



# Le baromètre de l'élection présidentielle 2012

- Vague 2 -



Contacts
Frédéric Dabi
Directeur Général Adjoint
frederic.dabi@ifop.com
Damien Philippot
Directeur de clientèle
damien.philippot@ifop.com











### Sommaire

- 1 La méthodologie
- 2 Les principaux enseignements
- 3 Les résultats de l'étude
  - A L'intention de vote au premier tour
  - B Le suivi des indécis au premier tour
  - C L'intention de vote au second tour





### 1 La méthodologie





Etude: Ifop - Fiducial pour Europe 1 - Paris Match - Public Sénat

Echantillon: Echantillon de **1387** personnes inscrites sur les listes

électorales, extrait d'un échantillon de **1655** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé(e)) 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) et par

téléphone.

Dates de terrain : Du 29 janvier à partir de 21h30 au 30 janvier 2012

La notice de cette enquête est consultable à la Commission des sondages.

<u>Avertissement</u>: l'Ifop rappelle que les résultats de cette enquête doivent être interprétés comme une indication significative de l'état des rapports de force actuels dans la perspective du prochain scrutin présidentiel. En aucun cas, ils ne constituent un élément prédictif des résultats le jour du vote.

Janvier 2012





### **2** Les principaux enseignements





### Les principaux enseignements

La deuxième vague du baromètre de l'élection présidentielle 2012 Ifop – Fiducial pour Europe 1, Paris-Match et Public Sénat livre les enseignements suivants :

François Hollande, bénéficiant de la séquence médiatique ouverte lors du meeting du Bourget, assoit sa domination dans les intentions de vote du premier tour, en gagnant 3 points par rapport à la précédente mesure (31%). Sa progression lui permet de maintenir à distance Nicolas Sarkozy qui, avec 24,5%, n'enregistre pour le moment qu'un effet limité de son émission télévisée du 29 janvier (+0,5 point), mais qui paraît remobiliser une partie de son socle électoral (39% des personnes âgées de 65 ans et plus indiquent ainsi vouloir voter pour le président sortant, soit 5 points de plus que dans la dernière mesure).

Un mouvement de rebipolarisation de l'électorat semble s'installer, les deux principaux challengers subissant de légers reculs d'intentions de vote : Marine Le Pen pointe ainsi à 19% (-1) et François Bayrou à 12% (-1 point), la candidate du Front National maintenant l'écart avec le président du Modem et continuant de pouvoir prétendre, à la différence de ce dernier, à la qualification au second tour.



### Les principaux enseignements

Les autres candidats restent à distance de ce quatuor de tête : Jean-Luc Mélenchon est stable à 7,5%, de même qu'Eva Joly à 3%. Derrière, les scores ne dépassent pas 1%.

59% des électeurs interrogés se déclarent sûrs de leur intention de vote au premier tour, 41% disent encore hésiter. Les électorats les plus solides sont ceux de François Hollande (71% de sûrs de leur choix), Nicolas Sarkozy (73%) et, à un degré moindre, Marine Le Pen (66%). A l'inverse, les soutiens de François Bayrou apparaissent encore très hésitants (31% seulement de sûrs de leur choix).

Au second tour, François Hollande confirme sa suprématie, engrangeant 58% des intentions de vote, distançant ainsi Nicolas Sarkozy de 16 points. Le candidat socialiste bénéficie de bons reports de voix des électeurs Bayrou du premier tour (52%, contre 26% seulement pour Nicolas Sarkozy), et enregistre même le soutien d'une part significative (25%) des électeurs frontistes. Le président sortant est distancé par François Hollande dans toutes les catégories sociodémographiques, à l'exception des 65 ans et plus et des artisans et commerçants qui continuent d'accorder un soutien majoritaire à Nicolas Sarkozy.





