



Radioscopie du zemmourisme à l'occasion du meeting d'Éric Zemmour au Trocadéro

Récemment publiés

N°227 : Analyse et géographie des parrainages en faveur des différents candidats à la présidentielle

N°226 : Génération McDo : le rapport des 18-35 ns à Mac Donald's

N°225 : Le trafic de drogue : un enjeu de société devenu central

N°224 : Pratiques et représentations associées au télétravail dans les pays du « Big 5 » européen

N°223 : Voitures brûlées de la Saint-Sylvestre : symptôme de banalisation des violences urbaines et nouveau rituel festif dans la France d'après.

N°222 : Du Liban à l'Arménie, le sort des chrétiens d'Orient comme enjeu électoral pour la droite française

N°221 : Pourquoi la grève de l'hiver 2019 n'a pas été le remake de celle de 1995 ?

N°220 : Les questions de genre et de lutte contre le sexisme dans le vote à la présidentielle

N°219 : La mémoire de la guerre d'Algérie dans la campagne présidentielle

N°218 : Un jour, j'irai à Dubaï avec toi. Ou quand l'émirat est devenu une destination en vogue ?

N°217 : Pourquoi la défiance vaccinale est-elle plus forte dans le sud de la France ?

» **N°216** : Les enseignements des régionales en 10 cartes.

» **N°215** : Le rôle politique des entreprises.

» **N°214** : Abstention aux régionales : manifestation spectaculaire de la crise de foi républicaine

» **N°213** : La France est-elle confrontée à une « épidémie de solitudes » ? Baromètre – Les Français et la solitude, vague 2

» **N°212** : Les attentes à l'égard de l'entreprise à l'issue d'une année 2020 hors norme

» **N°211** : La vérité est ailleurs ? -Voyance, sorcellerie, astrologie

Ces données sont issues d'un échantillon national représentatif de 9 040 personnes (dont 8 295 inscrits sur les listes électorales) interrogées du jeudi 3 mars au jeudi 24 mars 2022 dans le cadre du Rolling Ifop-Fiducial 2022 pour Paris Match, LCI et Sud Radio. Grâce à ce vaste échantillon, l'analyse des données porte sur un sous-échantillon de 746 potentiels électeurs d'Éric Zemmour dont le poids a été fixé à partir de la moyenne des intentions de vote mesurée en faveur de ce candidat durant ces trois semaines d'enquête, soit un score moyen de 12,5%.

1-« Poutine l'a tuer » ? La campagne d'Éric Zemmour ou l'histoire d'une dynamique violemment percutée par une crise internationale

Donné à 12% au lendemain des fêtes de fin d'année, Éric Zemmour parvient à se hisser à 14% le 14 janvier avant de chuter brutalement en raison d'une sortie controversée sur la scolarisation des enfants handicapés. Mais après être tombé à 11,5% le 20 janvier, le candidat de Reconquête ! enclenche une nouvelle et longue dynamique alimentée par de nombreux ralliements et des meetings de masse considérés comme réussis. A la veille de l'invasion de l'Ukraine, l'ancien polémiste était donc parvenu à revenir dans la course à la qualification au second tour en se stabilisant autour de 16%.

Mais l'invasion de l'Ukraine le 24 février provoque un violent décrochage de son potentiel électoral, principalement à cause des accusations de complaisance avec la Russie de Vladimir Poutine. Incapable d'enclencher une nouvelle dynamique, même après son débat avec Valérie Pécresse le 7 mars – jugé par la plupart des observateurs comme « raté » –, il navigue un temps entre 12 % et 13% avant de subir une lente érosion qui le fait tomber à 11,5% le 24 mars. Ce décrochage depuis la mi-mars s'accompagne d'une progression parallèle de Marine Le Pen, comme si sa rivale avait pris l'ascendant et bénéficiait d'un phénomène de vote utile dans l'espace politique de la droite extrême.

2- D'un Trocadéro à l'autre... La difficulté croissante d'Éric Zemmour à capter les anciens électeurs de François Fillon

En choisissant d'organiser un rassemblement de ses partisans au Trocadéro, Éric Zemmour adresse un véritable clin d'œil aux anciens électeurs de François Fillon, qui était parvenu à marquer les esprits en y tenant un grand meeting le 5 mars 2017. La place du Trocadéro constitue désormais un lieu symbolique pour la droite française, notamment pour sa frange la plus conservatrice (« la droite Trocadéro ») qui constitue un des cœurs de cible du candidat de Reconquête !.

L'analyse des transferts de voix de l'électorat filloniste (2017) montre cependant une dispersion des électeurs de la droite classique, que l'ancien éditorialiste de C News est loin de capter en totalité. En effet, parmi les anciens électeurs de François Fillon ayant l'intention de voter en 2022, moins de la moitié (43%) resteraient fidèles à la candidate des Républicains. Les autres se partageraient de manière à peu près égale entre Emmanuel Macron (25%) et Éric Zemmour (21%). Marine Le Pen parviendrait même à en rallier 7%.

