

ANACEJ

Mars 2012

N° 110176

Contact
Frédéric Dabi
Directeur Général Adjoint de l'Ifop
frederic.dabi@ifop.com

ANACEJ

Les primo-votants et la perspective de l'élection présidentielle

Paris
Toronto
Shanghai
Buenos Aires

ifop

Connection creates value

**les jeunes,
acteurs de
la société!**
anacej



Sommaire

- 1 - La méthodologie**
- 2 - Les résultats de l'étude**
- 3 - Les principaux enseignements**



1 | La méthodologie



La méthodologie

Etude réalisée pour :



Echantillon :

Echantillon de **805** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 à 22 ans.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil :

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (*CAWI - Computer Assisted Web Interviewing*).

Dates de terrain :

Du 22 au 28 février 2012

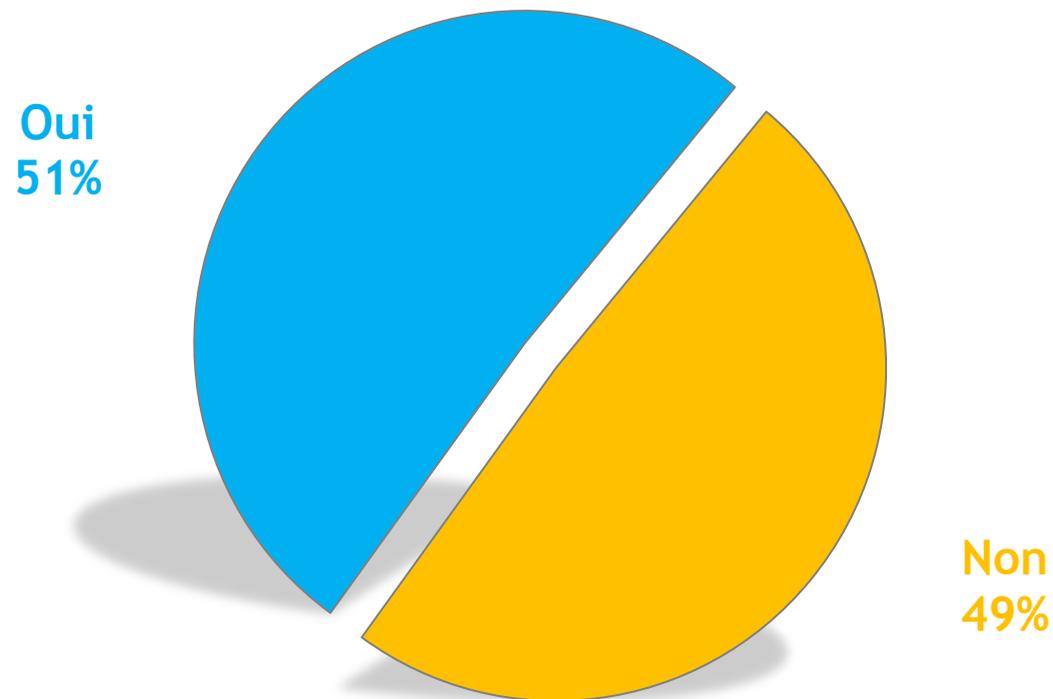
2 | Les résultats de l'étude



A | Les jeunes et les nouvelles formes d'action politique

La notoriété des conseils d'enfants et de jeunes

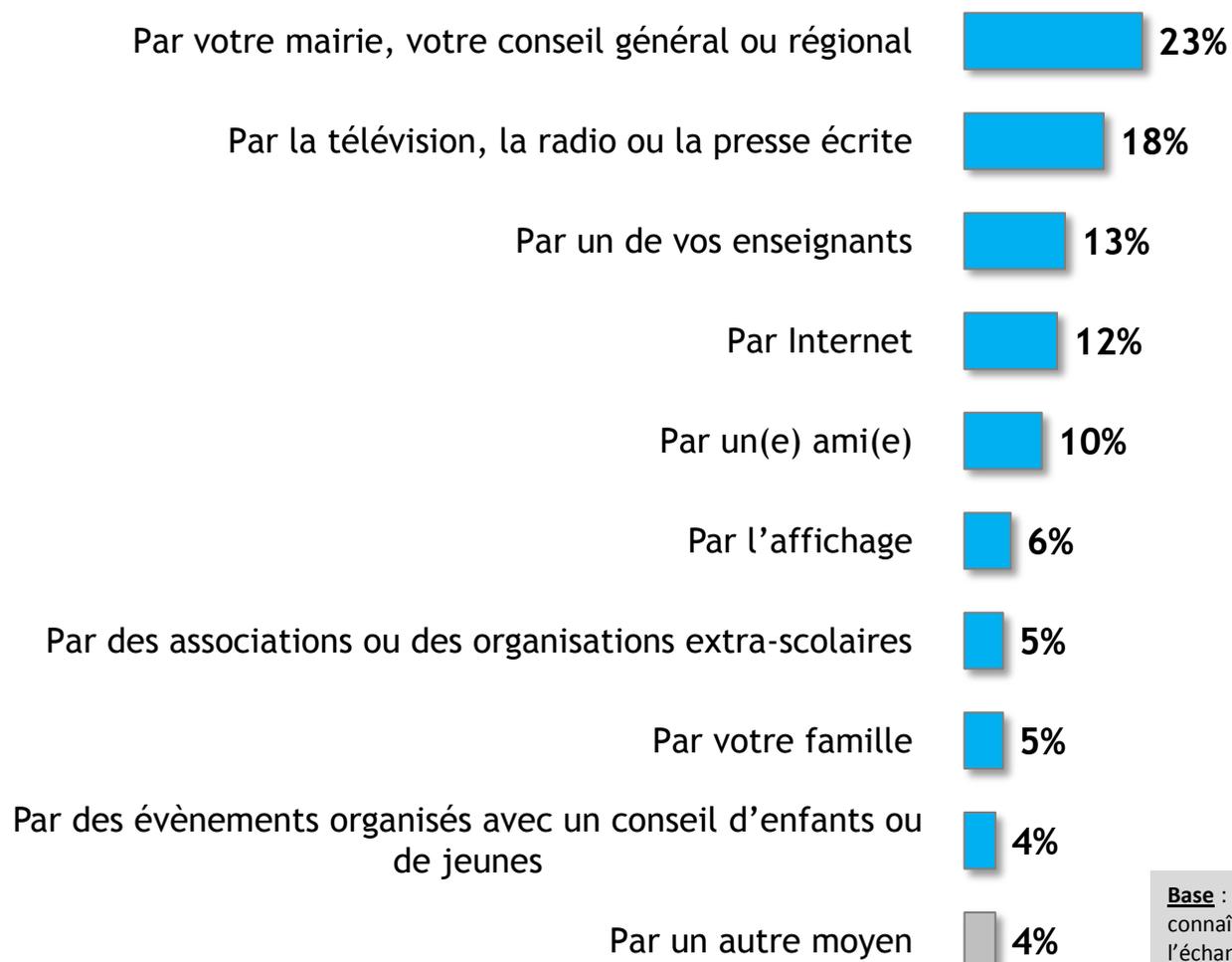
Question : *Connaissez-vous les conseils d'enfants et les conseils de jeunes, aussi appelés forums de jeunes, commissions consultatives jeunesse ou encore conseils communaux d'enfants et/ou de jeunes, mis en place au sein des villes, communautés de communes, conseils généraux et régionaux ?*





Les moyens de connaissance des conseils d'enfants et de jeunes

Question : Comment avez-vous connu ces conseils d'enfants et de jeunes ?

