

# BAROMETRE DIGITAL DE LA PRESIDENTIELLE

## Mesure de la popularité des candidats sur le web



L'échéance est proche mais les regards se portent ailleurs, à l'extérieur de nos frontières.

Cette campagne particulière que certains assurent n'avoir jamais vu commencer, est sur le point de prendre fin et nous laisse une impression de « spoiler ».

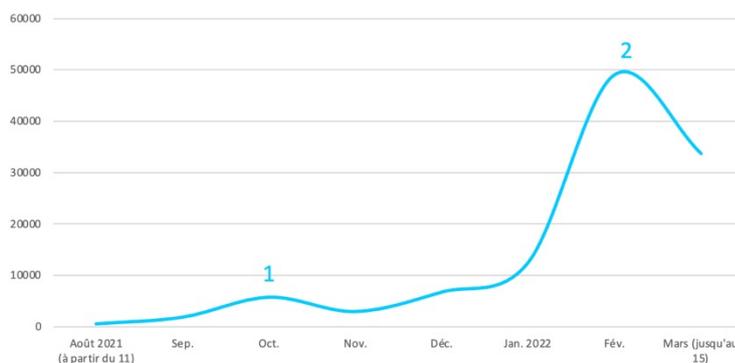
La réélection du Président sortant est sur toutes les lèvres : Emmanuel Macron repart pour un second mandat.

Début février, le Chef de l'Etat avait mis en garde ses troupes contre tout excès de confiance dû aux bons sondages. Dans une période où les Français sont de plus en plus nombreux à céder à la tentation de l'abstention (elle pourrait dépasser les 30% en 2022), il est plus que jamais essentiel de s'assurer de la présence des électeurs dans les bureaux de vote.

Hors, quel est l'intérêt de se déplacer si les jeux sont fait ?

Le « vote utile » est l'argument ultime utilisé par tous les camps depuis 2002. Aujourd'hui, il est le dernier recours pour tenter le sursaut du rassemblement à gauche. Il est derrière le concept et la mise en scène de « l'Union des droites » portés par le camp Zemmour. Il est au cœur des alertes adressées aux électeurs de la majorité présidentielle face au risque du RN.

EVOLUTION DES CONVERSATIONS SUR LE « VOTE UTILE »  
(SELON LE VOLUME DE MENTIONS SUR TWITTER ET DANS LA PRESSE ONLINE DU 11 AOÛT 2021 AU 15 MARS 2022)



1 (Fin octobre 2021)



FR FLASH - Les électeurs de gauche sont tentés par un "vote utile" pour Emmanuel #Macron dès le premier tour pour faire barrage à l'extrême-droite, selon une étude. (Fondation Jean-Jaurès) #Présidentielle2022

Twitter • 28 Oct • Reach 1M

2 (Mi-février 2021)



Présidentielle: pour Ségolène Royal (@RoyalSegolene), "le vote utile" à gauche, c'est Mélenchon" <https://t.co/v0yn216DVq>