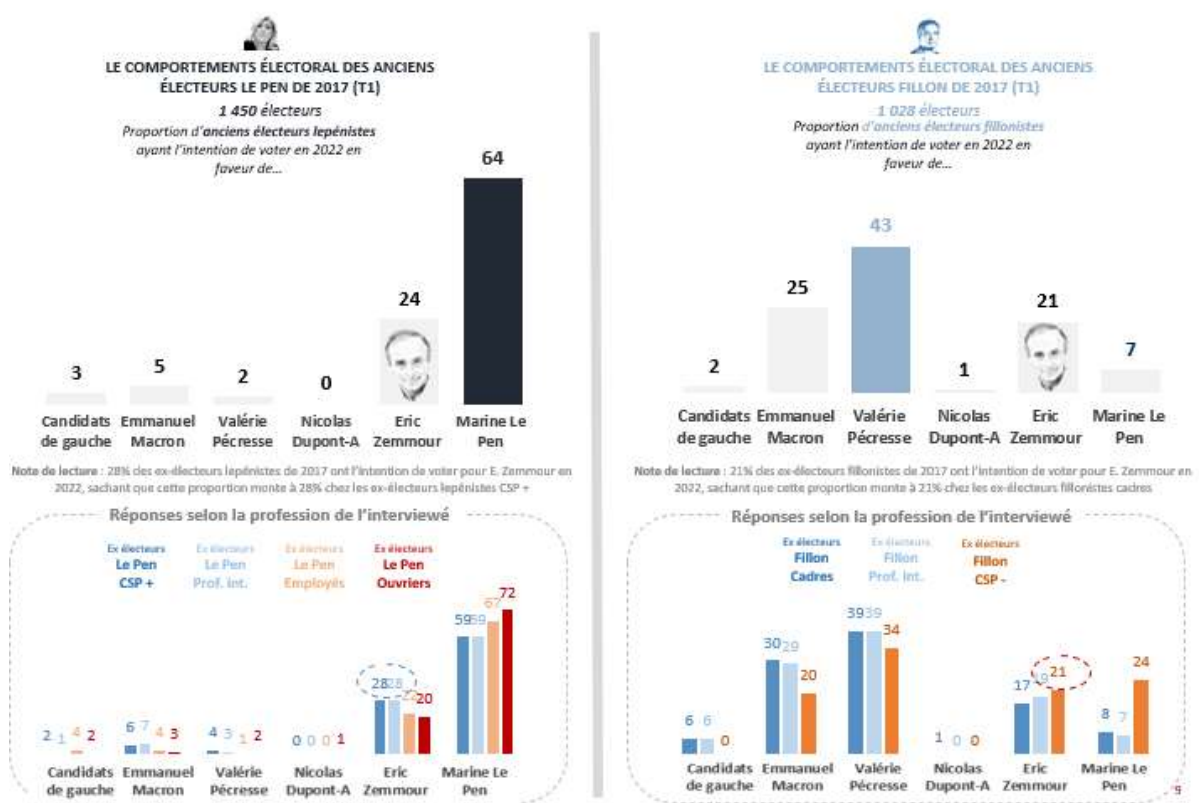
Certes, l'ancien journaliste reste un « pont relié à deux rives »¹ dans la mesure où il agrège à la fois des anciens électeurs lepénistes de 2017 (24%) et des anciens électeurs fillonistes (21%), performance rarement réalisée à ce jour. Et cela, il le réussit en se nourrissant de la fraction la plus aisée du lepénisme et de la frange la plus « populaire » de l'électorat de la droite classique tel qu'il fut cristallisé par l'ancien Premier ministre en avril 2017. En effet, parmi les anciens électeurs de François Fillon, Éric Zemmour attire davantage ceux appartenant aux catégories populaires (21%) que les cadres et professions intellectuelles supérieures (17%). En revanche,

¹Guillaume Tabard, Zemmour-Le Pen, une passerelle entre deux électorats, *Le Figaro*, 5 octobre 2021

chez les anciens électeurs lepénistes de 2017, l'auteur de *La France n'a pas dit son dernier mot* séduit davantage de lepénistes CSP+ (28%) que de lepénistes ouvriers (20%). Sans doute en raison du positionnement économique plus libéral de l'ex-journaliste, Éric Zemmour ne parvient pas à capter la frange la plus populaire du lepénisme qui reste pour l'essentiel dans le giron de l'ex-présidente du RN : celle-ci réussissant à conserver la grande partie de ses ex-électeurs ouvriers (67%) ou employés (72%).

