



ODOXA

L'Opinion tranchée

Les Français et les élections européennes

LEVÉE D'EMBARGO : VENDREDI 31 MAI 2024 A 17H00

Sondage réalisé avec

BACKBONE.3

pour

LE FIGARO

Méthodologie



Recueil

Enquête réalisée auprès d'un échantillon de Français interrogés par internet les **29 et 30 mai 2024**.



Echantillon

Echantillon de **1 005 Français** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

*La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes :
sexe, âge, niveau de diplôme et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération.*

Précisions sur les marges d'erreur

Chaque sondage présente une incertitude statistique que l'on appelle marge d'erreur. Cette marge d'erreur signifie que le résultat d'un sondage se situe, avec un niveau de confiance de 95%, de part et d'autre de la valeur observée. La marge d'erreur dépend de la taille de l'échantillon ainsi que du pourcentage observé.

	Si le pourcentage observé est de ...					
Taille de l'Echantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
800	1,5	2,5	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
3 000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8

Lecture du tableau : Dans un échantillon de 1000 personnes, si le pourcentage observé est de 20% la marge d'erreur est égale à 2,5% : le pourcentage réel est donc compris dans l'intervalle [17,5 ; 22,5].

Principaux enseignements (1/2)

Les grands enjeux des élections européennes en 10 points-clés

Quelles pourraient être la participation et l'abstention et comment s'expliquent-elles ?

- 1) Comme en 2019, **1 électeur sur 2 pourrait s'abstenir** de voter aux élections européennes : notre indicateur de participation se situe à 49,4% et celui d'abstention à 50,6%
- 2) Cette **participation sera très différenciée** sur le plan sociologique et générationnel : 11 points d'écart entre les sexes, 15 points entre les CSP+ et les CSP- et 33 points entre les plus jeunes et les plus âgés
- 3) **L'abstention est politique** : les abstentionnistes expliquent leur choix par un égal rejet des listes en compétition, plutôt que par un désintérêt pour la politique.
- 4) D'ailleurs, **ceux qui voteront ne le feront pas par enthousiasme** mais par obligation civique et aussi, très souvent, pour « sanctionner » (26%) plutôt que pour « soutenir » (10%) « Emmanuel Macron et son gouvernement ».

Que faire pour motiver les électeurs ?

- 5) **L'intérêt pour ces élections est encore faible** avec seulement 62% de personnes intéressées (19 points de moins que pour la présidentielle). Or, il y a une corrélation entre l'intérêt pour l'élection et notre indicateur de participation : 58% des futurs abstentionnistes ne se disent « pas intéressés ».
- 6) **Les intéresser ferait mécaniquement progresser la participation.** Pour cela, paradoxalement, il faut parler avant tout d'enjeux domestiques : 54% des électeurs voteront « avant tout en fonction d'enjeux nationaux » plutôt « qu'en fonction d'enjeux européens » (45%)
- 7) Et au **palmarès des enjeux** qui seront les plus prioritaires dans le vote des électeurs, **l'immigration** (41%) **devance le pouvoir d'achat** (40%), la hausse des prix (37%) et la sécurité (33%)

Principaux enseignements (2/2)

Qui fait la meilleure campagne selon les Français ?

- 8) **Jordan Bardella**, très largement : 45% des Français estiment qu'il « fait une bonne campagne » contre 27% qu'il fait « une mauvaise campagne ».
- 9) Raphaël **Glucksmann** (29% vs 27%) est le seul autre candidat à susciter plus de jugements positifs que négatifs.
- 10) Avec seulement 13% de Français estimant qu'elle fait une « bonne campagne » contre plus du triple, 42% qu'elle fait une « mauvaise campagne », **Valérie Hayer est la tête de liste jugée la plus catastrophique**

➤ *Sur les réseaux sociaux, Véronique Reille-Soult, notre partenaire de Backbone-Consulting observe, enfin, une progression de la visibilité et de l'intérêt générés par la campagne des élections européennes, grâce aux différents débats organisés récemment. Elle relève ainsi que le nombre de messages a progressé de 30% en une semaine pour atteindre un total de 830 000 messages.*

Synthèse détaillée du sondage (1/6)

Gaël Sliman, président d'Odoxa

1) La moitié des Français devraient s'abstenir de voter aux élections européennes

Notre indicateur d'abstention pour le 9 juin situe pour le moment à 49,4% la part des électeurs qui devraient se déplacer pour aller voter... et donc à 50,6% la part de ceux qui devraient s'abstenir d'aller voter.

Pour établir cet indicateur que nous suivrons jusqu'à la veille du 9 juin, Odoxa a posé aux Français deux questions distinctes : l'une consistant à leur demander s'ils comptent « certainement » ou « probablement » voter, l'autre, consistant à leur demander s'ils envisagent « certainement » ou « probablement » de s'abstenir.

C'est le « mix » de ces deux questions qui nous permet, élection après élection (et avec une certaine précision) d'établir le niveau de participation et d'abstention à date.

- L'indicateur de participation correspond à la part de Français certains d'aller voter à laquelle est soustraite la part d'entre eux déclarant pouvoir certainement ou probablement s'abstenir
- L'indicateur d'abstention correspond à la somme des Français non certains d'aller voter et des votants certains qui déclarent pouvoir s'abstenir.

Ce niveau de participation est assez stable depuis ces dernières semaines (49,6% dans notre sondage du 2 mai dernier), signe qu'il ne devrait plus guère évoluer (à 2 ou 3 points près), sauf rebondissement inattendu intervenant dans les 10 prochaines jours.

S'il se confirme le 9 juin, une telle participation situerait ces européennes à un niveau proche de celui observé il y a cinq ans, en 2019 : 50,12% à l'époque vs 49,4% aujourd'hui.

C'est un niveau évidemment décevant dans l'absolu, surtout comparé aux niveaux de participations relevés à l'élection présidentielle (73%), mais qui serait toutefois, comme en 2019, sensiblement supérieur à ceux observés lors des précédents scrutins européens. De 1999 à 2014, la participation aux européennes a oscillé entre 40,6% et 46,8%.

Synthèse détaillée du sondage (2/6)

Gaël Sliman, président d'Odoxa

2) Une fois de plus, la participation à ce scrutin promet d'être très différenciée sur le plan sociologique et générationnelle

Notre indicateur de participation promet des écarts spectaculaires (même s'ils peuvent évidemment encore évoluer à la marge) selon le sexe (11 points), le niveau de revenu (10 points), le milieu social (15 points) ou encore l'âge (33 points !) des électeurs.