### **Q** Les résultats de l'étude







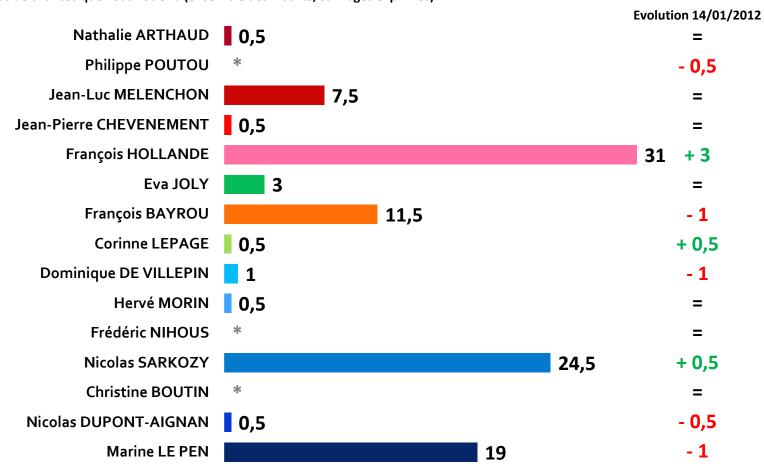
# A L'intention de vote au premier tour

Janvier 2012



### L'intention de vote au premier tour

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 ? (ensemble des inscrits, suffrages exprimés)