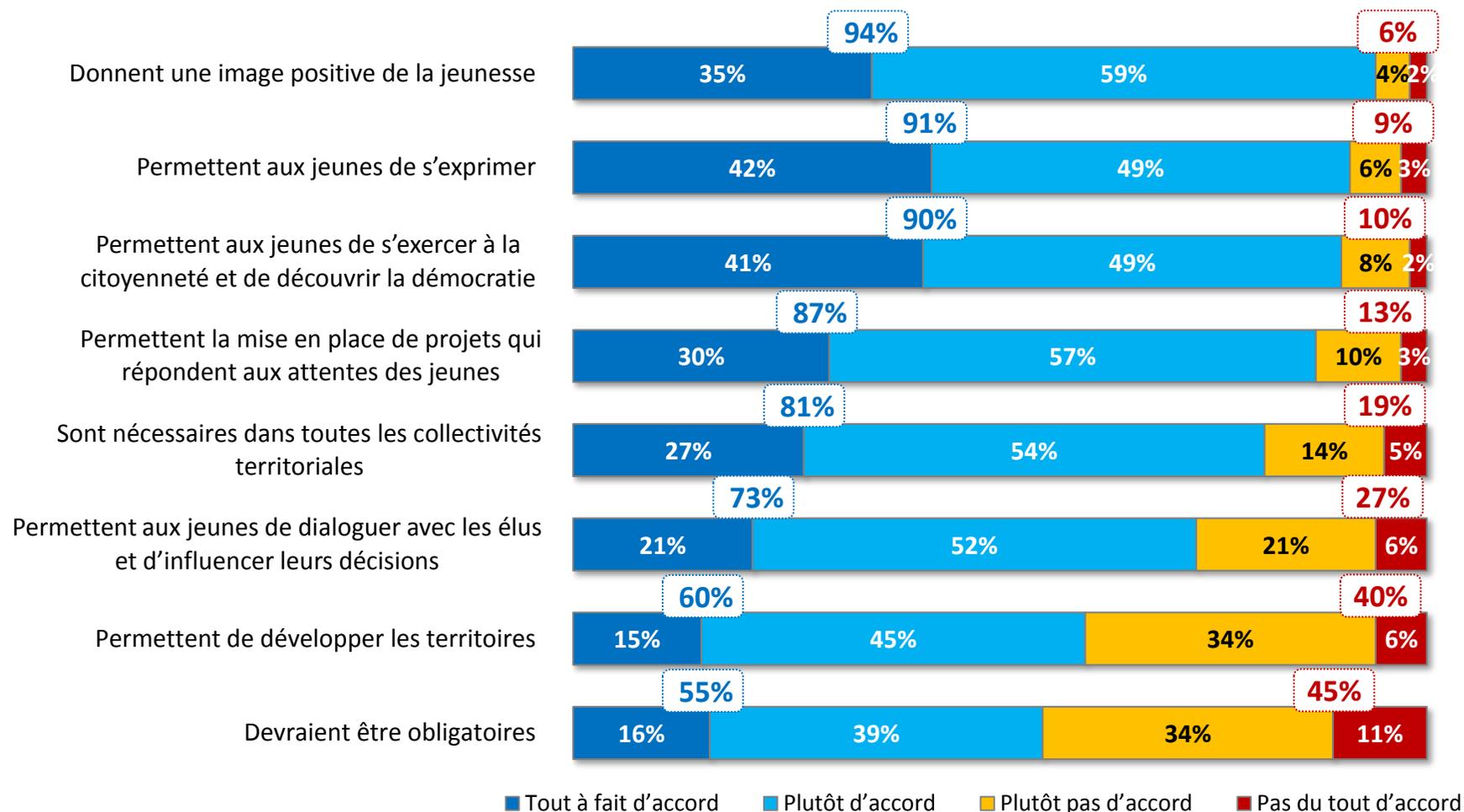


Base : question posée uniquement à personnes qui déclarent connaître les conseils d'enfants et de jeunes, soit 51% de l'échantillon



L'adhésion à différentes propositions sur les dispositifs de participation des jeunes

Question : Voici un certain nombre de propositions à propos des dispositifs de participation pour les jeunes. Pour chacune d'entre elles, indiquez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord. Les dispositifs de participation ...

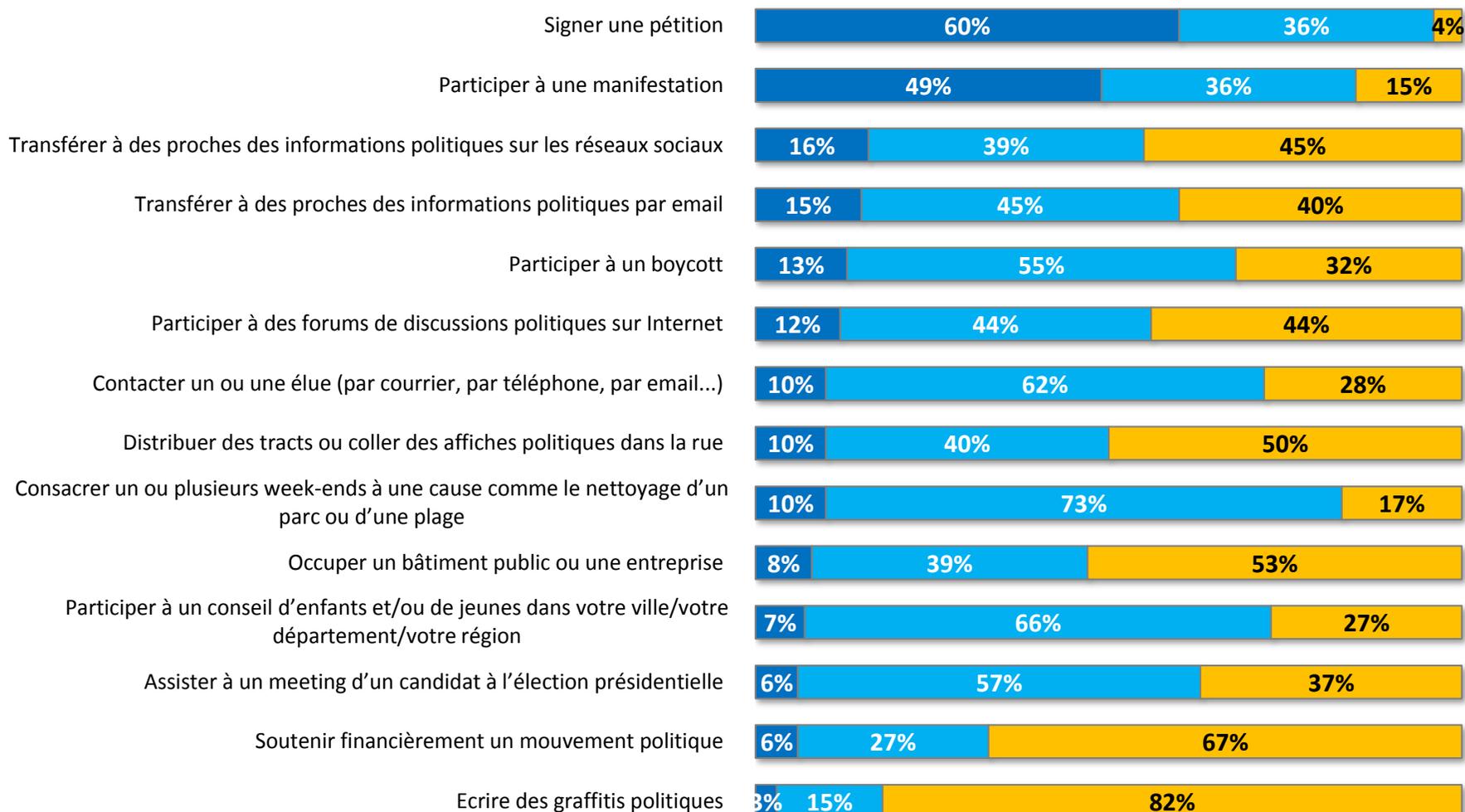


Base : question posée uniquement à personnes qui déclarent connaître les conseils d'enfants et de jeunes, soit 51% de l'échantillon



La propension à participer à différentes formes d'action politique

Question : Voici un certain nombre de formes d'action politique. Pour chacune d'entre elles, indiquez si vous l'avez déjà fait, si vous pourriez le faire ou si vous ne le feriez jamais, quelles que soient les circonstances ?