Twitter • 16 Feb • Retweets 1433

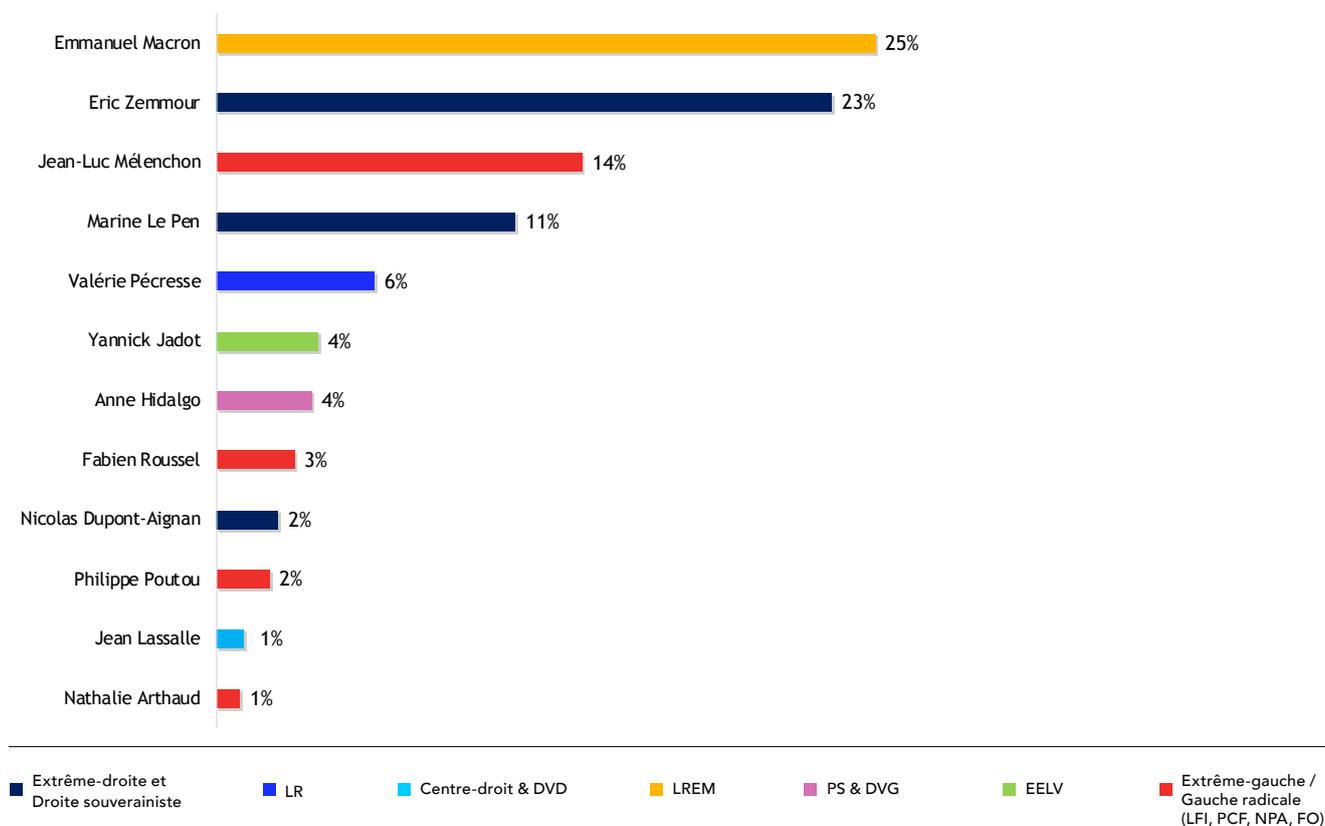
Depuis août dernier, non relevons plus de 114K mentions du « vote utile » dans la presse online et sur Twitter avec un pic fin février suite à la déclaration de S.Royal en faveur de J-L.Mélenchon qui est la première à oser prononcer médiatiquement l'expression qui hante la gauche depuis 2002.

## 1 LA CAMPAGNE VUE DU WEB : 20 ANS APRES LE 21 AVRIL 2002, LE « VOTE UTILE » HANTE TOUJOURS LA GAUCHE FRANÇAISE

Par Ludovic Desmons, Directeur Associé chez Edelman Data & Intelligence (Dxi)

A un mois du scrutin, les courbes se croisent sur le Web où E. Macron prend l'ascendant sur E. Zemmour. Quasiment à égalité lors de la dernière édition il y a 15 jours, le chef de l'Etat creuse désormais l'écart avec un indice de popularité digitale à 25,1% contre 23,5% pour le candidat de « Reconquête ! ». Une progression significative en une courte période et au regard de la méthodologie de calcul de la popularité digitale qui limite la volatilité des résultats (l'indice cumule les résultats de chaque vague d'étude hebdomadaire depuis le 11 août, soit sur 30 semaines).

