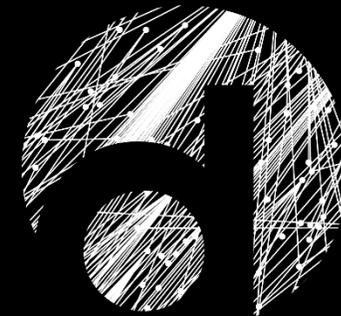


LÉGISLATIVES & RÉSEAUX SOCIAUX

CAMPAGNE, ENJEUX ET STRATÉGIES

JUILLET 2024



deep opinion
Groupe Ifop-Occurrence

JOCELYN MUNOZ

06 59 65 08 54

JOCELYN.MUNOZ@DEEPOPINION.FR

CAMILLE COLLET

06 30 24 84 79

CAMILLE.COLLET@OCCURRENCE.FR

Les données ont été collectées du 9 juin au 30 juin 2024.

La collecte des données a été effectuée sur nos outils de veille digitale (Radarly et Crowlingo).

Le suivi des discussions en ligne concernant les élections législatives a été effectué sur la base d'une liste étayée de mots clés.

Engagement : la somme des interactions avec une publication (likes, retweets, commentaires, partages...)

K : mille de manière abrégée. Pour exemple : 10K veut dire 10 000.

M : million de manière abrégée. Pour exemple : 10M veut dire 10 000 000.



1 La campagne en bref

2 Les temps forts
de la campagne

3 Les partis

4 L'activité des
personnalités politiques
les plus visibles

5 Quelques sujets
clés

6 La soirée électorale

Une campagne relativement stable, avec une activité élevée mais peu d'actualités qui se démarquent réellement. La soirée électorale est évidemment LE temps fort en ligne, après celui de l'annonce de la dissolution.

La campagne s'articule autour de 3 temps forts :

- L'alliance entre E. Ciotti et le RN a créé un pic d'intérêt en début de campagne, suscitant des réactions mitigées entre l'analyse de ce ralliement et les railleries dues aux rebondissements considérés comme ubuesques.
- L'alliance de la gauche perçue à la lumière de ses réussites mais aussi de ses difficultés : les dissensions internes (Guedj, Corbière, etc.), les controverses sur l'antisémitisme et les interrogations sur le choix du Premier ministre en cas de victoire.
- En fin de campagne, les débats en ligne ont été davantage polarisés par les « erreurs » de communication du RN, en particulier les commentaires sur la binationalité et les retraites suite aux déclarations de Jordan Bardella lors du débat.

Le camp présidentiel est notablement absent de ces temps forts, reflétant un effacement en ligne observé à tous les niveaux : engagements, viralité, et couverture médiatique. Emmanuel Macron est le seul à être fréquemment mentionné, presque une fois sur cinq, mais de manière majoritairement négative.

LES FORCES POLITIQUES EN PRÉSENCE

Si l'on ne devait retenir qu'une seule information politique de ce rapport, c'est que Les Républicains (LR) se sont imposés, volontairement ou non, comme faiseurs de roi. L'annonce d'une alliance par le camp Ciotti, puis la communication définissant la ligne du parti pour le second tour, ont permis aux LR de se positionner en ligne parmi les acteurs clés de cette campagne.

Cette évolution est d'autant plus significative qu'en parallèle, le camp Renaissance peine, quant à lui, à être audible en ligne.

De son côté, le Rassemblement National, parvient de nouveau à mobiliser ses soutiens en ligne, comme lors des précédentes campagnes européennes. En effet, 4,5% des publications qui mentionnent Jordan Bardella proviennent de sphères militantes, et 1,4% concernent Marine Le Pen.

La constitution éclairée du Nouveau Front Populaire a permis à la gauche de rivaliser, aussi bien en ligne que dans les urnes, avec le Rassemblement National. Cet élément est d'autant plus intéressant que cela n'était pas le cas il y a seulement un mois, lors des Européennes.

DU CÔTÉ DES CANDIDATS

Les comptes du binôme de tête du RN (J. Bardella et M. Le Pen) sont largement plus puissants que ceux de leurs concurrents, comme en témoigne les engagements très élevés. La communauté de Jordan Bardella sur divers réseaux sociaux a augmenté de 2,8 à 3,3 millions depuis le 7 juin, témoignant d'une croissance spectaculaire.

Sur X (Twitter), Jean-Luc Mélenchon est le seul à rivaliser sérieusement, tandis qu'Emmanuel Macron se distingue sur Instagram, concurrençant le duo du RN.

La stratégie TikTok du camp Bardella continue de porter ses fruits, avec un volume de publications supérieur à celui de ses adversaires et des niveaux d'engagement nettement plus élevés. Ce dernier a aussi publié sur Instagram deux contenus plus rédigés que ses contenus habituels, notamment pour répondre au Youtubeur Squeezie et pour présenter son programme.