LES ORIGINES DU « ZEMMOURISME ELECTORAL »

Les transferts de voix des électorats lepénistes et fillonistes (2017) en faveur d'Éric Zemmour



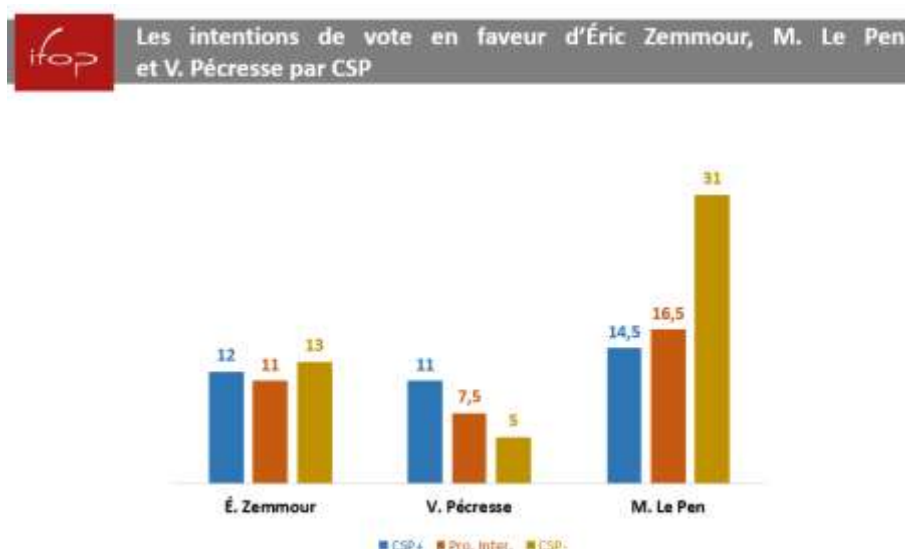
Par ailleurs, la difficulté d'Éric Zemmour à rallier les anciens électeurs de François Fillon semble s'accroître depuis l'intervention militaire russe le 24 février. En effet, si son emprise dans l'ex-électorat filloniste se maintient à une moyenne de 20% les trois premières semaines de mars, elle s'est érodée au fil des semaines, passant de 23% le 18 février, à 22% le 25 février puis à 17% le 18 mars. Et dans la dernière vague du rolling achevée ce vendredi 24 mars, le candidat de Reconquête ! ne ralliait toujours que 17% des anciens électeurs de François Fillon.

A l'inverse, il capte toujours à peu près autant de voix des ex-électeurs de Marine Le Pen en 2017 : 27,5% le 18 mars contre 29% la veille de l'intervention russe en Ukraine.

Payant sans doute une image clivante et des ralliements venus beaucoup plus du RN que de LR, le polémiste pêche donc surtout sur « sa gauche ». La réussite d'un meeting dans un lieu aussi symbolique pour la droite et qui s'adresse spécifiquement aux électeurs qui lui font aujourd'hui le plus défaut, constitue donc un enjeu central pour le Président de Reconquête !.

3-Un électorat interclassiste

Au début de sa campagne, Eric Zemmour revendiquait d'être le seul candidat capable de faire l'alliance entre ce qui l'appelle « la bourgeoisie patriote et les classes populaires ». L'analyse des données cumulées de l'Ifop montre en effet qu'il s'appuie en cette fin de campagne sur un électorat que les politologues qualifient d'« interclassiste ». Il bénéficie d'un niveau d'intentions de vote très homogène selon les différentes catégories socio-professionnelles : 12% dans les catégories supérieures², 11% parmi les professions intermédiaires et 13% dans les milieux populaires. Il se distingue de ce point de vue de Valérie Pécresse, qui est en grande difficulté parmi les classes moyennes et chez les employés et ouvriers, qui se sont totalement détournés de la droite traditionnelle. Mais la différence de profil sociologique est également très marquée avec l'électorat de Marine Le Pen. En effet, comme lors des scrutins précédents, cette dernière rallie un électorat très populaire et si le candidat de Reconquête ! parvient à la concurrencer chez les CSP+ (cadres, professions intellectuelles, et artisans, commerçants, chefs d'entreprise), elle le surclasse très largement (31% contre 13%) parmi les employés et ouvriers.



Source : Rolling Ifop-Fiducial pour LCI, TF1 et Paris Match

Éric Zemmour semble donc avoir été en capacité de rallier différents segments de la population et de les agréger dans un électorat sociologiquement assez homogène, mais il n'est pas cependant parvenu à entamer l'hégémonie frontiste dans les milieux populaires, qui constituent plus que jamais le « cœur nucléaire » de l'électorat mariniste.

On retrouve assez logiquement ces mêmes différences de profils en termes de niveau éducatif, comme le montre le graphique suivant. Alors que l'audience d'Éric Zemmour est assez étale sur cette variable, Marine Le Pen recrute, toujours et encore, bien plus massivement parmi les groupes les moins diplômés de la population, dans lesquels elle creuse considérablement l'écart avec son concurrent direct.