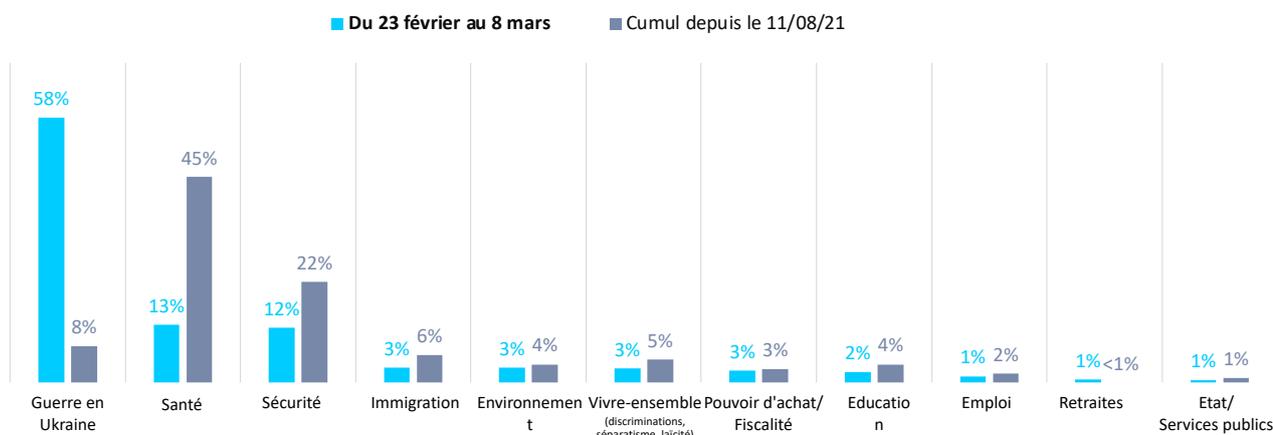
Indice de popularité digitale par candidat (sur 100%) :



# CE QU'ON RETIENT DE CES DEUX DERNIERES SEMAINES

La progression d'E. Macron de plus de 1,5 point en 2 semaines indique clairement la dynamique positive dans laquelle il s'est inscrit depuis le début du conflit en Ukraine, qui est devenu le sujet majeur de la campagne sur le Web : 58% des conversations sur Twitter depuis la fin février parmi les grands thèmes suivis par notre étude.

% DE MENTIONS SUR TWITTER PARMIS LES 11 THÈMES ANALYSÉS  
JUSQU'AU 8 MARS



Des conversations au sein desquelles le Président-candidat est de loin le plus mentionné (plus de 1 mention sur 2 parmi l'ensemble des candidats).

PART DE VOIX DES CANDIDATS SUR TWITTER AU SEIN DES CONVERSATIONS LIÉES À LA GUERRE EN UKRAINE  
(% SELON LE VOLUME DE MENTIONS DU 23 FÉVRIER AU 8 MARS)

■ Emmanuel Macron ■ Eric Zemmour ■ Jean-Luc Mélenchon ■ Marine Le Pen ■ Valérie Pécresse ■ Y. Jadot ■ Autres candidats (cumul)



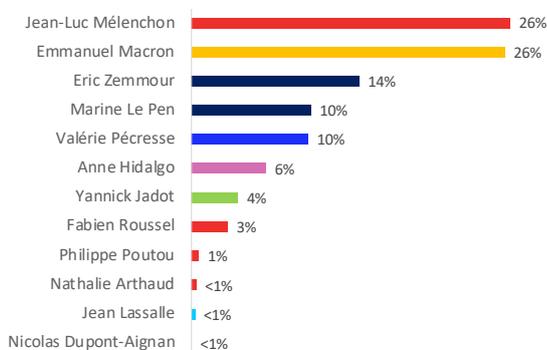
L'irruption du conflit ukrainien au sein de la campagne électorale coïncide avec la résurgence du débat sur le « vote utile », qui anime le débat politique français depuis le 21 avril 2002.

# CE QU'ON RETIENT DE CES DEUX DERNIERES SEMAINES

20 ans après, la question du « vote utile » hante toujours et particulièrement la gauche française qui se divise entre un soutien au Président-sortant pour faire barrage à l'extrême-droite et à un ralliement à J-L. Mélenchon, le mieux positionné à gauche dans les sondages.

Une tension également observée sur le Web où ces deux candidats sont les plus mentionnés sur ce sujet :

CANDIDATS LES PLUS ASSOCIÉS À LA QUESTION DU « VOTE UTILE »  
(% SELON LE VOLUME DE MENTIONS SUR TWITTER ET DANS LA PRESSE ONLINE DU 11 AOÛT 2021 AU 15 MARS 2022)



Un argument principalement relayé par les soutiens d'E. Macron mais qui suscite beaucoup de réactions hostiles et contradictoires : à gauche, d'aucuns considèrent le candidat de LREM comme n'étant pas de gauche tandis qu'à droite, de nombreuses voix s'élèvent pour expliquer qu'il serait le candidat du PS.