De nombreux mèmes, notamment ceux montrant J. Bardella et G. Attal pendant leur débat, tendent à rendre les deux candidats sympathiques auprès des jeunes électeurs. J. Bardella en discute dans l'une de ses vidéos, démontrant sa bonne compréhension de l'activité autour de sa personne sur TikTok. La figure de J. Bardella est au cœur de nombreuses tendances en ligne : chorégraphies, chansons, etc.

Notons également la présence en ligne de Manuel Bompard suite à sa participation au débat télévisé.

LA SOIRÉE ELECTORALE

Une soirée particulièrement marquée par l'intervention de Jean-Luc Mélenchon, avant ses alliés du NFP, et accompagné de Rima Hassan. Il a été davantage mentionné en ligne que J. Bardella, illustrant l'importance de ce fait politique durant la soirée.

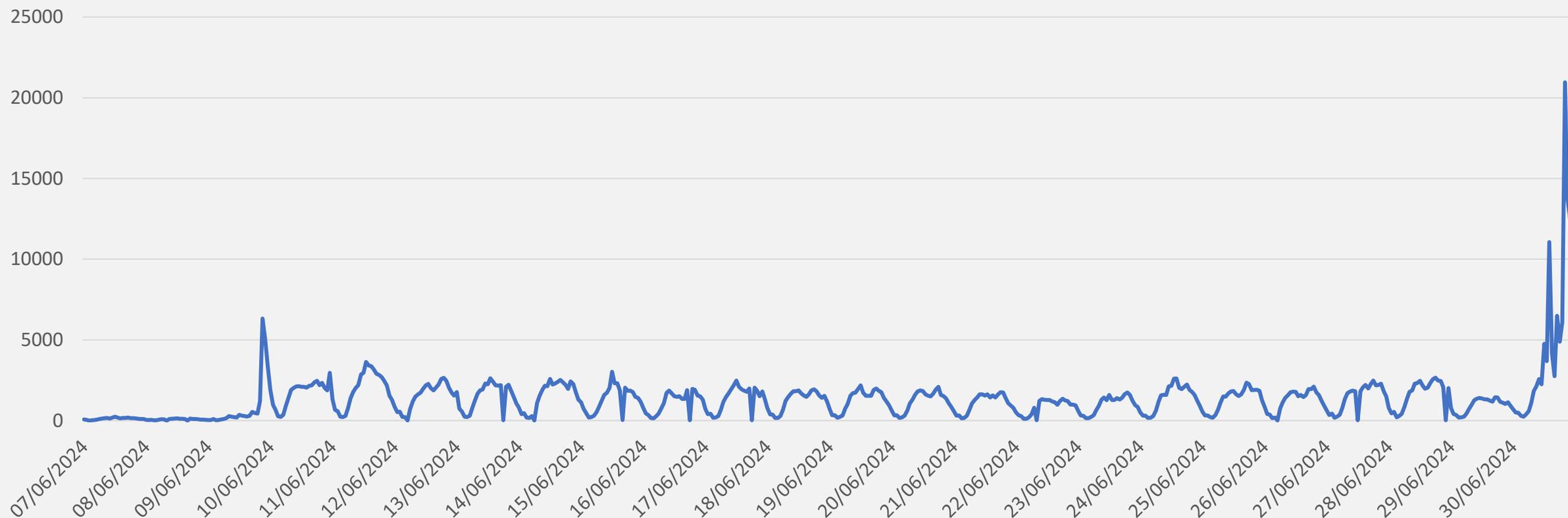
La position de LR a également été particulièrement reprise et commentée.

Bien qu'Emmanuel Macron soit le responsable politique le plus mentionné, sa prise de position a été particulièrement peu commentée en ligne.