² Avec un écart marqué dans cette population entre les cadres (9%) et les commerçants et artisans (18%)



Source : Rolling Ifop-Fiducial pour LCI, TF1 et Paris Match

4-Un déficit auprès des femmes et des jeunes

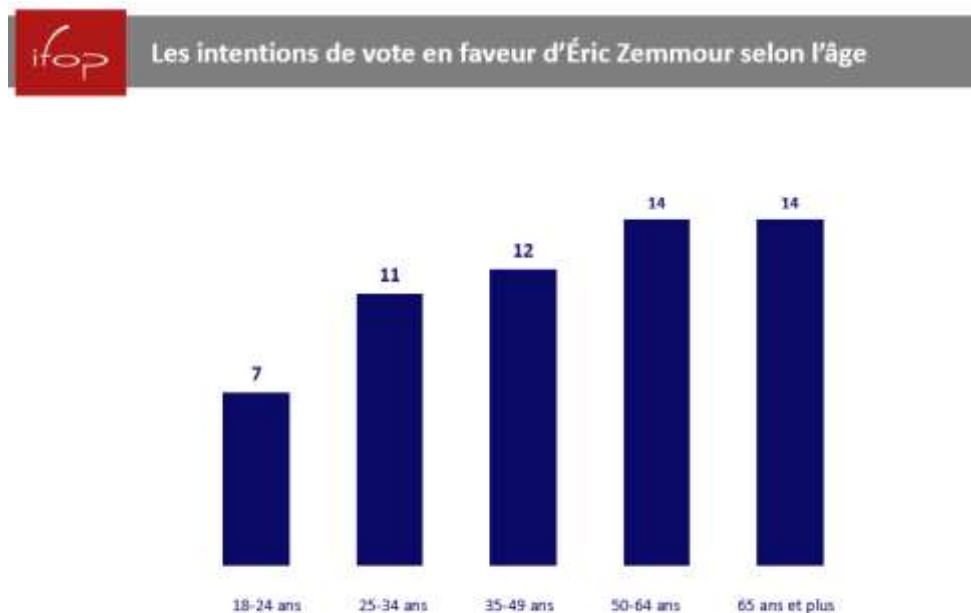
L'élection de 2017 avait confirmé le nivellement des choix électoraux selon le genre avec notamment un vote RN peu genré. Cette année, le niveau important du bloc de votants d'extrême droite est de nouveau composé d'autant d'hommes que de femmes, attestant de la « chute du mur » entre les femmes et la droite radicale : 32,5% d'hommes déclarant avoir l'intention de voter pour un candidat de la droite radicale contre 33,5% de femmes.

Toutefois, la candidature d'Éric Zemmour a réactivé une forme de *radical right gender gap*³ (expression signifiant une adhésion moindre des femmes à l'extrême droite par rapport aux hommes) à ses dépens. La répartition hommes/femmes dans les électorats Zemmour et Le Pen donne ainsi à voir certaines disparités de genre directement enclenchées par la candidature du polémiste et son positionnement contesté à l'égard des femmes. Depuis le début de la campagne nous constatons un véritable frein parmi les femmes au vote Zemmour, et ce phénomène semble se maintenir à deux semaines du premier tour. En janvier, le fondateur de Reconquête ! enregistrait un écart de 5 points entre les femmes et les hommes (17% d'hommes avaient l'intention de voter pour lui contre seulement 12% de femmes). Cet écart se maintient en mars (15% contre 10%). L'électorat de Marine Le Pen semble constituer le négatif presque parfait de celui d'Éric Zemmour, puisque la candidate affiche un score de 17% chez les hommes contre 22% auprès des femmes. Les propos sexistes du polémiste ont ainsi permis à la représentante du RN de bénéficier d'une meilleure audience auprès des femmes que dans la gent masculine. Le fait qu'elle ait également « policée » et lissée son image a sans doute également contribué à l'inversion historique du *radical gender gap* dans l'électorat frontiste.

³ Amengay, Abdelkarim, Anja Durovic, et Nonna Mayer. « L'impact du genre sur le vote Marine Le Pen », *Revue française de science politique*, vol. 67, no. 6, 2017, pp. 1067-1087

Au-delà du niveau des intentions de vote chez les hommes et chez les femmes, l'étude de la composition des électorats des deux rivaux illustre plus encore la réactivation de ce *gender gap* au détriment d'Éric Zemmour. Si l'électorat lepéniste s'avère relativement paritaire et même à dominante féminine puisqu'il est constitué de 45% d'hommes et de 55% de femmes, celui du candidat Reconquête se révèle très majoritairement masculin (61% d'hommes et 39% de femmes). Cette composition est quasi identique depuis le lancement de la campagne, signe de l'échec des stratégies de « dé-misogynification » mises en place par les équipes d'Éric Zemmour.

A noter que les femmes ne semblent pas constituer le seul point noir du candidat : les primo-votants constituent également une poche de résistance au zemmourisme. En effet, 7% des jeunes de moins de 25 ans déclarent avoir l'intention de voter pour Éric Zemmour contre 11% des 25-34 ans et 13% des 35 ans et plus. Une carence chez les très jeunes votants en miroir de la capacité de Marine Le Pen à capter, elle, une partie importante de cet électorat. On notera qu'Éric Zemmour obtient ses meilleurs résultats sondagiers auprès des plus de 50 ans, soient les générations qui ont grandi durant les 30 glorieuses, période citée en permanence en référence et comme le « paradis perdu » par le candidat.