■ Vous l'avez déjà fait

■ Vous pourriez le faire

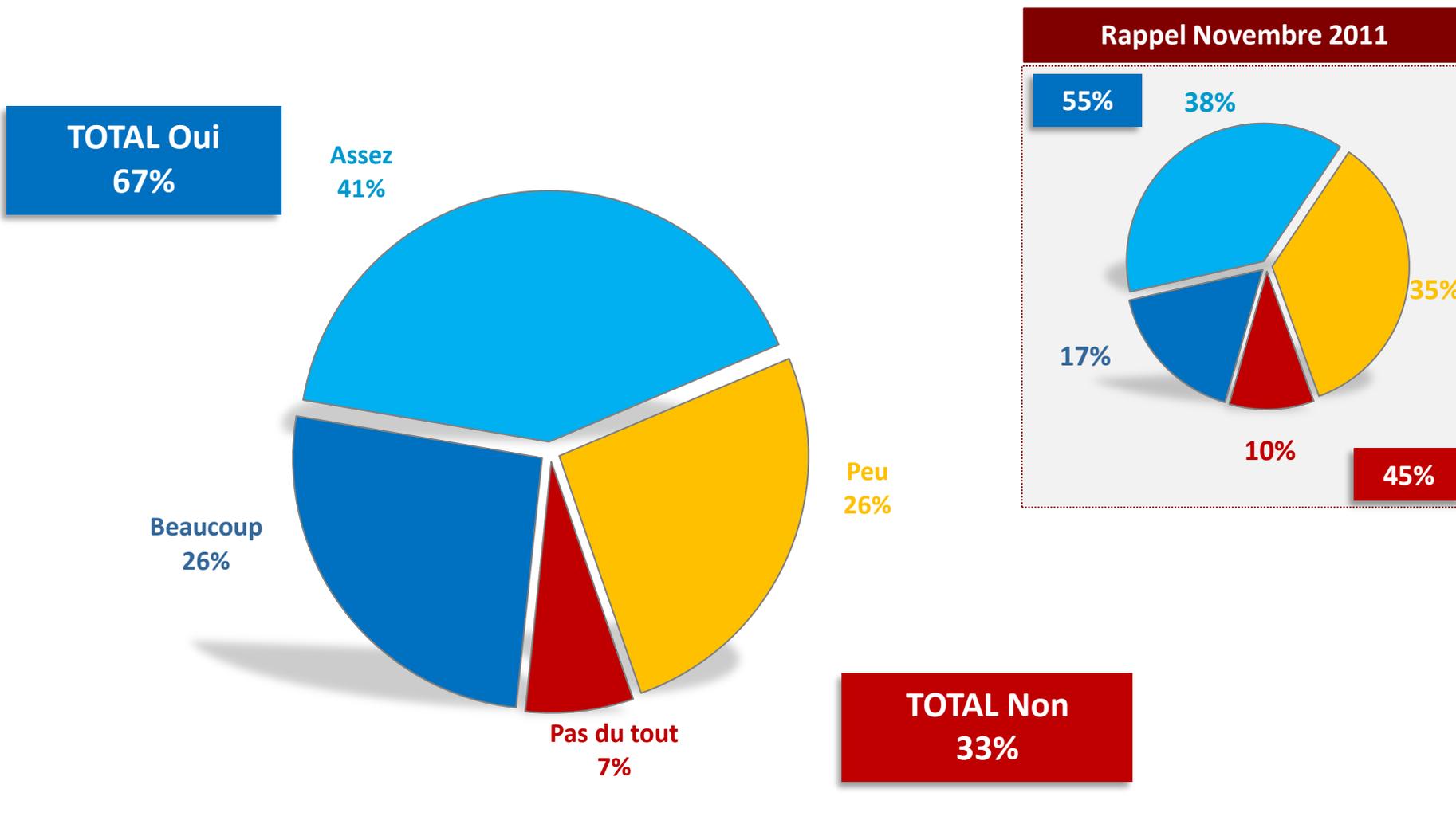
■ Vous ne le feriez jamais

B | La perspective de l'élection présidentielle de 2012



L'intérêt pour la campagne présidentielle actuelle

Question : Est-ce que vous vous intéressez beaucoup, assez, peu ou pas du tout à la campagne présidentielle actuelle ?

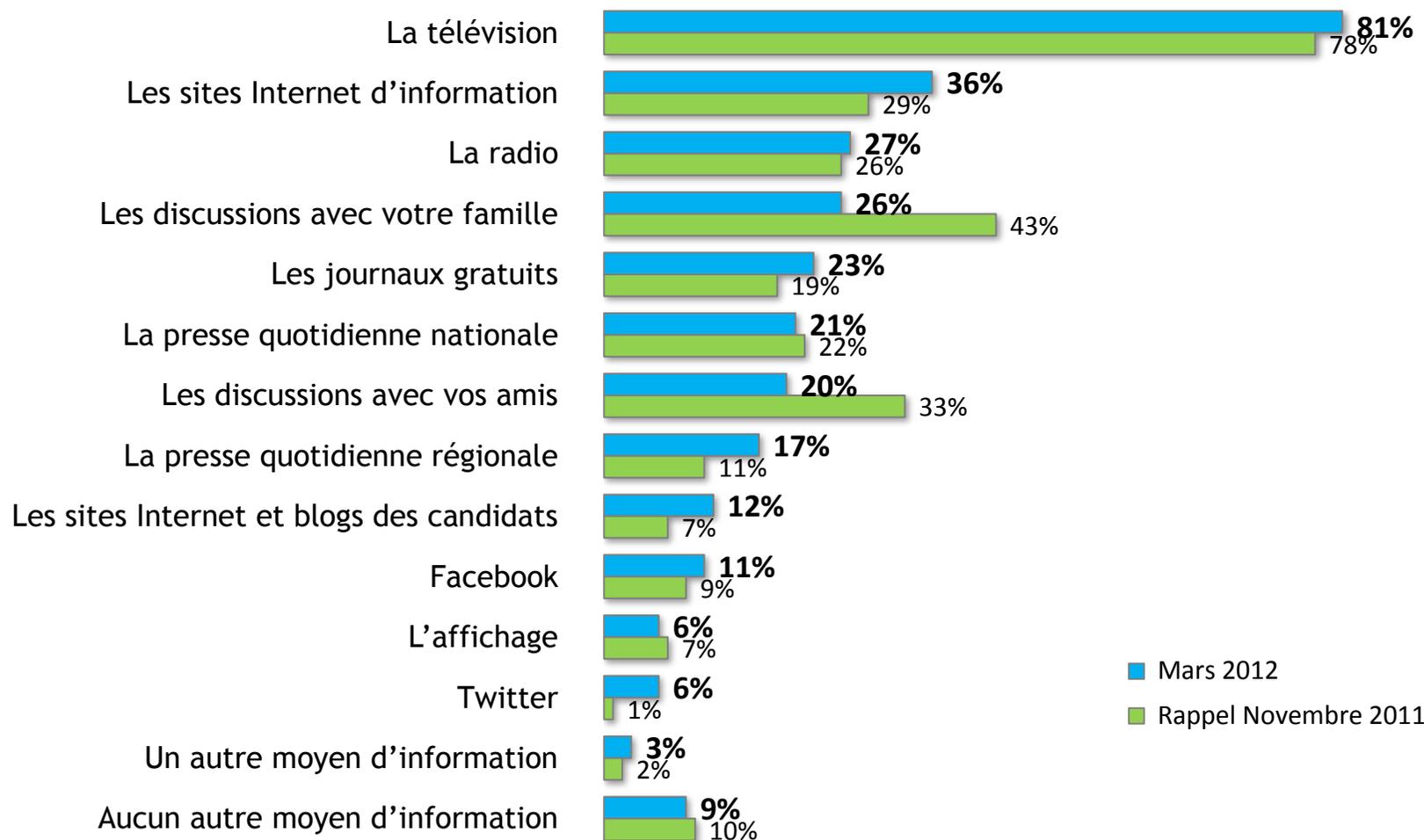




Les moyens utilisés pour s'informer sur le déroulement de la campagne présidentielle

Question : Parmi les moyens suivants, quels sont ceux que vous utilisez principalement pour vous informer sur le déroulement de la campagne présidentielle ?

