

Notice technique

Enquête « Les Français et la Primaire de la Droite et du Centre »



LCI RTL

LE FIGARO

TNS

TNS Sofres
Une marque du
groupe Kantar

KANTAR

Toute publication, totale ou partielle
des résultats de ce sondage doit mentionner
la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

Informations générales

Organisme ayant réalisé le sondage	TNS Sofres - OnePoint
Commanditaires du sondage	LCI – Le Figaro – RTL
Nombre de personnes interrogées	Echantillon de 5011 personnes âgées de 18 ans et plus, représentatif de la population, dont 296 personnes tout à fait certaines d'aller voter à la primaire de la Droite et du Centre. Méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne de référence) et stratification par région et catégorie d'agglomération.
Mode de recueil	Questionnaire auto-administré en ligne
Dates de réalisation des interviews	Du 24 au 29 juin 2016
Date de publication	Le 30 juin 2016
Questionnaire	Les questions figurent dans l'ordre où elles ont été posées.
Critères de redressement	L'enquête a fait l'objet d'un redressement sociodémographique basé sur les critères ayant servi de quotas (sexe, âge, profession de la personne de référence, région et catégorie d'agglomération) et sur le rappel de vote au 1 ^{er} tour des élections régionales de 2015.
Gratification des personnes interrogées	Chaque répondant a obtenu des points cumulables pour une valeur inférieure à 1 euro.



TNS Sofres

Une marque du
groupe Kantar

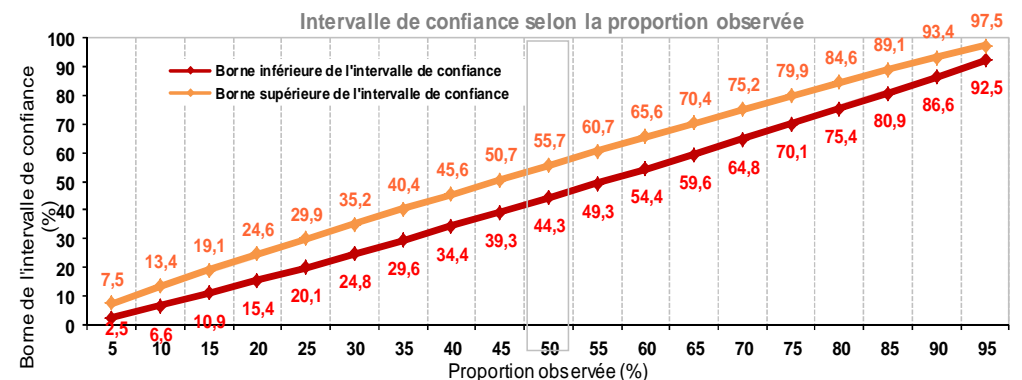
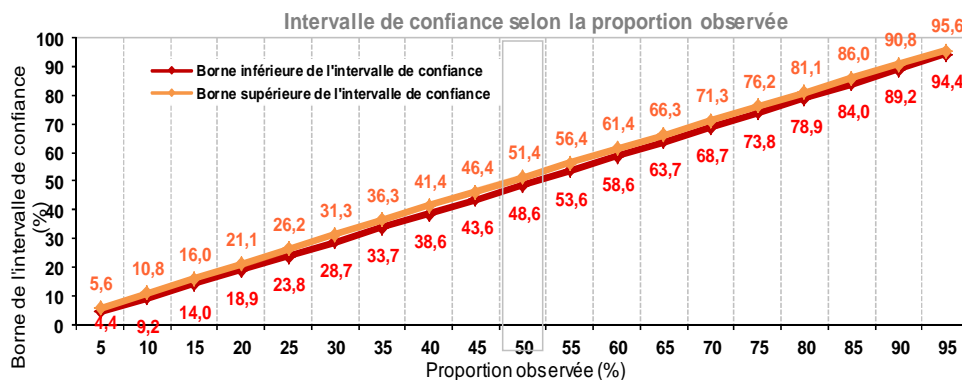


**Toute publication, totale ou partielle
des résultats de ce sondage doit mentionner
la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.**

onepoint.

Précisions techniques

- Les résultats de cette étude sont soumis aux marges d'erreur, comme toute enquête quantitative réalisée par sondage.
- Les marges d'erreurs données dans les sondages se basent sur l'hypothèse d'un échantillonnage aléatoire. Si les marges d'erreurs réelles dans les sondages dont l'échantillonnage est construit selon la méthode des quotas ne sont pas mesurables scientifiquement, on estime en pratique qu'elles sont proches de celles calculées dans le cas d'un échantillonnage aléatoire.
- La marge d'erreur dépend de la taille de la population, ainsi que de la proportion à laquelle on l'applique.
- Pour cette étude qui a été réalisée sur 5011 individus : une répartition de 50% / 50% a une précision de $\pm 1,4\%$. Autrement dit, il y a 95% de chances que la proportion réelle dans l'ensemble de la population soit comprise entre $50-1,4\%$ et $50+1,4\%$, la proportion la plus probable étant 50%.
- Pour cet échantillon de 5011 individus, à 95% de confiance, les intervalles de confiance selon les proportions observées sont :
- Pour les questions posées à ceux qui sont tout à fait certains d'aller voter (296 individus) : une répartition de 50% / 50% a une précision de $\pm 5,7\%$. Autrement dit, il y a 95% de chances que la proportion réelle dans l'ensemble de la population soit comprise entre $50 - 5,7\%$ et $50 + 5,7\%$, la proportion la plus probable étant 50%.
- Pour cet échantillon de 296 individus, à 95% de confiance, les intervalles de confiance selon les proportions observées sont :

