Le baromètre de l'élection présidentielle 2012

- Vague 10 -

pour

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

Avril 2012

Sommaire

1 - La méthodologie

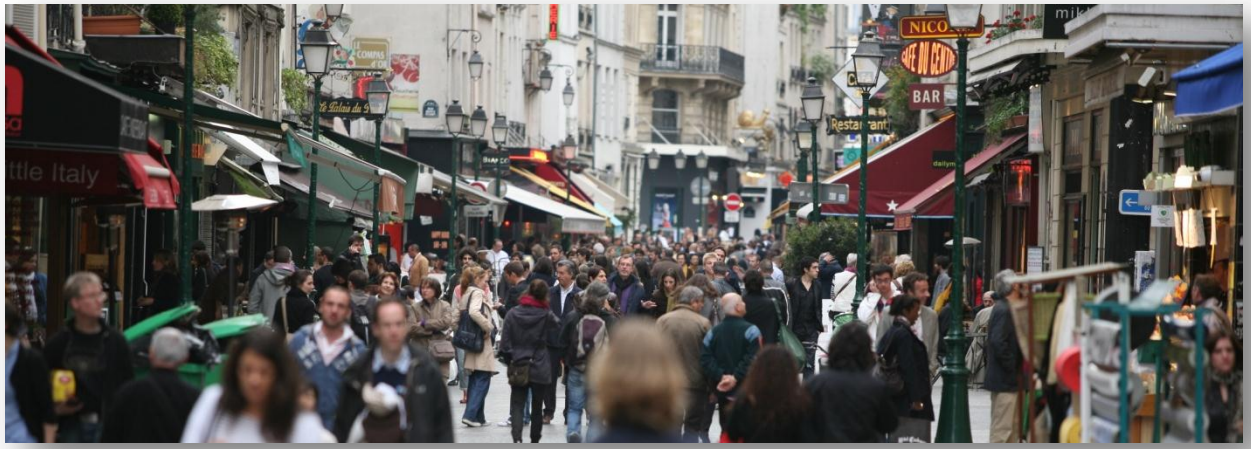
2 - Les résultats de l'étude

L'intention de vote au second tour

Les reports de voix du premier au second tour

La signification du vote au second tour

1 La méthodologie

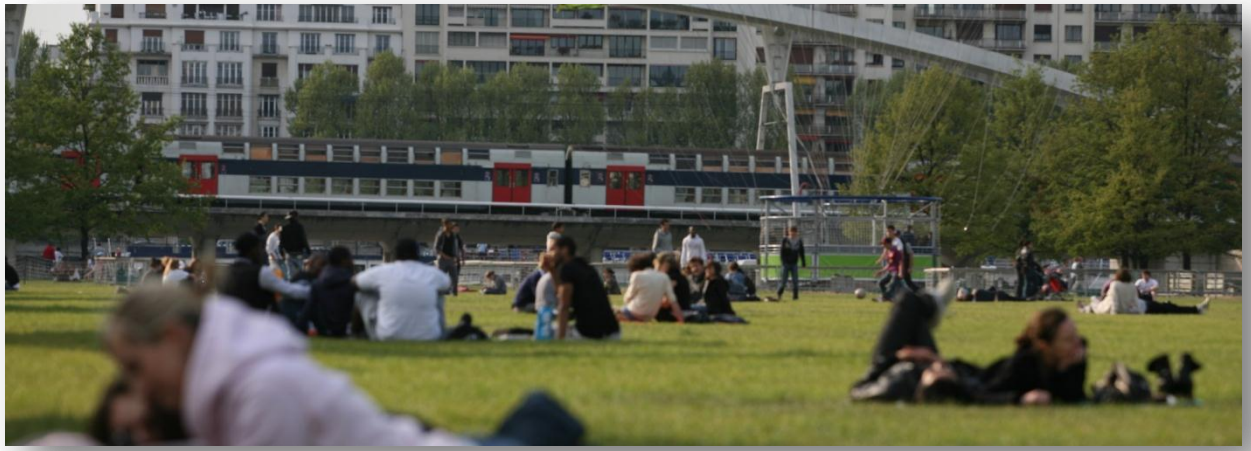


Etude :	**Ifop – Fiducial pour Europe 1 – Paris Match – Public Sénat**
Echantillon :	Echantillon de **1876** personnes inscrites sur les listes électorales, extrait d'un échantillon de **1962** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon 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 26 au 29 avril 2012

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

Avertissement : 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.