Ainsi les hommes (55% de participation) se déplaceront aux urnes davantage que les femmes (44%), les seniors (67%) et quinquas (55%) que les jeunes (34% seulement auprès des 25-34 ans), les « CSP+ » (53%) que les « CSP- » (38%), et les foyers les plus aisés (55%) que les plus modestes (45%).

Malgré un profil sociologique des électeurs normalement plus « favorables » à la majorité qu'au RN (CSP+, aisés, âgés...) c'est pourtant ce dernier qui mobilise davantage son socle électoral : ainsi les électeurs ayant voté pour Marine Le Pen au 1^{er} tour de la présidentielle de 2022 seront 62% à voter le 9 juin alors que ceux ayant voté pour Emmanuel Macron ne sont que 54% à prévoir de le faire... et ils ne revoteront par nécessairement cette fois-ci pour la liste de la majorité présidentielle.

Ceci explique évidemment l'écart enregistré dans nos intentions de vote entre Valérie Hayer et Jordan Bardella.

3) Quelles sont les raisons qui expliquent l'abstention à ce scrutin ?

Les abstentionnistes ne sont pas indifférents à la politique ou au fonctionnement démocratique. Interrogés sur les raisons qui les poussent à envisager de s'abstenir, les « non-électeurs » sont très minoritaires à dire qu'ils ne voteront pas parce que « cela ne leur vient pas à l'esprit de voter » (avant-dernière raison citée par seulement 8% d'entre eux) ou « parce qu'ils ne pensent pas que la politique puisse avoir un impact sur leur vie » (antépénultième raison avec 16%).

Ce n'est même pas parce qu'ils ne croient pas à l'Europe et « pensent que les élections européennes n'ont pas d'impact sur la situation de la France » (21%).

Leur abstention est bien un choix politique, ils « votent » ou plutôt non-voteront « avec leurs pieds » car ce qui explique le plus leur abstention c'est que l'offre politique proposée ne leur convient pas du tout :

Synthèse détaillée du sondage (3/6)

Gaël Sliman, président d'Odoxa

Ils estiment à la fois qu'ils « ne se reconnaissent pas dans les idées, les programmes et les propositions des listes » (1^{ère} raison avec 32% de citations), et disent qu'ils « n'apprécient aucune des principales têtes de listes » (4^{ème} raison avec 23%) ... tout en ne pouvant envisager de se réfugier dans le vote blanc car ils considèrent qu'il ne sert à rien car « il n'est pas assez pris en compte » (3^{ème} raison avec 25%)

Enfin, « nostra culpa » (en tant que sondeurs), un autre facteur important est aussi avancé par les futurs abstentionnistes : le sentiment que cette élection serait « jouée d'avance » (2^{ème} raison citée par 29% d'entre eux). De fait, à dix jours du vote, même si l'issue est bien indécise sur l'ordre d'arrivée et les niveaux des 2^{ème} et 3^{ème} (et des autres), les sondages ne laissent effectivement aucun doute sur le nom du vainqueur de ce scrutin.

Mais cet argument est aussi une « valeur refuge » classiquement évoquée par les abstentionnistes, c'était d'ailleurs la première raison qu'ils donnaient à leur abstention lors de la dernière élection présidentielle (1^{er} élément cité par 40% d'entre eux en mars 2022).

4) Et qu'est-ce qui pousse les futurs électeurs à aller voter ?

Réciproquement, comme leurs concitoyens abstentionnistes, les Français qui comptent bien aller voter le 9 juin ne sont pas du tout enthousiasmés par les listes, leaders et programmes qui leurs sont proposés !

Seulement 18% d'entre eux disent qu'ils voteront parce qu'ils se reconnaissent dans les idées et les programmes proposés et 16% parce qu'ils apprécient particulièrement l'une des têtes de listes. Ces éléments font partie des arguments les moins cités !

Non, ce qui mobilise les votants c'est avant tout le sens civique : « ils votent toujours à toutes les élections, c'est une question de principe » (1^{er} élément cité par 51% de ceux qui voteront)

Ensuite, l'enjeu : ils « estiment que l'Europe est un enjeu important et que cette élection est capitale » (2^{ème} cité par 36%).

Enfin, à l'inverse, un autre facteur jouera aussi fortement : se servir de façon « stratégique » de cette élection européenne pour avoir un impact sur le jeu politique national.

Synthèse détaillée du sondage (4/6)

Gaël Sliman, président d'Odoxa

Ainsi, envoyer un message à Emmanuel Macron et son gouvernement est massivement cité, presque trois fois plus souvent pour « sanctionner » (26%) plutôt que pour « soutenir » (10%) « Emmanuel Macron et son gouvernement ».

D'un autre côté, le « vote de barrage » – qui ne concerne plus uniquement le RN aujourd'hui mais aussi la majorité – sera très présent chez ces « électeurs stratégiques » : avec 35% de citations voter pour « empêcher qu'arrive en tête une liste ou un parti dont on ne veut absolument pas » arrive en troisième position des motivations des électeurs et, tristement, est deux fois plus cité que l'argument positif inverse consistant à aller voter parce que l'on apprécie une tête de liste ou un programme.

5) Ces élections intéressent-elles les Français ?

L'autre raison qui explique cette faible participation est aussi que ces élections n'intéressent finalement pas beaucoup nos concitoyens. 38% des Français ne s'y intéressent pas, et parmi les 62% qui disent s'y intéresser, l'intérêt est très « mou » : 39% s'y intéressent « un peu » et seulement 23% « beaucoup ».

A titre de comparaison cela représente 19 points d'intérêts de moins que le niveau relevé en avril 2022 pour la dernière élection présidentielle de 2022 : 81% !

C'est surtout exactement le même niveau (62%) de faible intérêt que celui que nous enregistrons avant les dernières élections européennes de 2019.

Evidemment, on enregistre une très forte corrélation entre le manque d'intérêt pour cette élection et notre indicateur d'abstention.

Ainsi alors que 84% des Français qui iront voter disent s'intéresser à ces élections européennes, ils ne sont que 42% parmi ceux qui prévoient pour le moment de s'abstenir.

Rendre plus « intéressante » cette campagne dans les dix jours à venir peut encore faire augmenter la participation. Les acteurs y parviendront-ils ?

Synthèse détaillée du sondage (5/6)

Gaël Sliman, président d'Odoxa

6) Quels sont les enjeux les plus prioritaires pour les électeurs ?

Pour mobiliser les citoyens et les inciter à aller voter, même si cela peut sembler logique pour un tel scrutin, il ne faudra pas parler d'Europe et uniquement d'Europe et des enjeux liés aux votes des députés européens de Strasbourg ou des enjeux techniques discutés en commission à Bruxelles. Surtout pas !