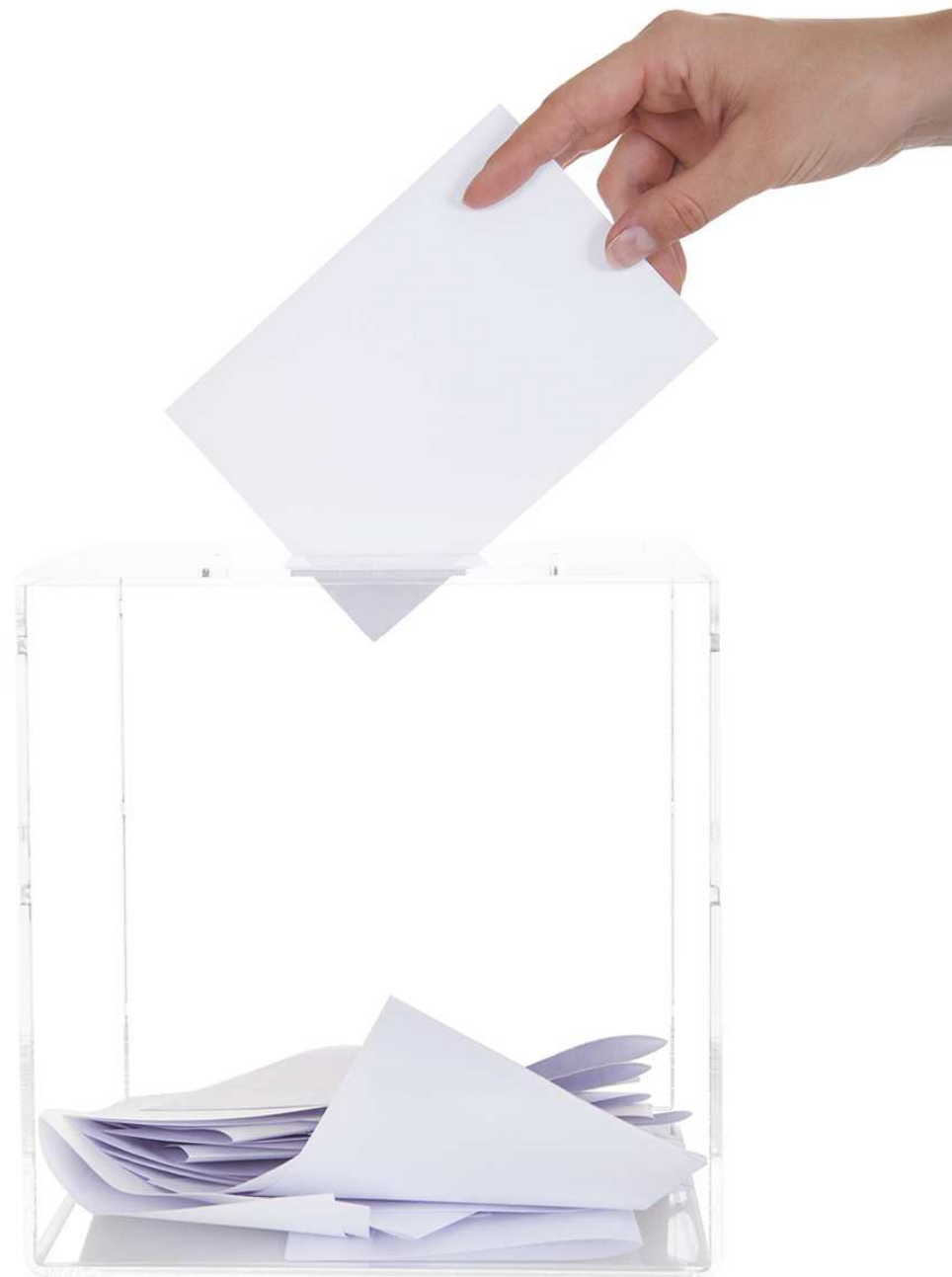


Baromètre

Primaire de la Droite et du Centre

Une étude TNS Sofres–OnePoint
Pour LCI, Le Figaro et RTL

Juin 2016



TNS Sofres

Une marque du
groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle
des résultats de ce sondage doit mentionner
la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

Rappel de la méthodologie



Echantillon

Echantillon de **5011 personnes** inscrites sur les listes électorales représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus

- Dont **296 personnes** tout à fait certaines d'aller voter à la primaire de la Droite et du Centre



Méthodologie

Enquête réalisée **en ligne**.

Méthode des **quotas** (sexe, âge, profession de la personne de référence) et stratification par région et catégorie d'agglomération.



Dates de terrain

Le terrain s'est déroulé du **24 au 29 juin 2016**.

La notice relative à cette étude est disponible auprès de la Commission des Sondages



TNS Sofres

Une marque du groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

Sommaire

1		
L'intérêt et la participation		4
2		
Le vote à la primaire		7
3		
Le pronostic de victoire et l'après primaire		13

Contacts TNS Sofres

Emmanuel RIVIERE

emmanuel.riviere@tns-sofres.com

01 40 92 46 30

Carine MARCE

carine.marce@tns-sofres.com

01 40 92 44 92

Laure SALVAING

laure.salvaing@tns-sofres.com

01 40 92 66 13



TNS Sofres

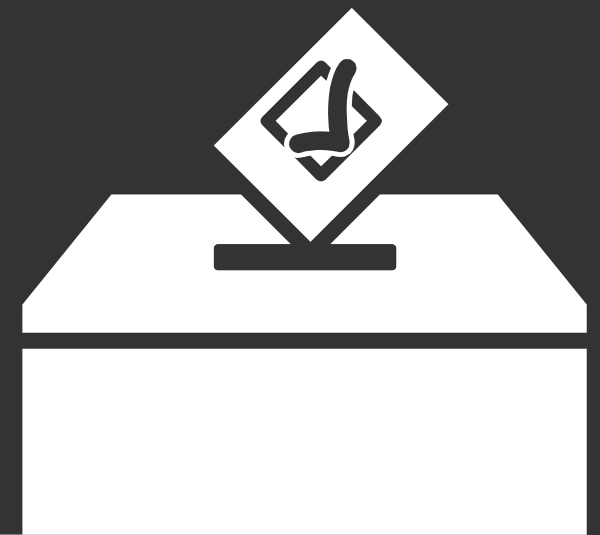
Une marque du
groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle
des résultats de ce sondage doit mentionner
la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