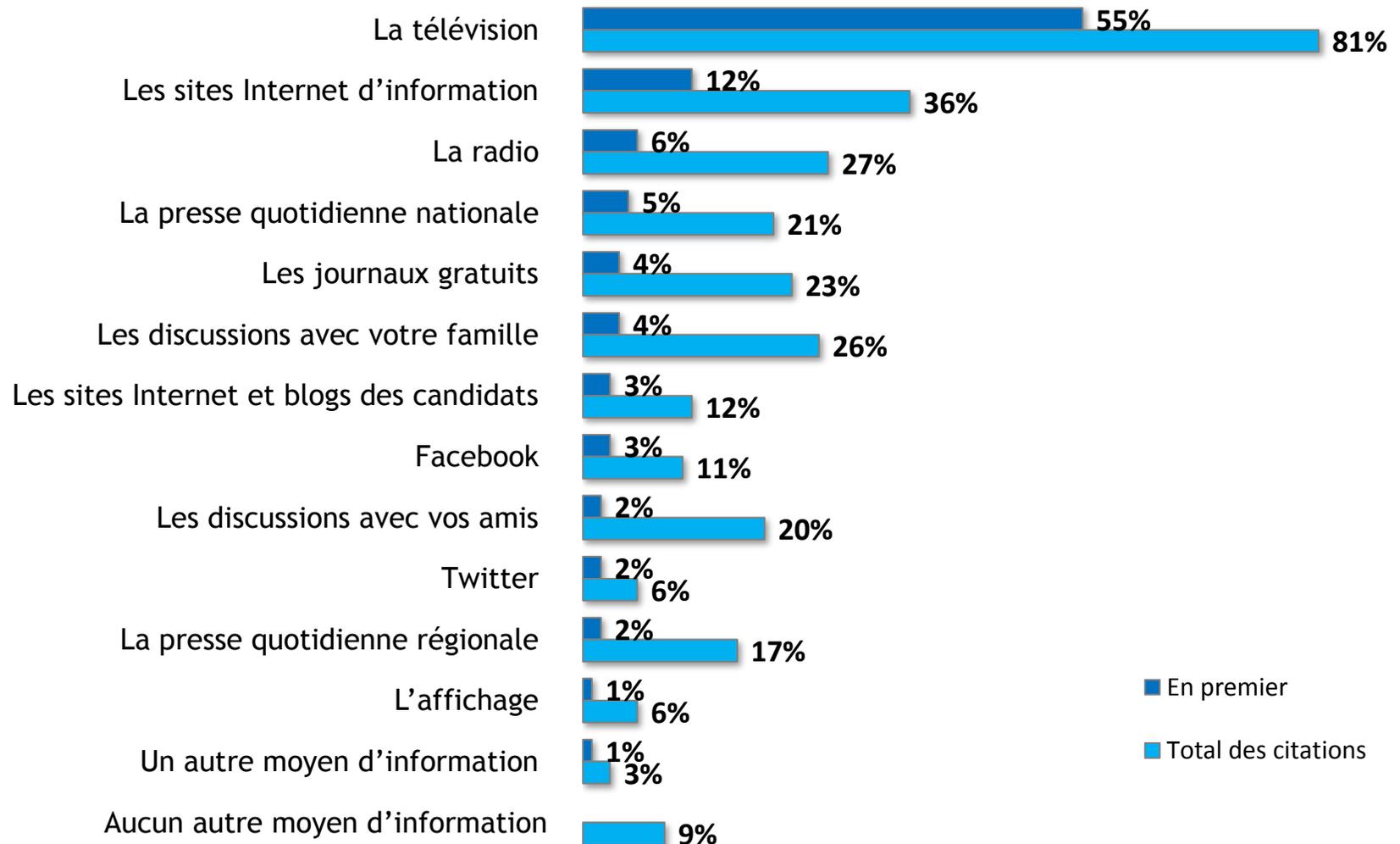
- Récapitulatif : Total des citations -





Les moyens utilisés pour s'informer sur le déroulement de la campagne présidentielle

Question : Parmi les moyens suivants, quels sont ceux que vous utilisez principalement pour vous informer sur le déroulement de la campagne présidentielle ?

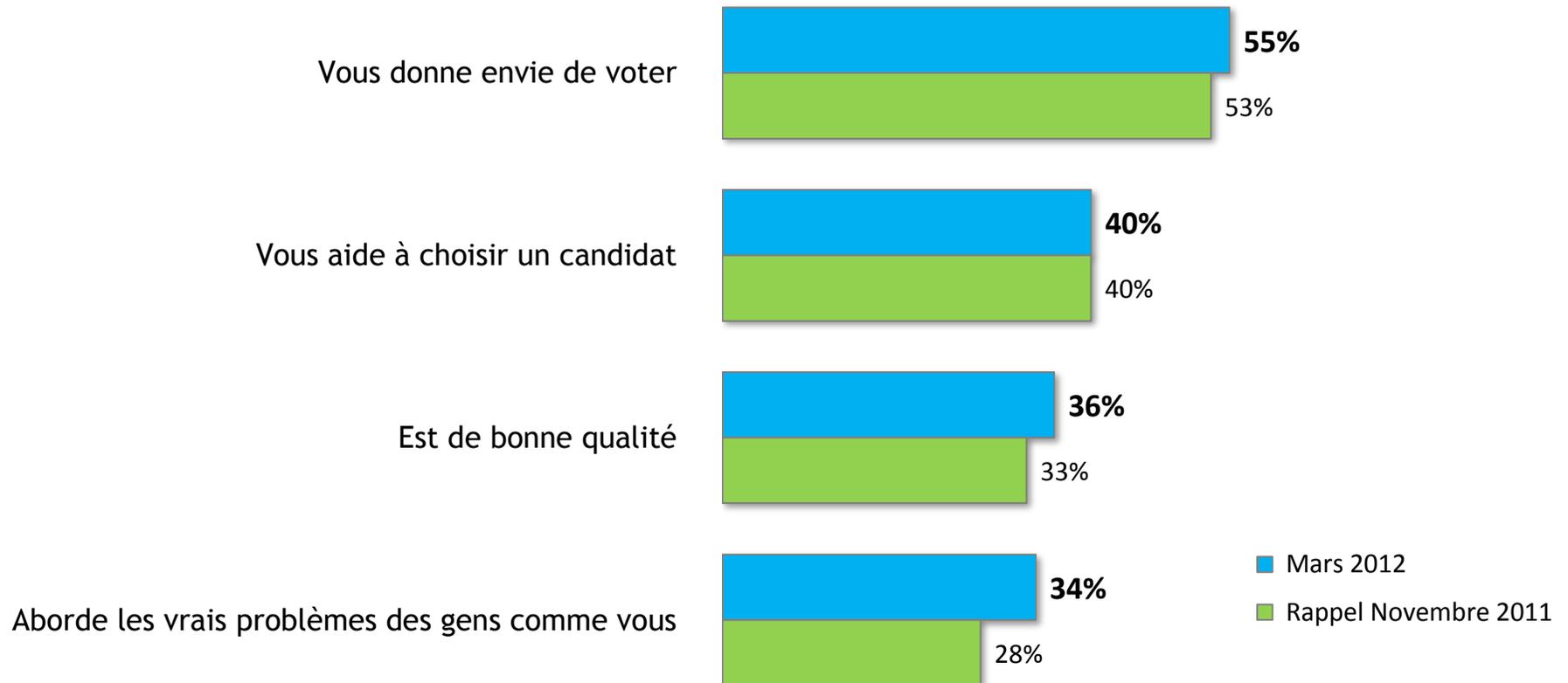




L'adhésion à différentes propositions sur la campagne pour l'élection présidentielle

Question : Indiquez à propos de cette campagne pour l'élection présidentielle si elle ... ?

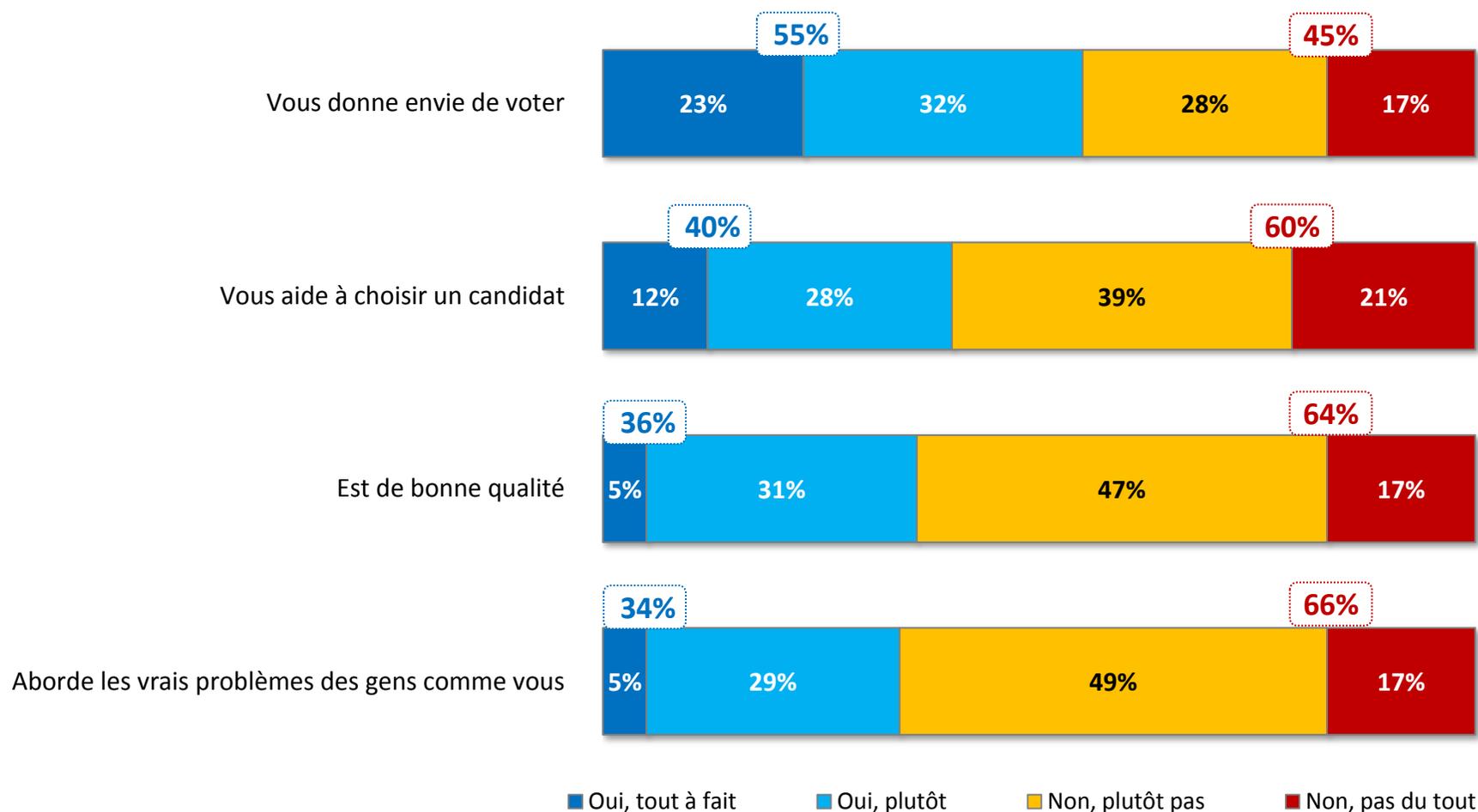
- Récapitulatif : Total Oui -





L'adhésion à différentes propositions sur la campagne pour l'élection présidentielle

Question : Indiquez à propos de cette campagne pour l'élection présidentielle si elle ... ?