D'abord, parce qu'au moment de voter aux prochaines élections européennes, une nette majorité de Français – 54% vs 45% – assument totalement qu'ils voteront « avant tout en fonction d'enjeux nationaux » plutôt « qu'en fonction d'enjeux européens ». Ce sera particulièrement le cas pour les électeurs de la liste actuellement la plus largement en tête dans les sondages (73% des sympathisants RN voteront en fonction d'enjeux nationaux).

Ensuite, parce que le palmarès des enjeux qui seront les plus prioritaires dans le vote des électeurs confirme clairement la prééminence de ces enjeux nationaux.

Ainsi l'immigration (41%), le pouvoir d'achat (40%) et son corollaire la hausse des prix (37%) mais aussi la sécurité (33%) constituent les 4 enjeux les plus prioritaires des Français inscrits sur les listes électorales et comptant voter le 9 juin prochain.

Signe qui explique la domination de la liste RN dans les intentions de vote, la hiérarchie des priorités de ces futurs électeurs (la moitié de la population), n'est pas tout à fait celle de l'ensemble de nos concitoyens.

En effet, interrogés il y a quinze jours sur cette même liste de priorités, les Français dans leur ensemble, eux, ne faisaient pas du tout de l'immigration leur priorité majeure du moment. Les futurs électeurs situent cet enjeu 10 points plus haut que les Français dans le précédent sondage (41% vs 31%). Inversement, le pouvoir d'achat est un enjeu encore plus important aux yeux de l'ensemble de nos concitoyens (1er cité avec 46% de citations dans notre sondage du 16 mai) qu'il ne l'est aux yeux des futurs électeurs (6 points de moins).

Synthèse détaillée du sondage (6/6)

Gaël Sliman, président d'Odoxa

7) Qui fait la meilleure campagne ?

Nous avons demandé aux Français de nous dire pour chacune des principales têtes de liste aux élections européennes, s'ils estimaient qu'elle fait une « bonne campagne » une « mauvaise campagne » ou s'ils « ne savaient pas/ne connaissaient pas cette tête de liste ».

Et nous avons bien précisé que nous leur demandions de se positionner sur cette question le plus objectivement possible, « indépendamment de leurs propres convictions politiques ».

Le résultat est sans appel : pour les Français, Jordan Bardella est la tête de liste qui fait la meilleure campagne. Avec 45% de Français estimant qu'il « fait une bonne campagne » contre 27% jugeant qu'il fait « une mauvaise campagne », il est, de loin, le candidat le plus crédité.

Raphaël Glucksmann est le seul autre candidat dont la campagne est jugée plus positivement que négativement par nos concitoyens, mais c'est moins net : 29% des Français estiment qu'il fait « une bonne campagne » contre 27% qui pensent qu'il fait « une mauvaise campagne ».

Toutes les autres têtes de listes suscitent davantage de jugements négatifs que positifs sur leurs campagnes.

Tout de même, Marion Maréchal (28% de jugements positifs ... mais 40% de négatifs) et FX. Bellamy (20% vs 34%), respectivement 4^{ème} et 5^{ème}, ne s'en sortent pas si mal et confirment qu'ils séduisent au moins leurs supporters naturels. D'ailleurs leurs cotes d'adhésion sur notre baromètre politique publié cette semaine sont tout à fait honorables (Marion Maréchal est même désormais 4^{ème} de ce palmarès).

Tout leur problème est que cela ne puisse se traduire pour eux en intentions de vote aux européennes à cause d'un vote utile de droite et d'extrême-droite en faveur de Jordan Bardella.

Valérie Hayer se situe à l'opposé de ces candidats réalisant une « bonne » ou une « pas si mauvaise » campagne : avec seulement 13% de Français estimant qu'elle fait une « bonne campagne » contre plus du triple, 42% qui estiment qu'elle fait une « mauvaise campagne », elle est la candidate dont la campagne est jugée la plus catastrophique (Léon Deffontaines étant, lui, un « illustre inconnu » pour l'immense majorité de nos concitoyens).

C'est évidemment ce qui explique l'écart actuel (du simple au double) entre sa liste et celle du RN.

Gaël Sliman, président d'Odoxa

Synthèse de la résonance sur les réseaux sociaux

Véronique Reille Soutt – Présidente de BACKBONE Consulting



L'intérêt pour les élections européennes progresse (enfin) sur les réseaux sociaux

La campagne des élections européennes est de plus en plus évoquée sur les réseaux sociaux, en particulier grâce aux différents débats organisés récemment. **Le nombre de messages sur une semaine a progressé de 30% ces 7 derniers jours** par rapport à la semaine précédente, pour un total de 830 000 messages.

Chaque candidat essaye de mobiliser son électorat et de convaincre de nouveaux électeurs sur les réseaux sociaux. Mais ces derniers ne sont pas toujours utilisés à bon escient.

Par exemple, **Marie Toussaint peine à émerger sur les plateformes**. En 2019, Yannick Jadot avait recruté sur Instagram un très grand nombre de jeunes qui votaient pour la première fois et qui se sentaient particulièrement concernés par les enjeux environnementaux. Mais les arguments de la tête de liste 2024 sont perçus comme peu convaincants et trop technocratiques, ils suscitent peu d'engagement et ne permettent pas de convaincre de nouveaux électeurs. Au contraire, **François-Xavier Bellamy, dont les « coups d'éclat et coup de gueule » sont salués par les internautes, améliore sa notoriété en ligne** (sa sortie sur France 2 après le débat entre G. Attal et J. Bardella a été vue par plus de 6 millions de citoyens contre 1,1 million pour l'émission elle-même), même s'il ne suscite pas davantage d'engagement. De même, Léon Deffontaines développe sa notoriété en ligne grâce à ses punchlines largement relayées « *Le clone vestimentaire de Bardella qui le met minable en le comparant à OSS117 ! Trop fort le gars!* ». Enfin Raphaël Glucksmann, qui montait sur les réseaux et en particulier grâce à sa puissance sur Instagram, est à la peine depuis quelques jours il a perdu 30 000 abonnés au moment où il faudrait en gagner !

Mais in fine, la mobilisation de ses propres électeurs sera essentielle le 9 juin. De ce point de vue, **Jordan Bardella, Marion Maréchal ou encore Raphaël Glucksmann partent avec un avantage grâce à leurs abonnés** sur les différentes plateformes. Au contraire, Valérie Hayer, Marie Toussaint voire François-Xavier Bellamy sont plutôt handicapés.



