

Intentions de vote des Français au 2nd tour de l'élection présidentielle de 2017

Enquête réalisée du 28 au 30 avril 2017

EMBARGO : LUNDI 1^{er} MAI - 18H

Une étude KANTAR Sofres – onepoint
Pour LCI et Le Figaro
réalisée par KANTAR PUBLIC=

Mai 2017

LCI

LE FIGARO

KANTAR SOFRES onepoint.



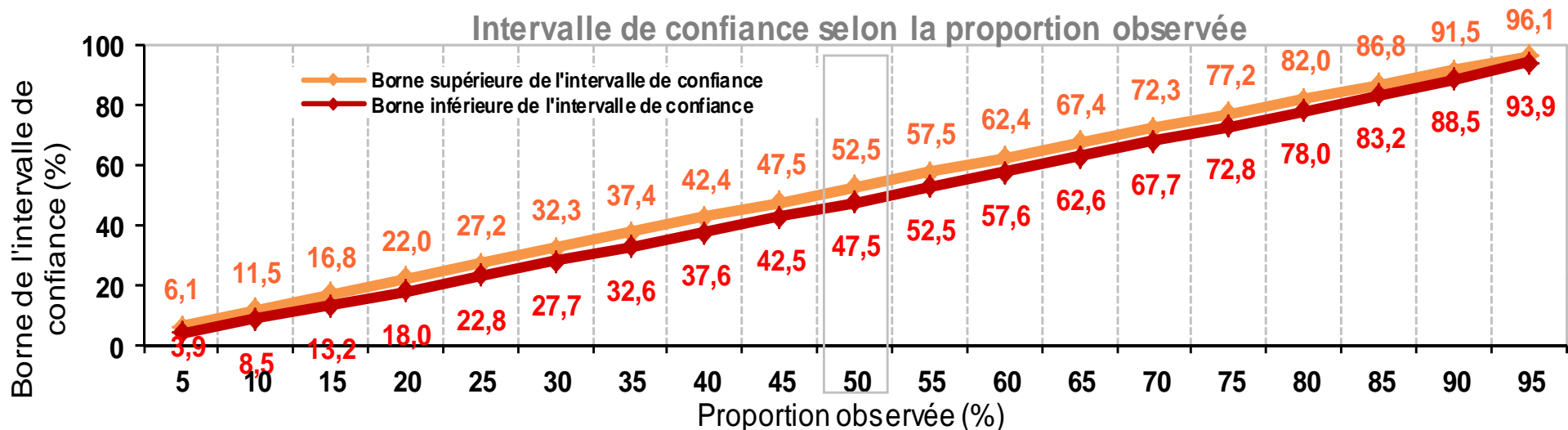
Toute publication, totale ou partielle
des résultats de ce sondage doit mentionner
la source "KANTAR Sofres - onepoint"
dans son intégralité.

Informations générales

Organisme ayant réalisé le sondage	Kantar Sofres - onepoint
Commanditaires du sondage	Le Figaro – LCI
Nombre de personnes interrogées	Echantillon de 1 539 personnes âgées de 18 ans et plus inscrites sur les listes électorales, représentatif de la population âgée de 18 ans et plus. 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 28 au 30 avril 2017
Date de publication	Le 1er mai 2017 à 18h
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), sur le rappel de vote au 1 ^{er} tour de l'élection présidentielle de 2017.
Gratification des personnes interrogées	Chaque répondant a obtenu des points cumulables pour une valeur inférieure à 1 euro.

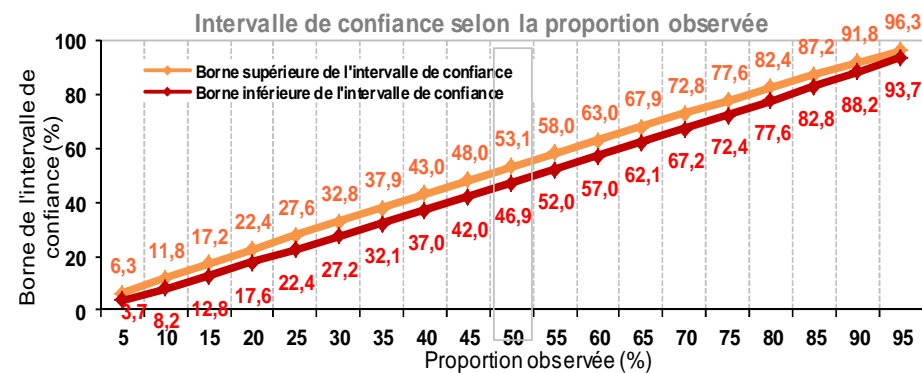
Précisions techniques

- 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 **1539** individus : une répartition de 50% / 50% a une précision de $\pm 2,5\%$. Autrement dit, il y a 95% de chances que la proportion réelle dans l'ensemble de la population soit comprise entre 50-2,5% et 50+2,5%, la proportion la plus probable étant 50%.
- Pour cet échantillon de **1539** individus, à 95% de confiance, les intervalles de confiance selon les proportions observées sont :



Précisions techniques

- Pour un échantillon de **1031** individus – ici, les personnes tout à fait certaines d’aller voter et ayant exprimé un choix au 1^{er} tour –, une répartition de 50% / 50% a une précision de $\pm 3,0\%$.
- Autrement dit, il y a 95% de chances que la proportion réelle dans l’ensemble de la population soit comprise entre 50–3,1% et 50+3,1%, la proportion la plus probable étant 50%.
- A 95% de confiance, les intervalles de confiance selon les proportions observées sont :



Rappel de la méthodologie



Echantillon

Echantillon de **1539 personnes** inscrites sur les listes électorales représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

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



Mode de recueil

Enquête réalisée **en ligne**.