2 | Les résultats de l'étude



L'intention de vote au second tour

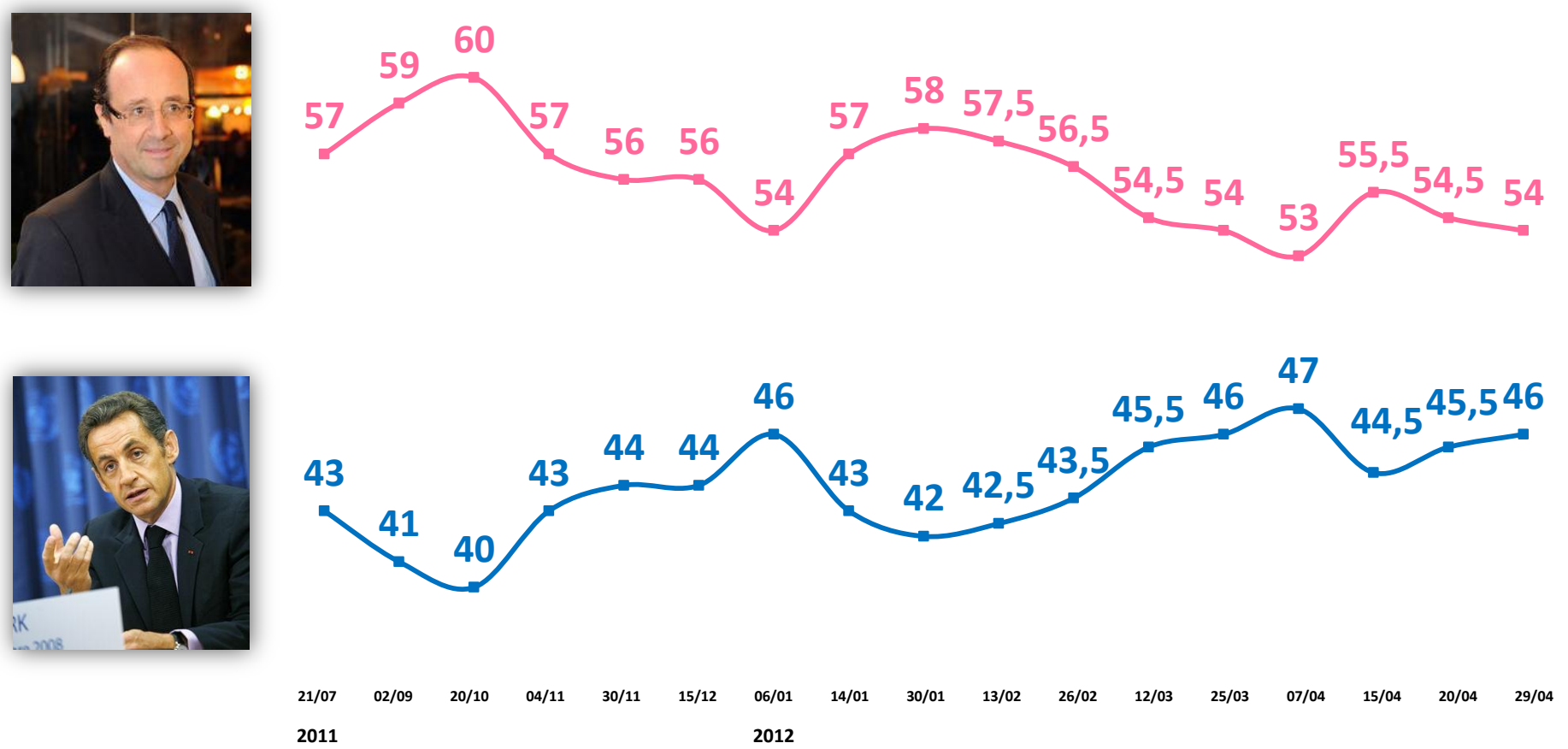
<u>QUESTION</u> : Au second tour de l'élection présidentielle, dimanche 6 mai, pour lequel des candidats suivants y a-t-il le plus de chances que vous votiez ? (ensemble des inscrits, suffrages exprimés)

