 LYON



Du 1<sup>er</sup> janvier au 17 février 2020

**22 010**

tweets analysés

**726 649**

mots

**7 691**

auteurs uniques

**7**

candidats

**23**

thèmes

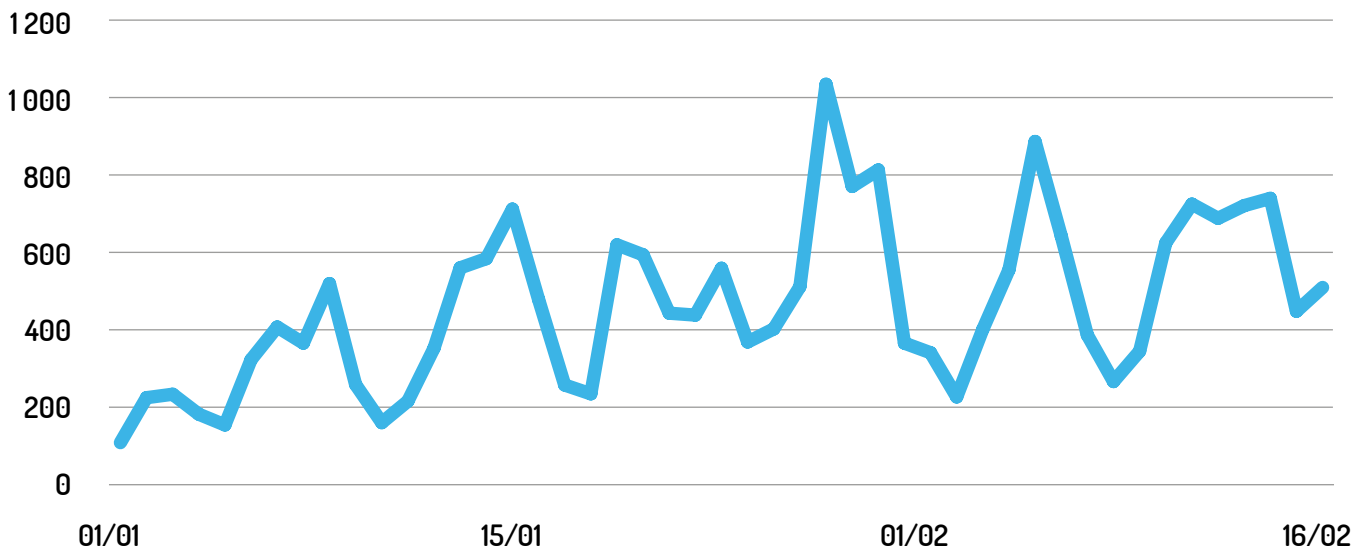
**4%**

de la totalité des tweets  
 étudiés au niveau national

## AVERTISSEMENT

Contrairement à ce que nous avons fait pour les autres villes de France sélectionnées pour notre Twittorama des Municipales 2020, nous n'avons pas étudié ici les tweets relatifs aux têtes de listes de l'élection municipale de la Ville de Lyon, mais ceux relatifs aux personnalités politiques ayant déclaré leur intention de prendre la tête de la métropole du Grand Lyon.

## Évolution du nombre de tweets



# PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS À LYON

**Lyon (métropole) : Collomb en tête des mentions sur Twitter.  
L'écologie, le transport et l'économie sont les thèmes leaders.**

Grand favori de l'élection métropolitaine, c'est sans surprise que Gérard Collomb détient la première place des mentions associées à son nom dans la twittosphère lyonnaise. De plus, l'écologie, le transport et l'économie apparaissent comme les thèmes de tête dans le débat sur la toile. Comme dans la plupart des villes étudiées, l'analyse des thèmes associés aux têtes de liste leaders permet de souligner les clivages.

## Le classement des candidats sur la twittosphère

La twittosphère lyonnaise concentre le plus gros de ses échanges autour de la figure de **Gérard Collomb** (LREM) avec 43,9% des mentions en lien avec les #Municipales2020. Situation prévisible puisque l'ancien ministre de l'Intérieur, en tête des intentions de vote pour le 1<sup>er</sup> tour (26%<sup>1</sup>), souhaite poursuivre sa carrière politique à la Métropole. L'environnement Twitter de ce dernier s'oriente autour des thèmes transport & mobilité et activité économique.

