

“opinionway

L'EXPRESS

L'interview du 14 juillet

vue de



Juillet 2015

Réalisé en partenariat avec



Cette étude a été réalisée à partir de tous les tweets publiés entre 13h15 et 14h le mardi 14 juillet à l'occasion de l'interview du Président de la République diffusée sur TF1 et France 2, citant les mots et hashtags suivants : #directpr, #14juillet, #14juillet2015 ou #hollande, @fhollande et hollande.

OpinionWay a travaillé avec Vigiglobe, société de social media intelligence qui permet d'écouter en temps réel ce qui se dit sur les réseaux sociaux.

En parallèle, pour compléter l'analyse des conversations sur twitter, nous avons réalisé un sondage en ligne les 15 et 16 juillet auprès d'un échantillon représentatif de la population française (1059 personnes). Au sein de cet échantillon, nous avons interrogé les 315 personnes déclarant avoir suivi l'interview en totalité ou en partie, sur leur perception de l'interview du Président.

L'audience

Un intérêt moindre que d'autres rendez-vous présidentiels

“opinionway”

10 340 

Nombre de Tweets

63% 

Pourcentage de ReTweets

2 984 

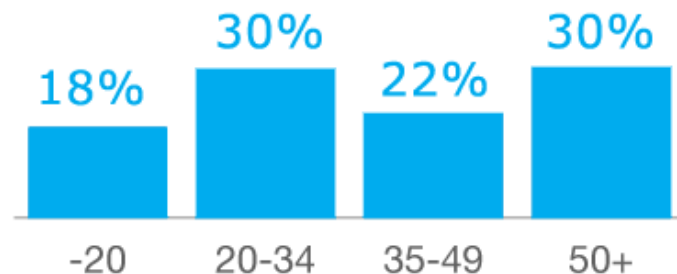
Nombre d'auteurs uniques

3,5 

Moyenne Tweets / auteur



Répartition du genre

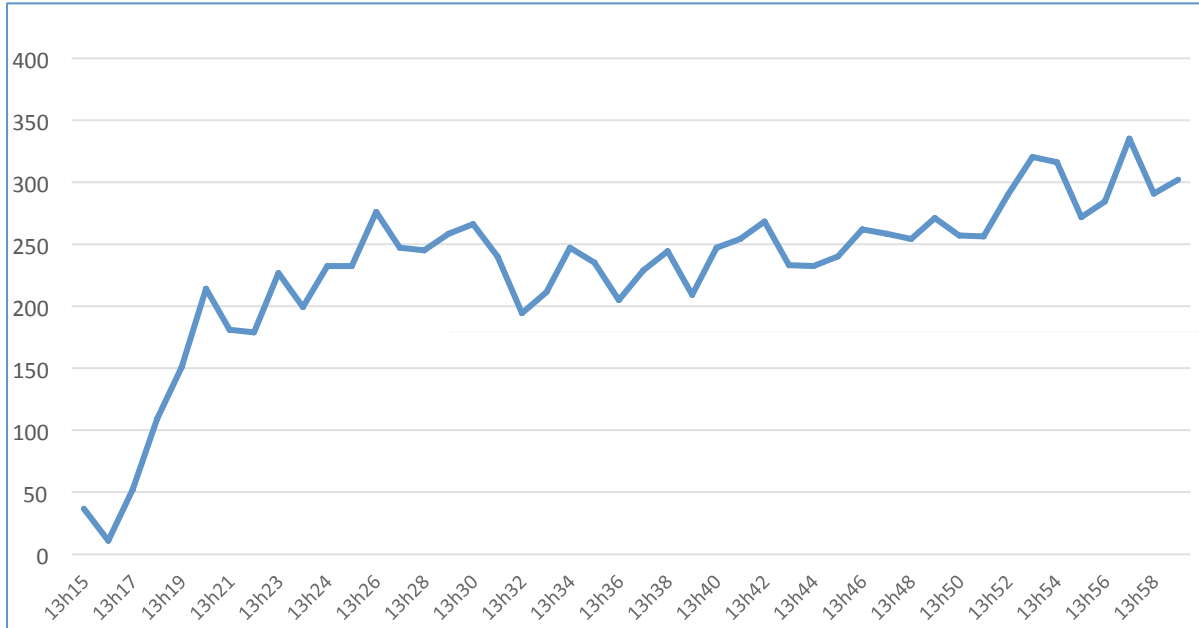


Répartition de l'âge

L'audience

Un intérêt moindre que d'autres rendez-vous présidentiels

“*opinion*way”



Nombre de tweets publiés par minute sur le web français citant les hashtags #directpr, #14juillet, #14juillet2015 ou #hollande, @fhollande et hollande

Pendant les 45 minutes d'entretien, plus de **10 000 tweets** ont été publiés et une moyenne de **3,5 tweets par auteur**. La majorité des twittos étaient donc **assidus** et ont pour nombre d'entre eux, quasiment **live-twitté** l'allocation. A noter que **2894 auteurs uniques** ont été décomptés.

Le nombre de 2894 auteurs uniques représente un **volume plus faible de participation** que lors de la conférence de presse de septembre 2014 (20000 tweets environ) ou l'émission « Face aux Français » de novembre 2014 sur TF1 (plus de 100000 tweets). C'est en revanche **en phase** avec l'interview du 14 juillet **de l'an dernier**.