Face au « vote utile », le « vote d'adhésion » fait pâle figure avec 6 fois moins de conversations sur le Web (environ 18 000 mentions explicites depuis août). Sur ce terrain, on y retrouve le duo E. Zemmour - E. Macron parmi les plus visibles.

Entre vote de raison et vote de conviction, le pouls du Web montre que le vote de cœur semble évanescant dans le cadre de la présidentielle 2022.

## 2 LA CAMPAGNE DANS L'ŒIL DE L'OPINION : LE VOTE UTILE, « L'ARLESIENNE » PROFITABLE POUR JEAN-LUC MELECHON ET MARINE LE PEN



**Jean-Daniel Lévy,**  
directeur délégué, harris interactive france,  
stratégies politiques et d'opinion

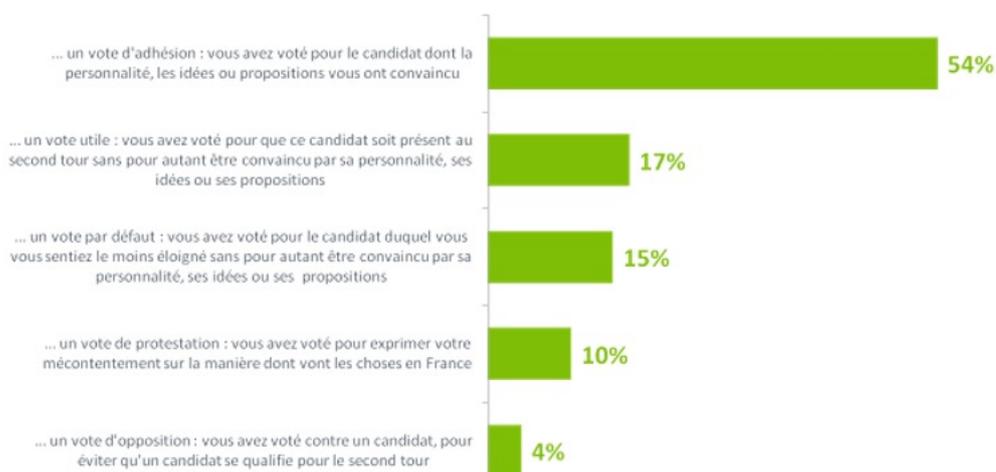
Comme à chaque élection présidentielle revient – comme une arlésienne – la thématique du vote utile. Ce terme déjà interrogé. Et, surtout, n'est pas interprété de la même manière selon les individus. Voter utile peut être, au premier sens du terme, voter pour une personne que l'on apprécie. « Voter utile » n'est donc pas qu'à ramener à la considération d'un vote stratégique. Un vote pour un candidat (ou une liste) proche de son camp politique sans pour autant être le premier choix et ce afin d'assurer sa qualification pour le second tour. Un vote pour éviter qu'un autre candidat ne soit qualifié ou obtienne un bon score.

En 2012, 17% des Français évoquaient le vote utile loin derrière le vote d'adhésion.

### Une majorité de Français déclare que son vote est un vote d'adhésion...

Estimez-vous que votre vote aujourd'hui est avant tout ... ? (une seule réponse possible)