Résultats du sondage

Indicateur de participation et d'abstention aux européennes

i Odoxa a mis en place deux indicateurs, l'indicateur de participation et l'indicateur d'abstention, calculés à partir de l'intention d'aller voter et la possibilité de s'abstenir.

- L'indicateur de participation correspond à la part de Français inscrits sur les listes électorales certains d'aller voter à laquelle est soustraite la part d'entre eux déclarant pouvoir certainement ou probablement s'abstenir
- L'indicateur d'abstention correspond à la somme des Français inscrits non certains d'aller voter et des votants certains qui déclarent pouvoir s'abstenir.

49,4%

Indicateur de participation*

50,6%

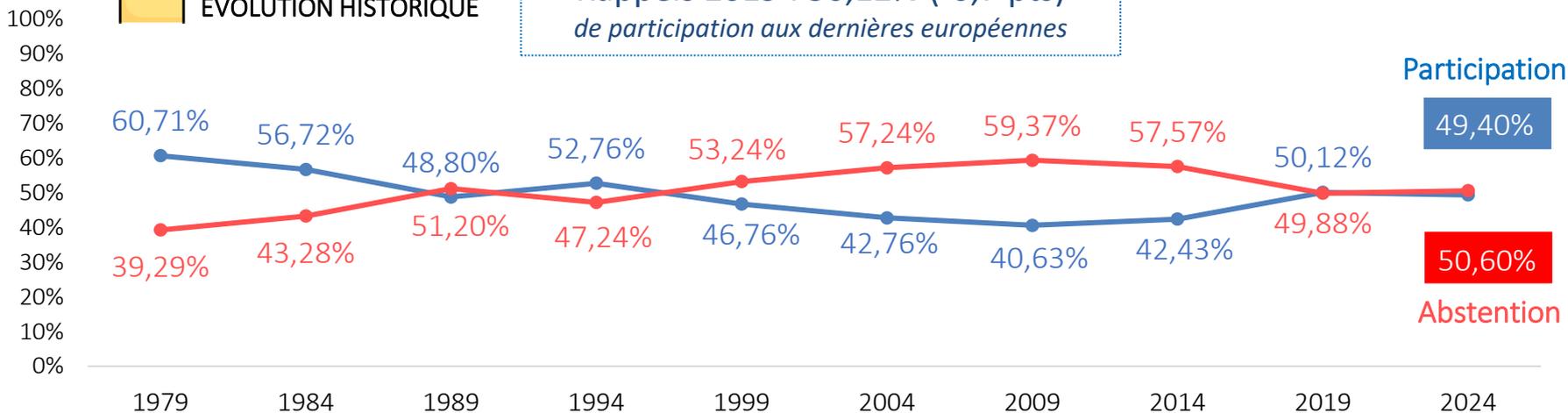
Indicateur d'abstention

*Stable par rapport à notre indicateur mesuré les 2 et 3 mai 2024 (49,6%)



EVOLUTION HISTORIQUE

Rappels 2019 : 50,12% (-0,7 pts)
de participation aux dernières européennes



Indicateur de participation

Profils

Indicateur de participation : 49,4%

Genre

Hommes : 55% - Femmes : 44%

Age

65 ans et plus : 67% - 50-64 ans : 55% - 25-34 ans : 34%

CSP

CSP+ : 53% - Cadres : 60% - CSP- : 38%

Retraités : 65%

*Niveau de revenu**

Foyers les plus aisés : 55% - Foyers les plus modestes : 45%

Vote à l'élection présidentielle de 2022 (1^{er} tour)

A voté pour Marine Le Pen : 62%

A voté pour Emmanuel Macron : 54%

Raisons de l'abstention

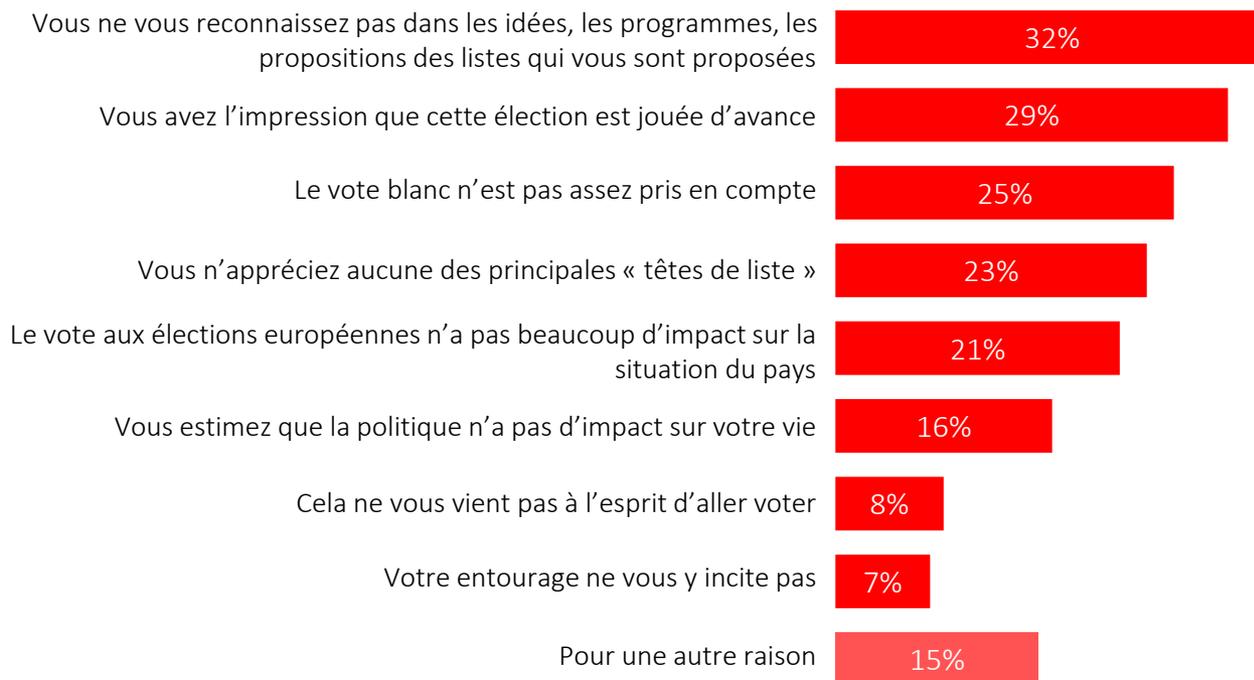


Aux Français qui pourraient s'abstenir de voter aux élections européennes

Quelles sont les principales raisons qui vous incitent aujourd'hui à envisager de vous abstenir de voter ?