LES TEMPS FORTS DE LA CAMPAGNE

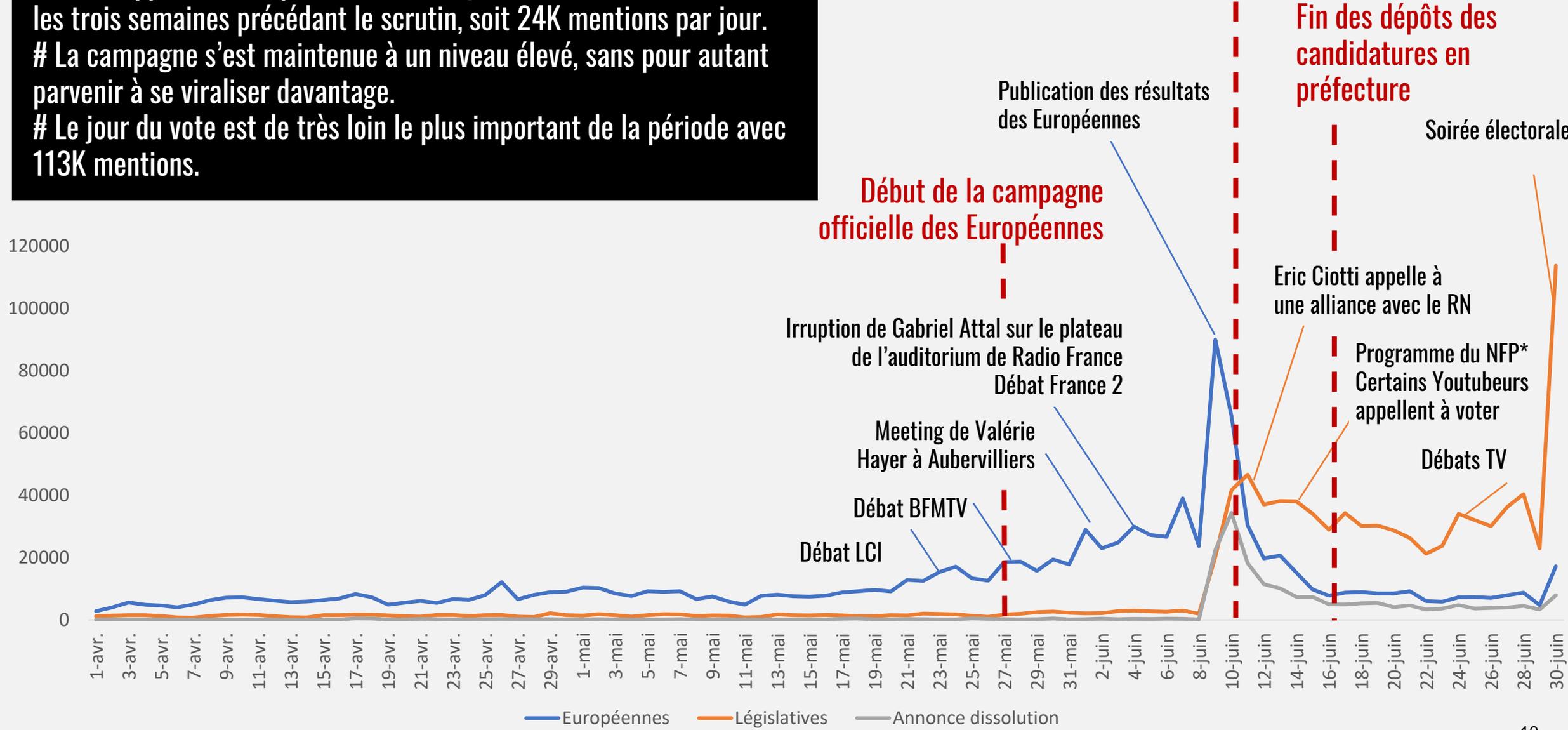


- # Une fois l'annonce de la dissolution passée, aucune actualité n'est plus virale qu'une autre.
- # Malgré une légère diminution du nombre de mentions, l'intérêt en ligne pour le sujet demeure relativement stable depuis l'annonce de la tenue des élections.
- # Les militants et internautes dorment la nuit.
- # Une campagne sans coup d'éclat, sans réel événement marquant, ce qui explique la stabilité des intentions de vote.
- # La volumétrie explose assez logiquement durant la journée du premier tour et la soirée électorale.



Le sujet des élections législatives a engendré 790K mentions en ligne depuis le 9 juin, soit 36K mentions par jour.
 # Pour rappel, les européennes avaient généré 497K mentions durant les trois semaines précédant le scrutin, soit 24K mentions par jour.
 # La campagne s'est maintenue à un niveau élevé, sans pour autant parvenir à se viraliser davantage.
 # Le jour du vote est de très loin le plus important de la période avec 113K mentions.

Annonce de la dissolution de l'Assemblée nationale par Emmanuel Macron



* Nouveau Front Populaire

Les citoyens, influenceurs et personnalités publiques se mobilisent contre l'extrême droite.



Les manifestations contre l'extrême droite

12,6K mentions
1M engagements
83 engagements en moyenne par mention
 Le sujet représente **1,6%** des mentions totales

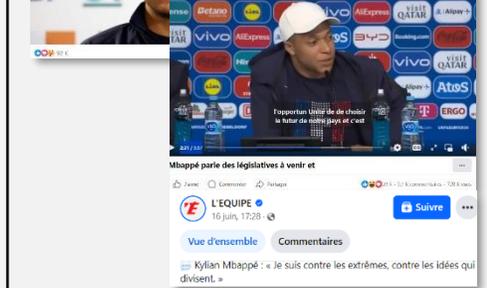


Publications les plus engageantes



Les déclarations de K. Mbappé

9,7K mentions
833K engagements
86 engagements en moyenne par mention
 Le sujet représente **1,2%** des mentions totales

