

**Première analyse de lecture des 11 programmes des candidats à l'élection présidentielle.
A la veille du premier tour, quels sont les programmes les plus lus ?
Quels thèmes intéressent les Français dans chacun des programmes ?**

- ✓ Le temps moyen d'une lecture de programme est de 3'43"
- ✓ 36 % des Français arrêtent la lecture avant la fin du sommaire
- ✓ 28% des lectures sont effectuées depuis un mobile

Le 21 avril à minuit sonne la fin de la campagne officielle et le début de l'interdiction de publication de sondages. A cette occasion, Tilkee publie la première analyse de lecture des programmes électoraux sur la toile. Si les sondages liés aux intentions de vote affichent une tendance électorale à forte variabilité, les Français, eux, manifestent un intérêt pour la totalité des programmes.

Tilkee, éditeur français de logiciels spécialisé dans l'analyse de lecture des documents numériques, publie aujourd'hui une analyse inédite des programmes des 11 candidats à la Présidentielle, réalisée à l'aide du site www.programmes-2017.com. Elle évalue l'intérêt des Français par rapport à lecture de chacun des programmes détaillés (temps passé, comportement de lecture, pourcentage de lecture, pages lues le plus longtemps, etc.), aussi bien de façon nominative (un programme unique par candidat) que sur la base des composants spécifiques de chaque programme (économie, santé, social, etc.).

« À 5 jours du premier tour de l'élection présidentielle, ce classement est original dans le contexte des sondages actuels car il analyse objectivement l'intérêt réel des Français pour les propositions détaillées de chaque candidat », explique Sylvain Tillon, co-fondateur et co-dirigeant de Tilkee. « Notre première idée était une pure contribution citoyenne : apporter de la visibilité aux programmes des candidats sur un site unique et faire un retour objectif aux équipes de campagnes sur l'adéquation entre la structure des programmes et la lecture qu'en font les citoyens. », rajoute-t-il.

1 – Les programmes des candidats les plus consultés

Le top 3 des candidats dont le programme a été le plus consulté :

- **Emmanuel Macron** est à l'origine du programme « En Marche ! ». Un programme court de 17 pages et annoncé tardivement... ce qui a

probablement stimulé l'envie de lire le programme. Il a été consulté par 19,57% des internautes.

- **Jean-Luc Mélenchon**, est signataire du texte et programme de la France insoumise pour l'élection présidentielle de 2017, déposé sur LAEC.fr (abréviation de « L'Avenir En Commun »), accessible sur un site web de manière claire et ordonnée.
- **François Fillon**, est une star dans les médias mais la consultation de son programme de 100 pages arrive en troisième position avec 40% de lectures en moins que pour Emmanuel Macron.

Classement (% du nombre total de lectures) : Emmanuel Macron : 19,57% / Jean-Luc Mélenchon : 16,56 % / François Fillon : 11,90% / Benoît Hamon : 10,25% / Marine Le Pen : 8,84% / Nathalie Arthaud : 7,76% / Philippe Poutou : 5,92% / François Asselineau 5,83% / Jean Lassalle 4,77% / Nicolas Dupont-Aignan : 4,61% / Jacques Cheminade : 3,99%

A l'instar des sondages électoraux, le classement a évolué sur la période analysée et Jean-Luc Mélenchon est passé en tête du classement sur la dernière semaine étudiée.

9 programmes sont en format .pdf, dont celui qui de Jean Lassalle qui est un livre de 89 pages. Jean-Luc Mélenchon a opté pour un format "site web" et François Asselineau celui d'un support vidéo de 3 heures 46 minutes.

28% des lectures s'effectuent depuis un mobile. En moyenne, 68 % des consultations sont faites depuis un ordinateur (les autres consultations se font sur tablette). A noter que 76 % des personnes qui ont cherché à connaître le Programme de Jacques Cheminade ont utilisé un ordinateur.

2 - Les Français consacrent peu de temps à la lecture des programmes

L'attention des lecteurs a une durée limitée dans le temps. **Le temps moyen de lecture de programme est de 3'43"**. il semble que l'attention d'un lecteur ait une durée limitée quels que soient la taille ou le format du programme. Et quel que soit le nombre de pages lues, le temps de lecture reste identique : **30 % des lecteurs lisent moins de 10 % des pages et 30 % des lecteurs prennent connaissance de plus de 90 % des pages.**

On observe un pic à 5'14" pour Jean Lassalle et son programme présenté au format d'un livre de 89 pages. S'en suit Nicolas Dupont-Aignan avec 4'35" puis Marine Le Pen avec 4'06". Le minimum de temps moyen passé par consultation va à Jacques Cheminade avec 1'13". A noter que le temps de lecture moyen du programme de François Asselineau est de de 2'10".

« Le classement par temps consacré est surprenant car les deux premiers, Jean Lassalle et Nicolas Dupont-Aignan, sont les candidats dont les programmes comptent le moins de consultations mais sur lesquels les Français passent le plus de temps ! », commente Sylvain Tillon.