**Bruno Bernard** (EELV), en 2<sup>e</sup> position dans les intentions de vote (20%), se place comme premier challenger, avec 18,5% des mentions. C'est logiquement le thème écologie & environnement qui lui est le plus associé. Mais en dehors des transports (11,4%) et des activités économiques (8,2%), le candidat est rattaché à peu de thèmes.

Il est suivi par **Andréa Kotarac** (RN), avec 15,2% des mentions (alors qu'il n'arrive qu'en 6<sup>e</sup> position des intentions de vote avec 8%). Si les thèmes écologie et transport ne sont pas absents, la sécurité arrive en tête, suivie de la question des dettes et impôts. On note également l'importance de l'immigration et des questions sociales dans son environnement sémantique sur Twitter.

Comme dans la plupart des villes étudiées, l'analyse des thèmes associés aux leaders sur la twittosphère lyonnaise ne manque pas de faire ressortir les clivages.

## De quoi parle-t-on sur Twitter à Lyon ?

Avec 25,5% de mentions, écologie & environnement est le thème leader sur Twitter dans le cadre de l'élection métropolitaine lyonnaise de mars 2020.

Juste derrière, le thème transports & mobilité monte également très haut à 22% des contenus échangés, orientés autour des notions de vélo, transports en commun, routes et mobilité métropolitaine.

Ces 2 sujets en tête des mentions sur Twitter figurent également parmi les préoccupations des lyonnais pour qui les sujets prioritaires pour l'agglomération dans les prochaines années sont l'environnement et la lutte contre la pollution (46%) suivi de la sécurité (43%) puis les transports en commun (29%).

Les activités économiques forment le troisième thème leader, avec à peine 6,2% des tweets. Ce thème est plus marqué à Lyon qu'ailleurs, avec le souci de l'attractivité économique de la métropole comme moteur d'un dynamisme qui s'affirme depuis de nombreuses années déjà.

1. Sondage OpinionWay, réalisé sur un panel de 810 habitants de l'agglomération du 10 au 15 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 pour la métropole lyonnaise.

---





# LES THÈMES DE LA CAMPAGNE DES MUNICIPALES 2020

25,5% Écologie et environnement



22,0% Transport et mobilité



6,2%

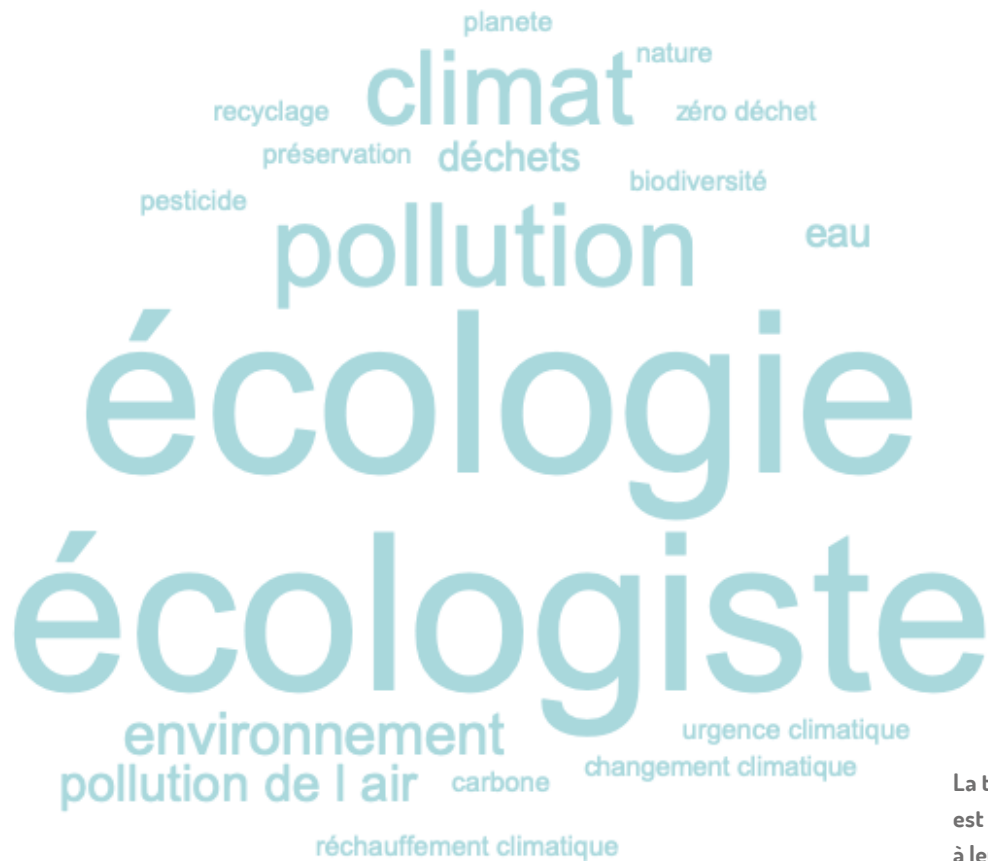


Activité économique

La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 17 février 2020 sur les élections municipales à Lyon. Nous ne montrons ici que les trois thèmes les plus récurrents à Lyon.