Cet intérêt relatif de Twitter à l'égard de l'intervention est probablement lié à **l'horaire spécifique de l'émission**, en période estivale de surcroît. L'audience de l'intervention, tout en restant élevée (6,6 millions), n'a pas atteint d'ailleurs de sommet.

Comme toujours sur Twitter à l'occasion de ce type d'émissions, les commentaires émanent d'une **population plus masculine** (70%) et **plus jeune** (seulement 30% de 50 ans et plus) que ne l'indiquent les données d'audience de l'émission.

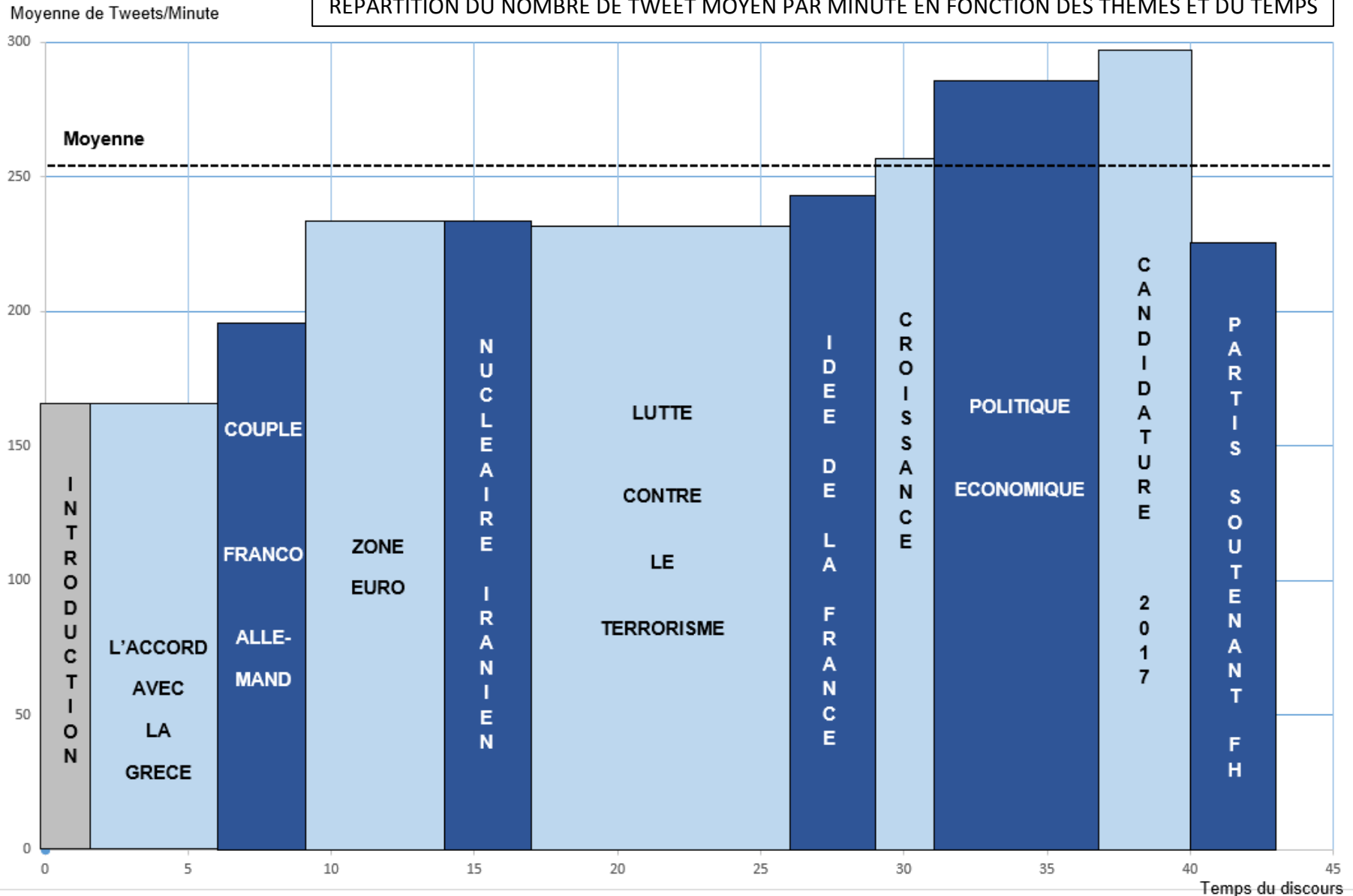
Dès lors, en nombre de tweets, le **poids des journalistes et de personnalités politiques** est **plus important** que pour d'autres rendez-vous présidentiels. **Marine Le Pen** a notamment fait plusieurs commentaires très repris sur le réseau social, preuve supplémentaire que l'extrême droite est très bien structurée aujourd'hui en ligne.

L'audience

Un intérêt moindre que d'autres rendez-vous présidentiels

“*opinionway*”

RÉPARTITION DU NOMBRE DE TWEET MOYEN PAR MINUTE EN FONCTION DES THÈMES ET DU TEMPS



Nous avons découpé l'entretien en **10 séquences thématiques**, afin d'analyser le volume de tweets par thématiques.