Source : Rolling Ifop-Fiducial pour LCI, TF1 et Paris Match

5-Zemmour préempte une partie de l'électorat catholique pratiquant au détriment de la droite

Nos données cumulées semblent également indiquer qu'Éric Zemmour a su capter une fraction de l'électorat catholique, puisqu'il atteint 17% d'intentions de vote parmi les catholiques pratiquants contre 14,5% chez les catholiques non-pratiquants et seulement 9,5% auprès des sans religion. Il faut dire que candidat de Reconquête évoque régulièrement les racines chrétiennes de la civilisation française et a envoyé de nombreux signaux à l'électorat catholique, notamment en se rendant en Arménie en décembre dernier et en reprenant ainsi la thématique, traditionnelle à droite, de la défense des chrétiens d'Orient.

Au sein de l'électorat catholique pratiquants, Marine Le Pen se situe aujourd'hui au même niveau qu'en 2017 (17%). La percée zemmouriste dans ce segment électoral s'est donc d'abord effectuée en mordant sur l'électorat de droite traditionnel. Alors que François Fillon avait recueilli 46% des suffrages des catholiques pratiquants en 2017, Valérie Pécresse n'en obtiendrait aujourd'hui plus que 19%. Si une partie de la frange modérée des catholiques de droite a rallié Emmanuel Macron (qui atteindrait aujourd'hui dans ce segment 26% contre 19% en 2017), l'essentiel des fuites sont allées vers Eric Zemmour, dont le positionnement et le discours ont manifestement séduit la droite « Trocadéro ». Ainsi, d'après un autre sondage⁴, 32% des personnes se disant « très proches » des idées de la Manif pour Tous s'apprêteraient à voter pour lui, contre seulement 10% pour Valérie Pécresse et 15% pour Marine Le Pen. De la même manière, l'électorat zemmourien se caractérise par une franche opposition à l'autorisation du recours à une mère porteuse pour les couples homosexuels. Seuls 29% des électeurs de Reconquête y seraient favorables contre 46% de ceux de Valérie Pécresse et pas moins de 59% de ceux de Marine Le Pen⁵, beaucoup plus ouverts donc sur ces questions sociétales que leurs homologues de Reconquête !.

6-Similarités et spécificités des préoccupations des électeurs Zemmour et Le Pen

Electeurs lepenistes et zemmouristes se caractérisent par une forte focalisation sur les questions liées à l'immigration, à l'islam et à la sécurité, ce qui en fait des électeurs assez proches idéologiquement. Néanmoins, le tropisme identitaire et sécuritaire semble encore plus poussé dans l'électorat d'Eric Zemmour, comme le montre le tableau suivant.

Caractère « déterminant » de différents enjeux dans les électeurs zemmouriste et lepeniste⁶

Enjeux	Electeurs Zemmour	Electeurs Le Pen	Ecart
Lutte contre l'insécurité et la délinquance	90%	80%	+10 pts
Lutte contre l'immigration clandestine	85%	61%	+24 pts
Lutte contre le terrorisme	83%	69%	+14 pts
Défense de la laïcité	62%	36%	+26 pts

Tout se passe comme si le candidat de Reconquête ! avait capté la frange de l'électorat campant sur les positions les plus dures sur ces sujets. Symétriquement, l'électorat lepeniste, tout en demeurant très centré sur ces thématiques, affiche quant à lui des niveaux de préoccupation plus élevés que l'électorat zemmouriste sur des enjeux comme la protection de l'environnement et la lutte contre le dérèglement climatique (46% de réponses « déterminant » contre 34% parmi les électeurs de Zemmour), la défense des droits des femmes et la lutte contre le sexisme (38% contre 27%) ou bien encore le logement (42% contre 34%). De la même manière, 52% des électeurs de Marine Le Pen se disent « très sensibles » aux questions ayant trait à la

⁴ Sondage Ifop pour La Manif pour Tous, réalisé du 17 au 21 mars 2022 auprès d'un échantillon national représentatif de 2009 personnes.

⁵ Sondage Ifop pour l'Association Des Familles Homoparentales réalisé du 10 au 22 février 2022 auprès d'un échantillon national représentatif de 1503 personnes.

⁶ Rolling Ifop-Fiducial mars 2022.

condition et à la protection animales, qu'il s'agisse des animaux sauvages, d'élevage ou de compagnie⁷. Ils affichent ainsi, à égalité avec les électeurs de Yannick Jadot, la plus forte sensibilité à cet enjeu de la condition animale, alors que les électeurs d'Éric Zemmour ne sont que 34% à déclarer une très forte sensibilité sur cette question. On relèvera que ce positionnement différent des deux électorats sur ce sujet s'inscrit en écho parfait avec les propos d'Éric Zemmour qui avait déclaré : « Elle, c'est les chats, moi c'est les livres ».

