



“*opinionway*”

Enquête exclusive Cap Collectif – OpinionWay

MUNICIPALES 2020 : LES FRANÇAIS ONT LEURS MAUX À DIRE

Écoute, inclusion et co-construction : à l'ère post-grand débat, les citoyens veulent plus que jamais être au cœur de la campagne des élections municipales de 2020

- Reléguant le profil des candidats au second plan (21%), et leur parti politique aux oubliettes (14%), 63% des Français déclarent que leur choix électoral dépendra surtout du projet des candidats.
- Ce rejet des partis politiques se double d'une volonté de renouvellement dans la composition des listes électorales : 68% des Français aimeraient voir la candidature de plus de femmes, de plus de jeunes (67%) et de plus de personnalités sans étiquette politique (66%).
- « Écoute des habitants » pour 71% et « prise en compte de leurs propositions » pour 66% : les deux principales qualités attendues de la part des candidats confirment que les Français veulent plus que jamais faire entendre leur voix et participer aux décisions locales.
- De l'écoute à la participation : face aux programmes conçus par les candidats maires et leurs équipes, 72% des Français affichent leur préférence pour une liste dont le programme aurait été co-construit avec les habitants et 83% d'entre eux déclarent qu'ils seraient prêts à donner leur avis sur un programme si un candidat le proposait.
- 89% des Français considèrent que les candidats doivent impliquer les citoyens dans l'élaboration de leur programme.
- Espace de concertation, tableau de bord de suivi et évaluation participative des politiques publiques ainsi que budgets participatifs sont également plébiscités et constituent des dispositifs participatifs attendus par les citoyens post élection.

Paris, le 19 juin 2019 – À neuf mois des prochaines élections municipales, le grand débat va-t-il faire entrer les campagnes électorales dans l'ère du digital et de l'intelligence collective ? Pour répondre à cette question, Cap Collectif, entreprise pionnière et référente de la civic tech, a mené l'enquête avec OpinionWay auprès d'un échantillon de 1 001 personnes représentatif de la population française âgée de plus de 18 ans*. Intitulée « *Les Français et l'engagement citoyen pour les élections municipales* », cette étude vise à comprendre et analyser les souhaits des Français concernant le profil des candidats,

l'élaboration des programmes politiques et la mise en place de méthodes participatives dans le cadre des municipales 2020.

Cette étude s'inscrit dans le cadre du lancement de « [Cap Collectif pour les candidats](#) », une offre spécialement conçue pour les élections municipales de 2020, proposant un site de campagne participative clé en main à destination des candidats qui souhaitent faire évoluer leurs modes de décision vers plus de transparence et d'inclusion.

COMPOSITION DES LISTES, PROFILS DES CANDIDATS : LES FRANÇAIS VEULENT DU CHANGEMENT !

Plus de femmes (68%), plus de jeunes (67%) ! Questionnés quant à leurs souhaits pour la composition des listes aux élections municipales de 2020, les Français affichent clairement leur volonté de renouvellement. 61% souhaitent par exemple que les candidats issus du secteur privé soient plus nombreux et la moitié voudrait voir se présenter plus de candidats issus des minorités (50%).

Dans la lignée des résultats de l'élection présidentielle de 2017, les Français confirment leur prise de distance vis-à-vis des partis politiques traditionnels et plébiscitent à 66% la candidature de **plus de personnalités sans étiquette politique**.

Les qualités principales attendues de ces candidats aux élections municipales ?

Qu'ils soient proches de leur territoire et de ses habitants. **71% des Français désignent l'écoute des habitants** comme la qualité principale d'un candidat. **66% citent la prise en compte des propositions des habitants** et 62% la connaissance du territoire.

« Cette étude vient mesurer et confirmer une conviction qui est au coeur du projet de Cap Collectif : les Français ne veulent plus être de spectateurs passifs. Ils manifestent de façon claire et massive leur envie d'être écoutés et d'avoir voix au chapitre », commente Cyril LAGE, co-fondateur et Président de Cap Collectif. « Faute d'avoir su voir et surtout répondre à cette attente, les citoyens se montrent de plus en plus hostiles à ce qui fondait et structurait jusqu'à présent le système électoral et politique ».