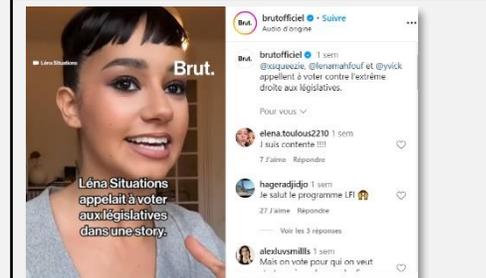


Publications les plus engageantes



Les Youtubeurs appellent à voter contre l'extrême droite

6,4K mentions
1M engagements
180 engagements en moyenne par mention
 Le sujet représente **0,8%** des mentions totales



Publications les plus engageantes



M. Thuram s'engage publiquement contre le RN

4,9K mentions
215K engagements
43 engagements en moyenne par mention
 Le sujet représente **0,6%** des mentions totales



Publications les plus engageantes

La création du Nouveau Front Populaire a généré près de 4 mentions sur 10 sur la période.



La création du Nouveau Front Populaire

288K mentions
13,5M engagements
47 engagements en moyenne par mention
 Le sujet représente **29%** des mentions totales



Publications les plus engageantes

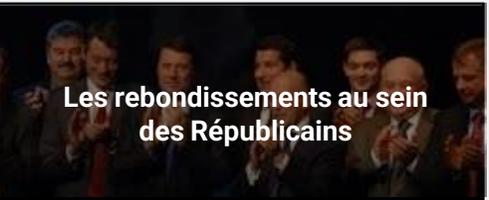


F. Hollande, candidat aux Législatives

25,5K mentions
502K engagements
32 engagements en moyenne par mention
 Le sujet représente **3%** des mentions totales



Publications les plus engageantes



Les rebondissements au sein des Républicains

23K mentions
567K engagements
25 engagements en moyenne par mention
 Le sujet représente **2,8%** des mentions totales



Publications les plus engageantes



Le débat du 25 juin entre Attal, Bardella et Bompard

12K mentions
540K engagements
45 engagements en moyenne par mention
 Le sujet représente **1,5%** des mentions totales



Publications les plus engageantes



La non-réinvestiture de certains Insoumis

5K mentions
115K engagements
23 engagements en moyenne par mention
 Le sujet représente **0,6%** des mentions totales



Publications les plus engageantes



LES PARTIS

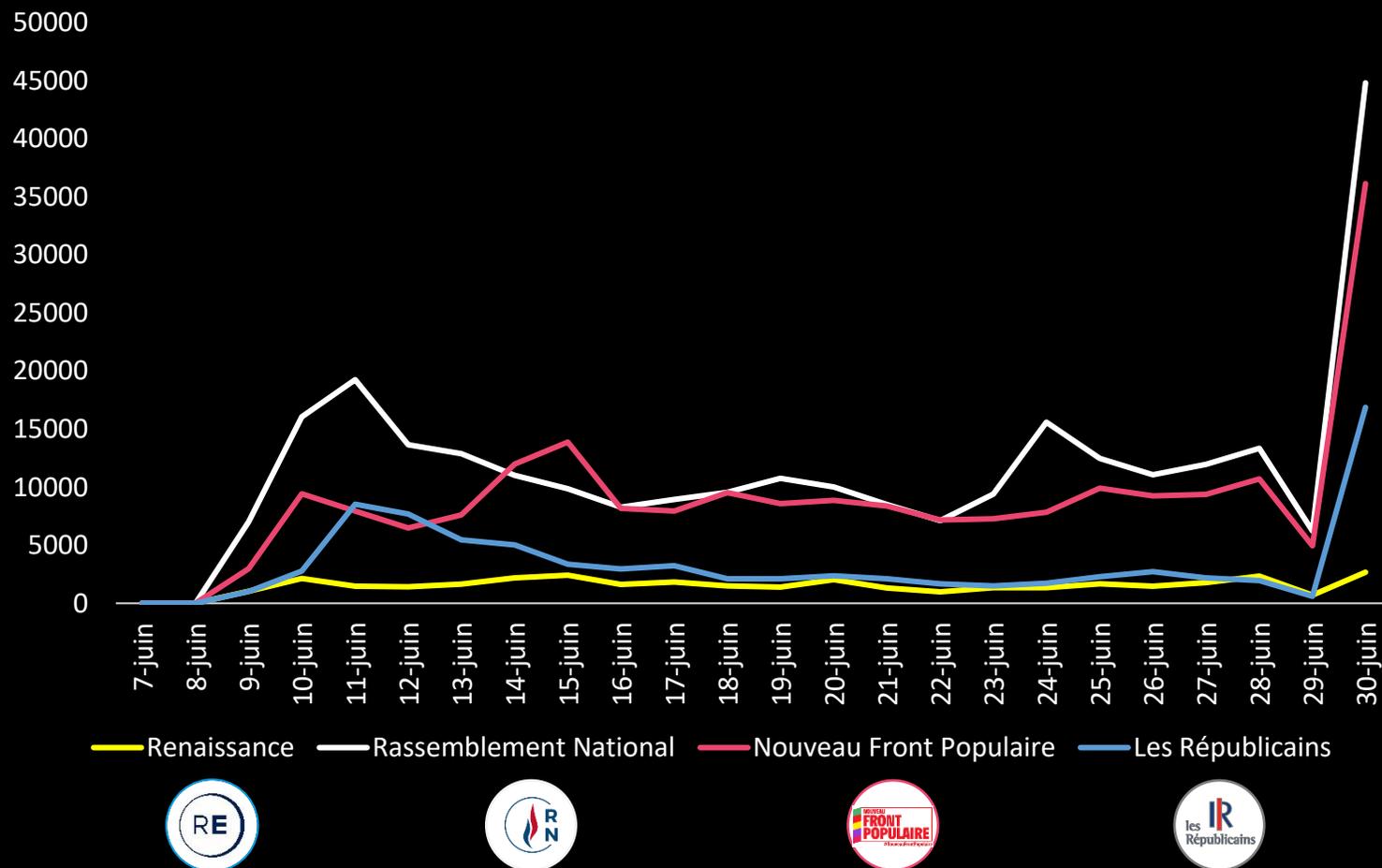
Évolution dans le temps du nombre de mentions en ligne émises à propos des principaux blocs politiques depuis le 7 juin