Classement : Jean Lassalle : 5'14" / Nicolas Dupont-Aignan : 4'35" / Marine Le Pen : 4'06" / Jean-luc Mélenchon : 3'43" / Benoît Hamon : 3'33" / Emmanuel Macron : 3'32" / François Fillon : 3'28" / Nathalie Arthaud : 2'33" / Philippe Poutou : 2'23" / François Asselineau : 2'10" / Jacques Cheminade : 1'13"

3 - Les thèmes par candidat qui retiennent le plus l'attention des Français

Par programme et selon les recherches d'information, les préoccupations majeures des Français, dans le cadre de la campagne présidentielle, sont ¹ :

Nathalie Arthaud : 1 - Combattre l'influence du Front National parmi les exploités / 2 - Le capitalisme : la véritable menace contre l'environnement et la planète / 3 - Contrôle des travailleurs sur les entreprises

Jacques Cheminade - *parmi les 3 documents mis à disposition ne présentant pas de structuration thématique* : 1 - Mon projet / 2 - Mes cents jours / 3 - Pourquoi je suis candidat

Nicolas Dupont-Aignan : 1 - Instruction Publique / Repenser l'école de la République / 2 - Santé : Une offre de soins pour tous les Français / 3 - Environnement et Energie : Investir dans les énergies du futur et défendre la biodiversité

François Fillon : 1 - La famille / 2 - L'éducation supérieure / 3 - La justice

Benoît Hamon : 1 - Pour l'alliance des générations / 2 - Pour des services forts, modernes et protecteurs / 3 - Pour le travail et l'emploi, réussir la transition économique

Marine Le Pen : 1 - Retrouver des frontières qui protègent et en finir avec l'immigration incontrôlée / 2 - Protection sociale et pouvoir d'achat / 3 - Fiscalité

Emmanuel Macron : 1 - Rendre la vie des Français plus facile (simplification administrative) / 2 - Les mêmes chances pour tous nos enfants (éducation) / 3 - Faire plus pour ceux qui ont moins (retraite/handicap)

Philippe Poutou : 1 - Un projet internationaliste / 2 - Des services publics de qualité et gratuits / 3 - En finir avec le chômage, la précarité et les licenciements

¹ Du fait du format des programmes, l'analyse n'est pas réalisée pour François Asselineau, Jean Lassalle et Jean-Luc Mélenchon.

4 – Devenir l'as des programmes selon Tilkee

Optimiser le temps de lecture : La principale clé réside dans la bonne utilisation du peu de temps de lecture des Français, pourtant volontaires au départ pour lire un programme détaillé.

Oublier les sommaires détaillés : Les sommaires de programmes détaillés font fuir les lecteurs. Nicolas Dupont-Aignan perd 59 % des lecteurs avant la fin du sommaire. **36 % des lecteurs arrêtent la lecture avant la fin du sommaire tout candidat confondu.**

Raccourcir les programmes : La longueur des programmes décourage. Seuls 2 candidats, Emmanuel Macron et Marine Le Pen, conservent au moins 25 % de leurs lecteurs au-delà de la page médiane. Les 3 programmes les plus longs affichent la plus faible rétention : Nicolas Dupont-Aignan, François Fillon et Jean Lassalle avec moins de 5 %.

L'analyse intégrale est disponible sur demande auprès du service de presse.

Méthodologie

Créé le 27 mars 2017, le site <https://www.programmes-2017.com/> répertorie l'intégralité des 11 programmes officiels des candidats depuis le début de la campagne électorale.

12 000 consultations ont été réalisées sur le site entre le 27 mars 2017 et le 16 avril 2017.

Zone territoriales : 85 % de lectures en France (1.400 communes différentes) + 15 % de lectures depuis l'étranger.

Sources des internautes consultés : www.dessinemoileco.com, Twitter, Facebook, LinkedIn, etc.

A propos de Tilkee

Tilkee est un éditeur de logiciel français spécialisé dans l'automatisation de la relance client et l'optimisation du suivi commercial. Sa solution logicielle en mode SaaS permet aux commerciaux de connaître avec précision et en temps réel le comportement de lecture de chaque prospect sur les documents envoyés. Ils peuvent ainsi contacter leurs interlocuteurs au moment opportun avec un discours commercial adapté et optimiser leurs relances. Selon les clients, Tilkee permet d'augmenter le taux de transformation de 20 à 100%.

La solution proposée par Tilkee est compatible avec les principaux logiciels commerciaux tels que Salesforce, Oracle Sales Cloud, SugarCRM, Mailchimp, Intercom ou encore Pipedrive.

Lancé par Sylvain Tillon et Timothée Saumet en décembre 2013, Tilkee compte aujourd'hui 18 collaborateurs, ambitionne de se développer à l'international (Allemagne, UK, US) et de recruter 4 nouveaux collaborateurs d'ici la fin 2016. La société compte parmi ses clients des entreprises telles qu'Orange, Cegid, BNP et Adecco. Depuis 2014, elle a rejoint le programme d'accélération Axeleo et a également intégré la French Tech.

Pour en savoir plus : www.tilkee.fr

Contact presse

Cayen Consulting	Laurent Doumergue Laurent@cayenconsulting.fr Tel. 06 11 43 41 76	Hugues Morette huguesmorette@me.com Tel. 06 84 51 41 59
------------------	--	---