Dates de terrain

Le terrain s'est déroulé du **28 au 30 avril 2017**.

*Les enquêtes **KANTAR SOFRES** sont réalisées par **KANTAR PUBLIC** =
La notice relative à cette étude est disponible auprès de la Commission des Sondages*

Méthodologie pour le recueil des données sur le web social



Les données issues de Twitter traitées et analysées dans cette étude ont été collectées grâce à notre partenaire technique [Brandwatch](#).

Après nettoyage et traitement des données, nous avons élaboré un indicateur basé sur la viralisation des tweets émis par chacun des candidats. Indicateur qui manifeste l'engagement des utilisateurs du réseau social à leur égard.



Nous avons également recueilli les réactions aux contenus diffusés par les candidats à l'élection présidentielle sur leur page officielle Facebook.

Un traitement agrégé de ces réactions nous a permis de mesurer l'engagement des utilisateurs à l'égard des candidats.



Nous avons mesuré les requêtes concernant les candidats à l'élection présidentielle via l'outil Google Trends, indicateur du niveau d'intérêt (en volume) à l'égard des candidats sur la période.

Sommaire

1		
L'intérêt pour l'élection présidentielle de 2017		8
<hr/>		
2		
Les mesures du rapport de force électoral		11
<hr/>		
3		
L'analyse de la logique électorale		35

Contacts Kantar Public :

Emmanuel RIVIERE

emmanuel.riviere@kantarpublic.com

01 40 92 46 30

Carine MARCE

carine.marce@kantarpublic.com

01 40 92 44 92

Laure SALVAING

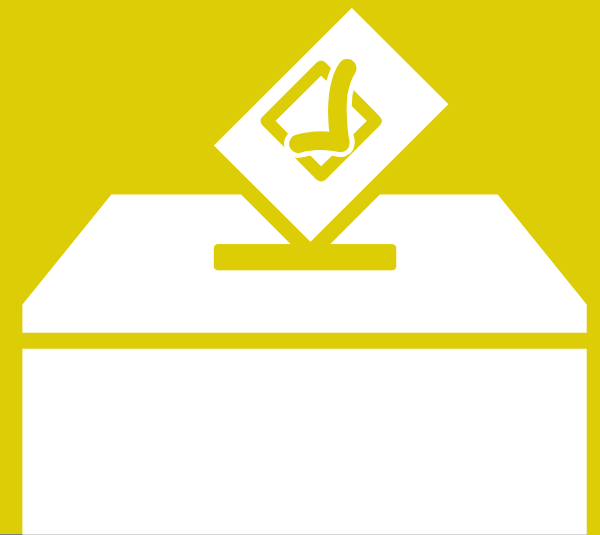
laure.salvaing@kantarpublic.com

01 40 92 66 13

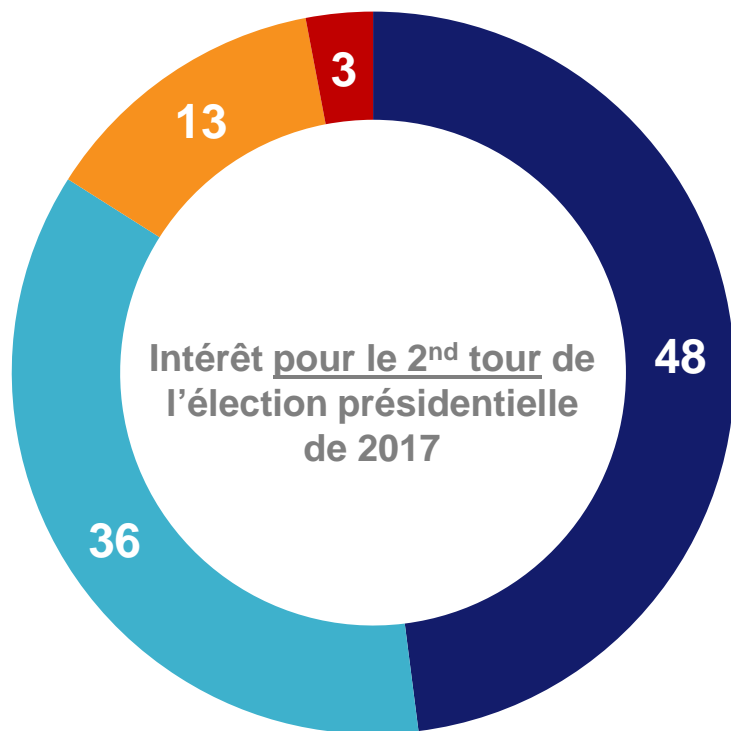


Ce document a été rédigé en accord avec les procédures Qualité Kantar Public.
Il a été contrôlé par Carine MARCE, Directrice au sein de Kantar Public.