Une **visibilité accrue** du **Nouveau Front Populaire** au moment de **l'annonce officielle** de sa création. Puis une visibilité comparable à celui du bloc RN.

Les rebondissements au sein des **Républicains** : une importante visibilité pour le parti, qui s'essouffle jusqu'à leur prise de position après le 1^{er} tour.

Une **visibilité plutôt linéaire** pour **Renaissance**, qui ne s'est pas distingué de manière flagrante dans les discussions en ligne pour le moment.

Le **RN fait la course en tête**, et cela se ressent en ligne.





Emmanuel Macron - Renaissance/Modem/Horizons/UDI

119K

mentions au global

0,8% des mentions proviennent de militants*

15% des mentions au sujet des législatives



Jordan Bardella - Rassemblement national

97K

mentions au global

4,5% des mentions proviennent de militants

14% des mentions au sujet des législatives



Éric Ciotti – Les Républicains (allié RN)

57K

mentions au global

0,4% des mentions proviennent de militants

7% des mentions au sujet des législatives



Jean-Luc Mélenchon – Nouveau Front Populaire

44K

mentions au global

0,8% des mentions proviennent de militants

5,6% des mentions au sujet des législatives

À RETENIR :

Quasiment 2 publications sur 10 sur les élections législatives évoquent Emmanuel Macron.

À l'exception d'Éric Ciotti, qui a gagné en visibilité grâce à son alliance avec le RN, les Républicains ont du mal à se distinguer.

*Militants de son parti politique. Par exemple les militants de Jean-Luc Mélenchon sont des militants LFI.