7-Géographie du zemmourisme

Le cumul des vagues d'enquête du rolling Ifop-Fiducial nous permet de disposer d'échantillons de taille conséquente rendant possible une lecture des intentions de vote en faveur d'Éric Zemmour au niveau des 22 anciennes régions. Ce premier aperçu cartographique dessine une géographie du zemmourisme, marquée par des contrastes régionaux. Le candidat de Reconquête ! enregistre ainsi ses meilleures intentions de vote sur le pourtour méditerranéen : 19% en Languedoc-Roussillon et 17% en Paca⁸, régions dans lesquelles il ferait quasiment jeu égal avec Marine Le Pen. Ses scores sont également supérieurs à sa moyenne nationale en Midi-Pyrénées et en Aquitaine et dans ces deux régions, le retard sur sa rivale frontiste est assez faible.

Dès que l'on quitte la moitié sud du pays, la candidate du RN prend en revanche clairement l'ascendant, notamment dans son fief du nord-est du pays. Nous avons montré il y a quelques années déjà⁹, l'existence de sensibilités et de cultures régionales diverses au sein de l'électorat frontiste, avec une dichotomie assez marquée entre un « Front du Sud » et un « Front du Nord ». Au regard de nos données d'enquête, il semblerait que la candidature d'Éric Zemmour ait rencontré un écho nettement plus important parmi l'électorat frontiste méridional, alors que l'électorat frontiste du nord demeurerait plus fidèle à Marine Le Pen¹⁰.

La dimension sociologique joue assurément, dans la mesure où les catégories populaires (qui constituent, on l'a vu, le cœur de l'électorat mariniste) sont plus représentées dans l'électorat frontiste du nord que dans celui du sud. Mais les cultures et les histoires politiques régionales pèsent également significativement. Les questions d'immigration et d'insécurité reviennent de manière plus lancinante sur le pourtour méditerranéen que dans les Hauts-de-France ou dans le Grand-Est, où l'on est également moins sensible au souvenir de la guerre d'Algérie qu'en Paca et en Languedoc-Roussillon.

Éric Zemmour ne s'y est pas trompé. Il a quadrillé ces régions et c'est à Nice et à Toulon qu'il a entamé sa campagne en septembre dernier en tenant des conférences/meetings dans lesquelles il n'a pas manqué de

⁷ Sondage Ifop pour Engagement Animaux 2022, réalisé du 7 au 9 mars 2022 auprès d'un échantillon national représentatif de 1005 personnes.

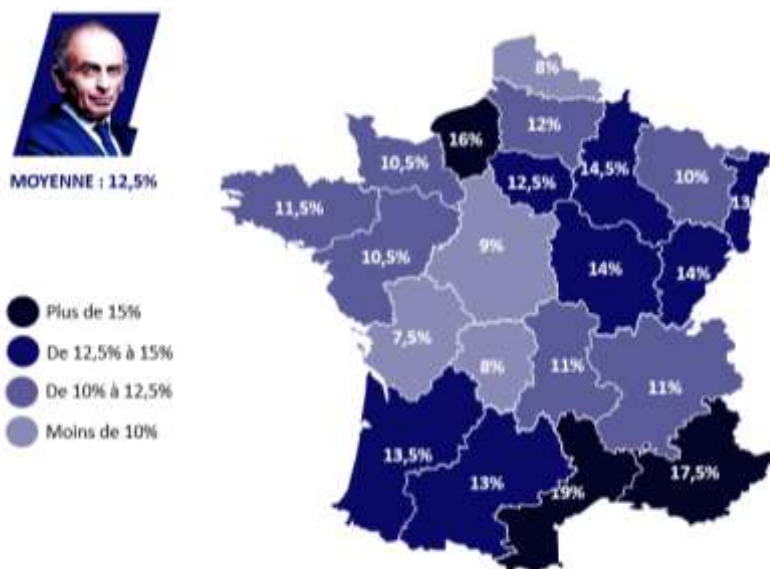
⁸ Et potentiellement également un niveau élevé en Corse sur la base des données parcellaires dont nous disposons sur cette région.

⁹ Cf Ifop Focus n°92 *Front du Nord, Front du Sud*. Août 2013

¹⁰ On notera également que la carte des intentions de vote en faveur d'Éric Zemmour se superpose assez bien avec celle des parrainages qu'il a obtenus (Cf Ifop Focus n°228 *Analyse et géographie des parrainages en faveur des différents candidats à la présidentielle*), avec notamment un grand ouest manifestement réfractaire.