Evolution 20/04/2012

54 **- 0,5**

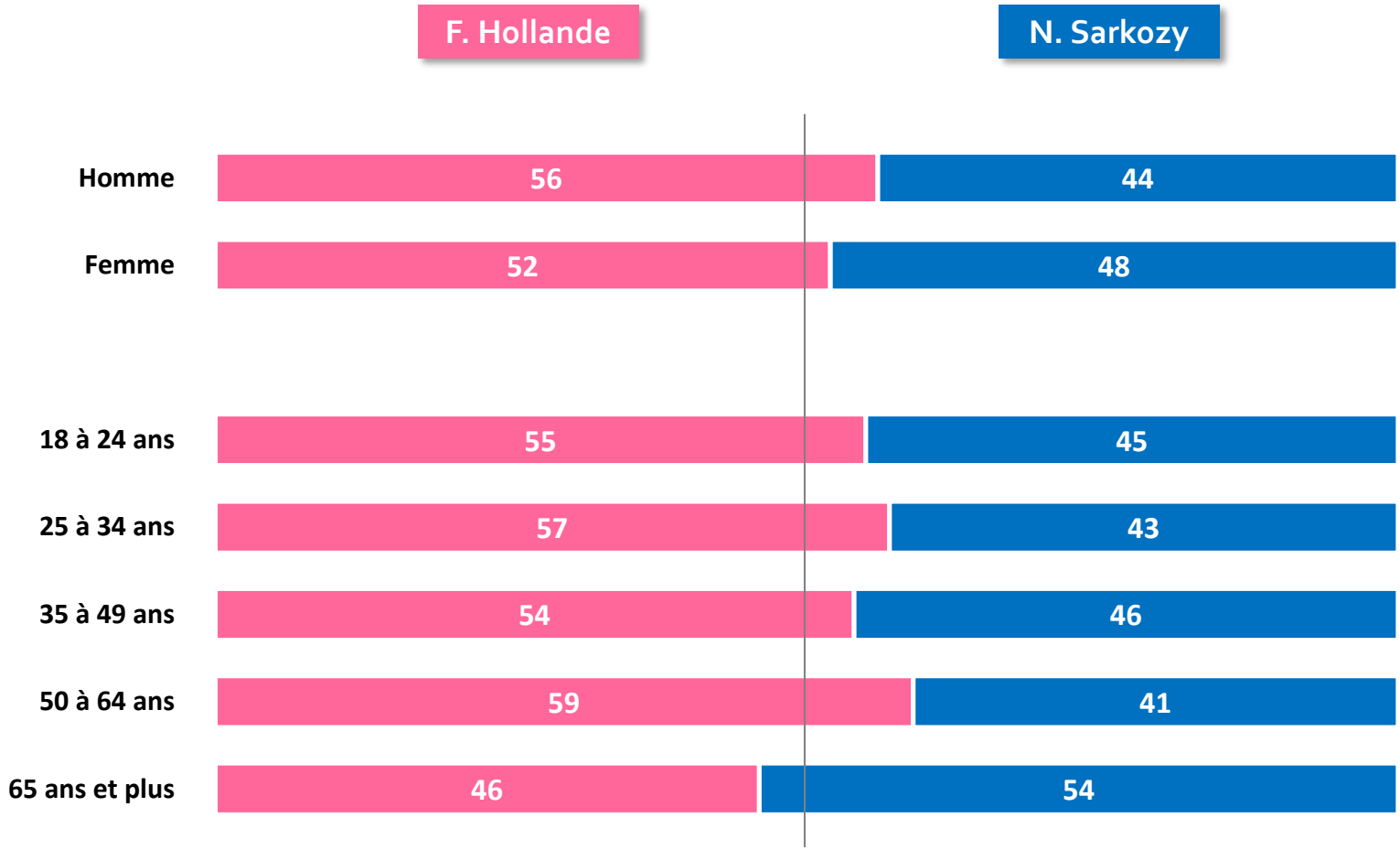
46 **+ 0,5**

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

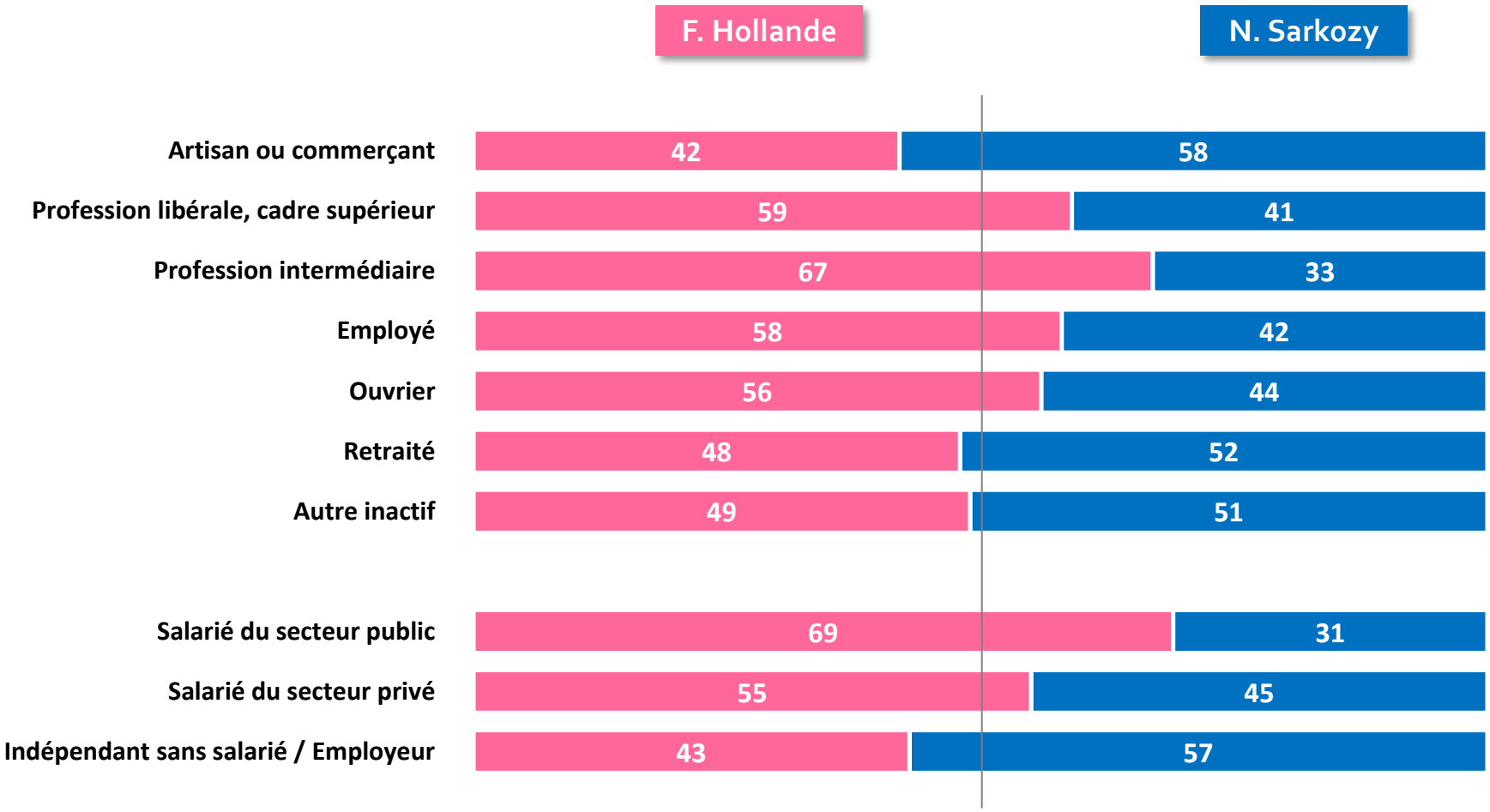


Avril 2012

La structuration des intentions de vote au second tour

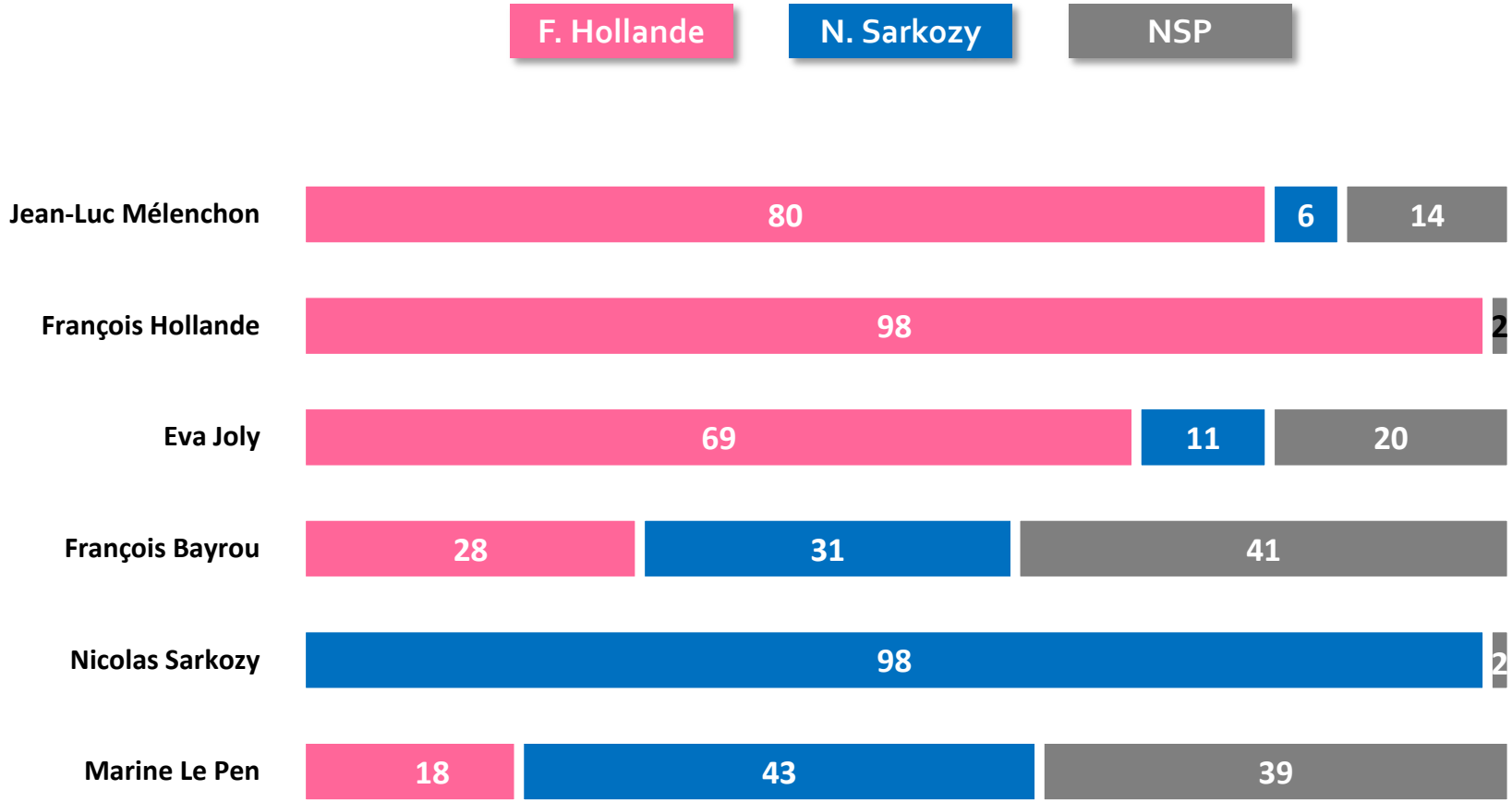