3 réponses possibles

i Le total est supérieur à 100 car plusieurs réponses pouvaient être choisies.



Raisons de la participation

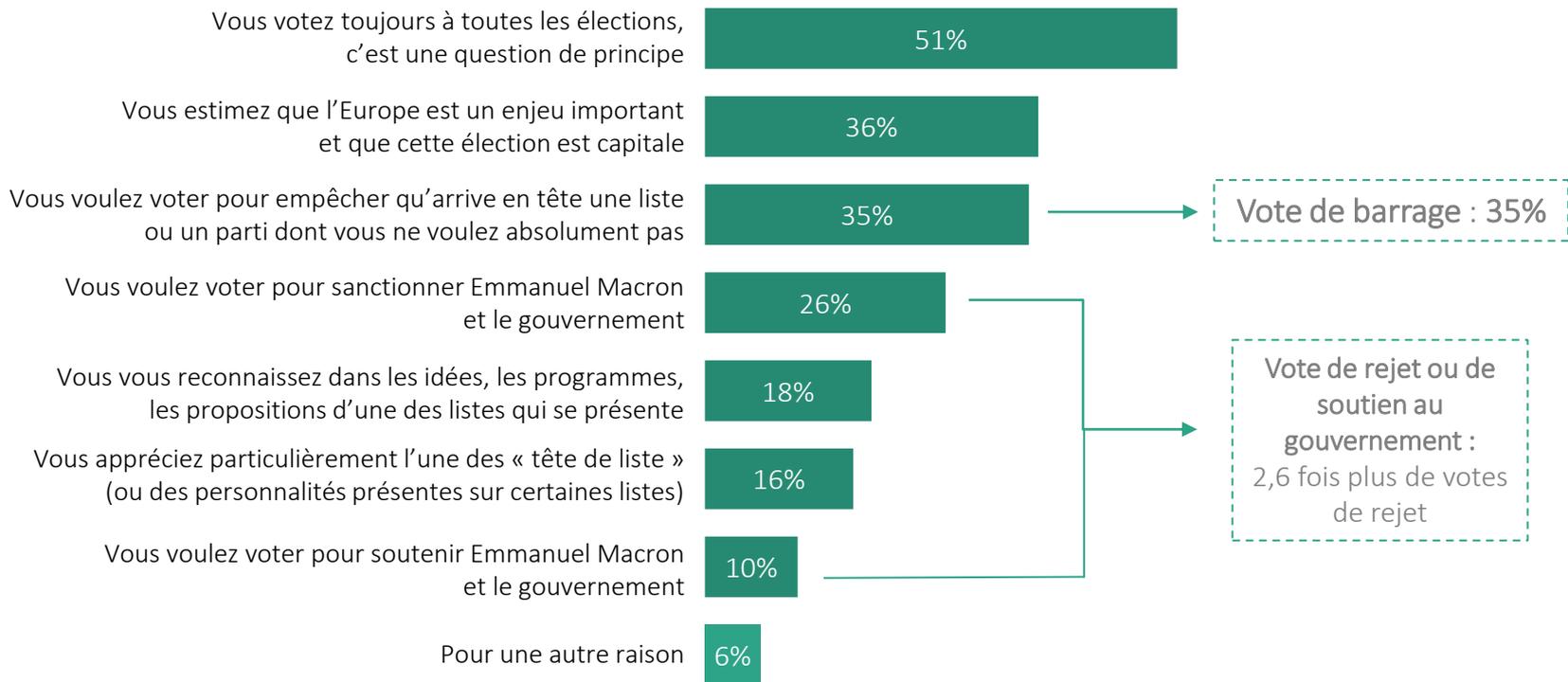


Aux Français inscrits sur les listes électorales qui pensent aller voter

Quelles sont les principales raisons qui vous incitent à aller voter ?

3 réponses possibles

i Le total est supérieur à 100 car plusieurs réponses pouvaient être choisies.



Intérêt pour les élections européennes



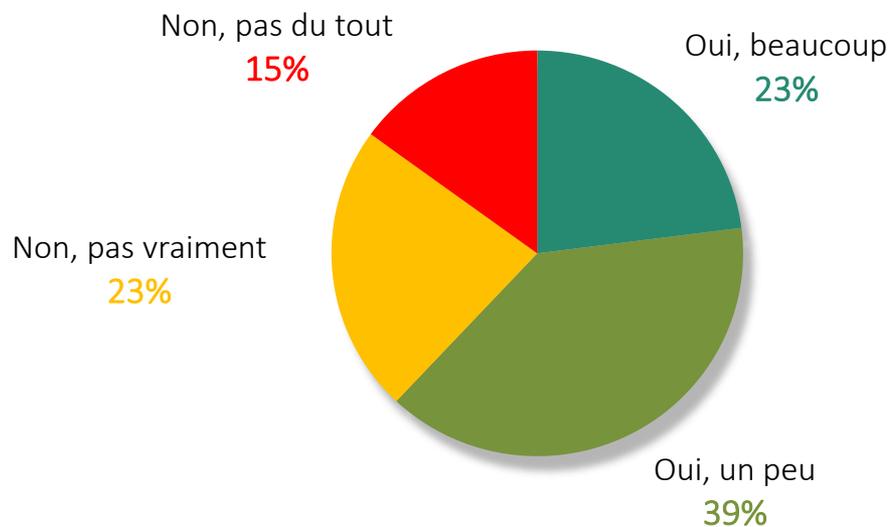
Vous personnellement vous intéressez-vous aux élections européennes de juin prochain ?

% Non : 38%

% Oui : 62%

Mêmes résultats qu'avant les élections européennes de 2019 (62%)*

-19 pts par rapport à l'élection présidentielle de 2022**



84% des Français qui devraient participer s'intéressent aux élections
42% de ceux qui devraient s'abstenir s'intéressent aux élections

*Sondage Odoxa pour France Inter, L'Express et la Presse Régionale réalisé en février 2019

**Sondage Odoxa-Backbone Consulting pour Le Figaro réalisé en avril 2022

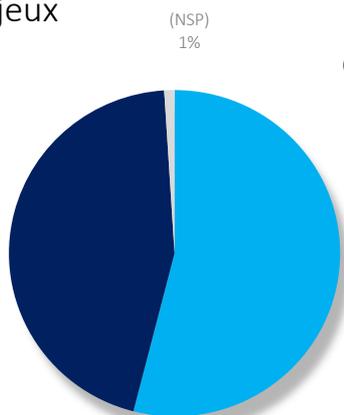
Enjeux les plus importants entre les enjeux nationaux et européens