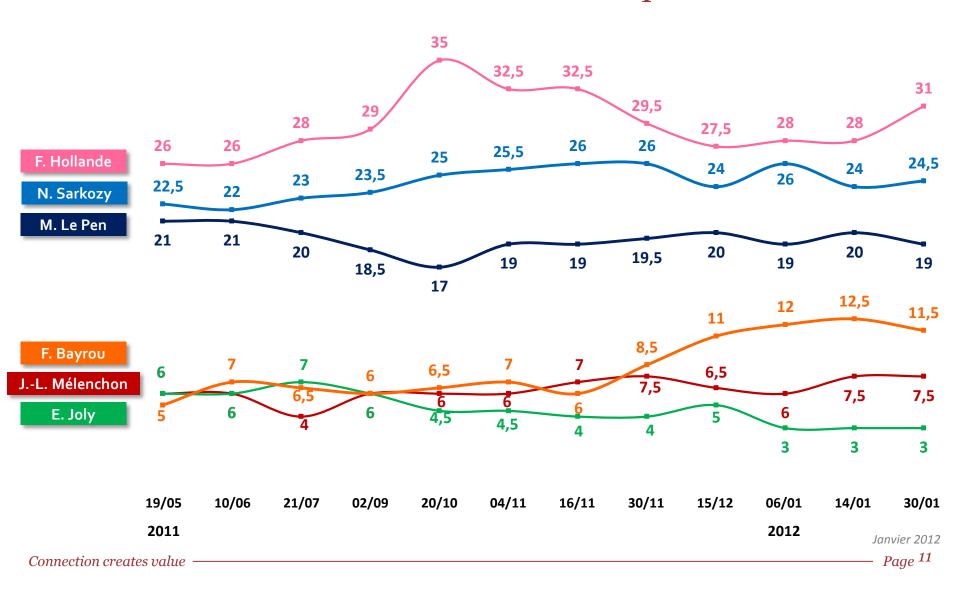


<sup>\*</sup> Score inférieur à 0,5%





### L'évolution de l'intention de vote au premier tour







### La structuration des intentions de vote au premier tour







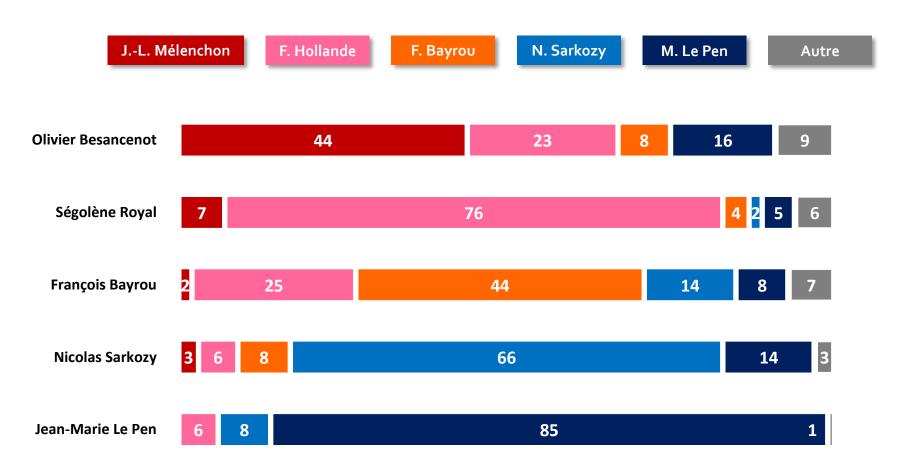
### La structuration des intentions de vote au premier tour







### Le devenir des principaux électorats de 2007



<u>Note de lecture</u>: sur 100 électeurs d'Olivier Besancenot en 2007, 44 voteraient pour Jean-Luc Mélenchon en 2012, 23 pour François Hollande, 8 pour François Bayrou, et 16 pour Marine Le Pen et 9 pour d'autres candidats.





## B Le suivi des indécis au premier tour

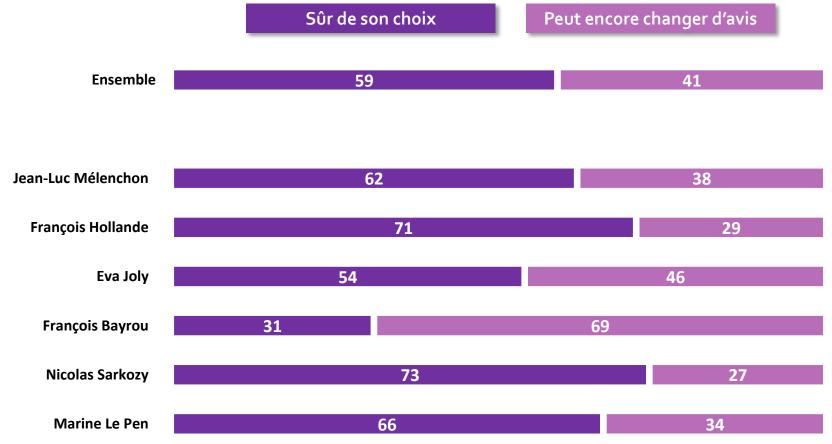
Janvier 2012





### La sureté du choix par électorat

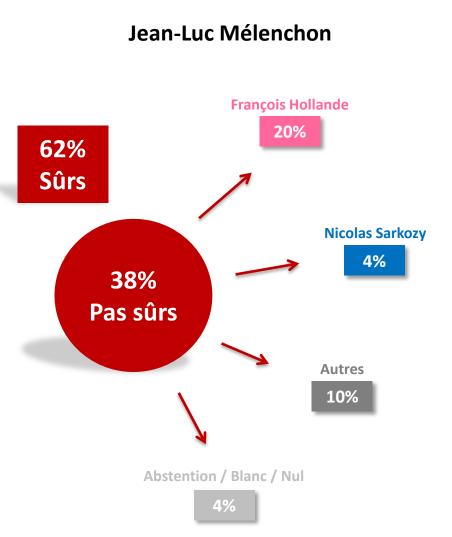
QUESTION: Concernant ce premier tour, diriez-vous que vous êtes sûr de votre choix ou que vous pouvez encore changer d'avis ?