Marine Le Pen – Rassemblement national

40K

mentions au global

1,4% des mentions proviennent de militants

5% des mentions au sujet des législatives



Gabriel Attal - Renaissance/Modem/Horizons/UDI

40K

mentions au global

1,3% des mentions proviennent de militants

5% des mentions au sujet des législatives



François Hollande – Parti socialiste

22K

mentions au global

0,2% des mentions proviennent de militants

2,8% des mentions au sujet des législatives



Raphaël Glucksmann - Nouveau Front Populaire

17K

mentions au global

0,7% des mentions proviennent de militants

2,2% des mentions au sujet des législatives



Manuel Bompard – Nouveau Front Populaire

10K

mentions au global

1,4% des mentions proviennent de militants

1,3% des mentions au sujet des législatives



Olivier Faure - Nouveau Front Populaire

10K

mentions au global

0,8% des mentions proviennent de militants

1,3% des mentions au sujet des législatives



L'ACTIVITÉ EN LIGNE DES PERSONNALITÉS POLITIQUES LES PLUS VISIBLES

	X			Instagram			Facebook			TikTok			LinkedIn		
	Publications émises	Engagements générés	Engagement moyen	Publications émises	Engagements générés	Engagement moyen	Publications émises	Engagements générés	Engagement moyen	Publications émises	Engagements générés	Engagement moyen	Publications émises	Engagements générés	Engagement moyen
	218	1M	6K	21	2M	124K	122	620K	5K	30	5M	167K	/	/	/
	116	837K	7K	18	502K	29K	92	660K	7K	14	1M	85K	/	/	/
	179	754K	4K	32	74K	2K	55	120K	2K	18	40K	2K	13	3K	216
	39	454K	12K	22	912K	41K	6	34K	6K	3	72K	24K	7	31K	4K
	123	459K	3K	19	319K	16K	23	43K	2K	21	451K	21K	12	48K	4K
	4	15K	4K	5	20K	4K	5	3K	570	/	/	/	/	/	/
	224	2M	8K	43	541K	12K	91	209K	2K	22	393K	18K	/	/	/
	184	790K	4K	21	91K	4K	27	32K	1K	6	58K	10K	7	209	30
	160	240K	2K	25	69K	3K	64	9K	147	11	26K	2K	46	5K	460

/ : le candidat ou la candidate n'a pas de compte ou n'a pas émis de publication sur cette plateforme

 : Top 3 des comptes générant le plus d'engagements, sauf si l'écart entre le second et le troisième est trop important



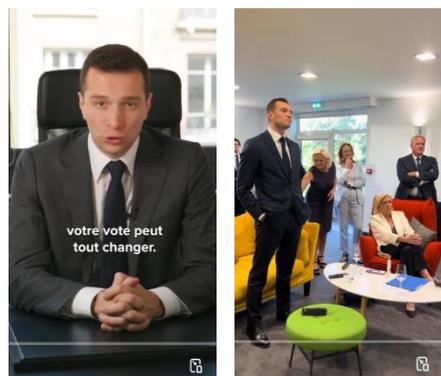
Jordan Bardella

Rassemblement national et alliés

Une communication toujours aussi efficace, perçu comme **un influenceur** par une grande partie de ses abonnés.

Sur Instagram, il a publié deux posts dans un format différent de ses vidéos habituelles. **Ces carrousels, plus "institutionnels", permettent au candidat de présenter des discours plus élaborés**, incluant une lettre ouverte à [Squeezie](#) et un résumé de son [programme](#). Ces publications se sont **révélées extrêmement engageantes**, recueillant **316K réactions**.

Les publications les plus engageantes :



391 publications émises par le candidat depuis le 9 juin.
 → 24K engagements en moyenne par publication

58% de l'engagement sur TikTok

La communauté de Jordan Bardella connaît une croissance continue, sa base d'abonnés ayant augmenté de 2,8 à 3,3 millions depuis le 7 juin.

Depuis le 9 juin, ses vidéos ont accumulé 49M vues sur TikTok.

Il publie en moyenne 18 publications par jour.

Sa communication s'est intensifiée durant la dernière semaine de campagne.





Gabriel Attal

Ensemble pour la République

Le Premier ministre souligne régulièrement sa **proximité avec les citoyens, en partageant leurs témoignages et en communiquant sur ses déplacements.**

Sur Twitter, il **s'oppose fermement aux courants « extrêmes »**, traitant souvent de manière **similaire le Rassemblement National et le Nouveau Front Populaire.**

Les publications les plus engageantes :



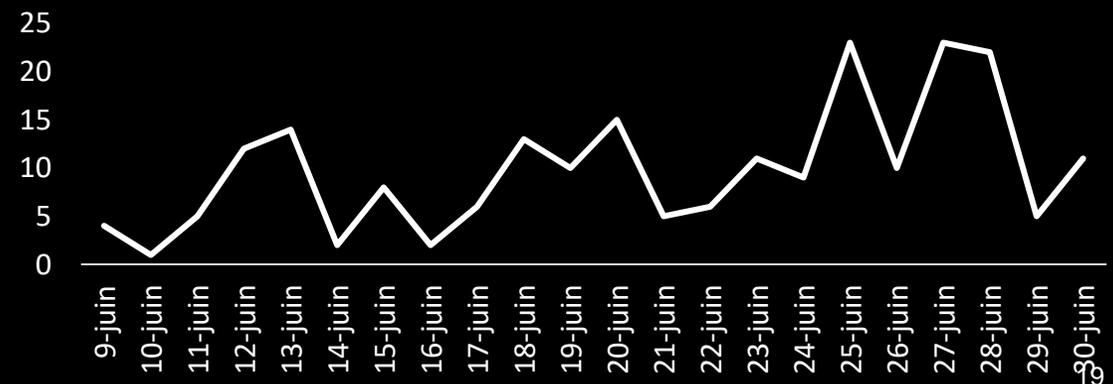
198 publications émises par le Premier ministre depuis le 9 juin.
 → 6 677 engagements en moyenne par publication

63% de l'engagement sur TikTok

Gabriel Attal compte au total 1,3 million de followers, sa plus grande communauté étant sur TikTok avec 362K abonnés.

L'engagement total n'a pas dépassé 1,5 million.