- Avec 25,5%, le thème écologie & environnement arrive très nettement en tête des thèmes relayés sur Twitter pour les élections de la métropole lyonnaise de mars 2020. Les topiques écologie et écologistes comme étendards – souvent pour, parfois contre – dominant.
- Le thème transports & mobilité monte également très haut à 22% des contenus échangés dans la twittosphère lyonnaise. C'est un cas classique, mais plus marqué qu'ailleurs pour le poids relatif des deux premiers thèmes. Le vélo, les transports en commun, les routes et la mobilité métropolitaine engagent des conversations.
- Enfin les activités économiques forment le troisième thème leader, mais avec seulement 6,2% des tweets (ce qui montre en contraste le poids dominant des deux premiers). Ce thème est plus marqué à Lyon qu'ailleurs, avec le souci de l'attractivité économique de la métropole comme moteur d'un dynamisme qui s'affirme depuis de nombreuses années déjà.

# LES MOTS DU THÈME LEADER À LYON : ÉCOLOGIE & ENVIRONNEMENT



La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 17 février 2020 sur les élections municipales à Lyon et liés au thème transport et mobilité.

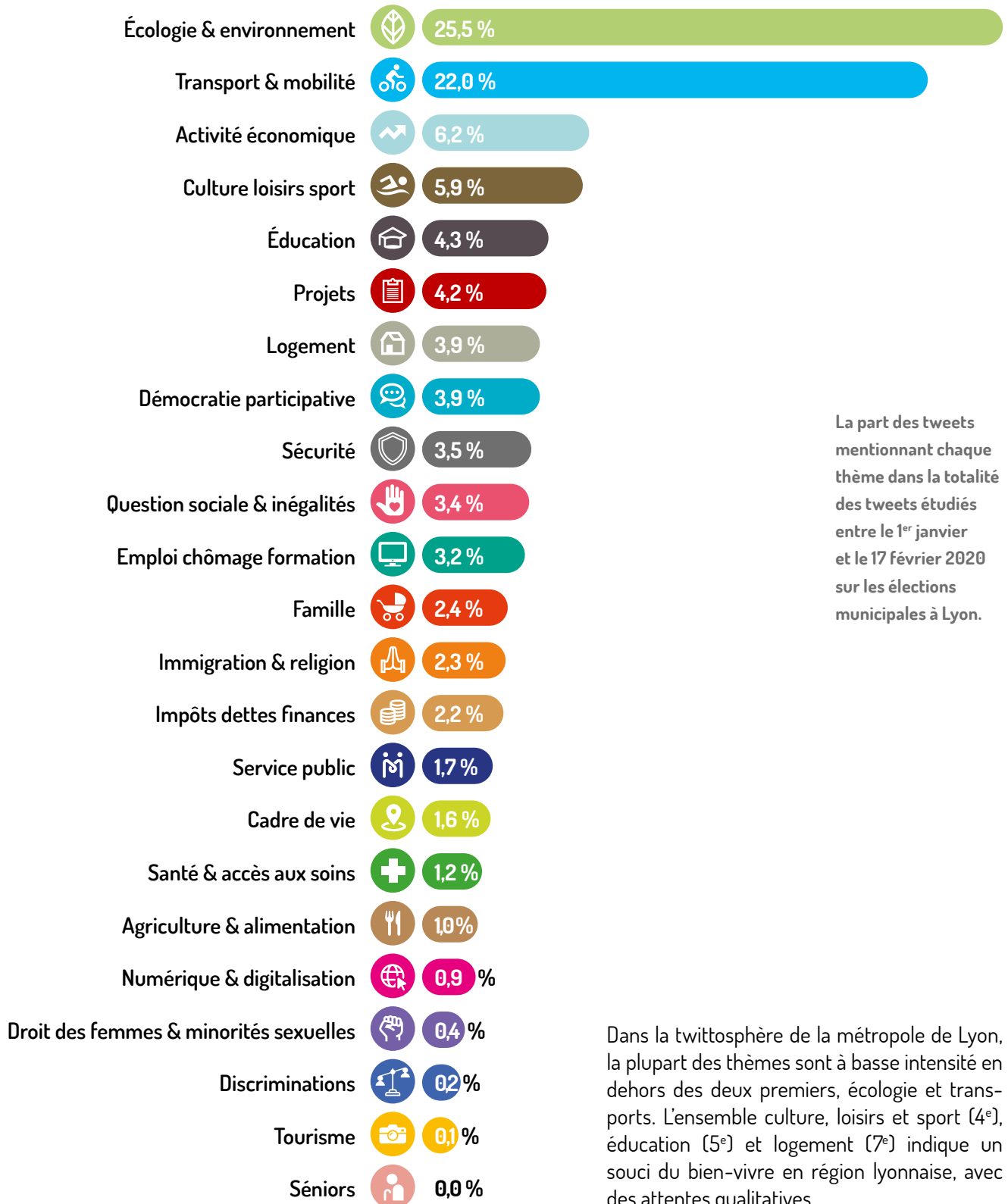
Le thème écologie & environnement est dominé par les mentions de écologie, écologiste, surtout comme marqueurs génériques d'intérêt ou revendication partisane. Dans les sujets de fond, la pollution et en particulier la pollution de l'air, le climat, l'eau et les déchets sont les topiques leaders.