La structuration des intentions de vote au second tour

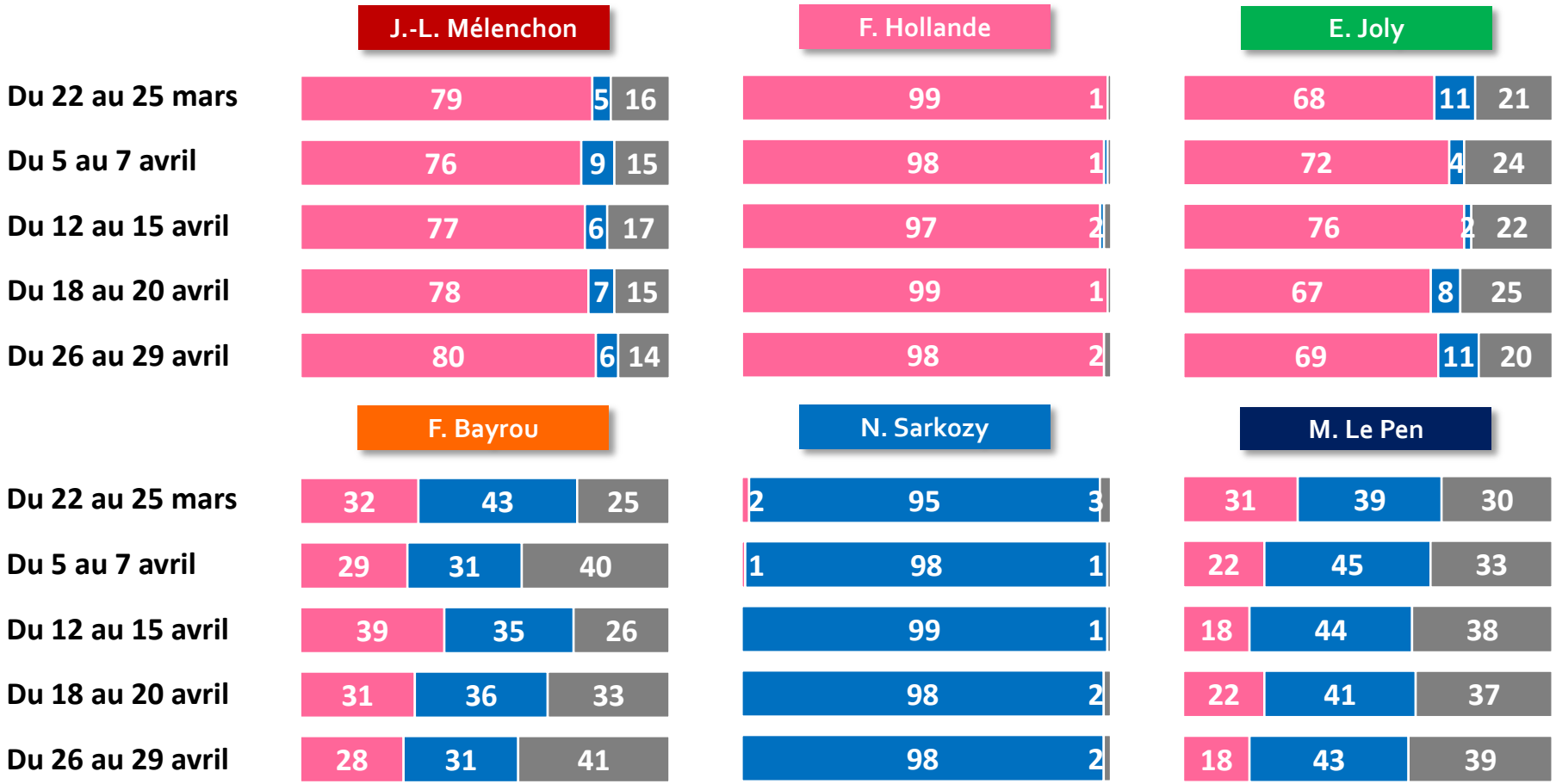


Avril 2012

Les reports entre le premier tour et le second tour



L'évolution des reports de voix entre le premier tour et le second tour

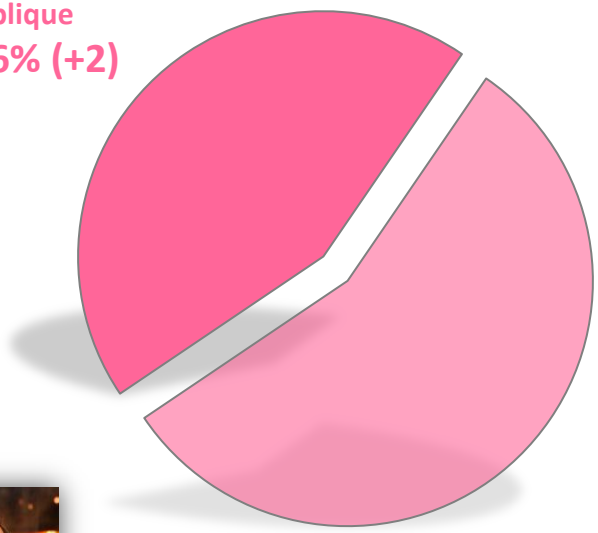


La signification du vote au second tour