- À tous les électeurs ayant exprimé un vote en faveur d'un candidat -

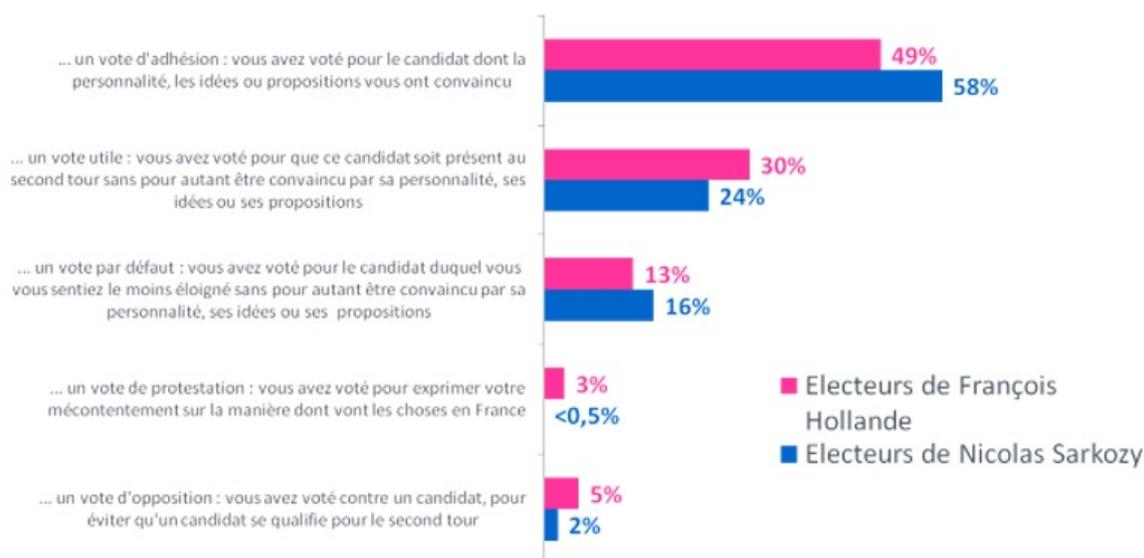


Ce vote était caractérisé par les électeurs de François Hollande (30%) plus que Nicolas Sarkozy (24%). Mais 24% tout de même pour l'ancien Président.

# CE QU'ON RETIENT DE CES DEUX DERNIERES SEMAINES

## Un vote avant tout d'adhésion pour Nicolas Sarkozy, quand 30% des électeurs de François Hollande qualifient leur vote de « vote utile »

Estimez-vous que votre vote aujourd'hui est avant tout ... ? (une seule réponse possible)



© Harris Interactive

harris INTERACTIVE viadeo pour 6

21

En 2017, la logique était la même en termes de pourcentages : 19% de vote utile et 60% de vote d'adhésion. Nous aurions pu nous attendre à ce que Jean-Luc Mélenchon bénéficie de ce vote utile. Il n'en est rien. A tout le moins en déclaratif : 66% de ses électeurs indiquent qu'ils ont voté pour lui par adhésion, 16% par « utilité », 10% par défaut, 4% par opposition et autant par protestation. Indéniablement Jean-Luc Mélenchon a bénéficié de vote initialement « promis » à Benoît Hamon mais pas uniquement parce que le candidat de la France Insoumise était le seul à pouvoir prétendre être présent au second tour mais également parce qu'il est parvenu à convaincre sur le fond nombre de personnes initialement plus proches du candidat soutenu par le Parti socialiste.

Au final, le vote utile se retrouve très à droite, à droite et au centre : 18% pour Marine Le Pen, 21% pour François Fillon et 27% pour Emmanuel Macron. On le voit donc, plus d'un quart des électeurs de l'actuel Président a « voté utile » lors de la précédente présidentielle. Ce terme traduisait la volonté de ne pas devoir être confrontés à des duels de second tour à configurations variables.

# CE QU'ON RETIENT DE CES DEUX DERNIERES SEMAINES

Plus d'un quart des électeurs d'Emmanuel Macron estimait qu'il était le plus petit dénominateur commun permettant d'éviter une confrontation impliquant Marine Le Pen, François Fillon et Jean-Luc Mélenchon.

Qu'en est-il actuellement ? Le vote utile peut être appréhendé à travers les prévisions faites par les Français. 61% estiment qu'Emmanuel Macron sera à nouveau élu. Hormis les électeurs d'Éric Zemmour, de Marine Le Pen voire de Jean-Luc Mélenchon une majorité d'électeurs, quelles que soient leurs intentions de vote, font le pronostic d'une réélection du Président actuellement en exercice.