“ Avec plus de 100 nouvelles implantations en 2019, la Métropole de Lyon confirme son attractivité économique grâce à une dynamique collective.”

“ Une écologie qui n’est pas pour la gratuité des transports en commun urbains n’est pas par ex. la mienne.”

“ 1 #MetropoleDeLyon équilibrée entre attractivité économique, bien-être de ses habitants et écologie #Lyon2020.”

# CLASSEMENT DES THÉMATIQUES LES PLUS CITÉES À LYON



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 17 février 2020 sur les élections municipales à Lyon.

Dans la twittosphère de la métropole de Lyon, la plupart des thèmes sont à basse intensité en dehors des deux premiers, écologie et transports. L'ensemble culture, loisirs et sport (4<sup>e</sup>), éducation (5<sup>e</sup>) et logement (7<sup>e</sup>) indique un souci du bien-vivre en région lyonnaise, avec des attentes qualitatives.

# CLASSEMENT DES THÉMATIQUES LES PLUS CITÉES AU NIVEAU NATIONAL



La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1er 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 pour la métropole lyonnaise.

---

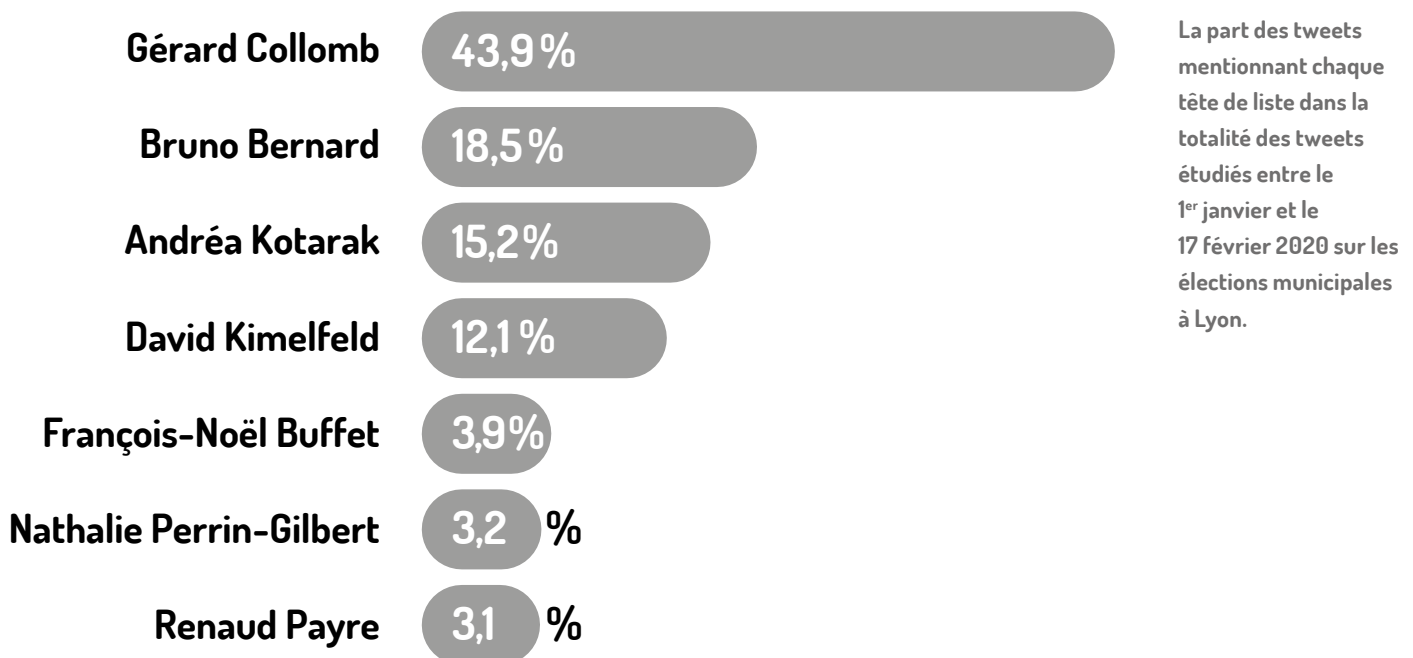
# LE PODIUM DES CANDIDATS

La twittosphère centre le plus gros de ses échanges autour de la figure de Gérard Collomb (43,9%). Situation prévisible puisque l'ancien ministre de l'Intérieur d'Emmanuel Macron souhaite poursuivre sa carrière politique à la Métropole où il est le favori.

Bruno Bernard, candidat des écologistes aux élections métropolitaines, se place comme premier challenger sur la twittosphère, avec 18,5% des mentions.

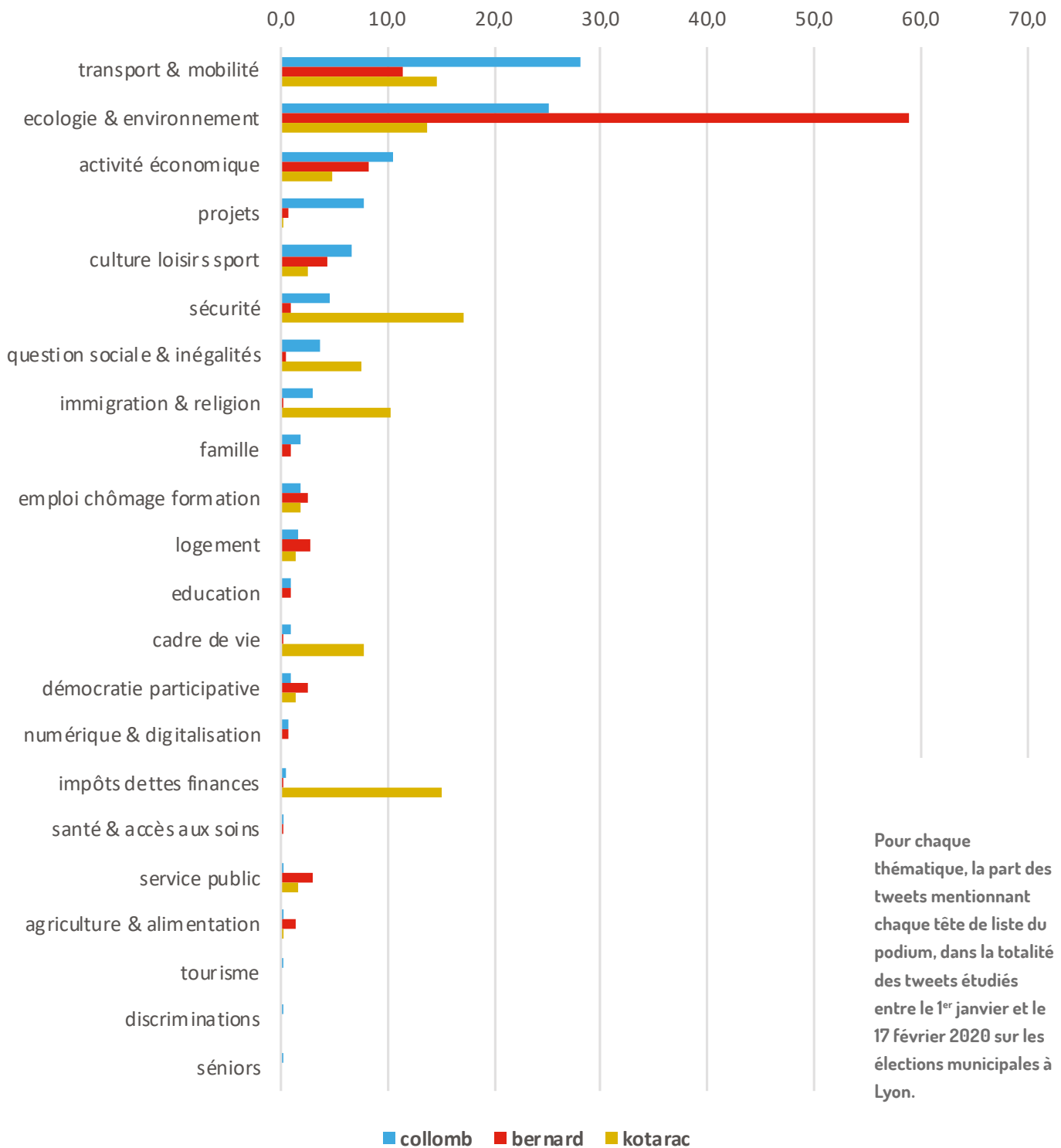
Il est suivi par Andréa Kotarak, candidat du Rassemblement national (et transfuge de LFI), à 15,2% des mentions.