Ce travail confirme le paradoxe de l'émission : principalement consacrée à l'international et aux questions de sécurité intérieure (30 minutes sur les 45 d'entretien), le volume de tweets traduit un intérêt plus important dès que l'on aborde les questions de politique intérieure. Alors que **la moyenne de tweets sur l'ensemble de la séquence** est de **258 par minute**, seuls les thèmes de croissance (260), de la politique économique menée (285) et de la candidature du Président en 2017 (297) se situent au dessus de la moyenne.

On note dès lors que les conversations **gagnent en intensité** au fur et à mesure de l'entretien. Il y a de fait un **effet d'accumulation** mais ce phénomène s'explique clairement par **l'ordre des thématiques** abordées.

La transition vers les sujets nationaux s'enclenche à 13h32 avec la lutte contre le terrorisme sur le territoire français et l'on observe à cet instant deux phénomènes remarquables :

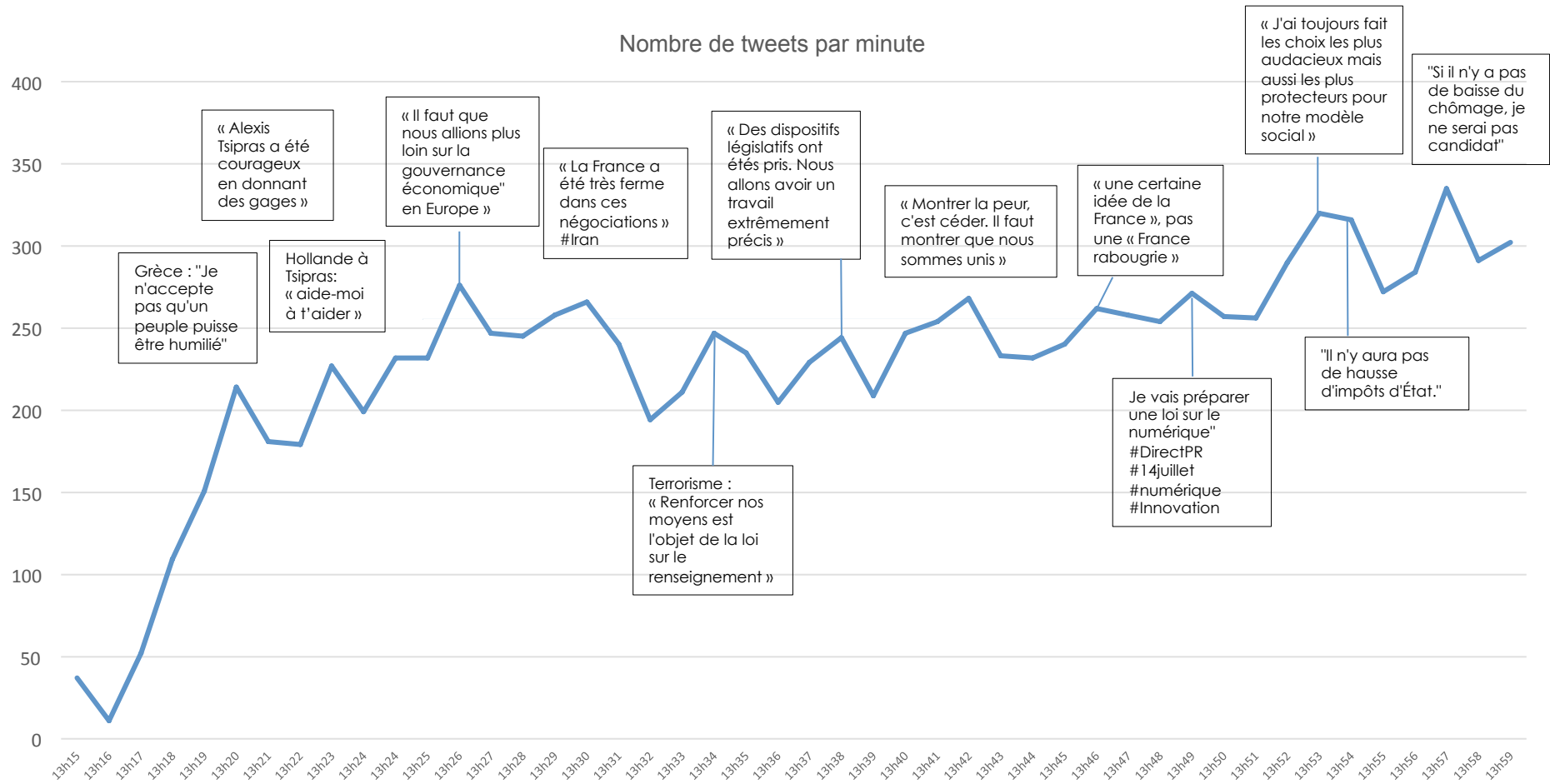
- Il y a une **césure**, véritable respiration de Twitter face au changement de référentiel.
- Le volume de tweets publiés **augmente immédiatement** après et ce, jusqu'à la fin de l'interview.

Lexique

Des « petites phrases » qui ont scandé l'interview

“*opinionway*”

Nombre de tweets par minute



Lors de cette interview, le discours présidentiel réussit à **scander** et à **cadrer** les réactions et commentaires sur le réseau social.