L'intérêt et la participation

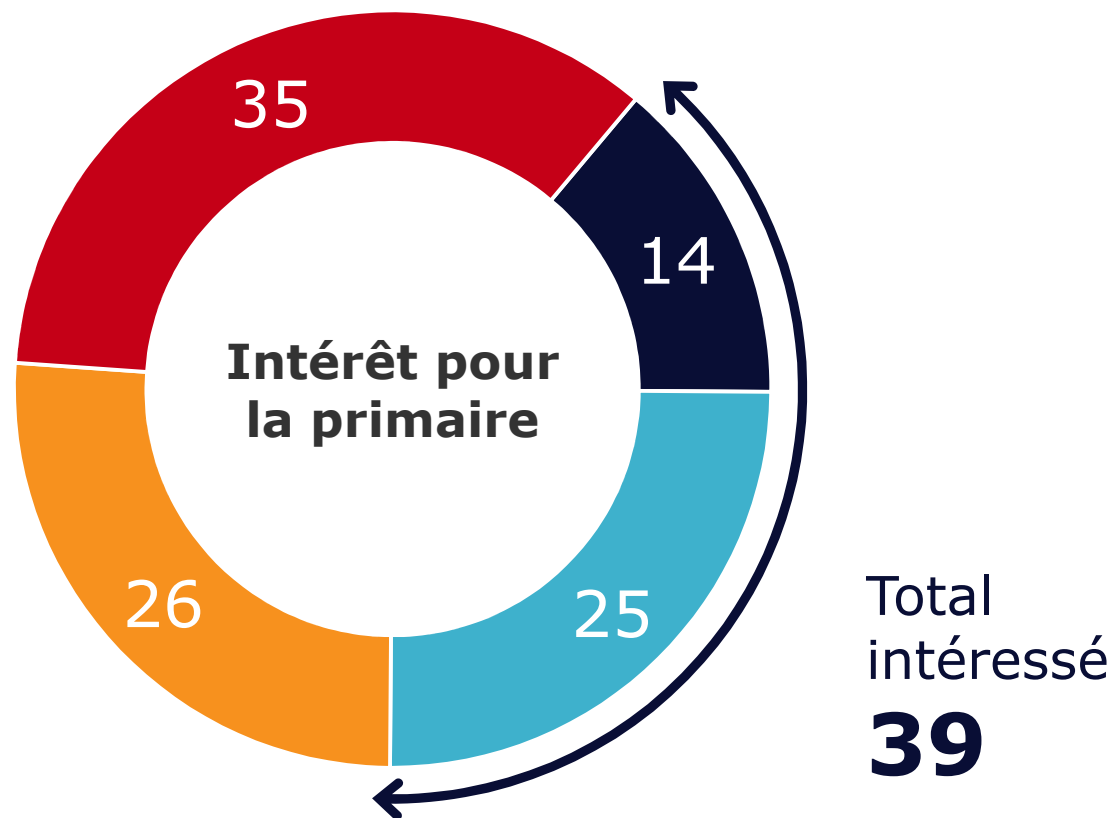


Intérêt pour la primaire de la Droite et du Centre de novembre 2016

Ensemble des électeurs

Base : 5011 interviewés

- Beaucoup
- Assez
- Peu
- Pas du tout



En %

Q : Les 20 et le 27 novembre 2016, Les Républicains (anciennement UMP) organisent une élection primaire pour désigner le futur candidat de la Droite et du Centre à l'élection présidentielle. Cette élection primaire est ouverte à tous les Français inscrits sur les listes électorales. Vous personnellement, vous intéressez-vous à cette primaire ?



TNS Sofres

Une marque du groupe Kantar



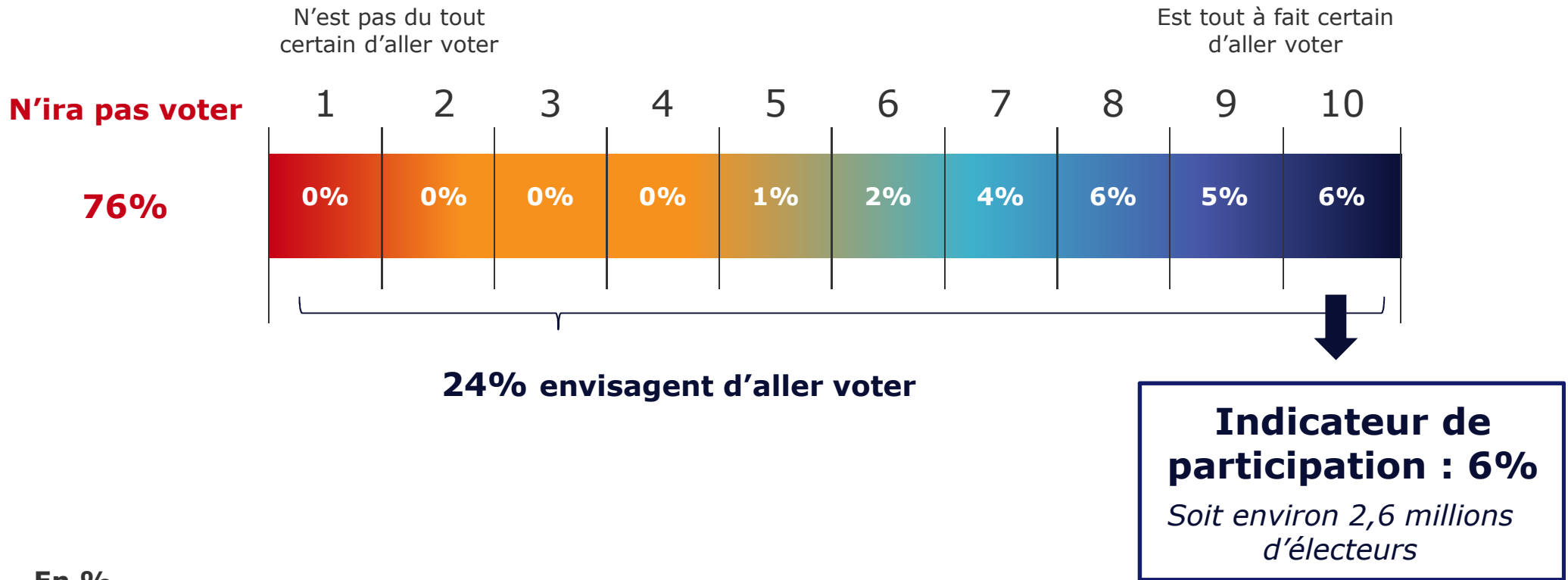
Toute publication, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

