

TOULOUSE

Jean-Luc Moudenc, le candidat le plus cité sur Twitter.
Sécurité, environnement et transports
sont les thèmes les plus mentionnés.

2 mars 2020

KANTAR



**LA
VOX
POPULI**

Le Twittorama
des municipales 2020

SOMMAIRE

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

Focus sur les thématiques de la campagne

- 8 De quoi parle-t-on sur Twitter à Toulouse ?
- 9 Les thèmes de la campagne des municipales 2020
- 10 Les mots du thème leader à Toulouse : sécurité
- 12 Classement des thématiques les plus citées à Toulouse
- 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 Jean-Luc Moudenc

Méthodologie

PRÉAMBULE

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

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

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

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

Le premier constat est simple : **le sujet des élections municipales mobilise la twittosphère**. Les chiffres le montrent : dans le cadre de notre étude, nous avons recueilli plus de 500 000 tweets émis entre le 1^{er} janvier et le 17 février 2020, ce qui correspond à près de 2 millions de mots émanant de 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 TOULOUSE



Du 1^{er} janvier au 17 février 2020

21 636

tweets analysés

732 833

mots

7 693

auteurs uniques

9

candidats

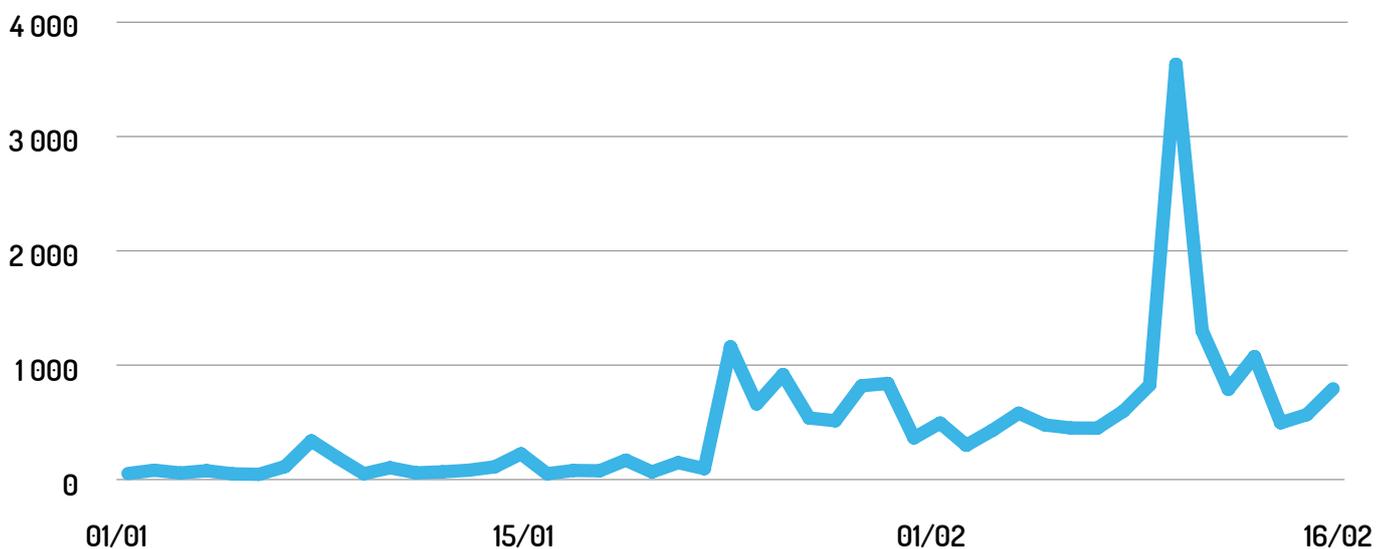
23

thèmes

4%

de la totalité des tweets
étudiés au niveau national

Évolution du nombre de tweets



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS À TOULOUSE

Toulouse : Jean-Luc Moudenc, le candidat le plus cité sur Twitter. Sécurité, environnement et transports sont les thèmes les plus mentionnés.