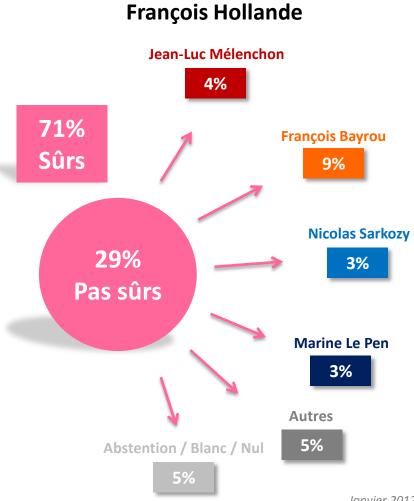






### *Les seconds choix (1/3)*

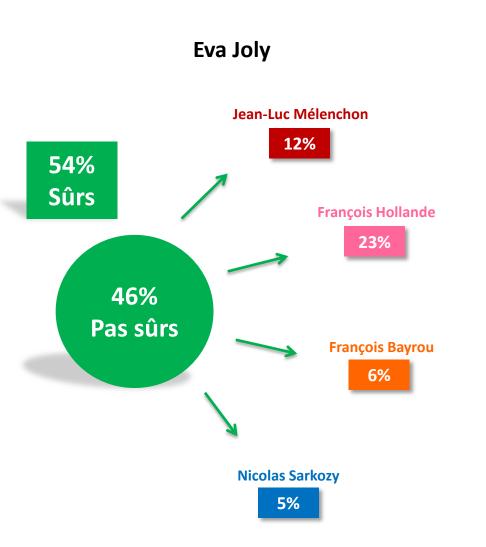


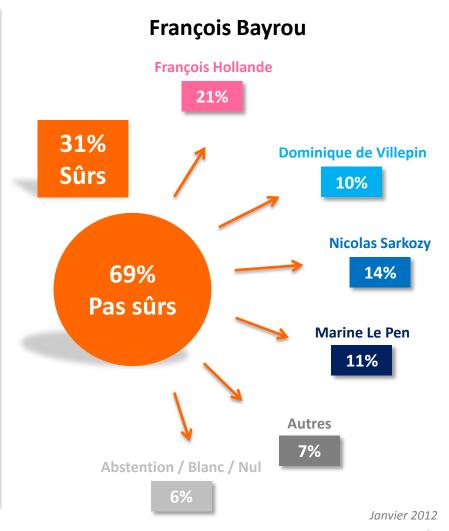






### Les seconds choix (2/3)

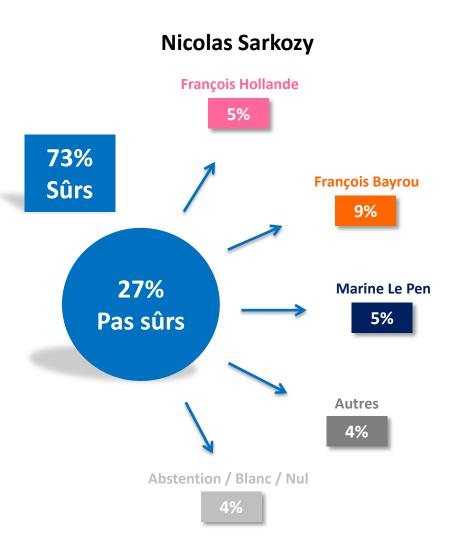


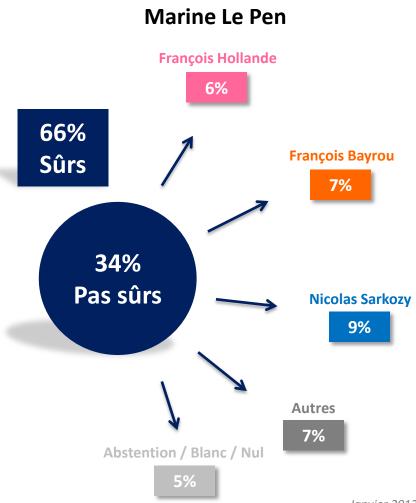






### *Les seconds choix (3/3)*





Janvier 2012





## C L'intention de vote au second tour

Janvier 2012





### L'intention de vote au second tour

QUESTION: 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 des inscrits, suffrages exprimés)