En effet, chaque pic constaté sur la courbe correspond à **une formule forte** prononcée par le Président. La première est au sujet de la Grèce : « *je n'accepte pas qu'un peuple puisse être humilié* », suivie d'un extrait de la conversation que François Hollande a eue avec Alexis Tsipras « *aide-moi à t'aider* ».

Ces exemples sont nombreux avec pour apogée peu de temps avant la fin de l'émission, le pic maximum de 335 tweets publiés à la minute avec la phrase : « *s'il n'y a pas de baisse du chômage, je ne serai pas candidat* ».

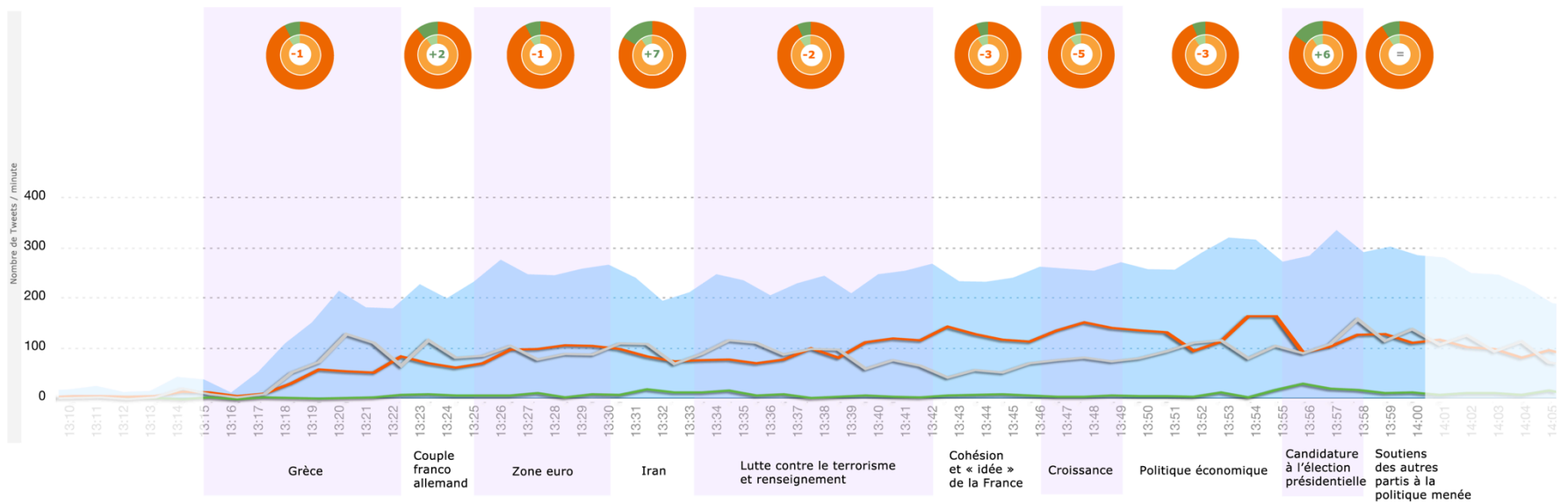
La comparaison des mots du discours présidentiel et de ceux utilisés par les « twittos » confirme ce phénomène. Certes, des différences de hiérarchie peuvent exister - le Président emploie plus souvent « Grèce » que les internautes, moins souvent « Zone Euro » qu'eux – mais la **correspondance** entre les deux nuages de mot est **frappante**.

Une réelle exception toutefois : le mot « **terrorisme** » revient très souvent dans les commentaires sur Twitter, alors que ce mot est **quasi absent du discours présidentiel**.