L'intérêt pour l'élection présidentielle



Intérêt pour le 2nd tour de l'élection présidentielle de 2017

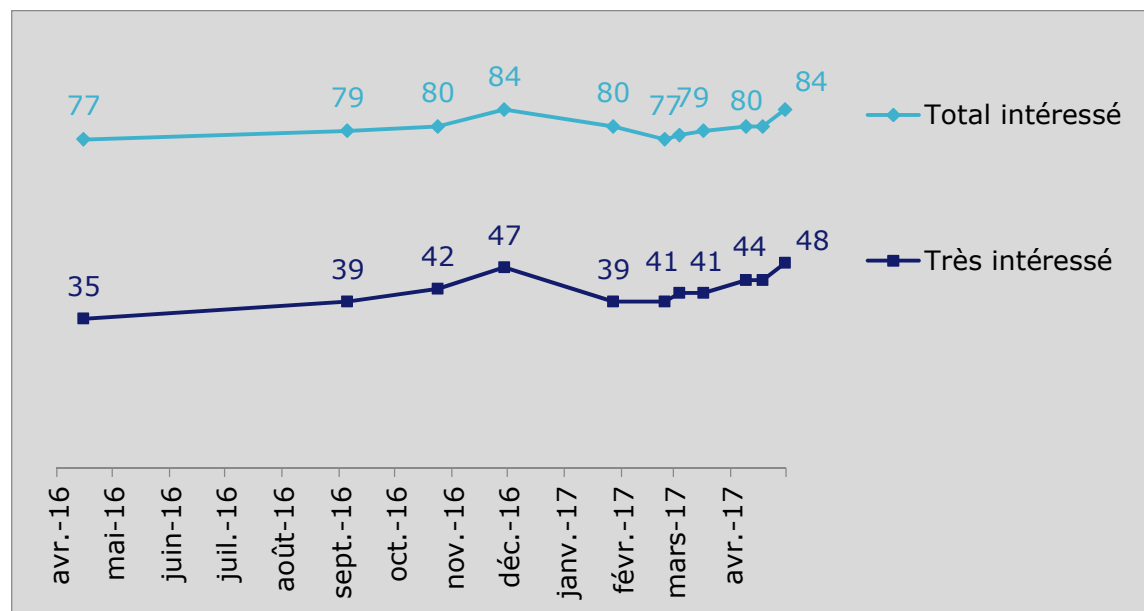


- Beaucoup
- Assez
- Peu
- Pas du tout

Intéressé | 84

En %

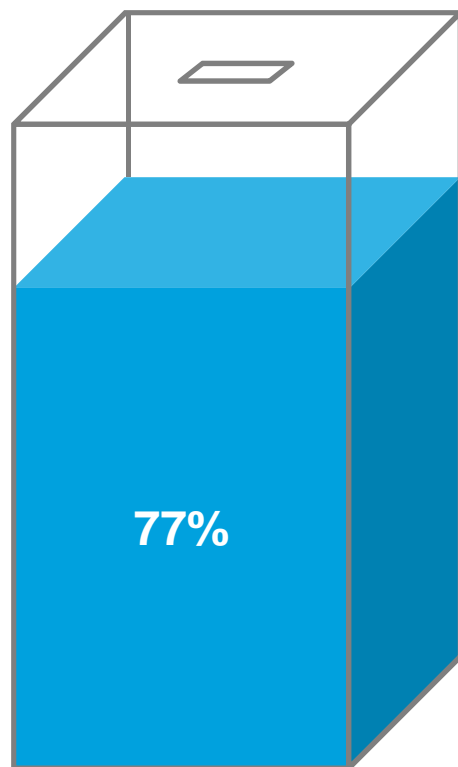
Historique : intérêt pour l'élection présidentielle



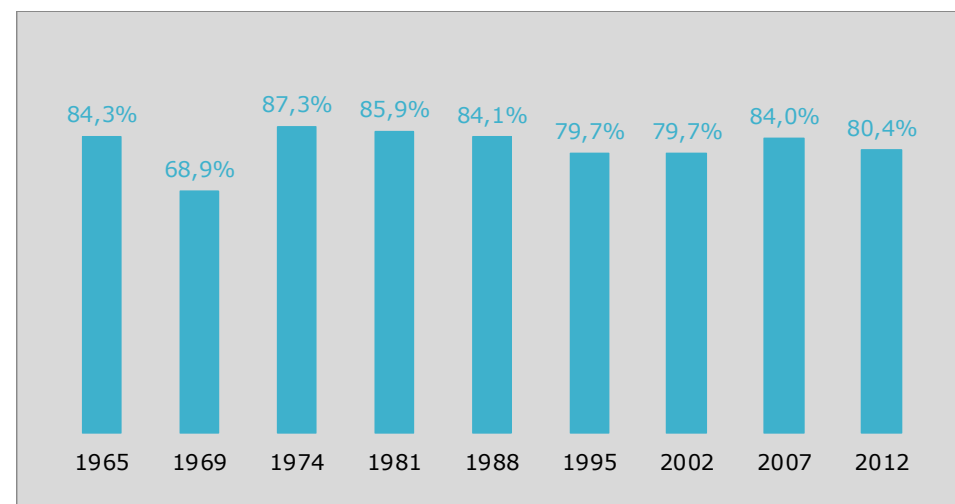
Indice de participation

En %

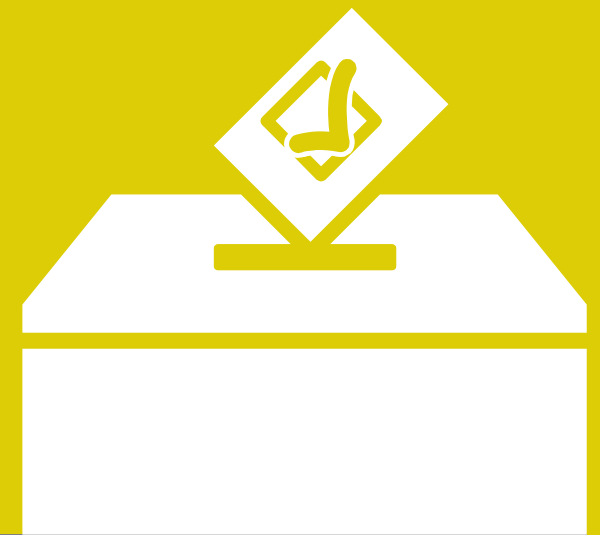
Indice de participation :