**Evolution 14/01/2012** 



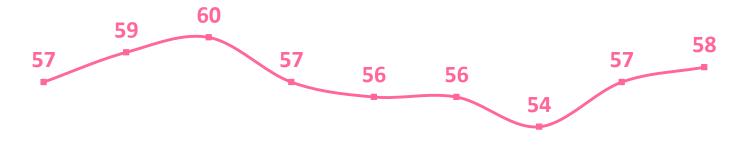




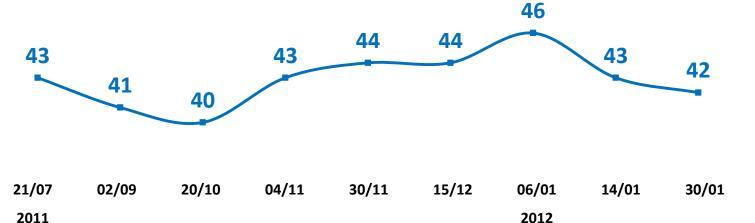


### L'évolution de l'intention de vote au second tour









Janvier 2012

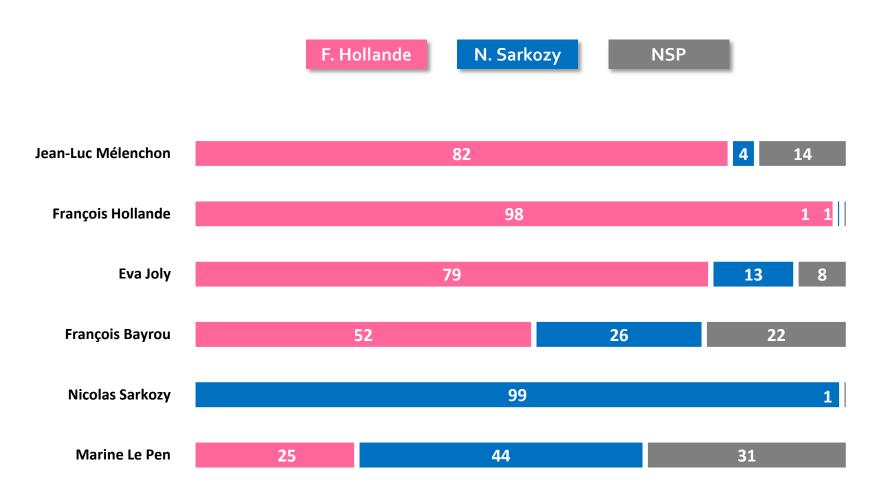
Connection creates value

*Page* **22** 





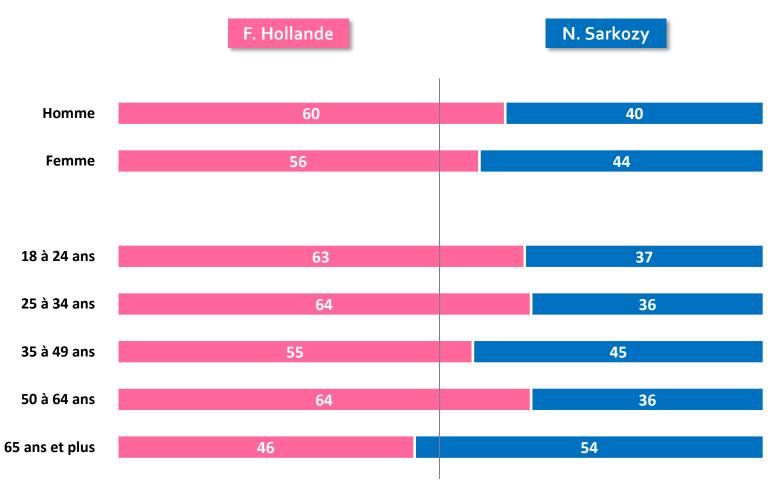
### Les reports entre le 1<sup>er</sup> tour et le 2<sup>nd</sup> tour