Indicateur de participation à la primaire

Ensemble des électeurs

Base : 5011 interviewés



En %

Q : Pour voter à cette primaire les électeurs devront payer deux euros par tour de scrutin et signer un texte indiquant « Je partage les valeurs républicaines de la Droite et du Centre et je m'engage pour l'alternance afin de réussir le redressement de la France ». Avez-vous l'intention d'aller voter à cette primaire organisée par Les Républicains ?

À ceux qui ont dit aller voter : Sur une échelle de 1 à 10, dans quelle mesure, êtes-vous décidé à aller voter ?



TNS Sofres

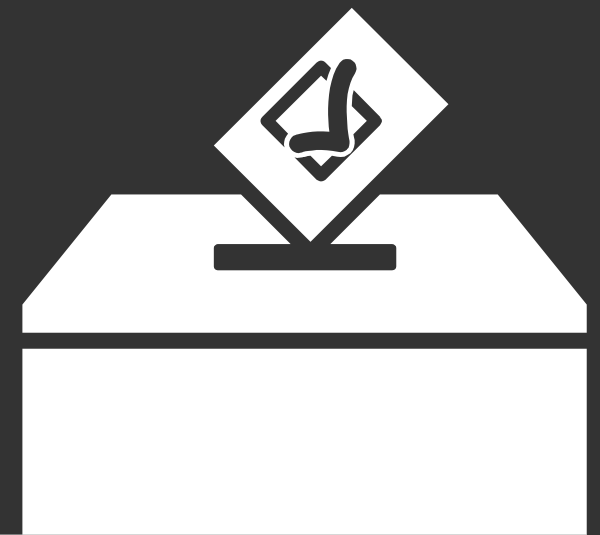
Une marque du groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