La participation au 2nd tour des élections présidentielles sous la V^{ème} République :



Les mesures du rapport de force électoral

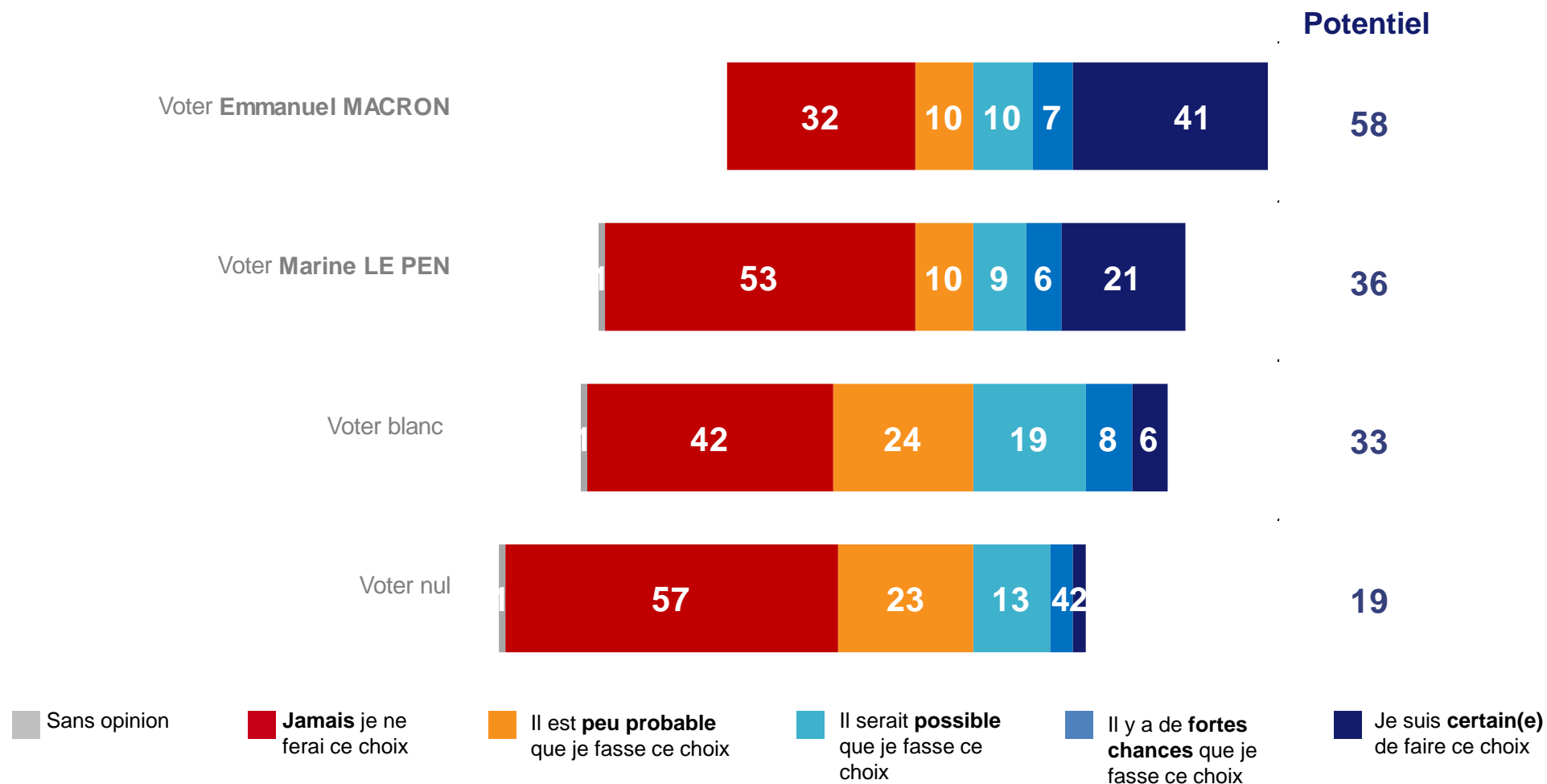


Les comportements de vote potentiels au 2nd tour



Les comportements de vote potentiels au 2nd tour

Pour chaque comportement électoral, proportion d'électeurs déclarant qu'ils pourraient faire ce choix au 2nd tour



Q : Toujours en pensant au 2nd tour de l'élection présidentielle, pour chacun des choix suivants, diriez que...