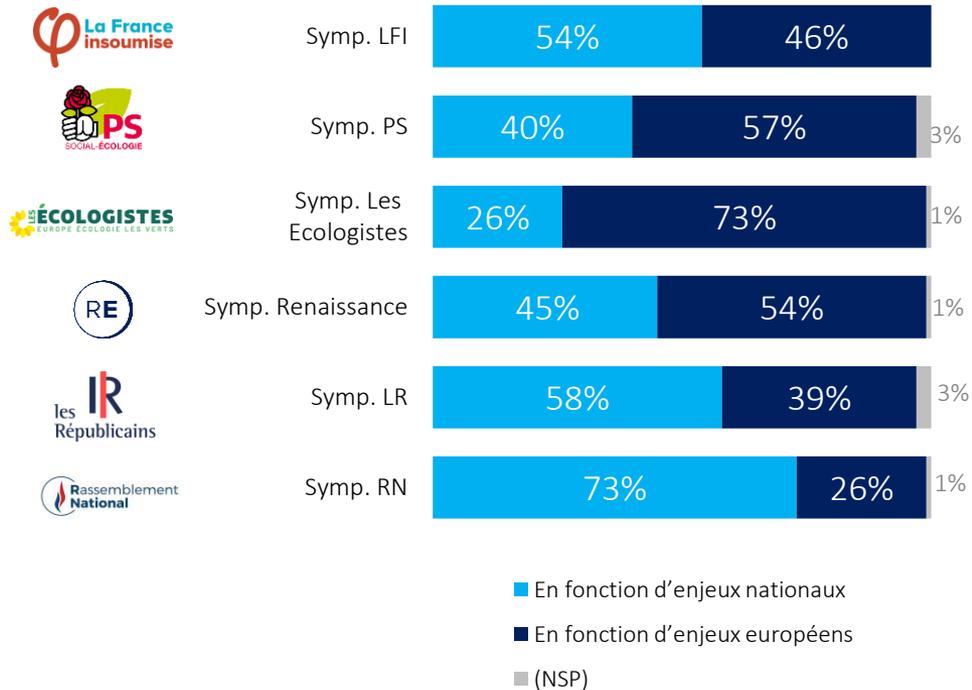
Aux Français inscrits sur les listes électorales qui pensent aller voter

Au moment de voter aux prochaines élections européennes, vous voterez plutôt en fonction d'enjeux nationaux ou en fonction d'enjeux européens ?

En fonction d'enjeux européens
45%



En fonction d'enjeux nationaux
54%



Enjeux les plus importants pour le vote aux élections européennes



Aux Français inscrits sur les listes électorales qui pensent aller voter

Parmi les enjeux suivants, lesquels compteront le plus pour vous au moment de voter aux élections européennes ? 3 réponses possibles

i Le total est supérieur à 100 car plusieurs réponses pouvaient être choisies.



Les priorités des Français inscrits sur les listes électorales et ayant l'intention de voter sont différentes de celles de l'ensemble des Français*

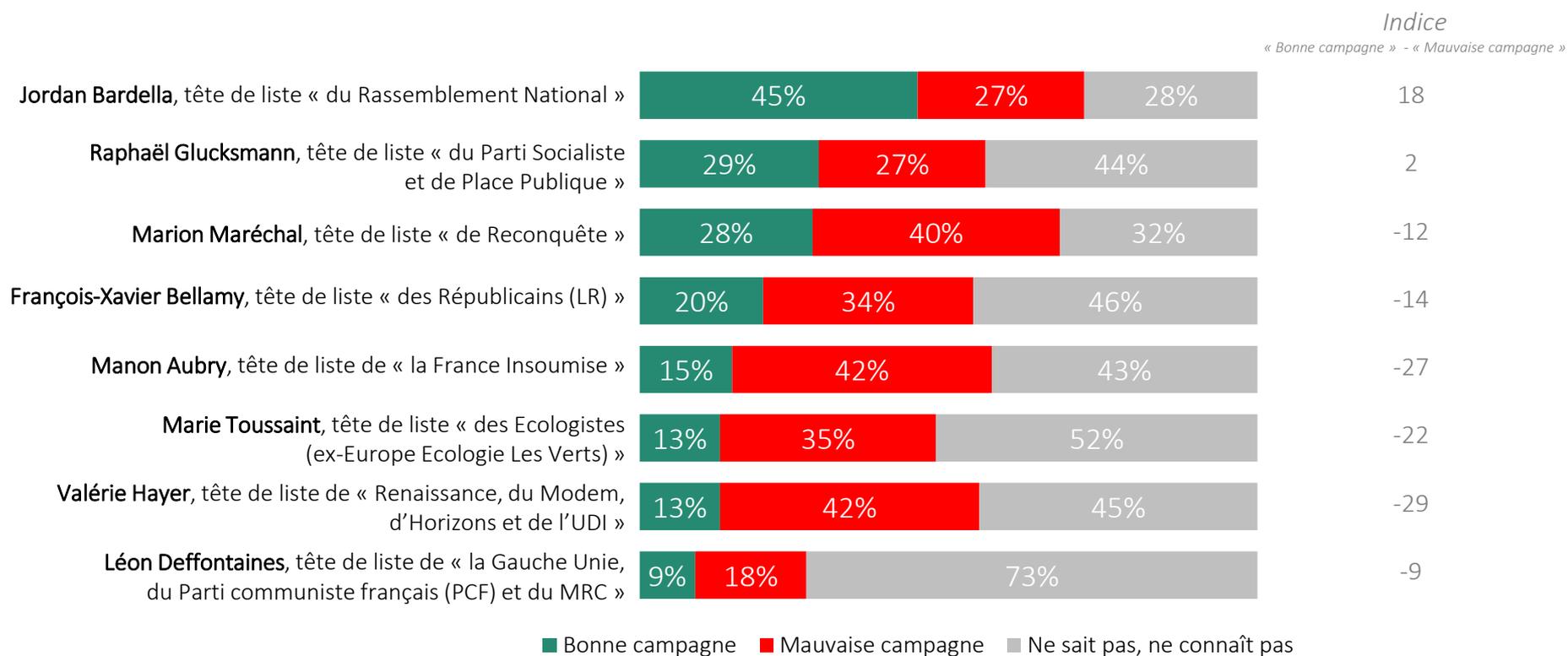
Immigration
41%, +10 pts par rapport aux Français (31%)*

Pouvoir d'achat
40%, -6 pts par rapport aux Français (46%)*

Regard porté sur les campagnes des principales têtes de liste



Pour chacune des principales têtes de liste suivantes aux élections européennes, indépendamment de vos propres convictions politiques, dites-moi si vous estimez qu'il ou elle fait une bonne campagne ou une mauvaise campagne ou si vous n'en avez aucune idée (vous ne connaissez pas cette personnalité) :





Résonance sur les Réseaux sociaux

Résonance sur les réseaux sociaux

Méthodologie

Les données sont collectées par **BACKBONE consulting** et son équipe spécialiste de l'écoute et de l'analyse de l'opinion en ligne à l'aide des Social Media et du web.