Adhésion

Un décalage international / politique économique flagrant

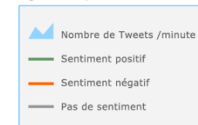
“opinionway



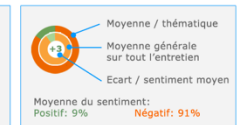
“opinionway & visiglobe

Légendes

Ligne du temps



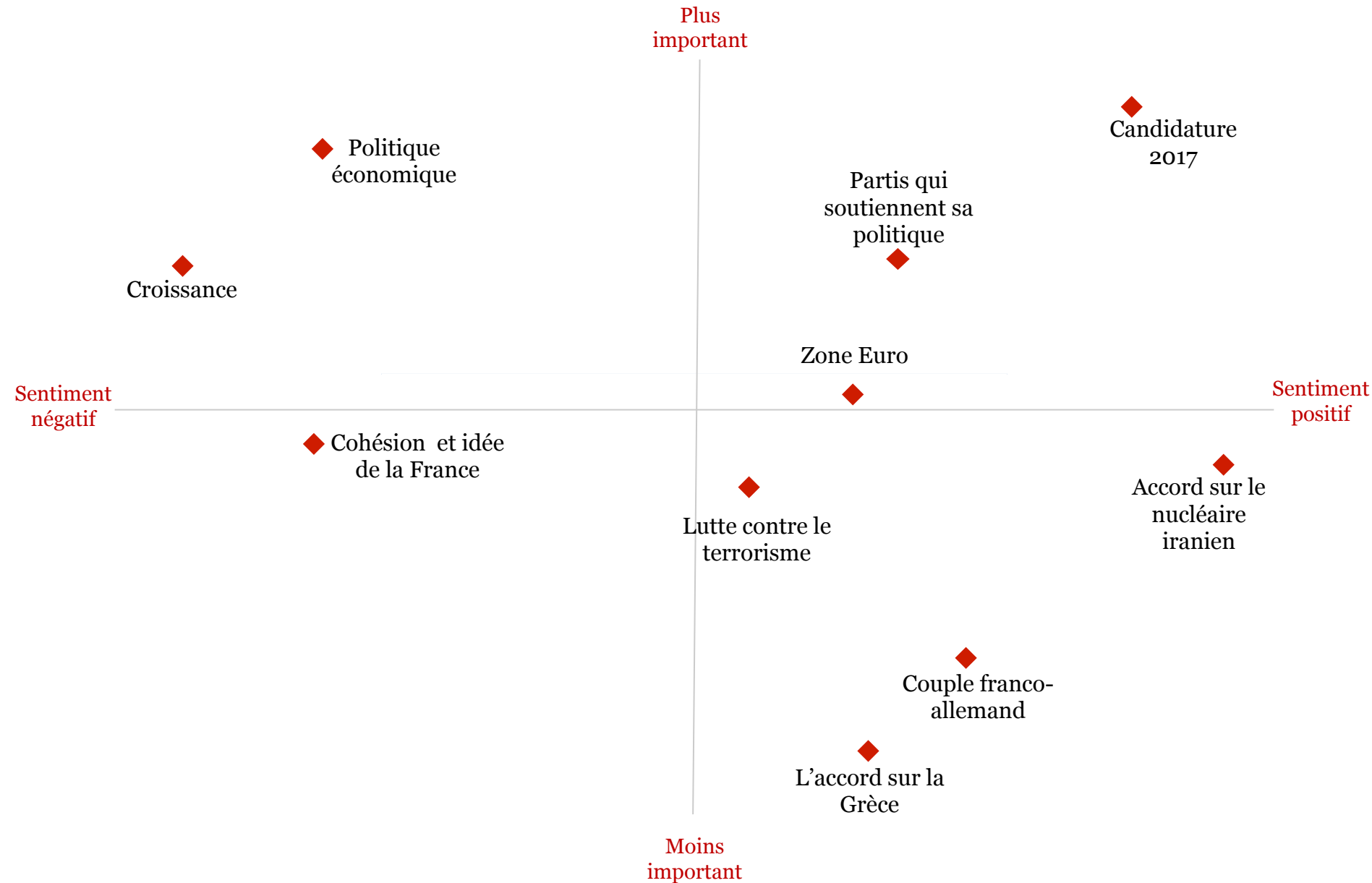
Sentiment



Adhésion

Un décalage international / politique économique flagrant

“*opinionway*”



Le croisement entre l'importance accordée à une thématique (mesurée à travers le nombre de tweets moyens publiés pendant la séquence) et l'adhésion aux propos présidentiels (mesurée à travers le sentiment moyen pendant la séquence) permet de mieux comprendre encore le ressenti paradoxal à l'égard de cette interview.

Hormis la courte séquence sur la candidature à la présidentielle, les thématiques qui recueillent la plus forte adhésion sont celles qui suscitent également le moins d'intérêt (Iran, couple franco-allemand, Grèce ou zone euro).

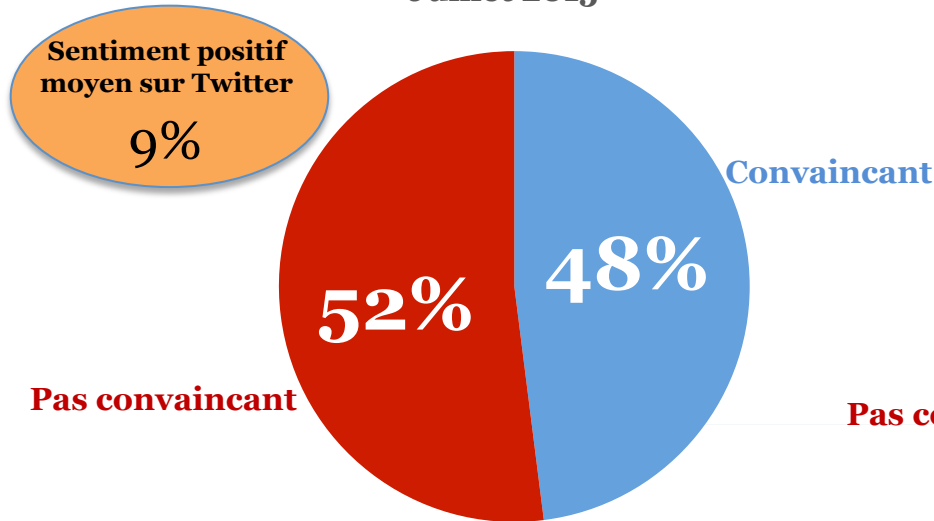
A l'inverse, les enjeux qui alimentent le plus les commentaires sont celles au cours desquelles la parole présidentielle est la plus critiquée (Croissance, politique économique).