Dans la twittosphère toulousaine, c'est le maire sortant Jean-Luc Moudenc qui rassemble le plus grand nombre de mentions associées à son nom (31,3%) dans le cadre de la campagne des municipales 2020. Même si, comme dans la majorité des villes observées, les enjeux environnementaux et de transports animent les débats, les tweets décryptés sur la ville de Toulouse offrent une écrasante présence au thème de la sécurité, en lien avec un climat politique et social local relativement tendu.

Le classement des candidats sur la twittosphère

Candidat à sa succession, **Jean-Luc Moudenc** (LR - LREM) est en tête des intentions de vote (avec 41% des voix), et cumule 31,3% de citations associées à son nom sur Twitter, le hissant à la tête du classement. Les thèmes d'intérêt portés par la twittosphère toulousaine à son propos correspondent aux 3 thèmes leaders relevés à Toulouse : sécurité, transport & mobilité, écologie & environnement.

En deuxième position figure le jeune militant de 25 ans **Quentin Lamotte** (RN) qui rassemble 24,4% de citations observées pendant cette campagne des élections municipales à Toulouse, même s'il n'arrive qu'en 5^e position dans les intentions de vote¹. Si les thèmes écologie & environnement ainsi que transport & mobilité figurent au cœur des échanges associés à son nom, c'est la thématique de la sécurité qui garde une place écrasante dans son environnement sémantique sur Twitter (78,8%).

Dernière sur le podium, **Nadia Pellefigue** (PS-PRG-PCF) totalise 17,8% des citations, en lien avec les #Municipales2020 à Toulouse. La candidate est associée à des thématiques communes à ses concurrents : écologie & environnement et sécurité. La thématique de la démocratie participative apparaît également pour cette candidate, en cohérence avec son positionnement politique.

Il est notable que Antoine Maurice (EELV-LFI), à la tête d'un collectif de gauche qui arrive en 2^e position dans les intentions de vote (25% des voix), ne figure pas parmi les candidats les plus présents dans les discussions sur Twitter.

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

Comme à Rennes et Nantes, la twittosphère toulousaine est dominée par le thème **sécurité** (17,7%). Cette première place s'explique en partie par un climat politique et social local tendu et en particulier autour d'un fait divers très commenté sur la toile : l'agression de l'équipe de campagne du RN par des militants d'extrême gauche. Il s'explique également par le recours massif au mot sécurité pour exprimer sous diverses modalités la prégnance du sujet à Toulouse.

Il est suivi des thèmes plus récurrents dans l'environnement Twitter des municipales 2020, à savoir **écologie & environnement** (14,6%) ainsi que **transport et mobilité** (13,9%).

Derrière les trois sujets structurants de la twittosphère toulousaine, on observe un net décrochage vers une série de trois thèmes volumétriquement proches : **culture loisirs sport** (4^e rang), **démocratie participative** (5^e) et **immigration & religion** (6^e).

1. Sondage Ifop pour La Dépêche, menée du 17 au 20 février 2020 auprès de 786 personnes inscrites sur les listes électorales de Toulouse, constituant un échantillon représentatif des habitants de Toulouse âgés de 18 ans et plus.

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 Toulouse.

LES THÈMES DE LA CAMPAGNE DES MUNICIPALES 2020

17,7% Sécurité



14,6% Écologie et environnement



13,9% Transport et mobilité



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 Toulouse. nous ne montrons ici que les trois thèmes les plus récurrents à Toulouse.

- Comme à Rennes et Nantes, la twittosphère toulousaine est dominée par le thème sécurité (17,7%). Le premier rang de cette thématique s'explique par un fait divers très commenté (agression de l'équipe de campagne du RN par des militants d'extrême gauche) ainsi que par le recours massif au mot sécurité lui-même pour exprimer sous diverses modalités la prévalence du sujet à Toulouse.
- Comme dans la plupart des villes dont la twittosphère a été analysée, les thèmes écologie & environnement et transport & mobilité sont très proches, venant ici en 2^e et 3^e position. Les 14,6% d'écologie & environnement sont portés par l'expression d'une volonté de faire de l'écologie une réponse globale pour la ville (pollution, gouvernance, social, actions concrètes...).
- Les 13,9% de transport & mobilité trouvent leur justification dans un unanimité pressant en faveur du développement du vélo dans la ville rose. Les notions génériques de transport et de mobilité contribuent très significativement aussi à cette 3^e place. On notera enfin deux signaux faibles autour du projet du maire sortant de construction d'une 3^e ligne de métro et du futur téléphérique urbain.