Pour preuve, face à ce plébiscite, les autres qualités traditionnelles du politique, comme la capacité à constituer une équipe d'experts (31%) ou à porter les propositions de son parti au niveau local (23%), ne sont citées que par une minorité des Français. Pire, l'expérience politique n'est plus une qualité attendue que par 13% des répondants, tout comme l'aisance dans la communication et la visibilité médiatique, prérogatives traditionnelles du politique, souvent primordiales pour susciter de l'intérêt, seulement citées par respectivement 15% et 6% des Français.

DE NOUVELLES ASPIRATIONS QUI SE TRADUISENT DANS LES INTENTIONS DE VOTE DES FRANÇAIS

Les préférences exprimées par les Français sur le profil des candidats confirment ce rejet des partis politiques. Ainsi, **71% des personnes interrogées préféreraient voter pour une personnalité issue de la société civile**, plutôt que pour une personnalité appartenant à un parti politique (25%). 45% des interviewés choisiraient même une personne sans aucune expérience politique, bien que la moitié des Français (50%) voteraient plutôt pour une personnalité expérimentée en la matière.

Si les Français expriment des préférences sur le profil des futurs candidats aux élections municipales de mars 2020, seulement 21% citent ce critère comme celui qui conditionnera leur vote. **63% des**

interviewés déclarent que leur choix électoral dépendra surtout du projet des candidats, faisant des programmes politiques des listes un élément central de la campagne des élections municipales. Le parti politique des candidats est le critère le moins cité (14%).

De nouvelles attentes très fortes vont donc entourer ces programmes politiques locaux et influencer sur les stratégies électorales de ces municipales : 72% des Français affichent ainsi leur préférence pour une liste dont le programme aurait été co-construit avec les habitants de la commune, contre seulement 25% plus enclins à voter pour une liste dont le programme aurait été conçu par le candidat et son équipe.

« Sur cette base, la stratégie consistant pour beaucoup de maires sortants à se déclarer tardivement dans la campagne apparaît donc risquée puisqu'elle ne permet pas de disposer du temps nécessaire à la co-construction du programme avec les électeurs », souligne Cyril LAGE, co-fondateur et Président de Cap Collectif.

Les citoyens rejettent également l'influence des appareils politiques nationaux dans l'élaboration des programmes de campagne pour les municipales : 77% des Français choisiraient de voter pour un programme qui prendrait uniquement en compte les enjeux locaux, contre 20% pour un programme qui appliquerait la ligne politique nationale d'un parti.

ECOUTE, INCLUSION ET CO-CONSTRUCTION : LES PROGRAMMES POLITIQUES LOCAUX A L'ÈRE POST-GRAND DÉBAT

Dans une période politique où les références à la démocratie participative se multiplient, 83% des Français déclarent qu'ils seraient prêts à donner leur avis sur un programme si un candidat le proposait, 28% déclarent qu'ils le feraient certainement. 71% seraient même prêts à participer à l'élaboration du programme d'un candidat en lui faisant part de leurs idées pour la commune (19% certainement). En revanche, les Français sont moins prêts à s'engager sur le terrain pendant la campagne. Un tiers déclarent toutefois qu'ils pourraient être bénévoles dans l'équipe de campagne d'un candidat (33%, 10% certainement) voire faire partie d'une liste électorale dans leur commune (32%, 11% certainement).

Corollaire de cet engagement et de ce nouveau rapport à la chose publique, 89% des Français considèrent que les candidats doivent impliquer les citoyens d'une commune dans ce processus. Cette étape apparaît donc indispensable, au contraire du travail avec les experts, que 33% des Français seulement préconisent. En tout cas, les Français rejettent l'idée d'un candidat préparant son programme uniquement avec son équipe de campagne (seuls 10% des Français citent cette méthode).