Pour effectuer leur analyse, ils utilisent **les outils d'analyse de social media et de veille on line les plus pertinents pour leur requête** que ce soit des outils propriétaires ou des outils du marché. Les principaux outils du marché utilisés sont seemantik, visibrain et talkwaker.

Seemantik : l'actualité décryptée grâce aux émotions. Une technologie d'analyse sémantique qui permet d'identifier et localiser les sujets montants qui feront l'actualité de demain. www.seemantik.com

Visibrain : Logiciel de veille des médias en ligne. Outil de veille médiatique à l'ère de l'information massive et instantanée, grâce à une plateforme qui couvre tous les médias en ligne, en temps-réel, sans se laisser noyer par le bruit. <http://www.visibrain.com/fr/>

Une utilisation particulière, suite à des développements spécifiques, est effectuée avec l'outil Talkwalker

Outil de veille pour suivre les conversations pertinentes des médias en ligne en temps réel à partir d'une seule interface, permet aussi de suivre les mentions sur un homme politique ou un sujet spécifique en effectuant une veille des Réseaux sociaux comme Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Google+, tiktok, ainsi que les blogs, les forums et les sites d'actualité en ligne. <http://www.talkwalker.com/fr/social-media-intelligence/>

EUROPEENNES

Sur les réseaux sociaux en France entre le 23 et le 30 mai 2024

830 000 messages
+30% en une semaine

#Europeennes2024
#DebatBFM #Europe #le710Inter
#9juin #VivementLe9Juin #LEuropeÇaSuffit
#LEvenement #Levenement #Européennes
#ElectionsEuropéennes2024 #debatBFM #Bardella #Gaza #France
#RN #VotezMarion #LeDébat #BesoindeEurope
#Macron #Européennes2024 #Frexit
#UnionPopulaire
#VotezMarionLaFranceFière
#Reconquête

Source : Talkwaker / BACKBONE Consulting

Présence sur les RS des têtes de listes aux Européennes au 30 mai 2024

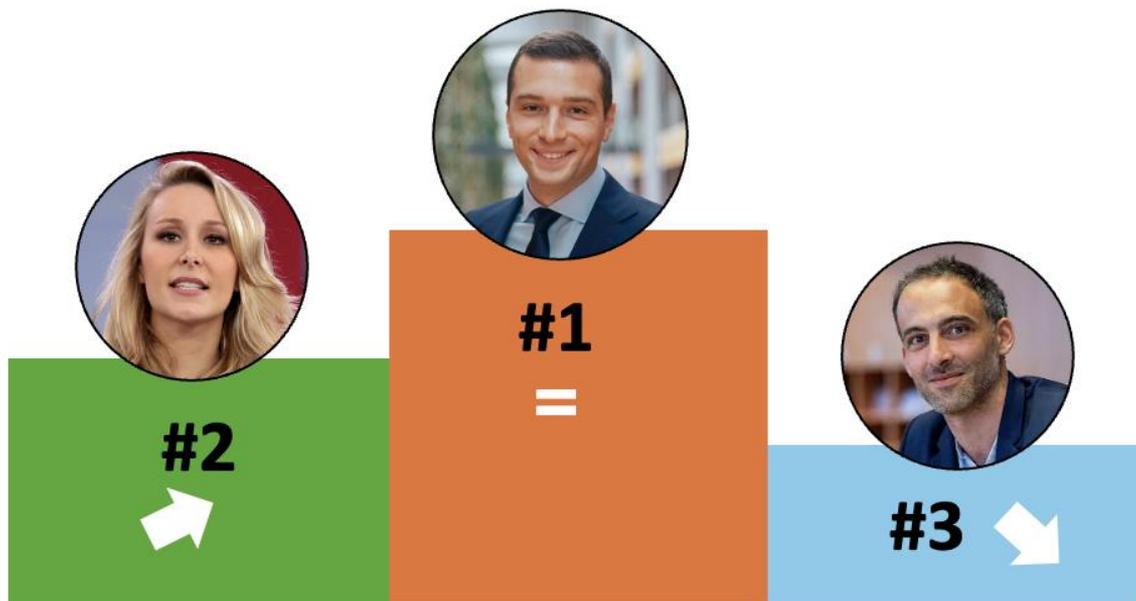
				 likes
Jordan Bardella 	1.3 M	401.6K	536K	364K
Valérie Hayer 	X	37.6 K (Besoin d'Europe 52.9K)	11.3K	7.9K
Marion Maréchal 	135.2 K	596.7K	170K	736K
Francois-Xavier Bellamy 	7 254	140.3K	53.6K	61K
Raphael Glucksmann 	X	306K	757K	118K
Marie Toussaint 	1 823	27.8K (EELV 179.9K)	25K	10K
Manon Aubry 	50.4K	144.8K	61.9K	170K
Léon Deffontaines 	8 475	15.4K (PCF 73.5K)	7 955	8 800