Il y a eu une intensification des interventions de Gabriel Attal lors de la dernière semaine de campagne.





Manuel Bompard

Nouveau Front Populaire

Sur Twitter, **le candidat s'attaque régulièrement à ses opposants politiques**, partageant de manière concise et incisive ses opinions.

Il a bénéficié d'une **visibilité particulièrement accrue le 25 et 26 juin** en raison de la **diffusion du débat de TF1 (4K publications)**.

Les publications les plus engageantes :

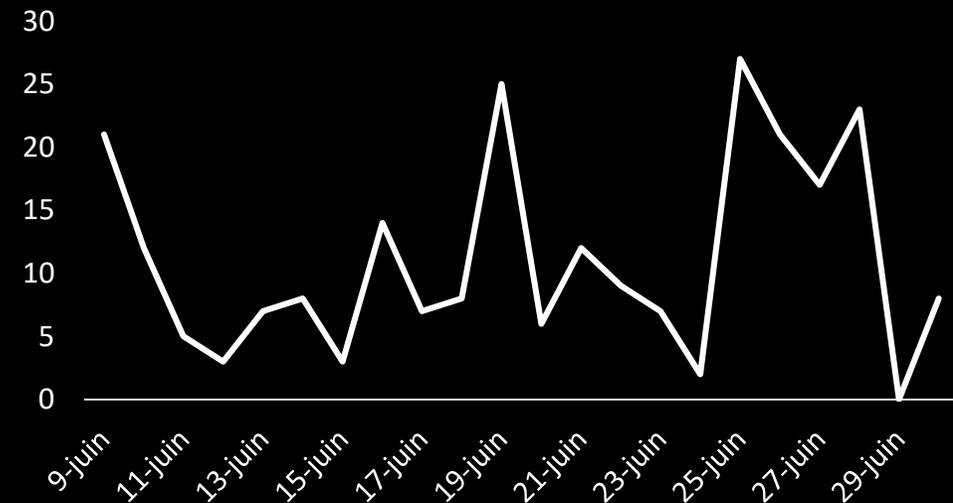


245 publications émises par le Premier ministre depuis le 9 juin.
 → 3 982 engagements en moyenne par publication

81% de l'engagement sur Twitter

472K followers au total, sa communauté la plus importante est sur Twitter (186K followers).

Sa communication s'intensifie au cours de la dernière semaine de campagne :





LES THÉMATIQUES

La binationalité, une thématique importante, mais pas centrale en ligne

Le sujet a émergé alors que le Rassemblement National a expliqué vouloir interdire les « emplois sensibles » aux binationaux.

Une occasion saisie par de nombreux opposants du parti pour affirmer leurs craintes.

Environ 1 000 mentions de cette proposition sont associées à la Russie, utilisée à la fois par le RN pour se défendre, et par ses opposants pour le critiquer.

Quelques-unes des publications les plus engageantes sur le sujet :



35,6K publications émises sur le sujet depuis le 9 juin.
 → 36 engagements en moyenne par publication

32% des mentions sur le sujet proviennent de médias

Un sujet lancé le 24 juin par Jordan Bardella, et très rapidement repris par l'ensemble de la classe politique.



Les retraites, un sujet particulièrement épineux qui polarise l'attention en ligne

De nombreux internautes reviennent sur le « retropédalage » du Rassemblement National concernant l'abrogation de la réforme des retraites.

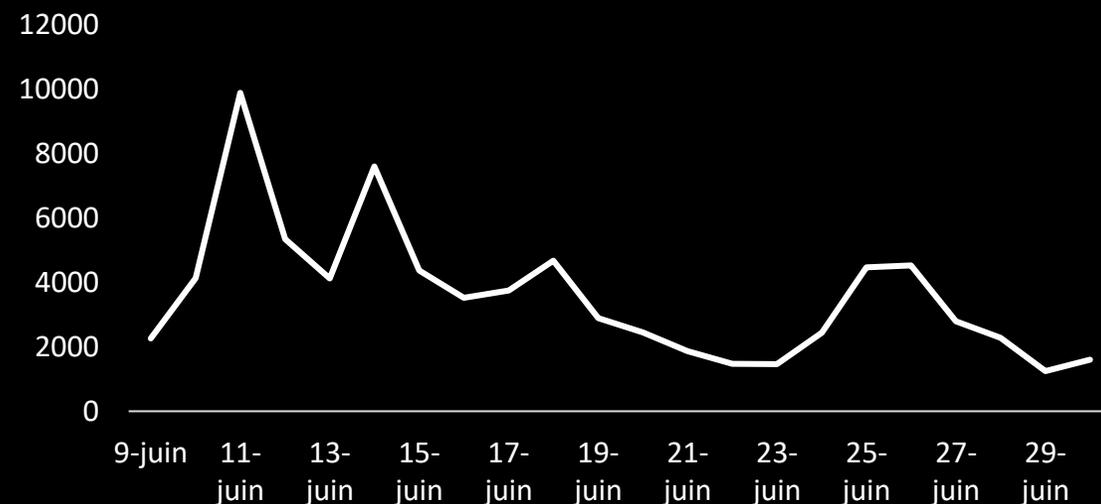
En plus du 11 juin, un pic de mentions figure le 14 juin. Dans son programme, le Nouveau Front Populaire se positionne fermement contre la réforme des retraites à 64 ans et s'engage à annuler les décrets associés – une mesure notamment relayée par les médias.