Adhésion

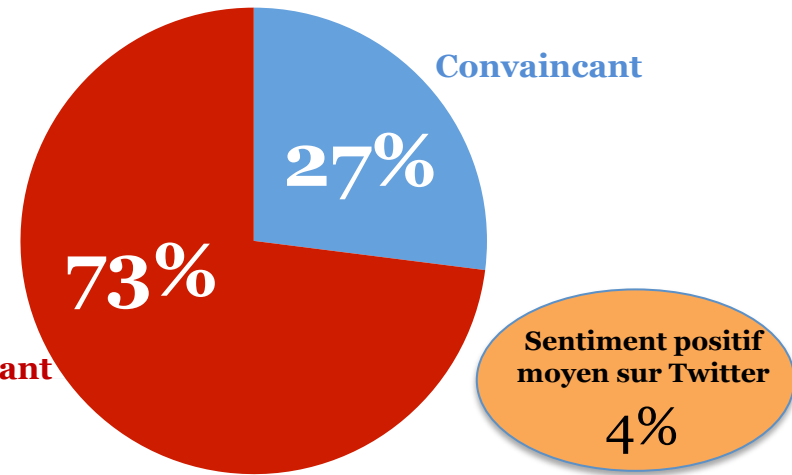
Une corrélation avec nos données d'opinion

“*opinionway*”

Interview du 14 Juillet
Juillet 2015



TF1 « Face aux Français »
Novembre 2014



14 juillet 2015

Hiérarchie d'adhésion par thème sur Twitter

Le nucléaire iranien	+ 7
Le couple franco-allemand	+ 2
Grèce	- 1
La politique économique	- 3
La croissance	- 5

Hiérarchie d'adhésion par thème « post test »

Grèce	62 %
Couple franco-allemand	60 %
Le nucléaire iranien	59 %
La politique économique	37 %
Croissance	34 %

Nous avons par ailleurs corrélé ces données avec une enquête « post test » classique*. Plusieurs éléments confirment l'analyse des commentaires sur twitter :

- Le taux d'adhésion au discours présidentiel (sentiment mesuré sur twitter ou % ayant trouvé le Président convaincant dans l'enquête) est supérieur à ce que l'on a constaté lors de ces interventions précédentes
- Cette adhésion supérieure est clairement liée aux sujets abordés durant l'émission : le sentiment / la conviction détaillée sont bien meilleurs sur les enjeux internationaux que sur ceux liés à la politique économique ou à la croissance, dans les deux mesures

On note toutefois une différence majeure : alors que la thématique du nucléaire iranien obtient le meilleur score de sentiment sur twitter, dans l'enquête classique, cette thématique n'obtient pas un taux de conviction plus élevé que les autres thématiques internationales.

** Sondage réalisé en ligne les 15 et 16 juillet auprès d'un échantillon représentatif de la population française (1059 personnes), dont 315 déclarant avoir suivi l'interview en totalité ou en partie*

La Grèce 1/2

Un sujet relativement consensuel

“opinionway

On note **2 tendances distinctes** dans le traitement que les Twittos ont fait du sujet sur le réseau social :

1. Des amplificateurs des mots du président
2. Une opposition critique

1. Les amplificateurs des mots du président partagent et retweetent les « petites phrases » et notamment de la formule « *Je n'accepte pas qu'un peuple puisse être humilié* ».

Pour exemple, le [tweet de l'Elysée.fr](#), « *Grèce : "Je n'accepte pas qu'un peuple puisse être humilié" @fhollande #DirectPR #14juillet* » a été retweeté 82 fois.

2. L'opposition a partagé ses sarcasmes en ligne et les sympathisants ont relayé ; on notera la formule de [Nadine Morano](#) : « *15 minutes sur la Grèce pas une question sur le milliard à rembourser à la Russie pour les mistrals #DirectPR* » (99 RT)



Élysée
@Elysee

Suivre

Grèce : "Je n'accepte pas qu'un peuple puisse être humilié" @fhollande #DirectPR #14juillet

RETWEETS 82 FAVORIS 41



04:20 - 14 juil. 2015



Nadine Morano
@nadine__morano

Suivre

15 minutes sur la Grèce pas une question sur le milliard à rembourser à la Russie pour les mistrals #DirectPR

RETWEETS 99 FAVORIS 31



04:57 - 14 juil. 2015

La Grèce 2/2

Un sujet relativement consensuel

“opinionway

En marge de cette bipolarité du débat en ligne, on trouve **quelques accusations à l'encontre du président :**

Certains d'entre eux estiment que François Hollande se donne « *le beau rôle* » : « *#Hollande dans l' #itw14Juillet réécrit le scénario des négociations entre #Tsipras et l' #Europe en se donnant le beau rôle Quel cinéma!* » déclare [l'un d'entre eux](#). [D'autres](#) considèrent que les sujets internationaux sont le moyen de ne pas parler des vrais problèmes : « *Grèce, Iran déjà 15 minutes et on a pas parlé de la France et de ses problèmes @fhollande #DirectPR* », peut-on par exemple lire.



claude arnaud
@claudarnaud

Suivre

#Hollande dans l' #itw14Juillet réécrit le scénario des négociations entre #Tsipras et l' #Europe en se donnant le beau rôle Quel cinéma!