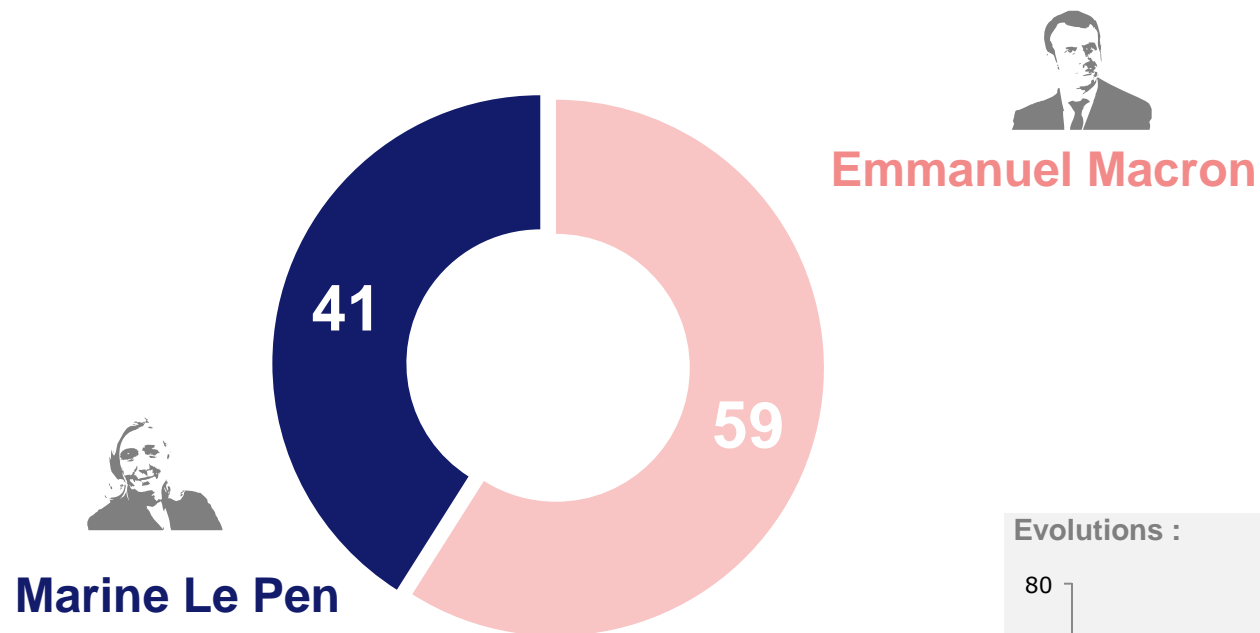
En %

Intentions de vote au 2nd tour de l'élection présidentielle

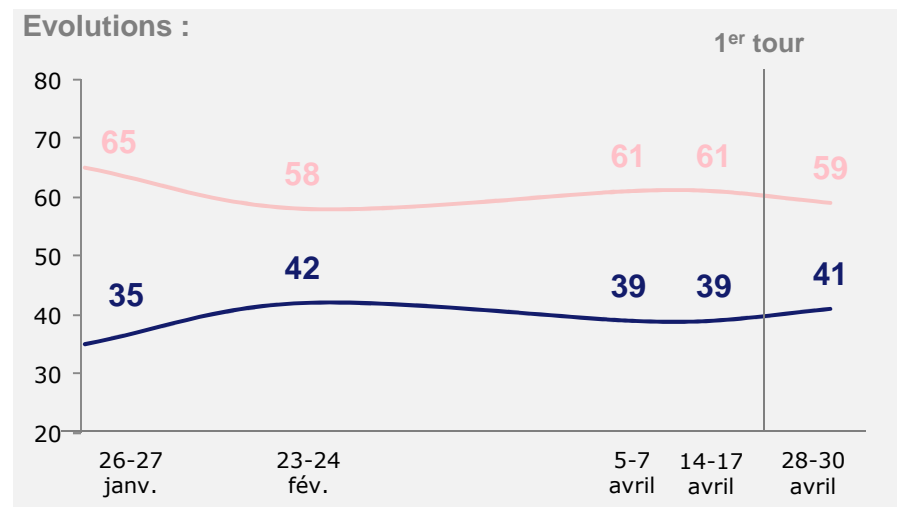


Intentions de vote pour le 2nd tour de l'élection présidentielle

En %



33% des répondants ne sont pas certains d'aller voter ou n'ont pas exprimé de choix



La sûreté de choix au 2nd tour de l'élection présidentielle par électorat

En %

Pour chaque candidat, part des électeurs se disant sûrs de leur choix :