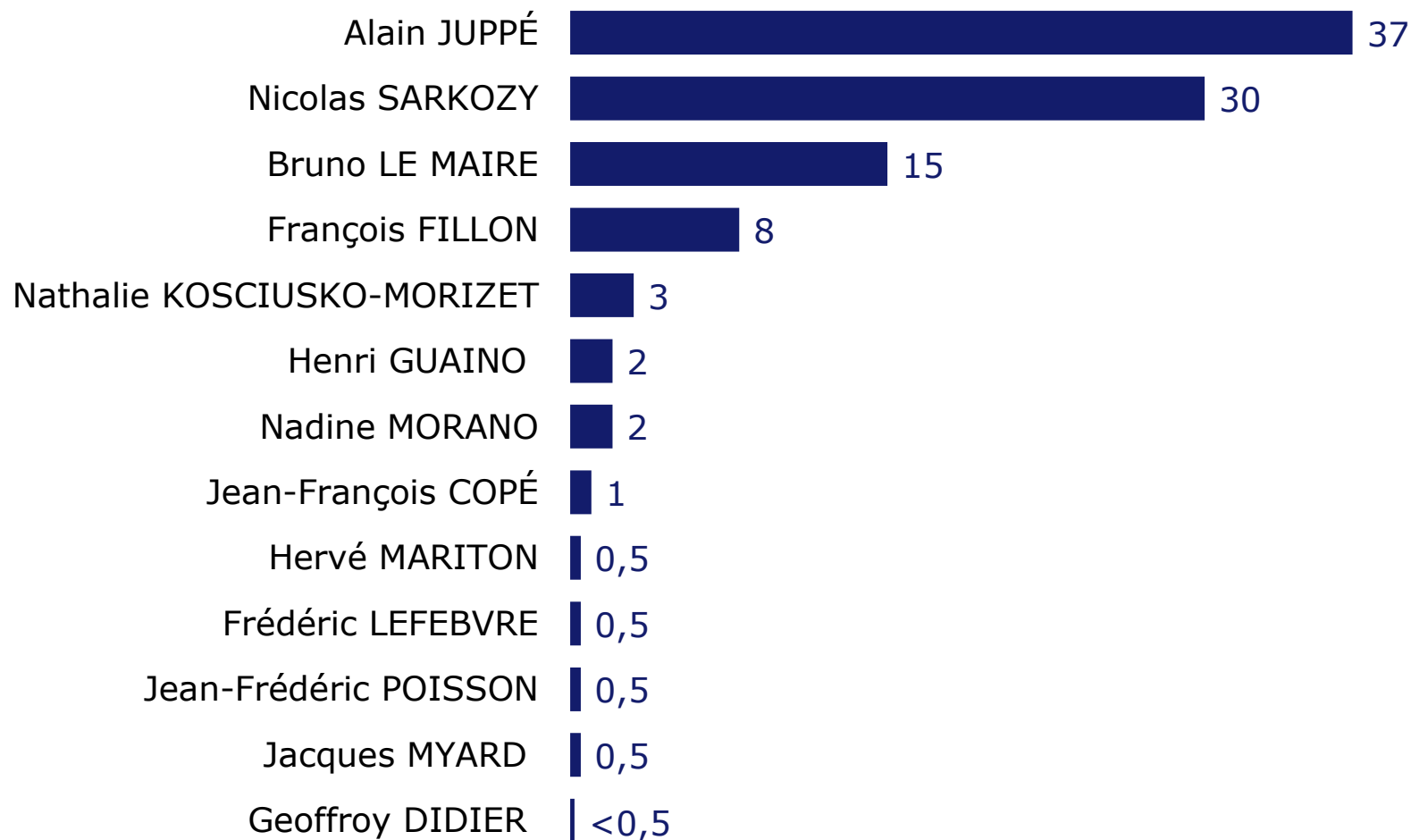
Le vote à la primaire



Intentions de vote au 1^{er} tour de la primaire

Votants à la primaire

Base : 296 interviewés



En %



TNS Sofres

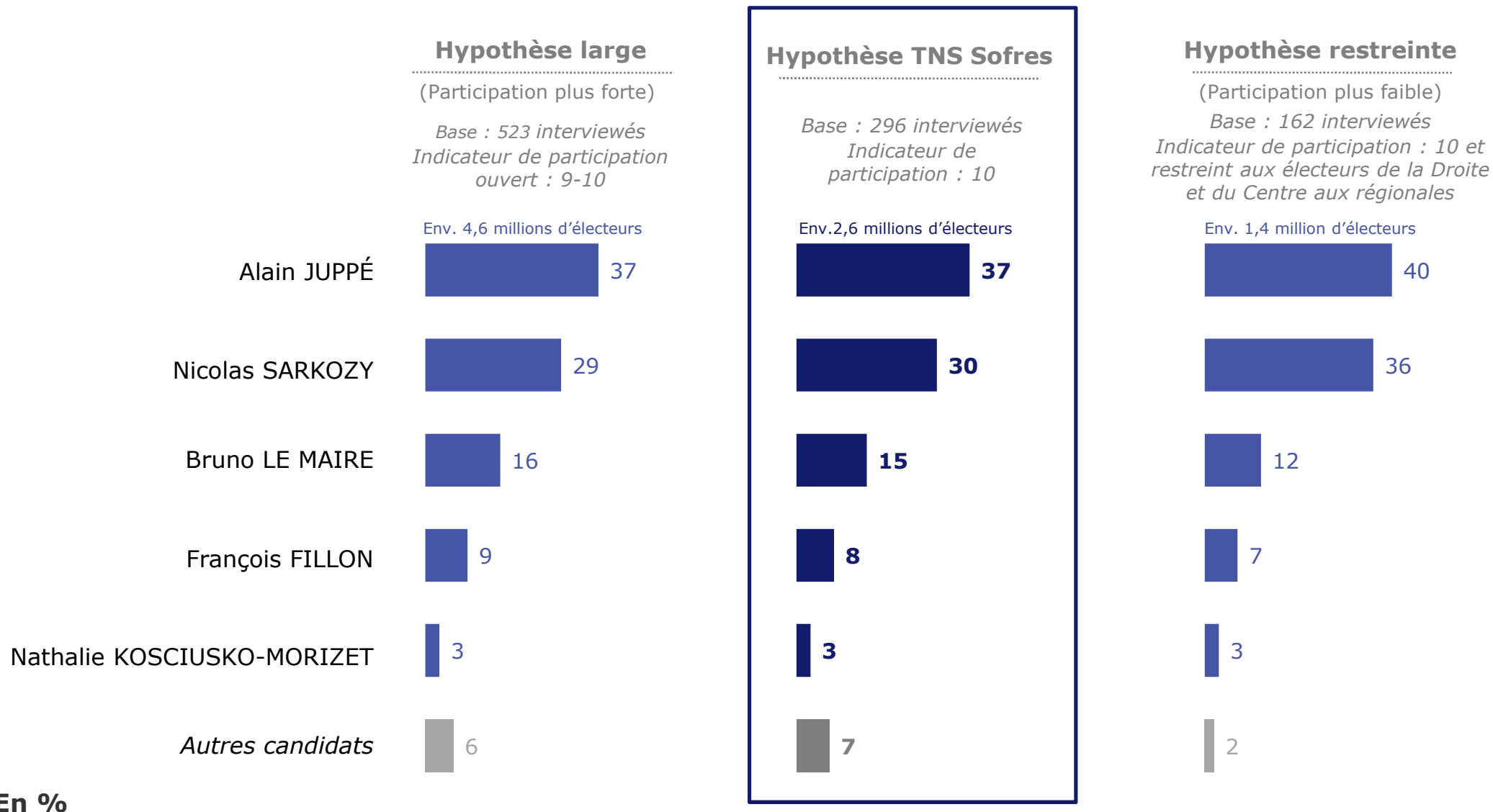
Une marque du
groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle
des résultats de ce sondage doit mentionner
la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

L'évolution des intentions de vote au 1^{er} tour de la primaire selon le niveau de participation



En %



TNS Sofres

Une marque du groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.