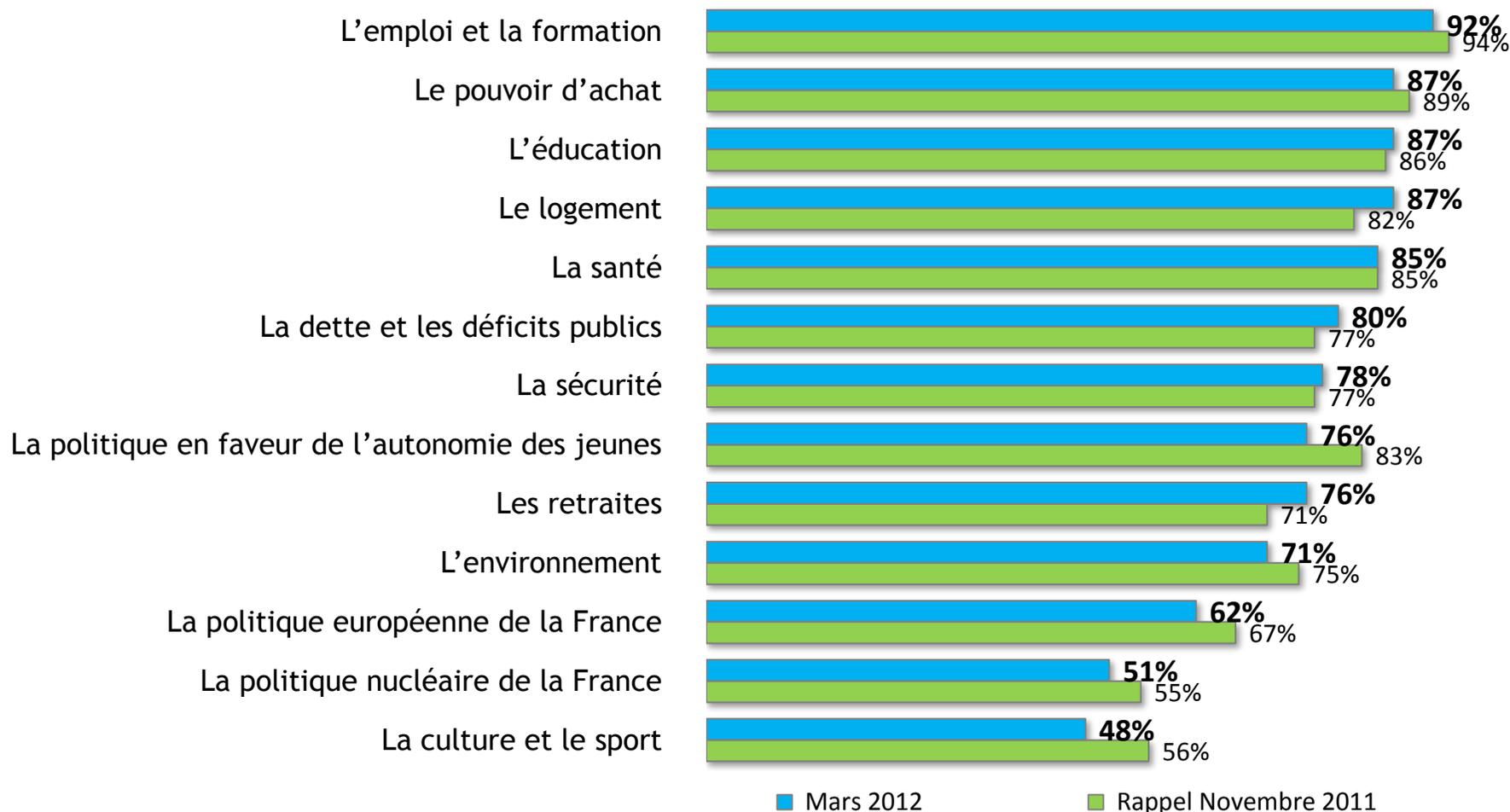




L'importance portée à différents thèmes dans le vote à l'élection présidentielle

Question : Et pour chacun des thèmes suivants, est-ce qu'il comptera beaucoup, assez, peu ou pas du tout dans votre décision au moment de voter pour l'élection présidentielle ?

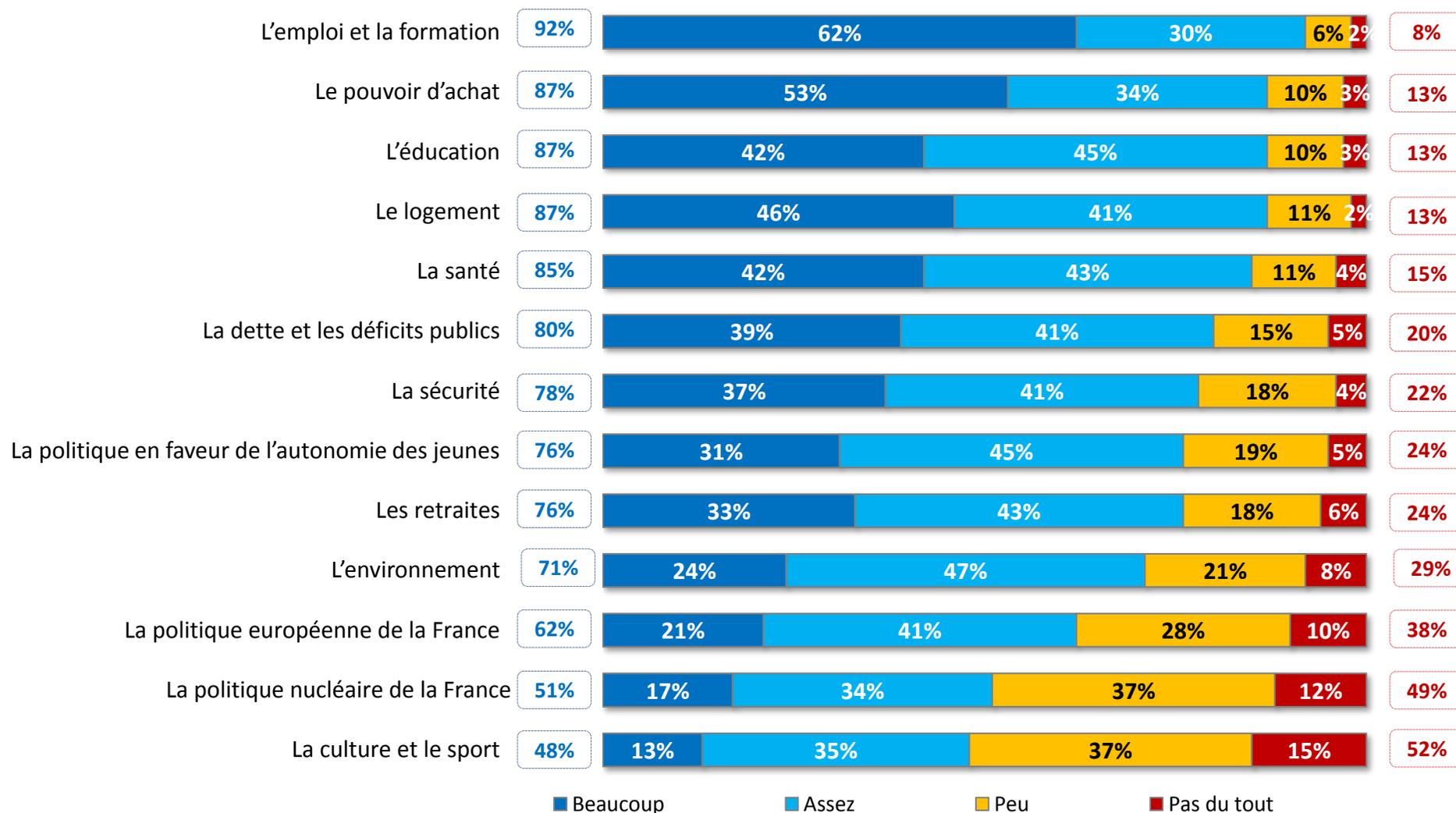
- Récapitulatif : Total Beaucoup / Assez -