LES MOTS DU THÈME LEADER À TOULOUSE : SÉCURITÉ



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 Toulouse et liés au thème transport et mobilité.

Le top 20 des mots-clés du thème sécurité s'explique en bonne partie par un climat politique local tendu. L'affrontement idéologique entre extrême gauche et extrême droite se traduit localement par une « stratégie de tension » dont l'acmé a été atteint avec l'attaque de membres de l'équipe de campagne RN par des groupuscules « antifas » sur un marché. Cet événement, qualifié d'agression (« honteuse agression », « violente agression », « insupportable agression », « je condamne cette agression », etc.), a été très largement relayé sur la twittosphère toulousaine, notamment par les militants, sympathisants et soutiens locaux du RN.

La twittosphère toulousaine se fait aussi le relais d'une dénonciation de la « violence », d'un appel à une plus grande « sécurité » ainsi que d'un renforcement de la « police municipale » et du rapprochement de cette dernière avec les habitants.

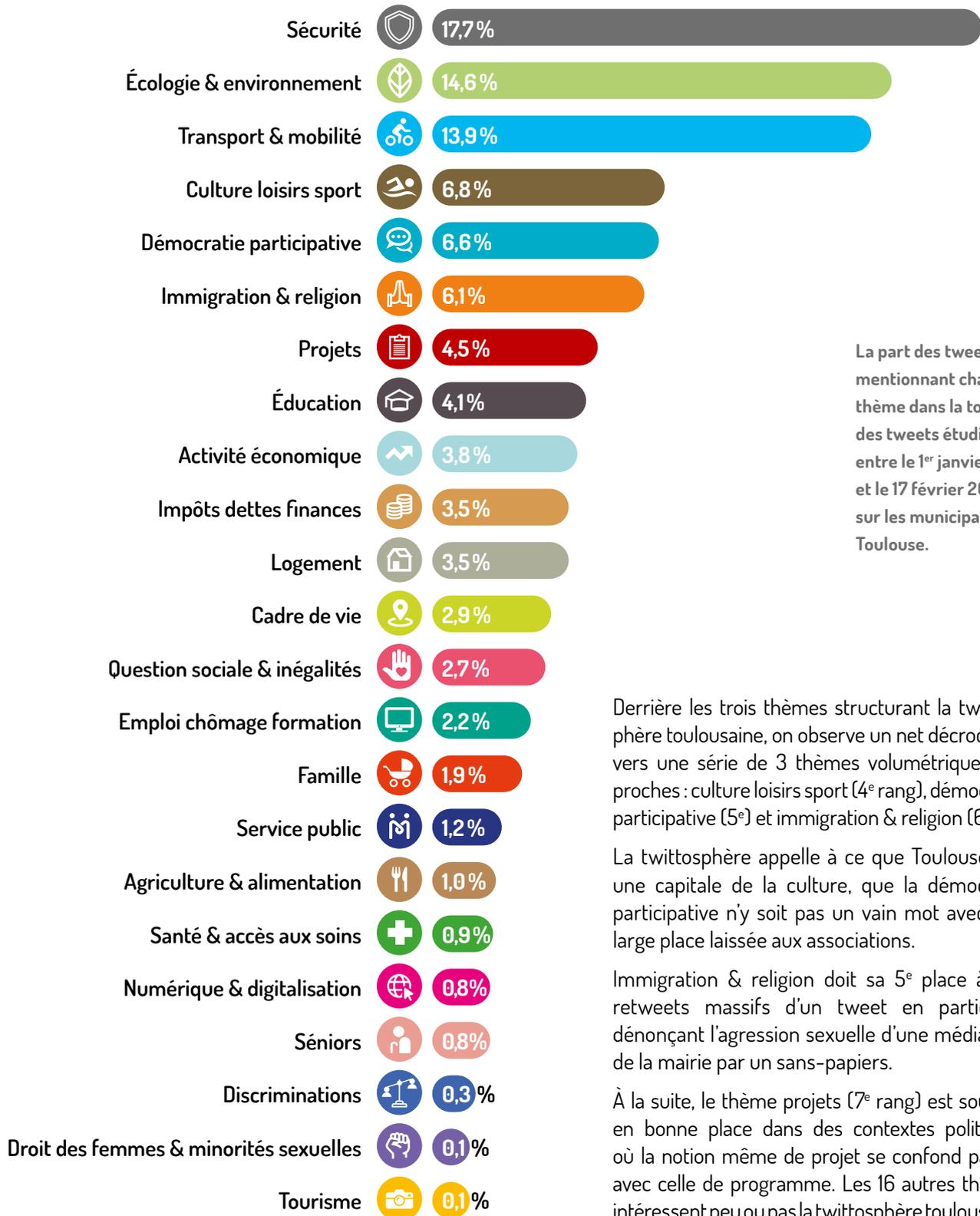
“ Je suis inquiet de la tournure que prend le débat des #Municipale2020 à #Toulouse avec la multiplication des attaques contre les candidats.”