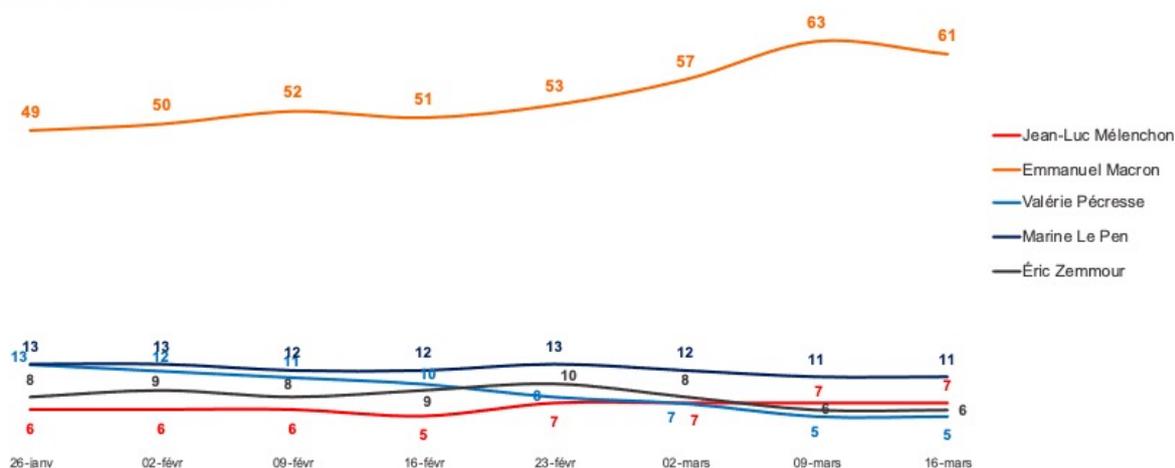
Ainsi, on observe que 46% des électeurs du candidat de la France Insoumise déclarent voter pour lui en estimant qu'il sera élu. La logique est la même chez les électeurs de Marine Le Pen (61%) ou encore Éric Zemmour (49%). Ces votes là, aux yeux des électeurs, peuvent conduire leur « champion » à l'Élysée. Pour les autres, le vote est effectué alors même qu'une grande majorité n'envisage pas que le candidat pour lequel ils envisagent de voter sera gagnant de la présidentielle.

## Le pronostic de victoire à l'élection présidentielle

PRÉSIDENTIELLE  
2022

Selon vous, quel candidat remportera l'élection présidentielle 2022 ?

Aux inscrits sur les listes électorales, en %



harris interactive toluna\*

29

# CE QU'ON RETIENT DE CES DEUX DERNIERES SEMAINES

## Le pronostic de victoire à l'élection présidentielle, selon l'intention de vote au 1<sup>er</sup> tour de l'élection présidentielle 2022

PRÉSIDENTIELLE  
2022

Selon vous, quel candidat remportera l'élection présidentielle 2022 ?

Aux inscrits sur les listes électorales, en %

	Ensemble	Intentions de vote au 1er tour							
		Fabien ROUSSEL	Jean-Luc MELENCHON	Anne HIDALGO	Yannick JADOT	Emmanuel MACRON	Valérie PECRESSE	Marine LE PEN	Éric ZEMMOUR
Fabien Roussel	1	14	-	6	1	-	1	-	-
Jean-Luc Mélenchon	7	6	46	1	1	1	1	1	1
Anne Hidalgo	1	2	-	17	1	-	-	-	-
Yannick Jadot	1	-	1	-	14	-	1	-	-
Emmanuel Macron	61	60	46	62	80	96	57	34	43
Valérie Pécresse	5	6	2	7	1	-	37	1	1
Nicolas Dupont-Aignan	1	-	-	3	-	-	-	-	-
Marine Le Pen	11	6	3	2	1	-	1	61	5
Éric Zemmour	6	-	1	-	-	-	-	2	49



Note de lecture : Parmi les personnes exprimant une intention de vote en faveur de Yannick Jadot pour le 1<sup>er</sup> tour de l'élection présidentielle 2022, 80% pensent qu'Emmanuel Macron remportera l'élection présidentielle 2022.

30

Au final, nous observons que les Français parlent du vote utile lorsqu'ils ne sont pas suffisamment convaincus par les projets présidentiels des candidats. Et que, dans ce contexte-là, ils placent de côté une partie de leurs convictions. Ils indiquent voter pour le candidat le plus à même à « peser » sur les enseignements du scrutin.

Où en serons-nous d'ici trois semaines ? Il est impossible de le dire. Ce qui apparaît certain, c'est que deux acteurs peuvent aujourd'hui recueillir les fruits d'un vote utile. Ce sont Jean-Luc Mélenchon, présenté comme celui en tête de la gauche et Marine Le Pen, qu'une partie des électeurs d'Éric Zemmour comme de Valérie Pécresse regarde attentivement, qui pourraient le plus en être les bénéficiaires.

# POUR ALLER PLUS LOIN : REGARD SUR L'ACCEPTABILITE DES CANDIDATURES FEMININES A L'ELECTION PRESIDENTIELLE

## DES CANDIDATURES COMME LES AUTRES ?

Nathalie Arthaud, Anne Hidalgo, Marine Le Pen et Valérie Pécresse présentent a priori des candidatures similaires à celles de leurs concurrents masculins : elles ont su rassembler leurs formations politiques respectives et historiquement représentées par des hommes, bénéficient d'une expérience politique solide, ont d'autres mandats à leur actif et ont suivi des parcours universitaires traditionnels pour le personnel politique.