Intentions de vote au 1er tour de la primaire selon la préférence partisane

	Ensemble des votants à la primaire	Gauche*	Modem et UDI*	Les Républicains	Front National*
Alain JUPPE	37	41	59	34	18
Nicolas SARKOZY	30	17	10	40	44
Bruno LE MAIRE	15	18	15	14	14
François FILLON	8	3	12	7	7
Nathalie KOSCIUSKO-MORIZET	3	2	2	3	3
Henri GUAINO	2	3	0	2	4
Nadine MORANO	2	6	0	0	7
Autres candidats	3	10	2	0	3
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

**base faible, les résultats doivent être interprétés avec prudence*

En %



TNS Sofres

Une marque du groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

Intentions de vote au 2nd tour de la primaire

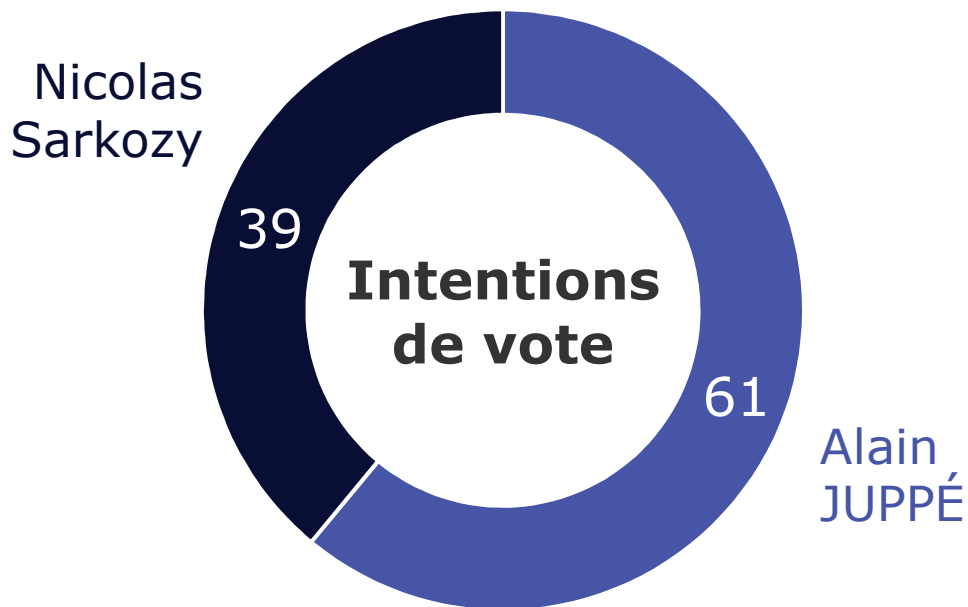
Duel Nicolas Sarkozy / Alain Juppé

Votants à la primaire

Base : 296 interviewés

Indicateur de participation : 10

Env. 2,6 millions d'électeurs



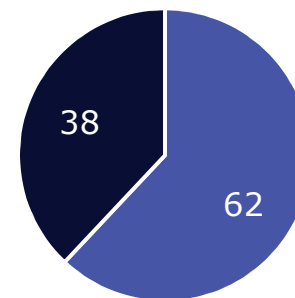
En %

Hypothèse large (participation plus forte)

Base : 523 interviewés

Indicateur de participation ouvert : 9-10

Env. 4,6 millions d'électeurs

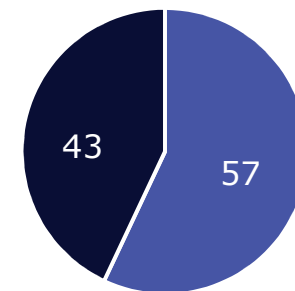


Hypothèse restreinte (participation plus faible)

Base : 162 interviewés

Indicateur de participation : 10 et restreint aux électeurs de la Droite et du Centre aux régionales

Env. 1,4 million d'électeurs



TNS Sofres

Une marque du groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.



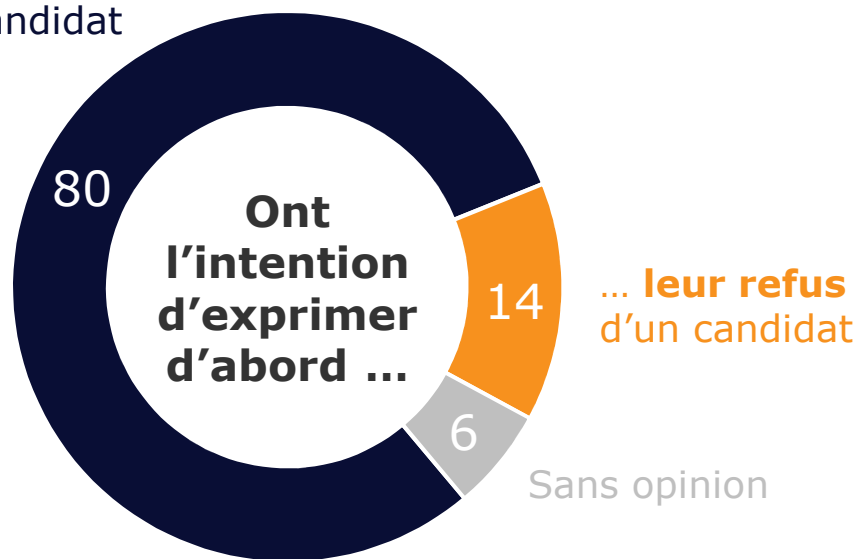
Motivation du vote

Votants à la primaire

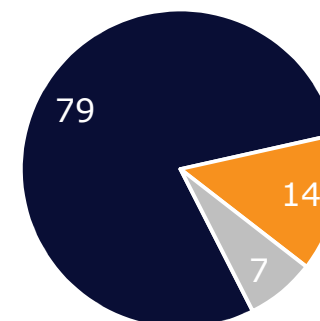
Base : 296 interviewés

Indicateur de participation : 10

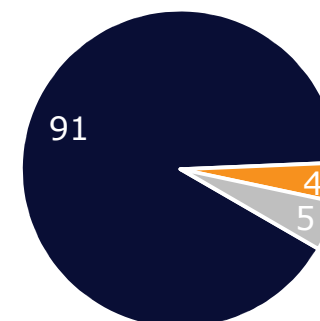
... leur soutien
à un candidat



Voteront pour Alain Juppé à la primaire (1^{er} tour)



Voteront pour Nicolas Sarkozy à la primaire (1^{er} tour)



En %

Q : Avez-vous l'intention, lors de la primaire de la Droite et du Centre de novembre 2016 ...