RETWEETS 6 FAVORIS 2



04:33 - 14 juil. 2015



N@dou
@Cnadine73

Suivre

Grèce, Iran déjà 15 minutes et on a pas parlé de la France et de ses problèmes
[@fhollande #DirectPR](#)

04:33 - 14 juil. 2015

La lutte contre le terrorisme

Un sujet qui laisse les internautes relativement cois

“opinionway”

Pour cette thématique, l'essentiel des publications sur Twitter est constitué de **retweets** des phrases prononcées par François Hollande. Le sujet est beaucoup trop anxiogène pour être commenté à la légère ; ici, on se contente pour la majorité des contenus de **se rassurer avec les affirmations avancées**.

Ainsi, les tweets « [Terrorisme](#) : "La question du renseignement est majeure. Chaque semaine nous prévenons des actes terroristes" @fhollande #DirectPR #14juillet » et « [Terrorisme](#) : "Je n'accepte pas qu'on mette en cause systématiquement les services de renseignement" @fhollande #DirectPR #14juillet » publiés par l'Elysée.fr ont été retweetés. Ces mêmes formules ont été reprises massivement par les internautes.

En marge de cette tendance majoritaire, certains internautes viennent **critiquer les déclarations** : « Sur #TF1, on a l'impression qu'il fait tout seul, qu'il dirige le monde. », déclare [l'un d'eux](#) quand un autre quand [un autre](#) commente, non sans un humour manifeste : « "J'ai renforcé les services de renseignement". Ouais ben j'ai encore attendu plus de 8 minutes en appel surtaxé au 118218 hier. #DirectPR ».

Enfin, nous relevons le tweet de [Florian Philippot](#) qui s'étonne : « La menace, islamiste, n'est toujours pas nommée...#DirectPR ».



Élysée

@Elysee

Suivre

Terrorisme : "La question du renseignement est majeure. Chaque semaine nous prévenons des actes terroristes" @fhollande #DirectPR #14juillet

RETWEETS 63 FAVORIS 26



04:33 - 14 juil. 2015



M. Zedde-inzin

@MseurZ

Suivre

"J'ai renforcé les services de renseignement".

Ouais ben j'ai encore attendu plus de 8 minutes en appel surtaxé au 118218 hier. #DirectPR

RETWEETS 2



04:35 - 14 juil. 2015



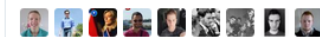
Florian Philippot

@f_philippot

Suivre

La menace, islamiste, n'est toujours pas nommée...#DirectPR

RETWEETS 61 FAVORIS 37



04:39 - 14 juil. 2015

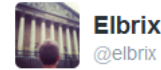
Croissance et politique économique “opinionway”

Twitter retrouve son rôle traditionnel de poil à gratter

Les déclarations sur la loi sur le numérique sont naturellement très reprises sur le réseau social compte-tenu de l'appétence évidente des twittos pour le sujet.

Citons « *"Je vais faire préparer une loi sur le #numérique". Merde, je croyais qu'elle était déjà prête. #directPR* » d'[Elbrix](#) ou « *.@fhollande : "Je vais préparer une loi sur le numérique" #DirectPR #14juillet #numérique #Innovation* » d'[Andy](#).

Au sujet des propos du président sur la croissance ou les impôts, l'ironie et la critique acerbe sont de mise : « @itele @fhollande autant rien dire que balancer de telles fadaïses! » écrit [Duncan](#) quand [Lisa](#) conseille : « *. @fhollande Faut vraiment que vous évitiez les discours, le cours de #com', personne n'est dupe, soyez pas naïf...* ».



Elbrix
@elbrix

Suivre

"Je vais faire préparer une loi sur le [#numérique](#)".
Merde, je croyais qu'elle était déjà prête.
[#directPR](#)

RETWEETS

2



04:48 - 14 juil. 2015



Andy
@andy_lcq

Suivre

[.@fhollande](#) : "Je vais préparer une loi sur le numérique" [#DirectPR](#) [#14juillet](#) [#numérique](#) [#Innovation](#)

FAVORI

1



04:49 - 14 juil. 2015



Lisa
@lisa_moupas

Suivre

[. @fhollande](#) Faut vraiment que vous évitiez les discours, le cours de [#com'](#), personne n'est dupe, soyez pas naïf...