L'importance portée à différents thèmes dans le vote à l'élection présidentielle

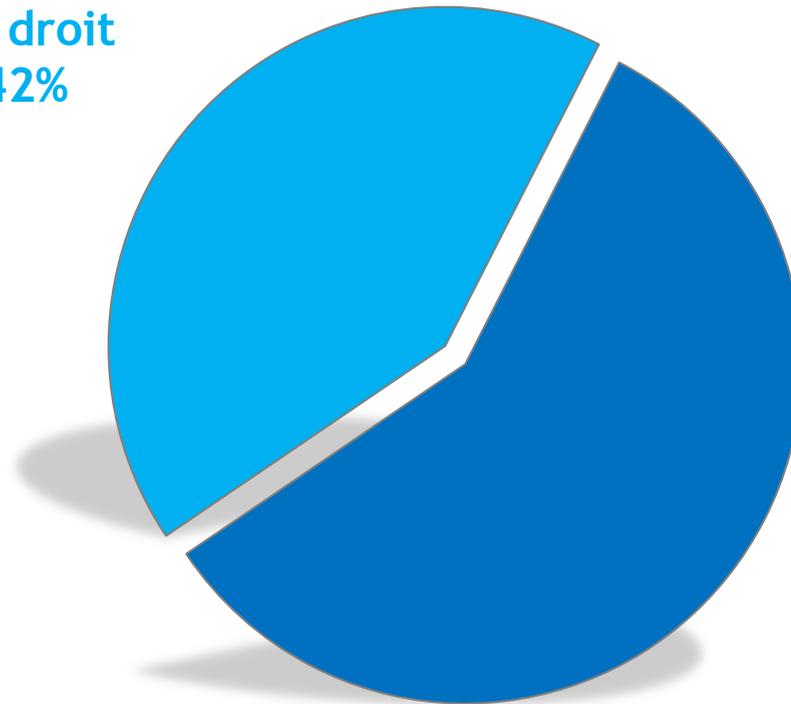
Question : Et pour chacun des thèmes suivants, est-ce qu'il comptera beaucoup, assez, peu ou pas du tout dans votre décision au moment de voter pour l'élection présidentielle ?



Voter : droit ou devoir ?

Question : Pour vous, voter constitue-t-il un droit ou un devoir ?

Un droit
42%



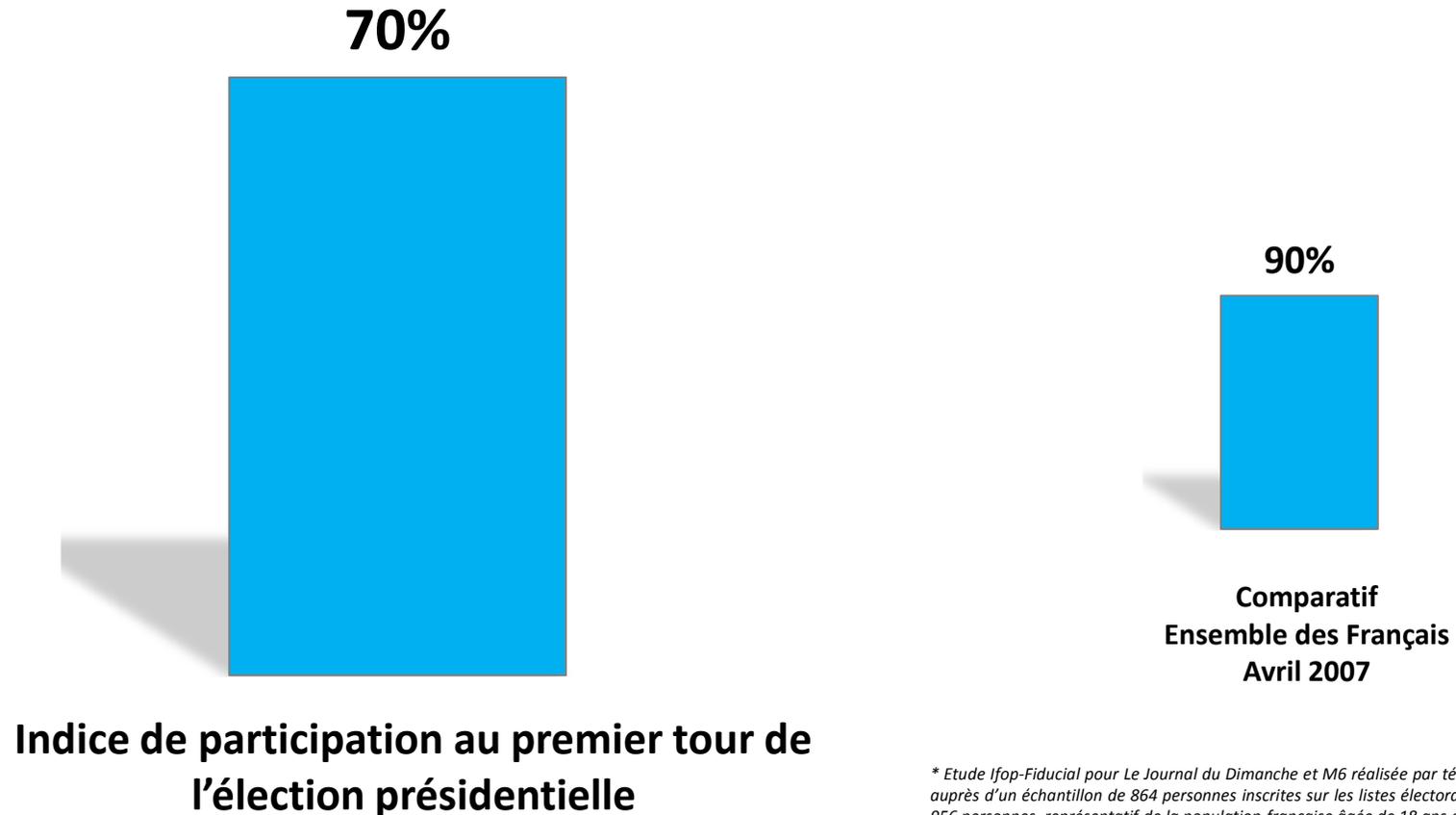
Un devoir
58%

C | L'intention de vote pour l'élection présidentielle de 2012



L'indice de participation au premier tour de l'élection présidentielle

Question : Nous aimerions mesurer la probabilité que vous alliez voter au premier tour de l'élection présidentielle qui aura lieu le 22 avril 2012. A partir d'une échelle de 1 à 10, 1 signifiant que vous êtes tout à fait certain de ne pas aller voter et 10 signifiant que vous êtes tout à fait certain d'aller voter, où vous situez vous sur cette échelle ?



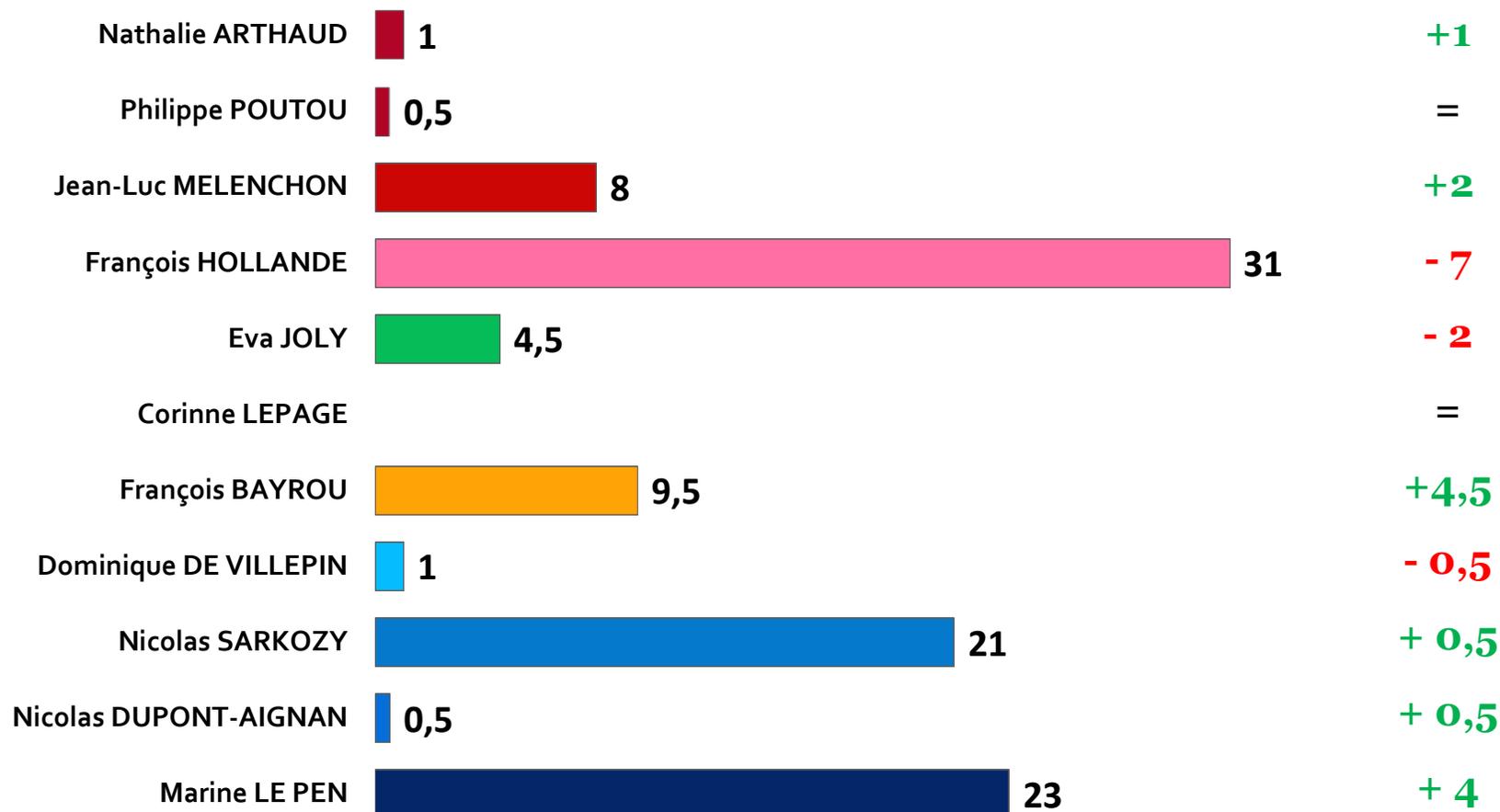
* Etude Ifop-Fiducial pour Le Journal du Dimanche et M6 réalisée par téléphone du 19 au 20 avril 2007 auprès d'un échantillon de 864 personnes inscrites sur les listes électorales, extrait d'un échantillon de 956 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