TNS Sofres

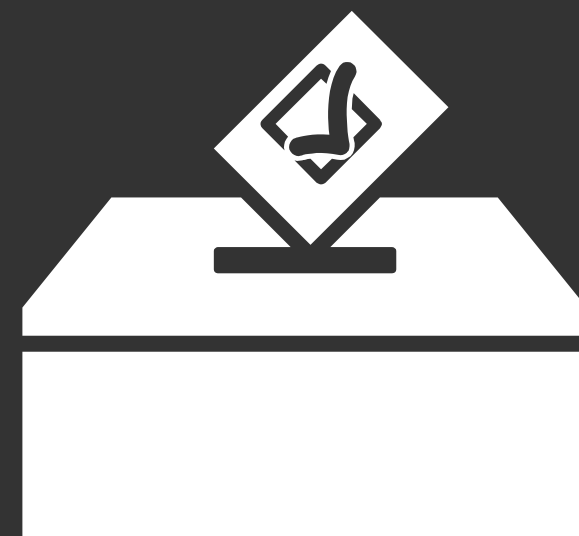
Une marque du
groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle
des résultats de ce sondage doit mentionner
la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

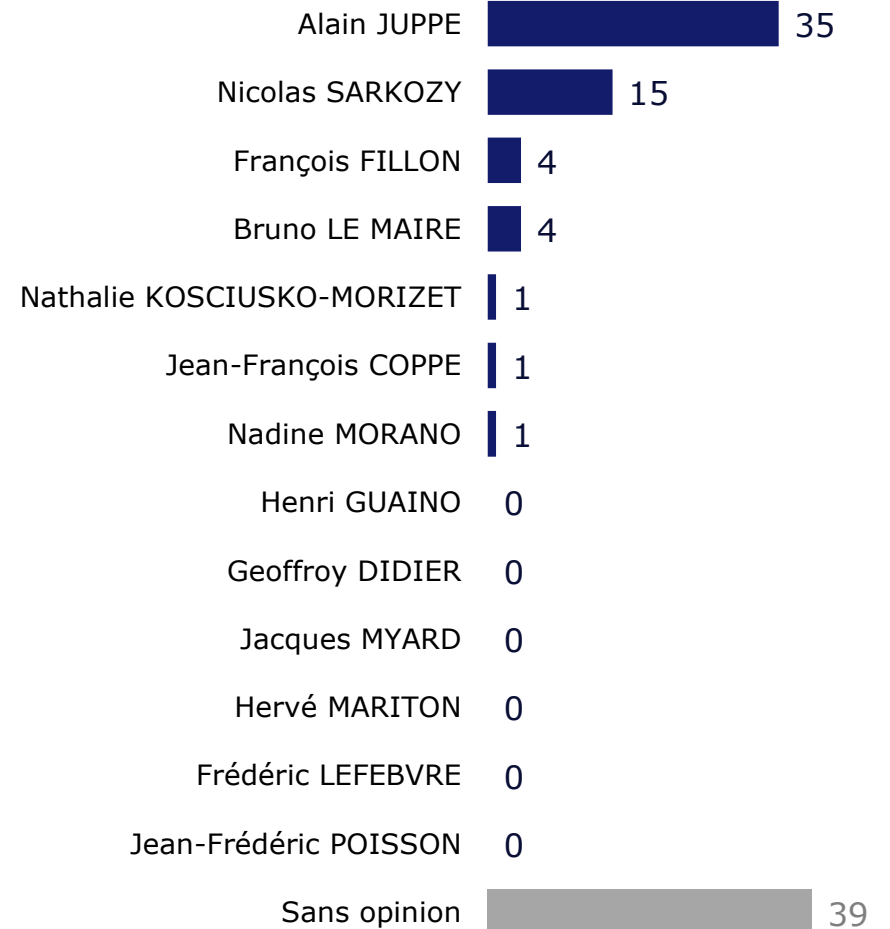
Le pronostic de victoire et l'après primaire



Pronostic de victoire à la primaire de la Droite et du Centre de novembre 2016

Ensemble des électeurs

Base : 5011 interviewés



En %

Q : Selon vous, quel candidat remportera la primaire de la Droite et du Centre dont le second tour aura lieu le 27 novembre 2016 ?



TNS Sofres

Une marque du groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

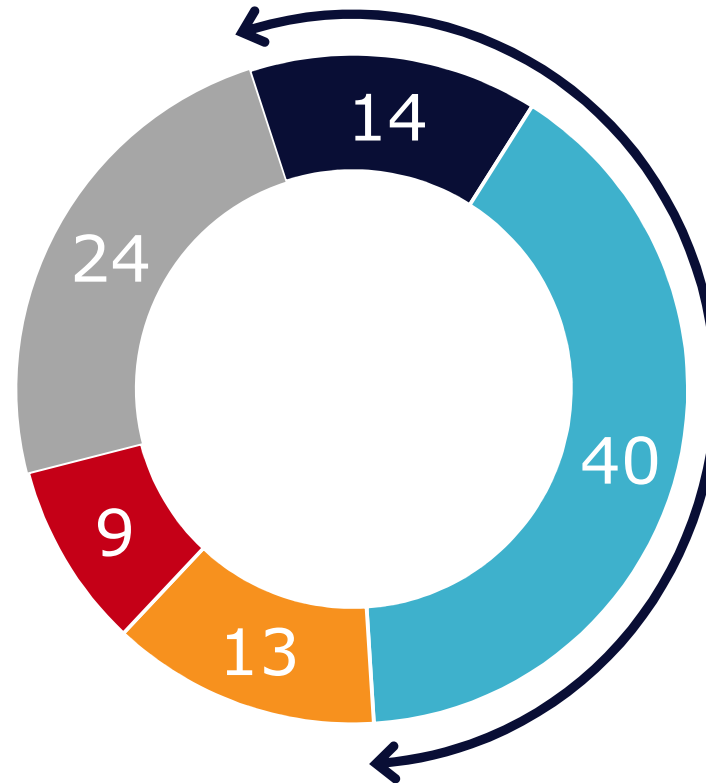
Chances du vainqueur de la primaire de gagner l'élection présidentielle

Ensemble des électeurs

Base : 5011 interviewés

- Correspond très bien
- Correspond assez bien
- Correspond assez mal
- Correspond très mal
- Sans opinion

Celui ou celle qui remportera la primaire de la Droite et du Centre a de grandes chances de gagner l'élection présidentielle de 2017...