Sur le papier, la porte est ouverte pour que l'une d'entre elles puisse devenir la prochaine présidente de la République. Deux candidates sont d'ailleurs déjà parvenues à passer l'étape du premier tour en 2007 et en 2017.

Sur le terrain, l'horizon est moins clair. Valérie Pécresse évoque subir un coût plus élevé qu'Emmanuel Macron pour ses "erreurs" de communication. Marlène Schiappa en réponse aux critiques formulées vis-à-vis de la candidate, dénonçait la « présomption d'incompétence ».

Les marches du perron de l'Élysée semblent encore bien hautes pour les candidatures féminines à l'élection présidentielle 2022.



**Anne-Cécile Maiffert,**  
Présidente de la Fondation des Femmes

## VOTER POUR UNE FEMME, EST CE VOTER POUR LES DROITS DES FEMMES?

Elles sont désormais 4. Quatre femmes à être candidates à l'élection "reine" dans le paysage démocratique français pour un tiers des candidats. C'est donc le retour aux chiffres de 2007 - record de femmes candidates dans une élection présidentielle (déjà, elles étaient 4 femmes qualifiées pour 12 candidats) - après le niveau particulièrement bas de 2017 (2 femmes sur 11 candidats en 2011).

Pourtant, toute chose égale par ailleurs - c'est-à-dire sans considération des sondages actuels (!) - aurait-on imaginé il y a 10 ans les deux formations politiques républicaines "historiques" de la cinquième République, la droite (Les Républicains) et la gauche (Parti Socialiste) présenter des candidates à une même élection? Il faut se réjouir de ces avancées réelles à forte portée symbolique.

Bien évidemment, face à l'explosion du paysage politique français qui conduit à la marge de l'électorat ces deux formations - cette avancée semble bien devoir être reléguée à un symbole. D'abord parce que le sexisme à l'encontre des femmes politiques est loin d'avoir disparu - on pourrait d'ailleurs s'interroger sur le rôle qu'il joue dans les revers que les deux candidates essuient au sein de leurs propres formations (entre lâchage ou soutiens "mous").

# POUR ALLER PLUS LOIN : REGARD SUR L'ACCEPTABILITE DES CANDIDATURES FEMININES A L'ELECTION PRESIDENTIELLE

**Pour 50% des français :  
"je n'ai aucun problème  
à élire une femme mais  
mon voisin, si."**

L'édition 2022 du baromètre "Priorités Femmes" effectué par Kantar pour la Fondation des Femmes qui interroge depuis quatre ans le ressenti des français.es sur les enjeux d'égalité reflète bien ces ambivalences s'agissant des femmes dans l'élection présidentielle. Alors qu'on pourrait croire que la présence de femmes candidates n'est plus un sujet depuis longtemps pour les français et françaises

- 93% d'entre eux se déclarent prêt.e.s à avoir une femme présidente de la République - ceux-ci perçoivent bien qu'elles sont pourtant traitées différemment. Ils ne sont plus que 49% à penser que les français.es sont prêts à élire une femmes présidente de la République. En clair, pour 50% des français : "je n'ai aucun problème à élire une femme mais mon voisin, si". A cet égard, on voit dans cette élection le piège dont doivent se départir les femmes candidates entre la tentation de faire oublier leur genre et celle, au contraire, de jouer la carte "femme", d'afficher un discours féministe fort. Pourtant, élire une femme candidate n'est pas la garantie d'une politique en faveur des droits des femmes. A cet égard, on ne peut ignorer ici qu'une femme est aussi candidate d'une des forces politiques principales du pays, le rassemblement national.

Et c'est d'ailleurs la candidature de Mme Le Pen qui illustre bien cette tension qui traverse les militantes féministes: voter pour une femme, est ce voter pour les droits des femmes? La réponse est bien sûr négative, et les organisations de défense des droits des femmes ne s'y trompent pas - ainsi dans le "féministomètre" publié au mois de mars par l'association Osez le féminisme!, qui a épluché les programmes des candidat.e.s à l'aune de leurs critères, , Anne Hidalgo se retrouve avec Jean-Luc Mélenchon et Fabien Roussel dans le trio des candidat.es estampillé "féministes". Pas de trio féminin pour les féministes donc.