L'intention de vote au premier tour à l'élection présidentielle

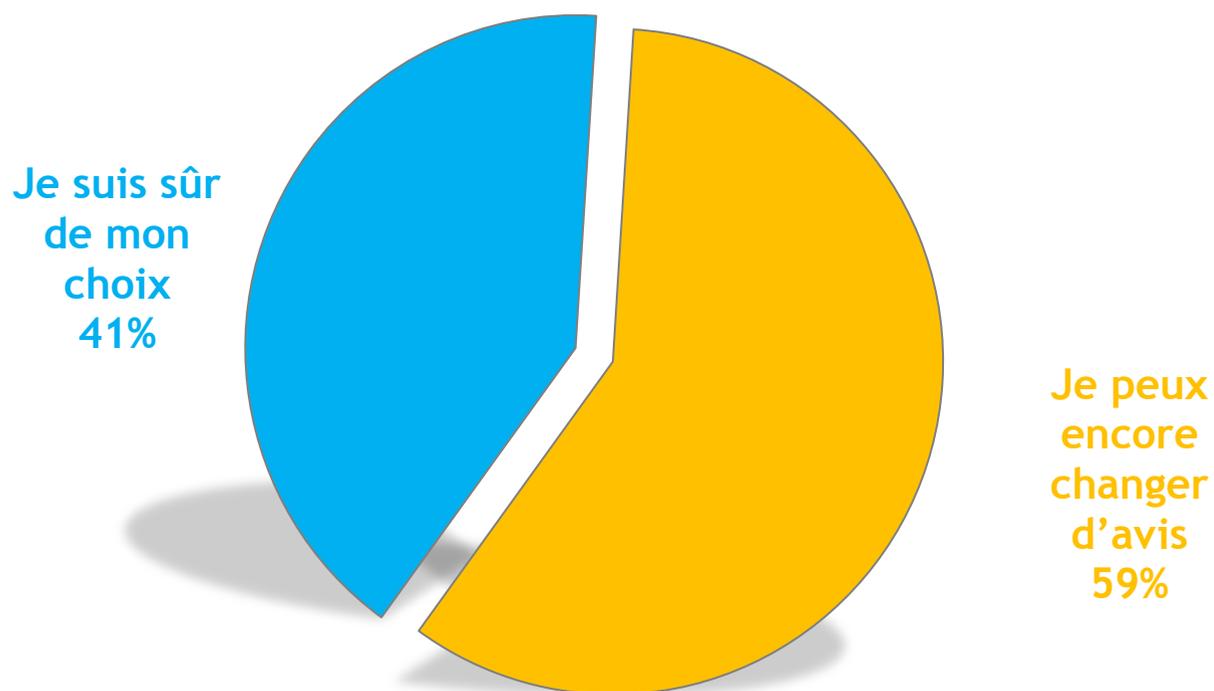
Question : *Si dimanche prochain devait se dérouler le premier tour de l'élection présidentielle pour lequel des candidats suivants y aurait-il le plus de chances que vous votiez ?*

Evolution Novembre 2011



La sûreté du choix au premier tour

Question : Diriez-vous que vous êtes sûr de votre choix ou que vous pouvez encore changer d'avis ?



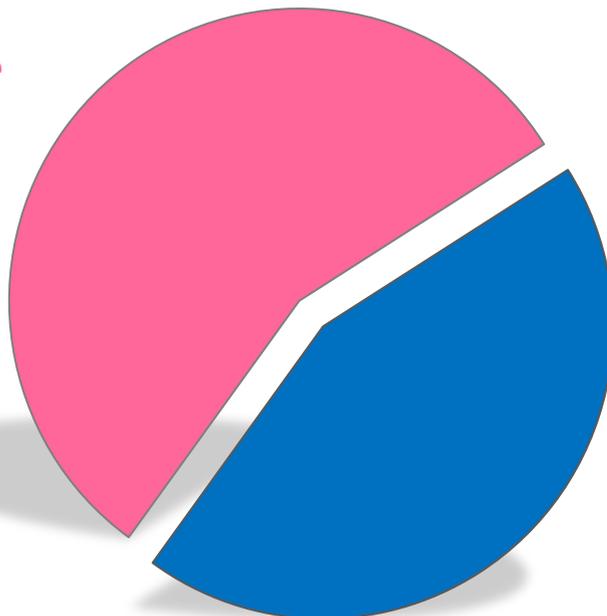
Base : question posée uniquement aux personnes inscrites sur les listes électorales, soit 95% de l'échantillon

L'intention de vote au second tour de l'élection présidentielle

Question : Et si dimanche prochain devait se dérouler le second tour de l'élection présidentielle pour lequel des candidats suivants y aurait-il le plus de chances que vous votiez ?

Ensemble Mars 2012

François
Hollande
56%

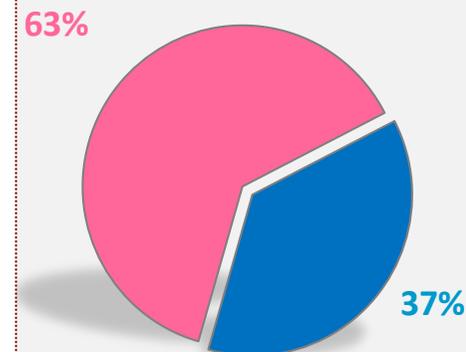


Nicolas
Sarkozy
44%

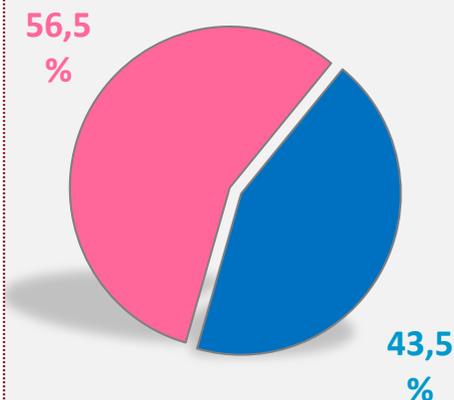
Base : question posée uniquement aux personnes inscrites sur les listes électorales, soit 95% de l'échantillon

* Etude Ifop-Fiducial pour Europe 1, Paris Match et Public Sénat réalisée par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing) et par téléphone du 23 au 26 février 2012 auprès d'un échantillon de 1 723 personnes inscrites sur les listes électorales, extrait d'un échantillon de 1 903 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Rappel Novembre 2011



Comparatif Ensemble des Français*



3 | Les principaux enseignements



Les principaux enseignements (1/5)

A – Les jeunes et les nouvelles formes d'action politique

Les dispositifs existant dans les collectivités territoriales et permettant aux jeunes d'agir sur leur territoire et de mener des actions, communément appelés conseils d'enfants ou de jeunes, sont connus d'un Français âgé de 18 à 22 ans sur deux (51%). La connaissance des conseils d'enfants ou de jeunes ne semble pas faire l'objet de différences selon les segments sociodémographiques de cette population.

Les moyens de connaissance des dispositifs de participation sont assez divers. **Le rôle d'information des différentes collectivités territoriales – mairies, conseils généraux ou conseils régionaux – est mis en avant** puisque 23% des personnes les connaissent par ce biais. Les médias sont mentionnés également – la télévision, la radio et la presse écrite, puis Internet par respectivement 18% et 12% des personnes interrogées – tandis que les enseignants permettent aussi d'étendre la notoriété de ces dispositifs (13% de citations). L'influence des événements organisés par des conseils d'enfants et de jeunes eux-mêmes n'est que mineure (4%).