QUESTION : **Vous m'avez indiqué avoir l'intention de voter pour François Hollande au second tour. Allez-vous voter pour François Hollande … ?**

Parce que vous souhaitez avant tout que François Hollande soit élu président de la République

46% (+2)



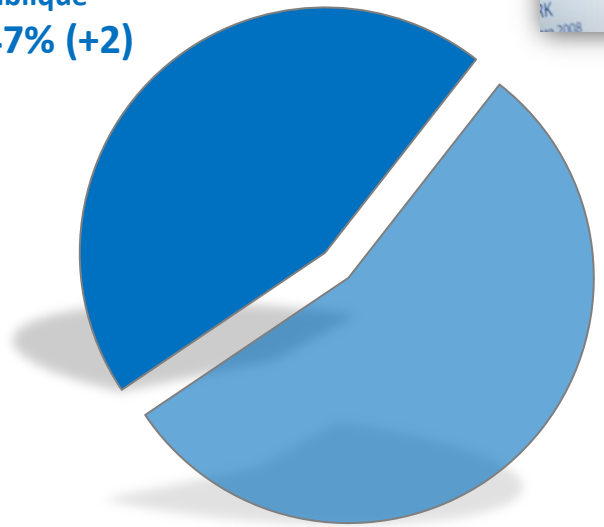
Parce que vous souhaitez avant tout que Nicolas Sarkozy ne soit pas réélu président de la République

54%

QUESTION : **Vous m'avez indiqué avoir l'intention de voter pour Nicolas Sarkozy au second tour. Allez-vous voter pour Nicolas Sarkozy … ?**

Parce que vous souhaitez avant tout que Nicolas Sarkozy soit réélu président de la République

47% (+2)



Parce que vous souhaitez avant tout que François Hollande ne soit pas élu président de la République

53%

ÉLECTION PRESIDENTIELLE

FIDUCIAL

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 savoir-faire 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.

Crédits photos : Studio AZ - Alexandra MEURANT