

DigitaleBox, Elyze... Ces applis qui luttent contre l'abstention aux élections

À moins de 90 jours du premier tour de l'élection présidentielle 2022, l'ombre d'une abstention forte plane sur le scrutin. Des applications mobiles viennent à la rescousse pour inciter les jeunes adultes à aller voter.

Temps de lecture : minute

11 janvier 2022

Application ressemblant à Tinder pour trouver son candidat ou sa candidate, discussion automatisée sur WhatsApp pour vérifier son inscription sur les listes électorales... S'appuyant sur de nouveaux outils numériques, des organisations tentent de lutter contre l'abstentionnisme chez les jeunes. *"Le point de départ de notre projet, c'était de combattre une abstention galopante qui augmente l'élection après l'élection"*, explique à l'AFP Grégoire Cazcarra, un des co-fondateurs de l'application Elyze. À la manière du géant de la rencontre sur téléphone, celle-ci fait *"matcher"* l'utilisateur avec un candidat en fonction des propositions politiques qu'il approuve.

"On voulait développer une solution technologique innovante pour intéresser les jeunes à ce scrutin et les encourager à aller voter", notamment ceux "qui suivent de très loin, voire pas du tout, l'actualité politique", raconte l'entrepreneur. Les débuts sont prometteurs: lancée début janvier, Elyze est depuis l'une des applications les plus populaires en France, avec plus de 500 000 téléchargements en une semaine. Sensibiliser les jeunes pour contrer l'abstentionnisme, c'est aussi le pari de l'ONG "A Voté" en partenariat avec Meta France (branche française de

la maison mère du réseau social Facebook) et les journaux *Ouest-France* et *20 Minutes*. Ils viennent de lancer un chatbot sur WhatsApp pour encourager leur inscription sur les listes électorales.

Il faut envoyer "Bonjour" pour démarrer la conversation. Ensuite, *"le chatbot va vérifier que l'utilisateur sera bien majeur au moment du vote puis le redirigera vers les pages dédiées du site www.service-public.fr pour faire évaluer sa situation électorale"* , détaille Elisa Borry-Estrade, porte parole de Meta France. *"En France, la mal-inscription touche 6 millions de personnes et la non-inscription 5 millions de personnes. Donc c'est potentiellement un peu plus de 25% du corps électoral qui aura un empêchement pour pouvoir voter"* , rappelle Dorian Dreuil, co-président de "A Voté".

"L'objectif de ce partenariat inédit en France, c'est d'être sur les plateformes que les jeunes utilisent aujourd'hui, qui sont les nouvelles arènes des débats" , ajoute Flore Blondel-Goupil, également co présidente de l'ONG. Cette tranche d'âge est particulièrement touchée par l'abstention: 29% des 18-24 ans s'étaient abstenus lors du premier tour de l'élection présidentielle de 2017, selon une enquête Ipsos/Sopra Steria - sept points de plus que la moyenne tous âges confondus.

Le risque de rater la cible

Pour Vincent Moncenis, enseignant en sciences politiques à SciencesPo Bordeaux, les plateformes numériques sont "le moyen numéro un" pour toucher les jeunes. *"Il faut absolument mettre le paquet sur ces outils pour être capable de les faire s'exprimer et pour avoir des candidats qui soient représentatifs derrière"* , insiste le fondateur de DigitaleBox, une application qui aide les candidats à faire campagne en ligne. Mais pour Anaïs Theviot, spécialiste des questions de campagnes électorales et du numérique, ces nouveaux outils vont avoir du mal à atteindre leur cible.

"C'est avant tout ceux qui s'intéressent déjà à la politique qui vont télécharger cette application ou utiliser le chatbot" , met-elle en garde. "Ça ne va pas toucher des personnes qui ne s'y intéressent pas ou qui s'abstiennent car le thème ne les intéresse tout simplement pas" , analyse la maîtresse de conférences en sciences politiques. Même constat pour Nadia Soulé, 25 ans, qui a téléchargé Elyze à sa sortie. "Pour les jeunes qui ne sont pas politisés, ce sont des formats ludiques C'est une bonne idée et c'est bien de voir qu'on nous écoute et qu'on essaie de faire des choses pour nous. Mais je ne suis pas sûre que les abstentionnistes se rendent aux urnes grâce à ça" , suppose cette responsable marketing dans l'informatique.

"Pour eux, ce n'est pas tant une question de support, c'est plutôt (le fait de) les interpeller par de vrais actes politiques" , poursuit-elle. Cela n'empêche pas de nombreuses personnalités politiques d'investir les réseaux sociaux et d'en reprendre les codes, notamment sur TikTok et SnapChat très utilisés par les jeunes ou sur la plateforme de diffusion Twitch, largement utilisée par les aficionados de jeu vidéo.