Les conseils d'enfants et de jeunes jouissent d'une image très positive auprès des jeunes qui les connaissent et bénéficient d'une légitimité qui tient à une double fonction : l'expression des jeunes et l'apprentissage de la citoyenneté. Pour une large majorité d'entre eux, ils donnent une image positive de la jeunesse (94%), permettent aux jeunes de s'exprimer (91%), de s'exercer à la citoyenneté et de découvrir la démocratie (90%) et rendent possible la mise en place de projets qui répondent aux attentes des jeunes (87%).



Les principaux enseignements (2/5)

En retrait, et **mettant en exergue les vertus formatrices de ces dispositifs plus que l'impact de la participation des jeunes sur les décisions politiques**, 73% des jeunes de 18 à 22 ans considèrent qu'ils permettent aux jeunes de dialoguer avec les élus et d'influencer leurs décisions et 60% qu'ils permettent de développer les territoires. 81% des interviewés estiment enfin que les conseils d'enfants et de jeunes sont nécessaires dans toutes les collectivités territoriales, mais seulement 55% jugent qu'ils devraient être obligatoires.

Les actions politiques menées par les jeunes de 18 à 22 ans demeurent assez limitées, mais ces derniers montrent un certain entrain pour participer davantage à l'avenir. L'essentiel des actions déjà menées par les primo-votants sont ainsi les signatures de pétition et les participations à des manifestations, qui ont déjà concerné respectivement 60% et 49% des interviewés. Les autres formes d'action politique sont plus marginales et sont souvent liées à Internet : 16% ont déjà transféré à des proches des informations politiques sur les réseaux sociaux, 15% ont transféré des informations politiques par email et 12% ont participé à des forums de discussion politique sur Internet. Notons également que 13% des personnes interrogées ont participé à un boycott, 10% ont déjà consacré un ou plusieurs week-ends à une cause comme le nettoyage d'un parc ou d'une plage et 6% ont déjà soutenu financièrement un mouvement politique.

Si les jeunes âgés de moins de 23 ans ont assez logiquement effectué moins d'actions politiques que leurs aînés, ils semblent cependant plus enclins à en faire à l'avenir. Comparativement à une enquête Ifop pour le Cevipof datée de novembre 2009, ils sont plus nombreux que leurs aînés à déclarer de manière générale qu'ils pourraient s'inscrire à l'avenir dans une démarche citoyenne et politique quelle que soit la forme d'action politique.



Les principaux enseignements (3/5)

Les primo-votants sont ainsi nombreux à déclarer envisager à l'avenir de consacrer un ou plusieurs week-ends à une cause (73%), à participer à un conseil de jeunes (66%), à contacter un ou une élue par courrier, téléphone ou mail (62%) ou à assister à un meeting d'un candidat à l'élection présidentielle (57%).

B – La perspective de l'élection présidentielle de 2012

Quatre mois après la précédente vague de l'enquête et désormais à quelques encablures du premier tour de l'élection présidentielle, l'intérêt pour la campagne présidentielle est en nette hausse. 67% des primo-votants déclarent ainsi s'y intéresser (+12 points par rapport à novembre 2011), dont 26% déclarent s'y intéresser beaucoup (+9). Seules 7% des personnes interrogées ne manifestent aucun intérêt pour cet évènement (-3). La proportion de jeunes s'intéressant à la campagne présidentielle est ainsi similaire à celle des Français s'y intéressant (68% d'intérêt dans le tableau de bord Ifop / Paris-Match du 1^{er} et 2 mars 2012). Notons que la proximité de l'élection présidentielle annihile certains clivages observés précédemment. Parmi les 18-22 ans, aucune distinction n'est perceptible alors que l'intérêt était plus faible auprès des jeunes âgés de 18 ans que de ceux âgés de 22 ans. En revanche, la différenciation selon la profession et la catégorie socioprofessionnelle du chef de famille est toujours effective. 79% des personnes dont le chef de famille appartient aux catégories socioprofessionnelles supérieures montrent leur intérêt pour la campagne, contre 58% des personnes dont le chef de famille appartient aux catégories socioprofessionnelles les plus modestes (employés ou ouvriers).



Les principaux enseignements (4/5)

La télévision demeure le principal moyen d'information sur la campagne présidentielle. 81% des jeunes âgés de 18 à 22 ans déclarent ainsi qu'elle est l'un des moyens les plus utilisés pour s'informer sur la campagne présidentielle (78% en novembre 2011). Elle devance d'autres médias : les sites Internet d'information (36% de citations, contre 29% en 2011), devant un média aussi important que la radio (27% contre 26% en 2011). **L'afflux d'informations sur le déroulement de la campagne présidentielle dans les différents médias, qui de manière générale sont davantage cités qu'en novembre, semble diminuer la portée des discussions avec les proches.** Respectivement 26% et 20% des interviewés déclarent s'informer à partir de discussions avec leur famille (contre 43% en novembre) et avec leurs amis (contre 33% en novembre). Notons également la part croissante d'Internet dans les moyens d'information sur le déroulement de campagne présidentielle. On observe d'ailleurs une hiérarchie entre ces vecteurs 2.0. Les sites Internet d'information sont davantage consultés en premier lieu (36%, contre 29% en novembre 2011), et bien que restant marginaux, les sites Internet et blogs des candidats (12%, contre 7% en novembre 2011) et les réseaux sociaux Facebook (11%, contre 9% en novembre 2011) et Twitter (9%, contre 1% en novembre 2011) jouent un rôle informatif plus important qu'il y a quatre mois.

Les primo-votants jugent sévèrement la campagne présidentielle. Pour autant, une majorité d'entre eux considère qu'elle leur donne envie de voter (55%, +2 par rapport à novembre 2011). Toutefois, seulement 40% estiment qu'elle aide à choisir un candidat (stable), 36% qu'elle est de bonne qualité (+3) et 34% qu'elle aborde les vrais problèmes des gens comme vous (+6). Sur ces deux derniers points, se fait jour une légère progression par rapport à la vague de novembre.



Les principaux enseignements (5/5)

Par ailleurs, le fait qu'une minorité affirme que la campagne présidentielle l'aide à choisir à un candidat indique peut-être que la jeunesse est assez politisée et que la campagne ne fait pas bouger les positions de chacun. L'analyse des résultats détaillés montre toutefois que la campagne est jugée moins négativement à mesure que l'intérêt que l'on lui porte est grand.

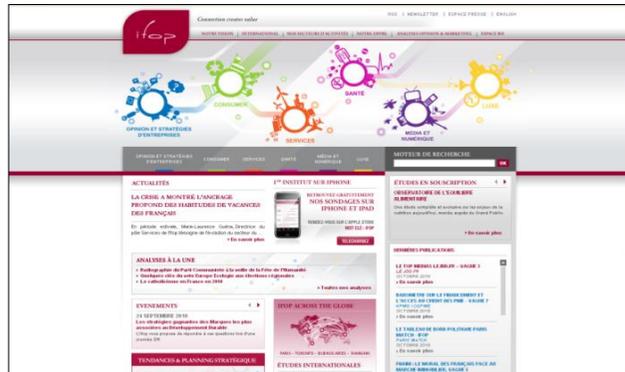
Les réponses apportées par les différents candidats à l'élection présidentielle sur le thème de l'emploi et de la formation sont celles qui compteront le plus pour les primo-votants au moment de voter le 22 avril 2012. 92% d'entre eux déclarent que ce thème comptera beaucoup ou assez dans leur décision lors de cette échéance (-2 par rapport à novembre 2011). **Les jeunes se concentrent principalement sur des problématiques socio-économiques dans un contexte de crise où le taux de chômage dans cette catégorie de population atteint des niveaux inédits** ; le pouvoir d'achat (87%, -2) apparaît en deuxième position. Viennent ensuite l'éducation (87%, +1), le logement (87%, +5) et la santé (85%, stable), thèmes primordiaux à l'approche du scrutin. Les préoccupations des jeunes sont relativement homogènes par rapport à celles de l'ensemble de la population, laquelle fait également de la lutte contre le chômage une priorité dans les prochains mois. Notons aussi la **baisse non négligeable du thème de la politique en faveur de l'autonomie des jeunes** (76%, -7) qui reste néanmoins une problématique majeure auprès des jeunes au même titre que la dette et les déficits publics (80%, +3), la sécurité (78%, +1) et les retraites (76%, +5). Des thèmes comme la politique européenne de la France (62%, -5), la politique nucléaire de la France (51%, -4), qui sont d'ailleurs moins présents dans les médias aujourd'hui, et la culture et le sport (48%, -8), sont en retrait par rapport aux autres thèmes évoqués.



Pour en savoir plus sur l'Ifop...

...visitez nos sites web :

www.ifop.com



www.ifopelections.fr



...et restez connecté avec nos publications :



Alertes d'actualité



Facebook



Twitter



iPhone