D'accord
54

En %

Q : Celui ou celle qui remportera la primaire de la Droite et du Centre a de grandes chances de gagner l'élection présidentielle de 2017. Cette affirmation correspond-elle très bien, assez bien, assez mal ou très mal à ce que vous pensez ?



TNS Sofres

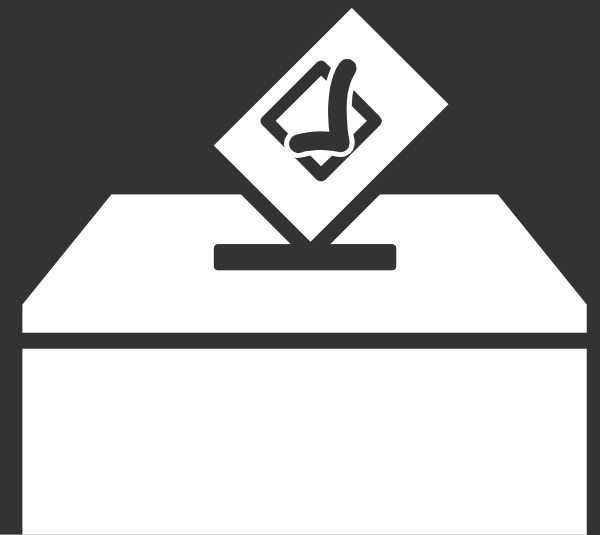
Une marque du groupe Kantar



Toute publication, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.

onepoint.

Annexes



TNS Sofres

Une marque du
groupe Kantar



Précisions techniques

- Les résultats de cette étude sont soumis aux marges d'erreur, comme toute enquête quantitative réalisée par sondage.
- Les marges d'erreurs données dans les sondages se basent sur l'hypothèse d'un échantillonnage aléatoire. Si les marges d'erreurs réelles dans les sondages dont l'échantillonnage est construit selon la méthode des quotas ne sont pas mesurables scientifiquement, on estime en pratique qu'elles sont proches de celles calculées dans le cas d'un échantillonnage aléatoire.
- La marge d'erreur dépend de la taille de la population, ainsi que de la proportion à laquelle on l'applique.
- Pour cette étude qui a été réalisée sur 5000 individus : une répartition de 50% / 50% a une précision de $\pm 1,4\%$. Autrement dit, il y a 95% de chances que la proportion réelle dans l'ensemble de la population soit comprise entre $50 - 1,4\%$ et $50 + 1,4\%$ la proportion la plus probable étant 50%.

Intervalle de confiance à 95% de chances

Si le pourcentage trouvé est...

<i>Taille de l'échantillon</i>	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
3 000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8
4 000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
5 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
6 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
8 000	0,5	0,7	0,9	1,0	1,1	1,1
10 000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0



TNS Sofres

Une marque du groupe Kantar



**Toute publication, totale ou partielle
des résultats de ce sondage doit mentionner
la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.**



onepoint.

À propos de OnePoint

OnePoint est devenu en moins de 15 ans l'un des acteurs majeurs de la transformation numérique, qui compte près de 2000 salariés. Le métier de OnePoint est autant de penser le changement que de le conduire avec les outils adaptés, pour des clients de tous secteurs, privés comme publics.

La force de OnePoint est d'avoir conservé l'agilité d'une ETI innovante, sa capacité à proposer des solutions sur mesure à ses clients, grâce à des relations très fortes avec un écosystème de start-ups et de PME, tout en renforçant son expertise sectorielle et de conseil dans la conduite du changement. OnePoint a vocation à devenir un des leaders européens de l'architecture des entreprises, de la réflexion sur leur organisation jusqu'à la traduction concrète en réseaux, systèmes et outils du quotidien pour augmenter leur performance.

OnePoint est devenu un groupe international, présent dans toute l'Europe du Nord-Ouest, au Canada, aux Etats-Unis, en Tunisie et en Chine, tout en conservant ses capacités de production en France.

OnePoint est non seulement un groupe en pleine croissance, porté par les besoins de ses clients en conseil et services numériques ; c'est aussi un accélérateur de croissance pour toute l'économie. www.groupeonepoint.com



TNS Sofres

À propos de TNS Sofres

TNS appartient au Groupe Kantar, leader mondial en matière de veille, d'analyse et d'information à forte valeur ajoutée www.tns-sofres.com

Référence des études marketing et d'opinion en France, TNS Sofres est une société du groupe TNS, n°1 mondial des études ad hoc, et présent dans plus de 80 pays. TNS offre à ses clients des recommandations claires et précises pour les accompagner dans leurs stratégies de croissance. Son expérience et ses solutions d'études couvrent la gestion de marque & la communication, l'innovation, la relation client, et le retail & shopper.

TNS nourrit une relation de proximité avec les consommateurs et les citoyens partout dans le monde, et développe une connaissance unique de leurs comportements et attitudes, en prenant en compte la diversité de leurs cultures, de leurs géographies et de leurs systèmes économiques.

Retrouvez-nous sur Twitter : [@TNS_Sofres](https://twitter.com/TNS_Sofres), Chaîne Youtube : <http://www.youtube.com/TNSSofresChannel>



TNS Sofres

Une marque du groupe Kantar



**Toute publication, totale ou partielle
des résultats de ce sondage doit mentionner
la source "TNS Sofres-OnePoint" dans son intégralité.**

onepoint.