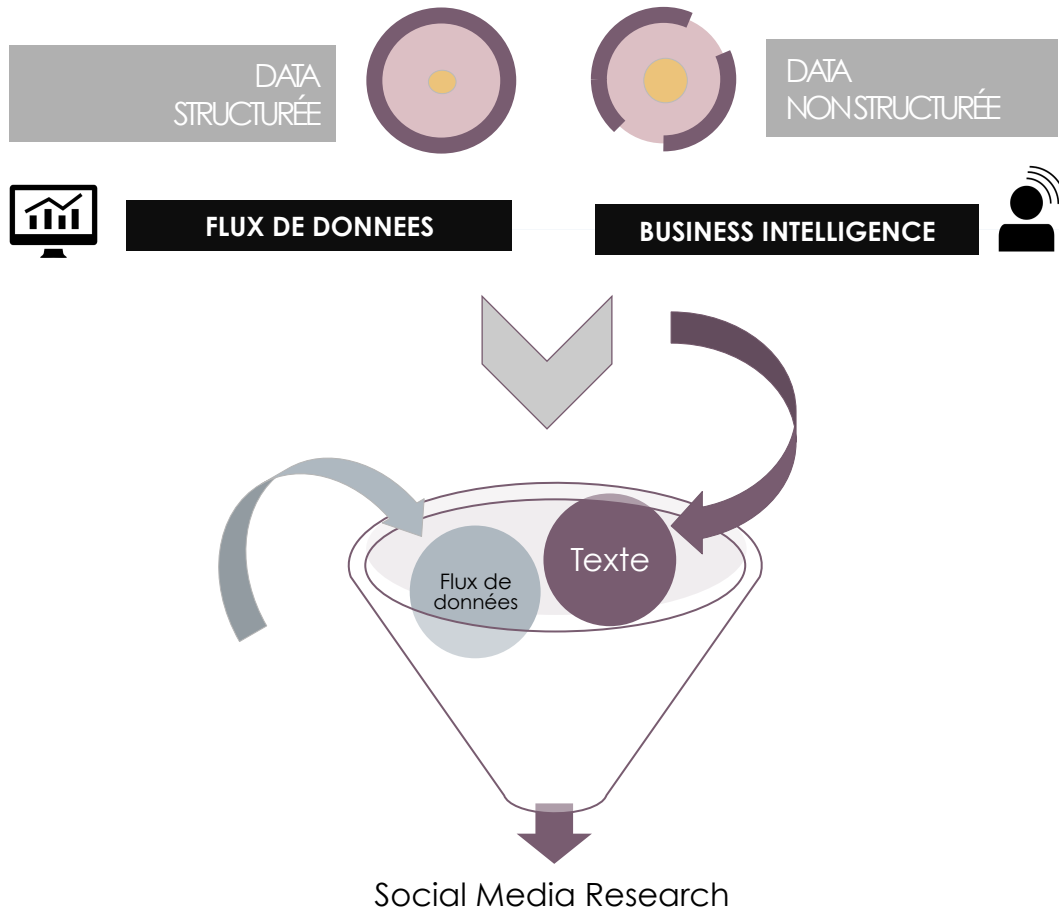
04:49 - 14 juil. 2015

“opinionway

NOTRE OFFRE
SOCIAL MEDIA RESEARCH

Notre offre Social Media Research

Sur le web et les réseaux sociaux, les internautes publient **en continu** des **millions de données**. Elles peuvent être classées sous forme de deux types de data :



NOTRE MISSION :

Pour une institution, une personnalité, toute entité visible, rendre ce flux audible, intelligible

“opinionway

Notre offre Social Media Research



Les forums ou le scan de communautés dédiées

L'analyse des contenus des forums peut être très riche en contenus et insights.
Les forums spécialisés sont devenus de véritables nids d'experts.

Savoir ce que disent les fans / adeptes de ma marque, connaître les sujets qui font parler?



Identification d'influenceurs / cartographie

L'identification des influenceurs permet de repérer les liens qu'ils entretiennent et leurs sphères d'influence. Tous les acteurs sont fichés de façon détaillée avec leurs points de contacts en ligne.

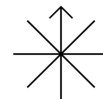
Qui sont mes potentiels relais d'opinions ?



Les produits récurrents et la mise en place d'un système de veille

Les produits récurrents sont recensés grâce à un système de veille sur tous les formats. L'interne est formé à ce système et des guidelines sont produits, en plus de recommandations d'outils en fonction des besoins.

Savoir ce qu'on a dit de mon entreprise aujourd'hui, cette semaine, ce mois-ci?



Audit de positionnement d'une marque

Avoir une image globale de la perception d'une marque en ligne. Il s'agit de la corrélation des avis exprimés sur les divers supports. Pour cela, une méthodologie globale un référentiel ont été mis en place, en plus de la création de KPI qui intègrent d'autres acteurs du secteur.

Quels sont les axes structurants de visibilité de ma marque en ligne?

“*opinionway*”

Notre offre Social Media Research



Identification des influenceurs / experts

Trouver une liste d'experts dans un domaine à interviewer

S'appuyer sur les publications en ligne d'experts hyper pointus dans un domaine pour les cibler voire les contacter directement sur les réseaux sociaux.



L'écoute des cibles fragiles

Le pseudo-anonymat décomplexé et libère la parole. Le discours sur le Web s'élargit à de nouvelles populations.

Analyser les discours spontanés de publics difficiles à recruter et à faire parler en face à face.



Le thésaurus du spontané

Quels champs sémantiques sont invoqués spontanément par les internautes?
Comment obtenir une première orientation sémantique?

Réaliser un premier travail d'exploration des champs sémantiques utilisés et des thématiques abordées.



Le répertoire des thématiques

Quelles sont les thématiques associées à un sujet en ligne?
Comment répertorier toutes les facettes d'une problématique?

Proposer un aperçu des thématiques abordées spontanément en ligne afin d'en exploiter toutes les dimensions dans un questionnaire dédié.

“*opinionway*”

Bruno Jeanbart

Directeur général adjoint

bjeanbart@opinion-way.com

Anna Oualid

Responsable du SMR

aoualid@opinion-way.com

15, place de la République

75003 PARIS

Tel: 01 78 94 90 00