Source : Backbone Consulting

Efficacité des campagnes numériques des têtes de listes aux EUROPEENNES

Top 3

Européennes et performance sur les
réseaux sociaux au 30 mai 2024



Source : Backbone Consulting

Efficacité des campagnes numériques des têtes de listes aux EUROPEENNES

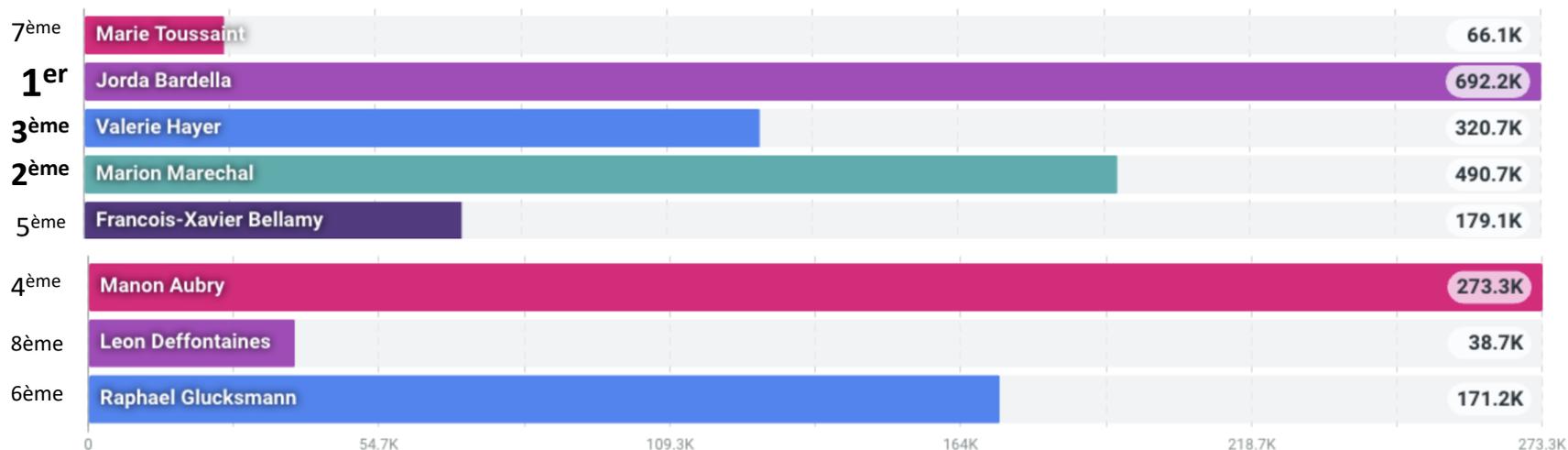
Flop 3

Européennes et performance sur les
réseaux sociaux au 30 mai 2024



Source : Backbone Consulting

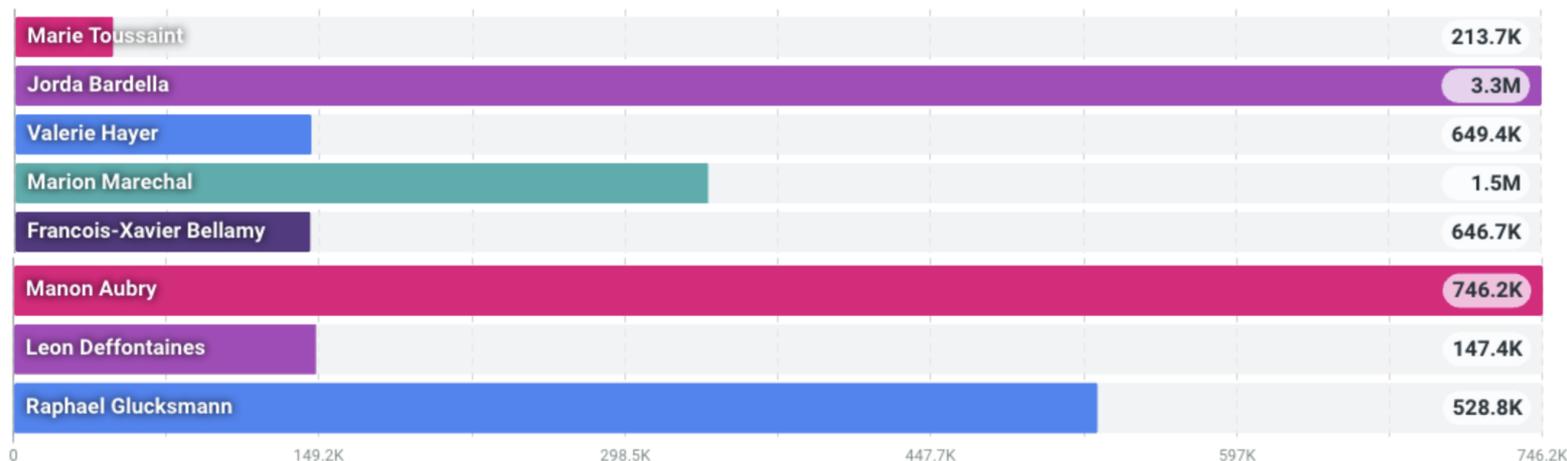
Efficacité des campagnes numériques des têtes de listes aux EUROPEENNES



VISIBILITE sur les Réseaux Sociaux en France le 23 et 30 mai 2024

Source : Talkwaker / BACKBONE Consulting

Efficacité des campagnes numériques des têtes de listes aux EUROPEENNES



ENGAGEMENT sur les Réseaux Sociaux en France le 23 et 30 mai 2024

Source : Talkwaker / BACKBONE Consulting

Efficacité des campagnes numériques des têtes de listes aux EUROPEENNES

Il présente bien.

Il est raciste.

Il est plein de préjugés.

Et souvent, il ne connaît rien des sujets dont il parle.

Oui, Jordan Bardella est bien l'OSS 117 de la politique comme vient de le rappeler Léon Deffontaines.



Pierrick Lavoine

@PierrickLVN

Attaché de presse de @ianbrossat et @EluesPCFParis. Secrétaire de la section @PCF4e 🇫🇷 🇪🇺



10:55 PM · 21 mai 2024 · 448,6 k vues



Jérôme Godefroy @jeromegodefroy · 5h

La seule révélation de cette campagne des européennes, c'est @L_DeFontaines, 28 ans.

Le jeune candidat, tête de liste du @PCF, est offensif, convaincant et souriant.



Source : Talkwaker / BACKBONE Consulting

Efficacité des campagnes numériques des têtes de listes aux EUROPEENNES



Pierre Ouzoulias
@OuzouliasP

« Signe d'une stratégie offensive payante contre le RN lors des deux derniers débats, le communiste Léon Deffontaines (@L_Deffontaines) se hisse à 3% (+ 1 en deux jours). »



Elie Joussellin @ElieJoussellin · 2h

19 ans après, il est temps de changer profondément cette Europe !

Le 9 juin, reprenons la main avec @L_Deffontaines !

En 2024, je vote Leon !



Source : Talkwaker / BACKBONE Consulting

Efficacité des campagnes numériques des têtes de listes aux EUROPEENNES

 **Fx Bellamy** ✓
@fxbellamy

Je voudrais commencer par vous dire que j'ai hésité à venir ce soir.

#LEvenement #France2 #Europeennes2024



François-Xavier Bellamy sur France 2 le jeudi 23 mai 2024.

10:15 PM · 23 mai 2024 · **5,2 M** vues

 **Patrick Fostier** ✓ @patrick_fostier · 8h

Après mûre réflexion, c'est la liste conduite par François-Xavier **Bellamy** qui aura ma voix pour ces élections européennes.

C'est une personnalité de grande qualité qui nous change de la médiocrité ambiante. Même ses concurrents le reconnaissent. Il a montré engagement et

Source : Talkwaker / BACKBONE Consulting