

+  
FD/DP/CLL N° 18981  
Contacts Ifop : Frédéric Dabi / Damien Philippot / Cécile Lacroix-Lanoë  
Tél : 01 45 84 14 44  
[prenom.nom@ifop.com](mailto:prenom.nom@ifop.com)



*pour*



**Les usages politiques du web 2.0**  
Les principaux enseignements  
Décembre 2010

## **Sommaire**

<b>- 1 - La méthodologie.....</b>	<b>1</b>
<b>- 2 - Les principaux enseignements.....</b>	<b>3</b>

**- 1 -**

## **La méthodologie**

## Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Etude réalisée par l'Ifop pour :	<b>Orange et l'Association des Maires de France</b>
Échantillon	<p><b><u>Volet élus</u></b> : Échantillon de <b>401</b> maires, premier adjoints et adjoints en charge des nouvelles technologies, représentatif de l'ensemble des villes de France.</p> <p>La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (taille de la commune) après stratification par région.</p> <p><b><u>Volet Grand public</u></b> : Échantillon de 1010 personnes, représentatif de la population internautes française âgée de 18 ans et plus.</p> <p>La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.</p>
Mode de recueil	<p><b><u>Volet élus</u></b> : Les interviews ont eu lieu par téléphone. Les élus ont été interrogés dans leur mairie.</p> <p><b><u>Volet Grand public</u></b> : Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).</p>
Dates de terrain	<p><b><u>Volet élus</u></b> : Du 27 octobre au 15 novembre 2010</p> <p><b><u>Volet Grand public</u></b> : Du 8 au 10 novembre 2010</p>

**- 2 -**

## **Les principaux enseignements**

L'enquête inédite Orange / AMF réalisée par l'Ifop consistant en un regard croisé Maires – Internaute, permet de dégager **quatre grands enseignements** :

1. S'agissant de l'utilisation et du rapport à Internet, **les élus municipaux apparaissent comme « des Français comme les autres »**. Les élus déclarent utiliser largement Internet et **ne se distinguent guère en cela de la population française**. De la même manière, la quasi totalité des mairies disposent d'une connexion à Internet (96%), et 70% des maires et adjoints interrogés déclarent avoir une connexion à leur domicile. En revanche, L'existence d'une connexion sur son téléphone portable est nettement plus minoritaire (29%) et surtout l'apanage des jeunes élus et de ceux administrant des villes de taille moyenne ou importante.

Ces éléments permettent de comprendre une autre donnée fondamentale de l'enquête : **les élus municipaux apparaissent dans leur très grande majorité familiers de l'utilisation d'Internet** : 86% (versus 89% parmi l'ensemble des internautes) estiment qu'il est facile d'utiliser Internet.

2. Pour autant, bien que connectés et fréquents utilisateurs d'Internet, **les élus municipaux ont des usages du web qui ne sont pas aussi diversifiés que ceux du grand public**. Surtout, ils apparaissent relativement peu tournés vers les applications web 2.0, notamment dans leurs potentialités en termes de communication politique.

On relève ainsi que 85% des élus municipaux déclarent posséder une adresse électronique en tant qu'individu. Mais seuls 17% ont une page Facebook personnelle, un taux nettement inférieur à celui du grand public internaute (45%). La tenue d'un blog ou d'un site personnel (3%) ou encore d'un compte Twitter (2%) reste largement confidentielle.

**Les élus municipaux apparaissent encore timides dans leur utilisation professionnelle d'Internet** (ainsi, 40% seulement déclarent avoir une adresse électronique en tant qu' élu), mais surtout dans leur exploitation du web 2.0 en terme de communication politique. Ainsi, en tant qu'élus, seuls 2% d'entre eux tiennent un blog (ce taux atteignant tout de même 20% dans les communes de plus de 20 000 habitants), 2% ont un compte Twitter, et 1% possède une page Facebook.