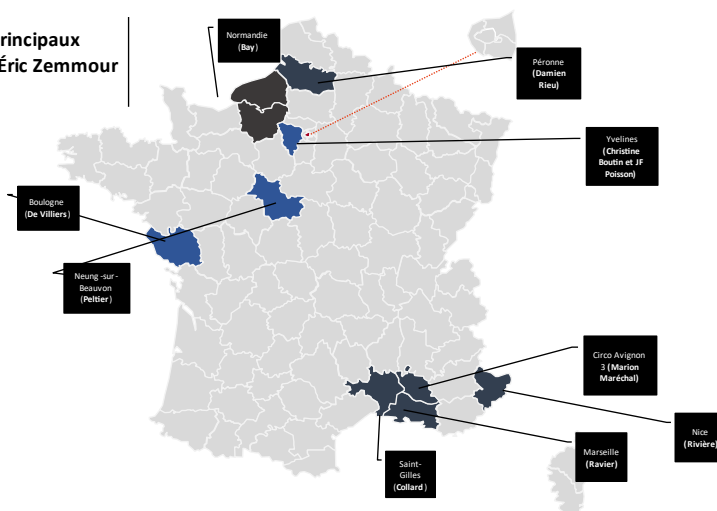
rendre hommage aux pieds-noirs¹¹ et de mettre en avant ses racines méditerranéennes. C'est également dans ce sud, qu'il s'est relancé après ses propos très controversés sur l'accueil des enfants handicapés dans les écoles par un grand meeting à Cannes (22 janvier). C'est également dans ces régions méridionales qu'il a enregistré plusieurs ralliements de cadres frontistes (Collard, Ravier, Lopez¹²), alors que les figures frontistes du nord restaient fidèles à Marine Le Pen.

LES ZONES DE FORCES DU ZEMMOURISME



Source : Rolling Ifop-Fiducial pour LCI, TF1 et Paris Match

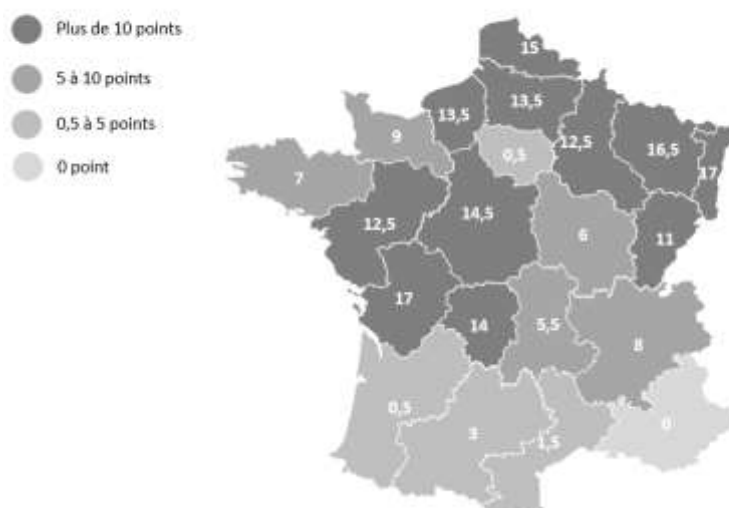
Les fiefs des principaux ralliements d'Éric Zemmour



¹¹ Nos données indiquent un survote en faveur d'Éric Zemmour dans l'électorat ayant une ou des ascendances pied-noires, alors que ce n'est plus le cas pour Marine Le Pen, qui subit donc la concurrence de son rival dans ce segment traditionnellement assez favorable au vote FN/RN.

¹² Maire de Moissac

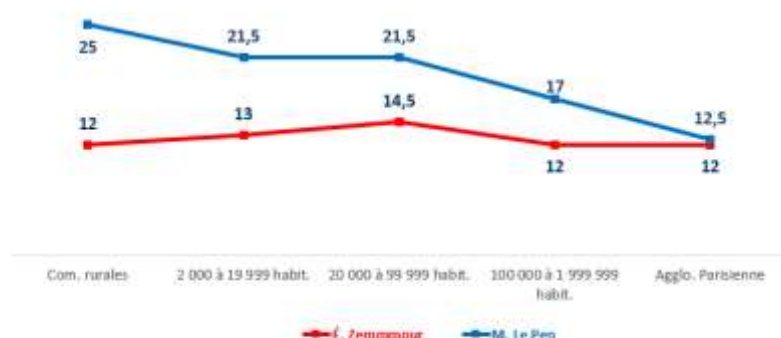
ifop Ecart de score (en points) entre Marine Le Pen et Éric Zemmour



Source : Rolling Ifop-Fiducial pour LCI, TF1 et Paris Match

Les données cumulées de l'Ifop apportent également un autre éclairage de nature géographique sur le futur électorat zemmouriste. S'il présente des contrastes régionaux assez conséquents, cet électorat semble en revanche assez « tout terrain » pour ce qui est du critère de la taille d'agglomération¹³. Les intentions de vote en faveur du candidat de Reconquête sont en effet quasiment identiques dans l'agglomération parisienne que dans les villes de province ou les communes rurales. De ce point de vue, et comme le montre le graphique suivant, la différence avec l'électorat frontiste saute aux yeux, cet électorat étant lui pour le coup, très inégalement réparti dans la hiérarchie urbaine.

ifop Les intentions de vote en faveur d'Éric Zemmour et de Marine Le Pen en fonction de la catégorie d'agglomération