“ Une écologie : une addition d'action ne fait pas une ville en transition ! Pour une stratégie globale qui tient compte de toutes les dimensions à #Toulouse”

“ Le classement des « villes vertes » en France est sorti et devinez quelle ville en France n'est même pas dans le Top 10 ! Indices : 4^e grande ville de France [...] qui met du vert sur du béton, n'a rien fait pour le vélo & ne lutte pas contre la pollution.”

“ [Il faut] adapter l'offre de transport dans la ville.”

CLASSEMENT DES THÉMATIQUES LES PLUS CITÉES À TOULOUSE



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 Toulouse.

Derrière les trois thèmes structurant la twittosphère toulousaine, on observe un net décrochage vers une série de 3 thèmes volumétriquement proches : culture loisirs sport (4^e rang), démocratie participative (5^e) et immigration & religion (6^e).

La twittosphère appelle à ce que Toulouse soit une capitale de la culture, que la démocratie participative n'y soit pas un vain mot avec une large place laissée aux associations.

Immigration & religion doit sa 5^e place à des retweets massifs d'un tweet en particulier dénonçant l'agression sexuelle d'une médiatrice de la mairie par un sans-papiers.

À la suite, le thème projets (7^e rang) est souvent en bonne place dans des contextes politiques où la notion même de projet se confond parfois avec celle de programme. Les 16 autres thèmes intéressent peu ou pas la twittosphère toulousaine.

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 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

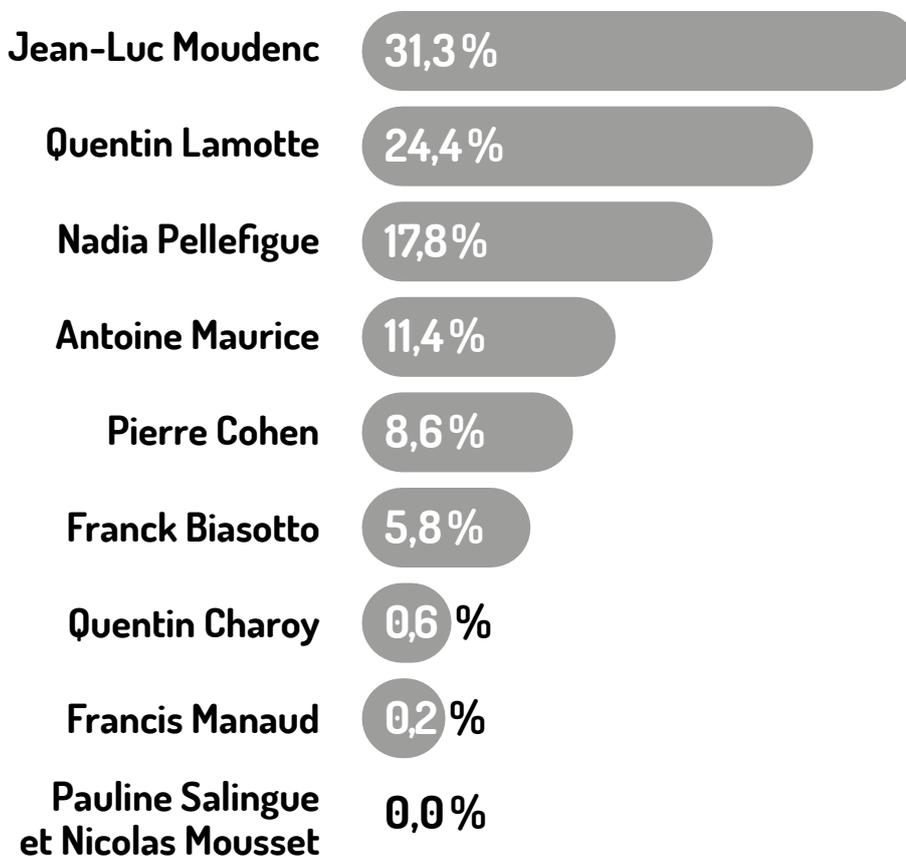
Le Twittorama analyse la manière dont la twittosphère évoque les trois têtes de liste les plus mentionnées pour Toulouse.