3. **Les usages politiques d'Internet par le grand public s'avèrent relativement peu fréquents et le plus souvent circonscrits à de la recherche d'information sur l'actualité ou sur une personnalité politique.**

A l'inverse, tous les usages relatifs aux potentialités web 2.0 d'Internet (discussions politiques en ligne sur des blogs, des forums ou des réseaux sociaux, visites de blogs tenus par des personnalités politiques) restent quant à eux assez marginaux. L'appétence pour ces pratiques politiques en ligne ne diffère guère des attitudes politiques traditionnelles du grand public : les publics les plus politisés (éduqués, manifestant un intérêt particulier pour la vie publique et plutôt âgés) se montrent les plus actifs en la matière.

**Pour autant, le grand public internaute assigne une véritable légitimité - à travers la reconnaissance de qualités spécifiques - à l'information dispensée par les élus municipaux en ligne.**

C'est notamment la réactivité de l'information et la facilité d'actualisation qui séduisent dans la mesure où elles répondent **aux attentes citoyennes d'instantanéité de l'information**. Notons que les aspects relevant davantage du contenu de cette information (crédibilité et richesse) suscitent des jugements plus partagés.

Cette légitimité s'avère cependant à nuancer compte tenu de **la rareté des usages par les internautes des moyens de communication web 2.0 de leurs élus**. A peine un interviewé sur dix a déjà consulté au moins un des supports de leurs représentants (page facebook, blog ou compte Twitter de leur maire).

4. Les représentations associées à l'usage politique d'internet par les élus municipaux **diffèrent sensiblement selon nos deux cibles :**

- Du point de vue du grand public, **l'usage politique d'Internet par les élus locaux bénéficie d'une certaine légitimité**. C'est vrai surtout du point de vue de la facilité de communiquer et d'atteindre certaines cibles comme les jeunes, et s'agissant de la réactivité dans la communication auprès des administrés et de la capacité à faire remonter des informations et remarques du terrain. Sur ce plan, la vision des élus apparaît moins enthousiaste: 64% seulement pensent que l'utilisation de ces nouveaux modes de communication représente un intérêt pour toucher certains publics comme les jeunes (contre 79% au sein du grand public pour qui cette opportunité constitue le premier atout du web 2.0). Dans le même ordre d'idée, 56% saluent la possibilité d'une plus grande réactivité auprès des administrés (contre 66% parmi l'ensemble des internautes).

- **Les élus expriment plus largement des jugements plus tranchés sur ces moyens de communication**, leur réflexion sur ces enjeux étant certainement plus aboutie que celle du grand public. Les Maires mettent ainsi fortement l'accent sur **les risques en termes d'image liés à l'utilisation du web 2.0 pour communiquer** : 84% pensent qu'il est difficile de maîtriser totalement ce qui se dit sur Internet et accordent par ailleurs plus d'importance que le grand public à la dimension humaine : 64% des élus adhèrent à l'opinion selon laquelle l'utilisation de ces nouveaux modes de communication la néglige (contre 57% dans le grand public). Les Maires pointent également **les risques politiques** (la représentation du web 2.0 comme un gadget étant largement majoritaire) et de frustration chez les administrés face à l'incapacité de l'élu à faire face à toutes les demandes e-citoyennes.

Par ailleurs, les élus municipaux sont majoritairement dubitatifs – et ce de manière plus intense que pour le grand public - sur **les bénéfices en termes d'image** : moins d'un sur deux pense que ces nouveaux modes de communication permettent de renforcer la proximité avec les administrés (47%) et d'améliorer l'image de l'élu (46%).

Sur ces dimensions, les élus n'utilisant pas Internet pour communiquer font part de jugements nettement plus tranchés, la quasi-totalité d'entre eux estimant qu'il est plus important d'être présent physiquement auprès de ses administrés.

**Tout se passe donc comme si cet enjeu du web 2.0 questionnait fortement les élus municipaux sur l'évolution de la médiation politique et du lien traditionnel entre représentants et représentés.**

**Frédéric Dabi**

Directeur du Pole Opinion de l'Ifop