Source : Rolling Ifop-Fiducial pour LCI, TF1 et Paris Match

Les écarts entre les deux candidats sont ainsi très faibles en Ile-de-France, qui n'a jamais été une zone de force du FN et dans laquelle Éric Zemmour peut sans doute mordre sur la frange radicalisée et conservatrice d'un électorat de droite assez bourgeois, qui rechigne sociologiquement à voter pour Marine Le Pen. En revanche,

¹³ Ce qui s'explique et renvoie en partie à la composition interclassiste de cet électorat.

au fur et à mesure que l'on descend dans l'armature urbaine et que l'on pénètre dans la France rurale et périphérique, Marine Le Pen prend très clairement l'ascendant sur Éric Zemmour.

8-Le zemmourisme : une dynamique de campagne avant tout numérique ?

Marquée par le manque d'intérêts médiatiques et populaires pour les débats électoraux, la campagne présidentielle de 2022 aura été une course de sprint presque sourde dans les médias traditionnels. Les débats entre candidats y ont été globalement absents, un choix imposé par les réticences du président sortant à débattre avec ses concurrents, les audiences pâtissant de ce contexte. A titre d'exemple, l'émission spéciale de TF1 « 2022 : La France face à la guerre » diffusée le 14 mars aura rassemblé près de 6 millions de téléspectateurs de moins que le débat entre les 8 principaux candidats de 2017. Les candidats ont alors investi à la fois dans des campagnes de terrain avec des déplacements à travers le pays mais se sont surtout déployés sur les réseaux sociaux, un choix qui n'est pas passé inaperçu auprès des utilisateurs les plus fréquents de ces moyens d'information numériques.

Les militants et partisans d'Éric Zemmour sont ainsi perçus par les utilisateurs réguliers des réseaux sociaux¹⁴ – à savoir les personnes qui s'y rendent plusieurs fois par semaine – comme les plus actifs (cités par 24% des répondants) par rapport aux autres, sachant toutefois que 36% de ces utilisateurs jugent tous les militants aussi actifs les uns que les autres. Les militants zemmouristes apparaissent ainsi comme plus actifs que ceux de Jean-Luc Mélenchon (19% des citations), de Marine Le Pen (14%) ou ceux d'Emmanuel Macron (9%).

Cette perception subjective de la part des usagers réguliers des réseaux sociaux rejoint les analyses réalisées par la start-up Favikon sur les engagements et les dynamiques de chaque candidat sur les réseaux sociaux, réalisées en février 2022¹⁵. D'après cette start-up, Éric Zemmour et Jean-Luc Mélenchon ont ainsi vu leur audience respectivement progresser 10 à 25 fois plus que leurs concurrents directs à droite et à gauche. Si le succès de Jean-Luc Mélenchon s'explique par les ressources apportées par une partie de la jeunesse de gauche diplômée et active sur les réseaux sociaux comme Twitter, celle d'Éric Zemmour surprend d'autant plus que son électorat de droite, moins jeune, ne prédisposait pas le candidat à émerger grâce à Internet.

Soutenue par une équipe jeune et formée par et pour les réseaux sociaux (comme Samuel Lafont ou Damien Rieu), la campagne d'Éric Zemmour n'a pas seulement investi les réseaux sociaux mais a su en utiliser les codes pour canaliser la ferveur des soutiens du candidat dans la diffusion de ses événements de campagne. Que ce soit un meeting, une attaque contre un concurrent, une annonce programmatique ou encore le ralliement d'une personnalité, les réseaux sociaux ont été considérablement mobilisés par les équipes d'Éric Zemmour pour créer un effet de masse et concentrer l'attention médiatique sur l'actualité du candidat.

Si la récente chute d'Éric Zemmour dans les intentions de vote rappelle que le « monde réel » s'impose plus au monde virtuel que l'inverse, les réseaux sociaux demeurent utiles dans la mobilisation des troupes dans

¹⁴ Étude Ifop réalisée du 21 au 26 février 2022 auprès d'un échantillon de 2 507 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus

¹⁵ https://www.challenges.fr/politique/presidentielle-zemmour-et-melenchon-champions-des-reseaux-sociaux_799340

l'optique de faire se déplacer dans les urnes l'électorat. L'organisation par les équipes Zemmour d'un concours d'affiches en ligne pour le meeting du Trocadéro du 27 mars illustre bien cet objectif de se servir des réseaux sociaux pour ramener des participants et s'imposer médiatiquement avec la réussite d'un meeting phare de la campagne du candidat.

Jérôme Fourquet, François Kraus, Paul Cébille, Louise Jussian

Retrouvez toutes les analyses Ifop Focus sur www.ifop.com

Ces analyses sont publiées par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises de l'Ifop.

Pour tout renseignement complémentaire, merci de contacter :

Jérôme Fourquet – Directeur du Département Opinion & Stratégies d'Entreprise

jerome.fourquet@ifop.com