La publication la plus engageante sur le sujet :



79,3K publications émises sur le sujet depuis le 9 juin.
 → 32 engagements en moyenne par publication

Le sujet des retraites est davantage évoqué en ligne le 11 juin, en raison de l'annonce de Jordan Bardella concernant un possible retour en arrière sur l'abrogation de la réforme des retraites.



Près de 25% des publications sur le sujet citent le candidat du Rassemblement National.

LA SOIRÉE ÉLECTORALE

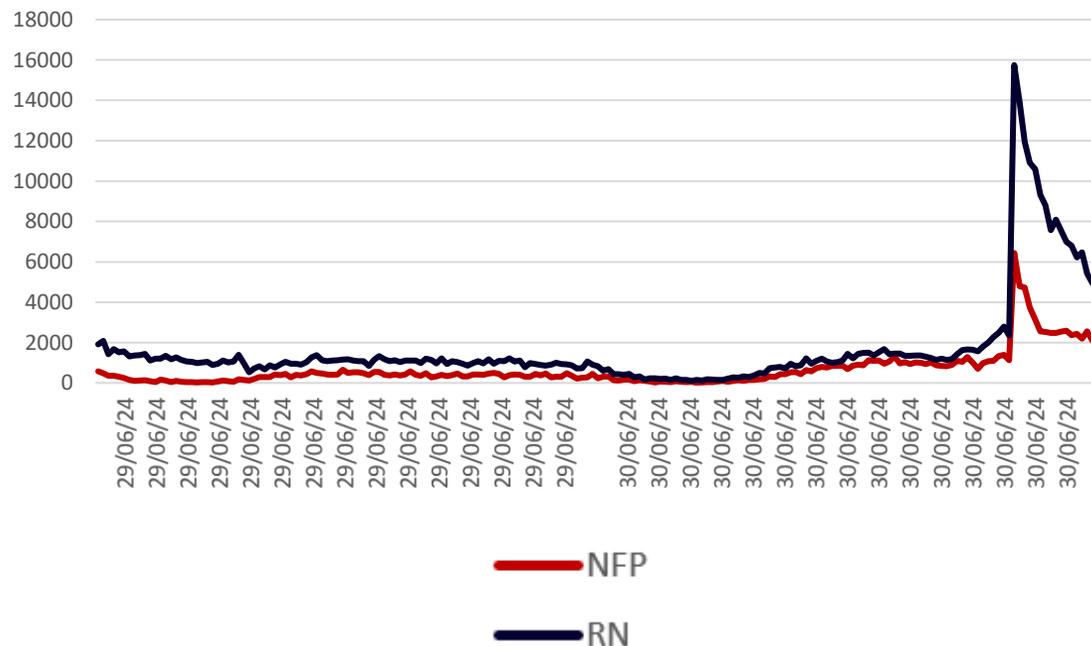


Une explosion attendue de la visibilité du Rassemblement National au soir des élections

320,4K mentions du Rassemblement National comptabilisées entre le 29 et le 30 juin 2024. 6,1M d'engagements

126,2K mentions du Nouveau Front Populaire entre le 29 et le 30 juin 2024. 3,6M d'engagements

→ Le RN est 2 fois plus mentionné que le Nouveau Front Populaire.



Emmanuel Macron – Ensemble pour la République

159,8K mentions et 1,7M d'engagements entre le 29 et le 30 juin.



Jean-Luc Mélenchon – Nouveau Front Populaire

63,4K mentions et 753K d'engagements entre le 29 et le 30 juin.



Jordan Bardella - Rassemblement national et alliés

57,9K mentions et 1M d'engagements entre le 29 et le 30 juin.



Gabriel Attal - Ensemble pour la République

31,8K mentions et 383K d'engagements entre le 29 et le 30 juin.



Marine Le Pen – Rassemblement national et alliés

16,8K mentions et 470K d'engagements entre le 29 et le 30 juin.



Manon Aubry – Nouveau front populaire

14,4K mentions et 53K d'engagements entre le 29 et le 30 juin.



Éric Ciotti – Les Républicains allié Rassemblement national

11,6K mentions et 122K d'engagements entre le 29 et le 30 juin.