Dans le détail, les citoyens se montrent intéressés par de nombreuses démarches participatives et de transparence. Définir le programme des actions dans la commune reste le premier souci des citoyens. 78% déclarent ainsi qu'ils pourraient être plus à même de voter pour une liste qui proposerait un espace de concertation pour s'exprimer sur les grands chantiers de la commune, ou s'exprimer sur les sujets prioritaires. Dans le cadre d'une mandature, 77% seraient intéressés par une évaluation systématique de l'impact des mesures mises en œuvre, 75% par un tableau de bord pour suivre la mise en œuvre du programme du candidat élu, et 67% par un budget participatif pour améliorer leur cadre de vie.

Les Français qui ne seraient pas prêts à donner leur avis sur le programme d'un candidat mettent en avant une variété d'obstacles qui les séparent de la vie politique. De nombreux freins sont ainsi psychologiques : le sentiment que sa parole n'aura pas d'impact (30%), le sentiment de ne pas être

légitime (18%) ou encore la crainte de ne pas être écouté (15%). D'autres obstacles ont davantage trait au manque d'engagement des citoyens dans le champ politique, que ce soit par manque d'information (28%), par manque de temps (25%) ou par manque d'intérêt pour les élections municipales (22%). Enfin, 13% de ces Français ne voudraient pas donner leur avis sur le programme par crainte d'être associés à un camp politique.

« Pour lever les freins exprimés par les Français, il est important que les candidats n'utilisent pas le participatif comme un simple exercice de communication, mais misent véritablement sur l'intelligence collective des administrés », poursuit **Cyril LAGE**. « Le scrutin municipal de 2020 est véritablement l'occasion d'accélérer la modernisation des modes de gouvernance ».

« Cap Collectif s'est donné pour mission d'accompagner les candidats qui souhaitent faire évoluer leurs modes de décision vers plus de transparence et d'inclusion », conclut-il. « Cette étude démontre que c'est une attente forte des citoyens. En proposant une solution clé en main pour un coût inférieur à un site de campagne classique, nous avons souhaité supprimer les barrières méthodologiques, technologiques et financières pour soutenir la démarche de chaque équipe, quelles que soient leur taille ou leur expérience politique ».

Retrouvez l'étude complète à l'adresse : [ici](#)

***Méthodologie de l'étude :**

Enquête réalisée du 7 au 9 mai 2019, auprès d'un échantillon de 1001 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

A propos de Cap collectif :

Entreprise pionnière et référente de la civic tech, Cap Collectif s'est donné pour mission d'accompagner les décideurs qui souhaitent faire évoluer leurs modes de décision vers plus de transparence et d'inclusion.

Pour ce faire, Cap Collectif met à disposition de ses clients des sites participatifs clé en main donnant accès à une grande variété de fonctionnalités : consultation, budget participatif, boîte à idées, votation, appel à projets, pétition, questionnaire, questions/réponses. Sa technologie se fonde sur une méthodologie d'intelligence collective inspirée de la doctrine de l'Open Gov créée par Barack Obama - et désormais adoptée par 79 pays dans le monde - pour renforcer l'efficacité des politiques publiques et regagner la confiance des citoyens.

Depuis 2014, Cap Collectif a accompagné plus de 150 décideurs en France et à l'international parmi lesquels des gouvernements, des collectivités territoriales, des grandes entreprises, des associations et des organisations syndicales. Certaines de ses réalisations, comme la loi République Numérique (première expérience d'écriture collaborative d'un projet de loi) ou le Grand Débat national, font figure de référence au niveau mondial. Entreprise du mouvement tech for good, Cap Collectif met le numérique au service de l'intérêt général.

Contacts presse :

Céline Vuillaume Responsable Communication Cap Collectif + 33 (0)7 50 66 56 73 celine@cap-collectif.com	Souad Djouhra Agence Rumeur Publique + 33 (0)6 21 80 74 06 souad@rumeurpublique.fr
---	---