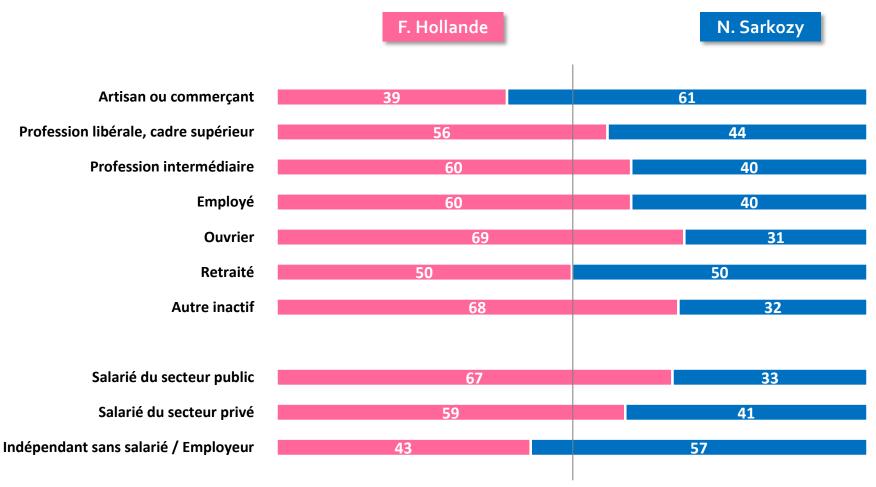
#### La structuration des intentions de vote au second tour







#### La structuration des intentions de vote au second tour







#### Restez connecté en temps réel avec l'actualité des sondages :











**iPhone** 

**iPad** 

www.ifopelections.fr

@ifopopinion

**Ifop Opinion** 

#### A propos de l'Ifop:

L'Ifop est depuis 1938 un des pionniers et l'un des leaders sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing. L'Ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonnance avec les mutations de la société et des marchés: Opinion et Stratégies d'entreprise; Consumer centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien-être; les Services articulés autour de 3 secteurs à fort potentiel, l'énergie, la banque et l'assurance et la mobilité; les Médias et le Numérique; et la Santé qui compte une organisation Global Healthcare. Premier institut de sondages créé en France, l'Ifop est à l'écoute depuis plus de 70 ans de l'opinion et enregistre fidèlement les évolutions politiques, sociales et comportementales de la société française. Présent lors de toutes les campagnes présidentielles de la Cinquième République, l'Ifop est un acteur majeur et reconnu dans le domaine électoral et de l'analyse de l'opinion.

#### A propos de Fiducial:

FIDUCIAL est le leader des services pluridisciplinaires aux petites entreprises, artisans, commerçants, professions libérales et agriculteurs. Créée en 1970 par Christian Latouche, son fondateur et actuel Président, FIDUCIAL s'est développée grâce à une dynamique de croissance ininterrompue depuis plus de 40 ans. Elle peut compter aujourd'hui sur un réseau de 12 900 professionnels dans plus de 75 pays. En France, ses 580 agences réalisent un chiffre d'affaires de 701 millions d'euros auprès de 200 000 clients. La mise en commun des savoirfaire au sein de FIDUCIAL lui a permis d'acquérir une expertise complète dans les métiers du droit, de l'audit, de l'expertise comptable, du conseil financier et de l'informatique. Elle propose aussi un ensemble de produits et de services pour le monde du bureau. Présente sur tout le territoire national avec une agence tous les 30 kilomètres, FIDUCIAL est le véritable partenaire des chefs d'entreprise et, grâce à son offre globale, leur permet de se consacrer pleinement à leur métier.