Si David Kimelfeld manque de peu ce podium, les autres candidats (Renaud Payre, Nathalie Perrin-Gilbert, François-Noël Buffet) sont assez nettement distancés dans les conversations sur Twitter.



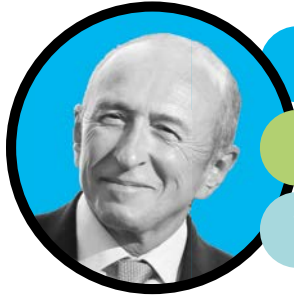


# LA POSITION DES TROIS LEADERS POUR CHAQUE THÈME



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

## Gérard Collomb



28,1%

Transport & mobilité

25,1%

Écologie & environnement

10,5%

Activité économique

La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 17 février 2020 sur les élections municipales à Lyon et en lien avec Gérard Collomb.

Comme dans la plupart des villes étudiées, l'analyse des thèmes associés aux leaders ne manque pas de faire ressortir les clivages.

Gérard Collomb est associé sur Twitter avec les tendances dominantes sur la métropole, plaçant cependant le thème transport & mobilité devant celui de l'écologie. La notion d'activité économique est importante chez le maire sortant de Lyon, avec des mentions des entreprises et PME (voir nuage de mots du leader sur la page suivante).

## Bruno Bernard

58,8%

Écologie & environnement

11,4%

Transport & mobilité

8,2%

Activité économique

La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 17 février 2020 sur les élections municipales à Lyon et en lien avec Bruno Bernard.

Autour de Bruno Bernard (EELV), c'est logiquement le thème écologie & environnement qui explose, avec près de 60% des mentions. Au risque de faire oublier d'autres thématiques, car en dehors des transports (11,4%) et des activités économiques (8,2%), le nom de Bernard est associé à peu de thèmes.

## Andrea Kotarac

17,0%

Sécurité

15,1%

Impôts dettes finances

14,7%

Transport & mobilité

La part des tweets mentionnant chaque thème dans la totalité des tweets étudiés entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 17 février 2020 sur les élections municipales à Lyon et en lien avec Andrea Kotarac.

Enfin, la twittosphère crée autour d'Andréa Kotarac un profil conforme au parcours qui est le sien, et donc un peu différent des deux autres : si l'écologie et le transport ne sont pas absents, la sécurité vient en tête à 17%, suivie de la question des dettes et impôts. On note l'importance de l'immigration et des questions sociales.

# LES MOTS DE LA TWITTOSPHERE DE GÉRARD COLLOMB



La taille des mots est proportionnelle à leur nombre d'apparition dans les tweets étudiés entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 17 février 2020 sur les élections municipales à Lyon et liés à Gérard Collomb.

# 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<sup>er</sup> 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](http://lavoxpop.fr) / [fr.kantar.com](http://fr.kantar.com)**



[www.lavoxpop.fr](http://www.lavoxpop.fr)  
[www.fr.kantar.com](http://www.fr.kantar.com)



@LaVoxPop  
@KantarFR



[contact@lavoxpop.fr](mailto:contact@lavoxpop.fr)  
[info.fr@kantarpUBLIC.com](mailto:info.fr@kantarpUBLIC.com)