Emmanuel Macron



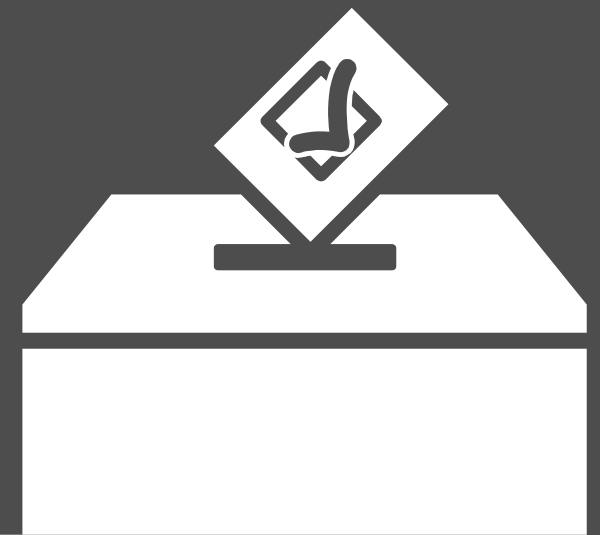
Marine Le Pen



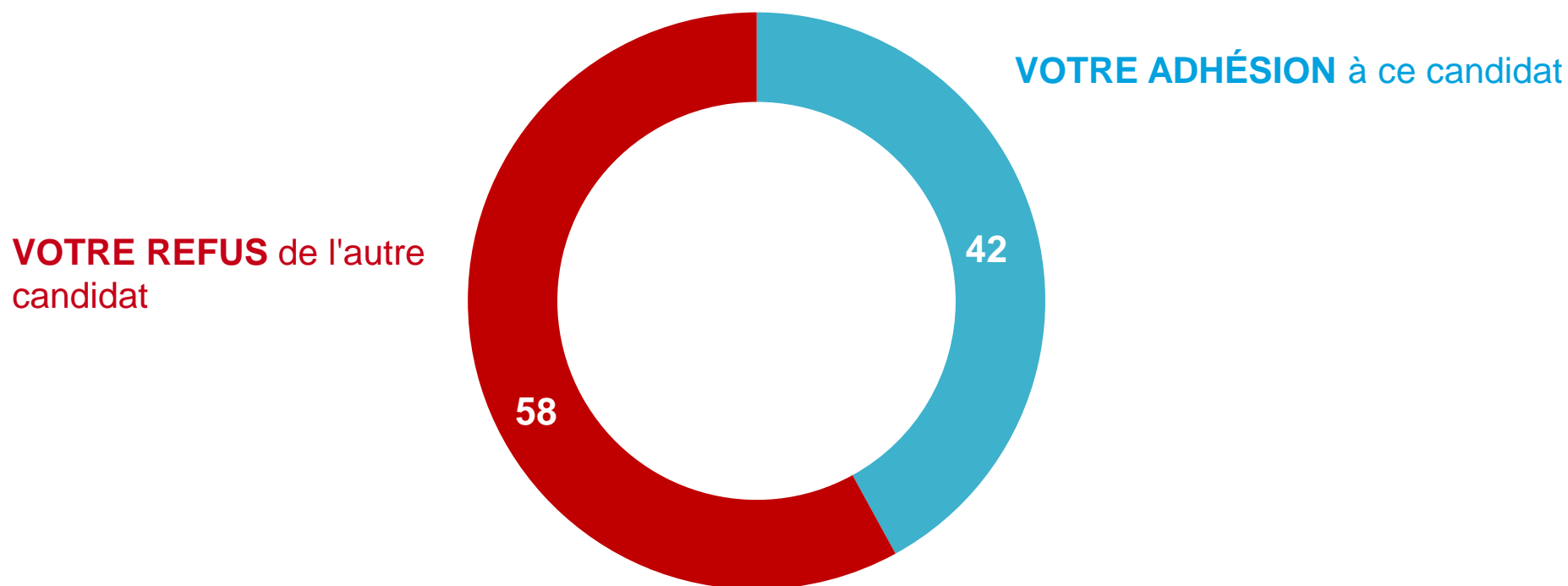
Transferts entre le vote au 1^{er} tour et l'intention de vote au 2nd tour

		Intention de vote au 2nd tour		
		Emmanuel Macron	Marine Le Pen	Abstention, blanc, nul, sans réponse
Vote au 1er tour	Jean-Luc Mélenchon	52	17	31
	Benoît Hamon	73	8	19
	Emmanuel Macron	96	2	2
	François Fillon	49	29	22
	Nicolas Dupont-Aignan	30	41	29
	Marine Le Pen	0	99	1
	Abstention, blanc, sans réponse	25	19	56

Les motivations du vote



Les motivations du vote au 2nd tour de l'élection présidentielle



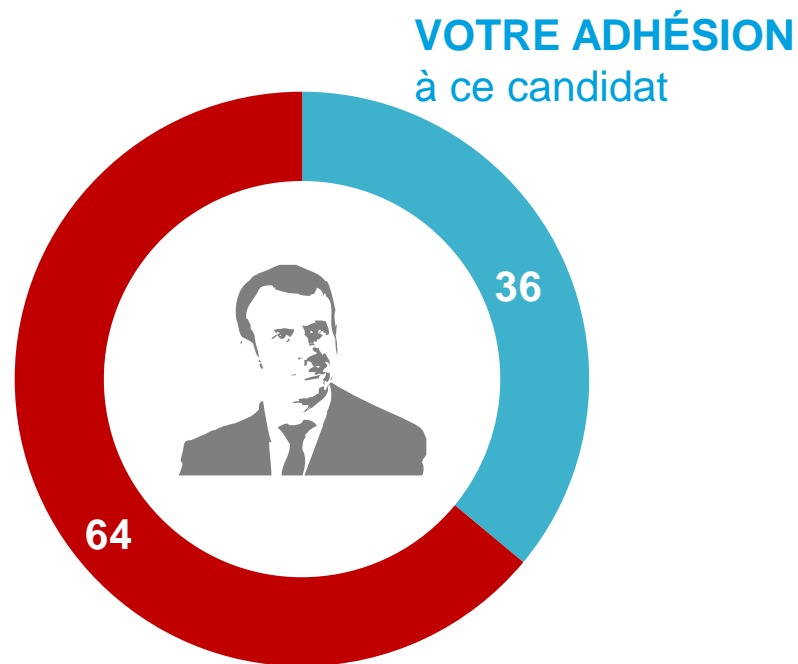
Question posée à ceux qui ont exprimé une intention de vote au 2nd tour de l'élection présidentielle pour un candidat, soit 81% de l'échantillon