LE PODIUM DES CANDIDATS

Ce podium des candidats classés selon le volume de mentions sur Twitter (nom + nom du compte Twitter personnel, et à l'exclusion du compte de campagne) montre un maire sortant (LR- LREM) plus présent sur la twittosphère que les 9 autres candidats, avec 31,3% du total des mentions.

Quentin Lamotte (RN) est le 2^e candidat le plus cité avec 24,4%, sans doute soutenu activement par des réseaux militants structurés.

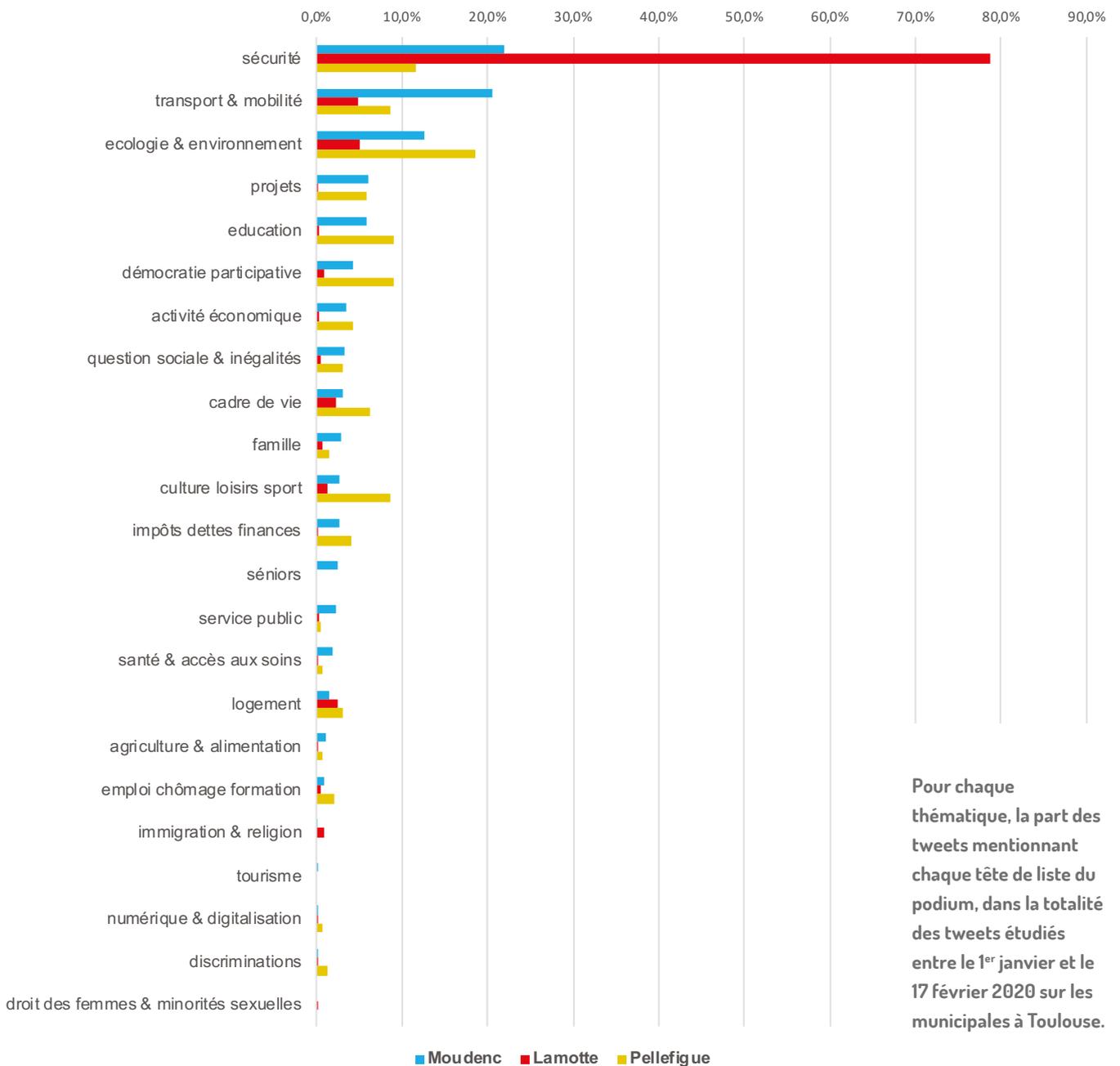
Avec 17,8% des mentions, Nadia Pellefigue (PS-PRG-PCF) arrive en 3^e position, à près de 14 points derrière Jean-Luc Moudenc, mais significativement devant ses suiveurs.