Cette élection présidentielle est la première après le mouvement #MeToo en octobre 2017, qui a mis les violences faites aux femmes sur le devant de l'actualité mais ces enjeux peinent à émerger parmi la classe politique. Est-ce encore un signe de cette ambivalence?

**La classe politique peine  
à concevoir les enjeux  
d'égalité entre les femmes  
et les hommes autrement  
qu'en "silo".**

Pourtant, la demande est là : 77% des françaises estiment que la question des droits des femmes n'est pas traitée correctement dans la campagne présidentielle pourtant 82% d'entre elles déclarent que c'est un sujet important pour le choix d'un.e candidat. De même, pour la première fois les questions d'égalité femmes-hommes ont fait l'objet d'une émission à part entière le lundi 7 mars sur LCI ("Face aux française"), qu'aucun des candidats invités n'a pris le luxe d'ignorer. Autre avancée dont il faut se réjouir. Mais, passé le 8 mars, les prises de paroles se font plus rares. Bien sûr le contexte international dramatique empêche toute autre thème de campagne d'émerger. Toutefois, c'est aussi le signe que la classe politique peine encore à concevoir les enjeux d'égalité entre les femmes et les hommes autrement qu'en "silo". Se présenter comme le vote "utile" pour les droits des femmes, la place est encore vacante, avis aux candidat.e.s!

# MÉTHODOLOGIE ET CONCEPT

L'objectif de cette étude est de prendre le pouls de l'opinion au travers du web. Encore jeune et relativement peu exploité, ce champ d'analyse ouvre de nombreuses perspectives dans le cadre d'une campagne électorale pour anticiper certains mouvements dans l'opinion, mais aussi comprendre la stratégie des différents candidats. L'analyse du Web offre une nouvelle grille de lecture de l'opinion publique dans un monde de plus en plus connecté et vient compléter le suivi de l'opinion via les sondages sur les intentions de vote.

L'ambition est de mesurer la popularité des (potentiels) candidats à l'élection présidentielle 2022 sur le Web en évaluant leur capacité à dominer le débat public, à s'imposer dans l'agenda médiatique et à susciter l'adhésion.

Pour prendre en compte le phénomène de popularité digitale des candidats à l'élection présidentielle de 2022, l'étude réalisée porte sur 3 champs d'analyse :



## L'opinion active

qui s'exprime sur twitter en publiant des commentaires et en s'engageant dans les conversations (RT et likes).



## L'opinion passive

silencieuse, qui s'intéresse aux candidats en recherchant des informations sur Google.



## Le cadrage médiatique

proposé par la presse en ligne : de qui parle la presse ? de quoi parle-t-elle ? Comment parle-t-elle ?

# LES CRITÈRES DE LA POPULARITÉ DIGITALE

Le concept de popularité digitale est ici étudié par le biais de 4 dimensions :



## 1. Être Visible

La capacité à faire parler de soi et susciter l'intérêt du grand public.



## 2. Être Entendu

la capacité à se faire entendre dans le débat public, orienter l'agenda médiatique et suscité la curiosité de l'opinion.



## 3. Être Crédible

La capacité à avoir une image favorable, à générer des réactions positives.



## 2. Être Rassembleur

La capacité à fédérer autour de sa candidature, faire grandir sa base partisane, mobiliser ses soutiens.

# RETROUVER LE BAROMÈTRE DANS SON INTÉGRALITÉ :

---

[www.edelman.fr/trust](http://www.edelman.fr/trust)

## CONTACTS

---

### **Chloé Prompt**

Directrice associée Affaire Publiques, Edelman Paris

[chloe.prompt@edelman.com](mailto:chloe.prompt@edelman.com)

T : +33 (0)6 08 76 41 18

### **Ludovic Desmons**

Directeur associé Senior Vice President, Edelman DXI

[ludovic.desmons@edelmanDXI.com](mailto:ludovic.desmons@edelmanDXI.com)

T : +33 (0)1 88 46 70 94 / M : +33 (0)6 26 62 24 28

Edelman Paris, 31 rue de Miromesnil 75008 Paris

[www.edelman.fr](http://www.edelman.fr)