Q : *En votant pour ce candidat, voulez-vous manifester...*

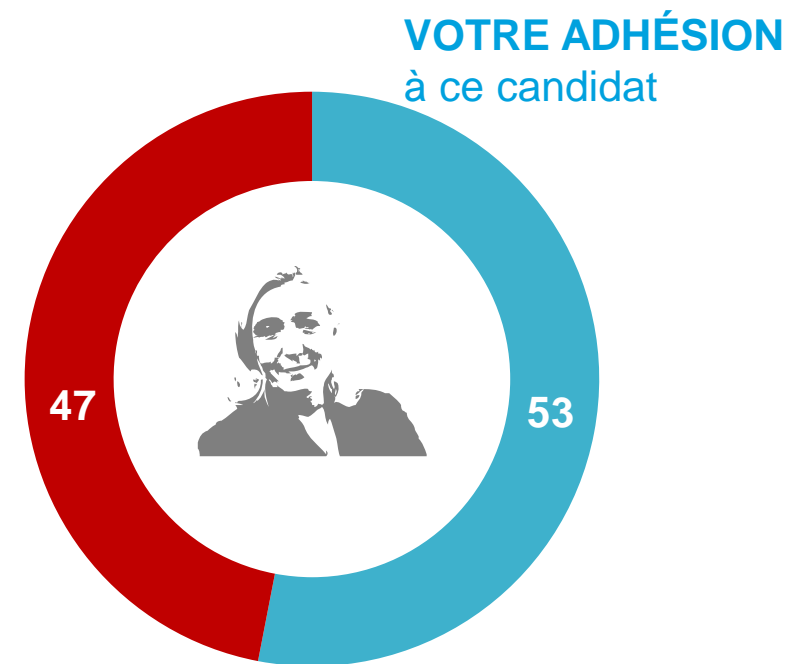
En %

Les motivations du vote au 2nd tour de l'élection présidentielle par électorat

Electeurs d'E. Macron



Electeurs de M. Le Pen



Question posée à ceux qui ont exprimé une intention de vote au 2nd tour de l'élection présidentielle pour un candidat, soit 81% de l'échantillon

Q : *En votant pour ce candidat, voulez-vous manifester...*

En %

Les motivations du vote de rejet au 2nd tour de l'élection présidentielle



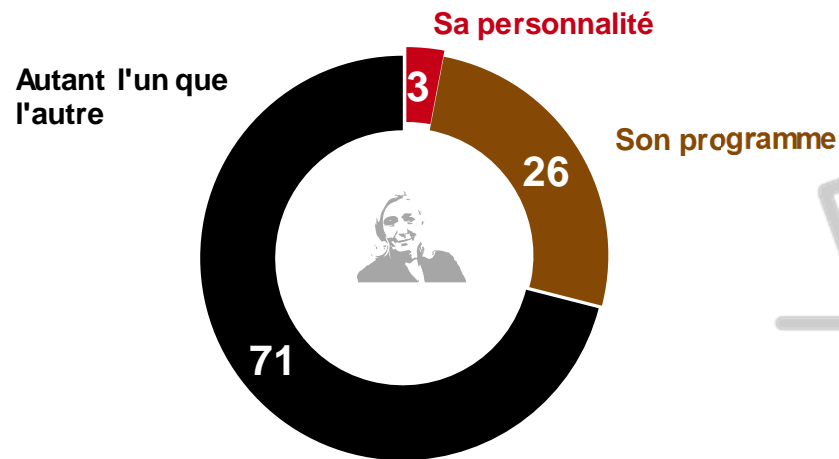
Electeurs d'E. Macron
par rejet de M. Le Pen¹

En %

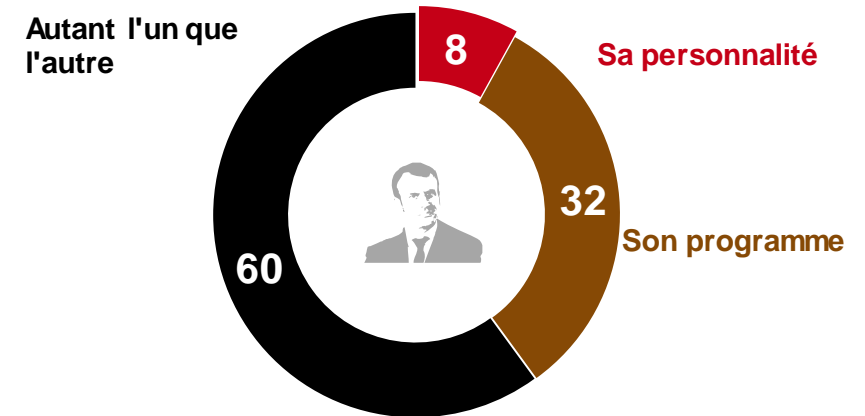


Electeurs de M. Le Pen
par rejet d'E. Macron²

Qu'est-ce qui vous pose le plus problème chez **M. Le Pen** ?



Qu'est-ce qui vous pose le plus problème chez **E. Macron** ?



¹Question posée aux électeurs votant pour Emmanuel Macron par refus de l'autre candidat, soit 64% de son électorat

²Question posée aux électeurs votant pour Marine Le Pen par refus d'Emmanuel Macron candidat, soit 47% de son électorat

Les motivations du vote d'adhésion au 2nd tour de l'élection présidentielle



Electeurs d'E. Macron
par adhésion¹

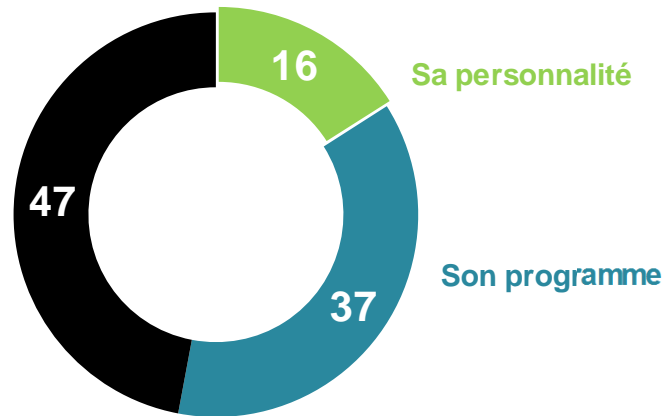
En %



Electeurs de M. Le Pen
par adhésion²

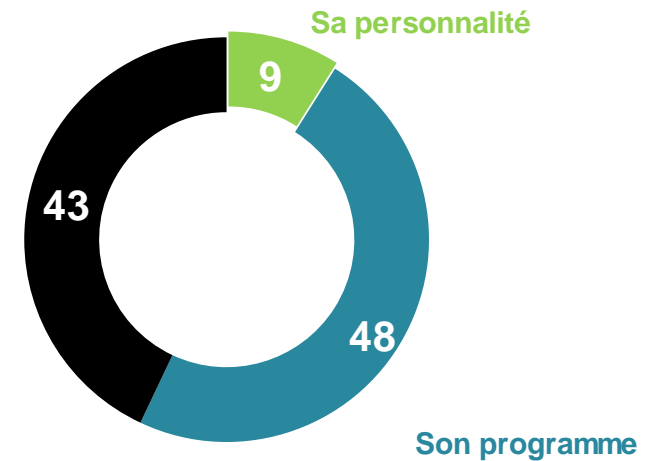
Qu'est-ce qui vous incite le plus à voter pour **E. Macron** ?