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 Toulouse.

LA POSITION DES TROIS LEADERS POUR CHAQUE THÈME

La comparaison des thèmes montre une certaine proximité des mentions sur Twitter entre les candidats Moudenc et Pellefigue. Dans les signaux faibles, la seconde donne plus d'importance à l'éducation, au cadre de vie et à la culture. L'univers thématique autour de Quentin Lamotte est ultradominé par la sécurité, un sujet où Jean-Luc Moudenc s'affirme aussi.



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

Jean-Luc Moudenc



21,9%

Sécurité

20,5%

Transport & mobilité

12,7%

Écologie & environnement

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 Toulouse et en lien avec Jean-Luc Moudenc.

Les thèmes d'intérêt portés par la twittosphère de Jean-Luc Moudenc (LR - LREM) correspondent aux 3 thèmes leader sur l'ensemble du corpus Toulouse analysé, avec pour seule différence une 2^e place pour transport & mobilité, et au 3^e rang écologie & environnement. La sécurité conserve sa 1^{re} place sur la période d'écoute.

Quentin Lamotte

78,8%

Sécurité



5,1%

Écologie & environnement

4,9%

Transport & mobilité

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 Toulouse et en lien avec Quentin Lamotte.

Le thème sécurité l'emporte très nettement au sein de la twittosphère de Quentin Lamotte (RN) notamment pour les raisons contextuelles déjà évoquées. L'impression laissée est que tous les autres thèmes sont de peu d'importance.

Nadia Pellefigue

18,6%

Écologie & environnement

11,6%

Sécurité

9,1%

Démocratie participative

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 Toulouse et en lien avec Nadia Pellefigue.

On constate dans la twittosphère de Nadia Pellefigue (PS-PRG -PCF) des préférences thématiques sensiblement différentes, mais cohérentes avec le positionnement politique de la candidate. Dans l'ordre : écologie & environnement, sécurité, éducation et démocratie participative à égalité (respectivement 9 % et 9,1%). Le thème Démocratie participative est porté par un usage extensif du mot citoyen (« participation des citoyens à la gouvernance », « une ville plus solidaire, écologiste et citoyenne », « parce que tou.te.s les citoyen.ne.s ont le droit d'être #écoutés », « 5 % du budget [...] dédié aux budgets participatifs des votations citoyennes »).



LES MOTS DE LA TWITTOSPHERE DE JEAN-LUC MOUDENC



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 Toulouse et liés à Jean-Luc Moudenc.

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