Autant l'un que
l'autre



Qu'est-ce qui vous incite le plus à voter pour **M. Le Pen** ?

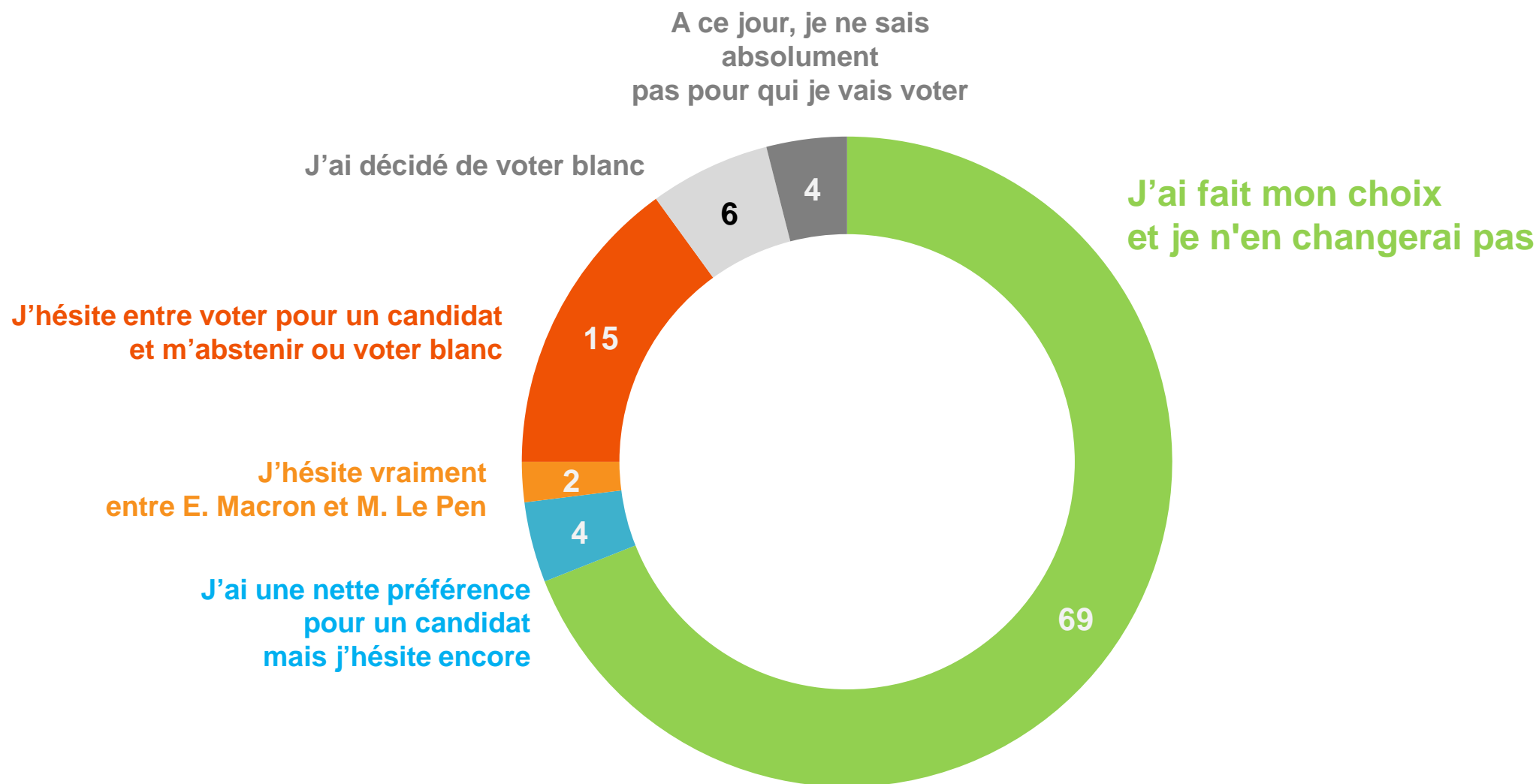
Autant l'un que
l'autre



¹Question posée aux électeurs votant pour Emmanuel Macron par adhésion, soit 36% de son électorat

²Question posée aux électeurs votant pour Marine Le Pen par adhésion, soit 53% de son électorat

Le niveau d'incertitude au 2nd tour de l'élection présidentielle



Q : Concernant ce 2nd tour, quelle est la situation qui se rapproche le plus de la vôtre :

En %

Le niveau d'incertitude au 2nd tour de l'élection présidentielle par électorat

	Ensemble	Electeurs E. Macron	Electeurs M. Le Pen
J'ai fait mon choix et je n'en changerai pas	69	83	77
J'ai une nette préférence pour un candidat mais j'hésite encore	4	4	7
J'hésite vraiment entre E. Macron et M. Le Pen	2	2	1
J'hésite entre voter pour un candidat et m'abstenir ou voter blanc	15	11	13

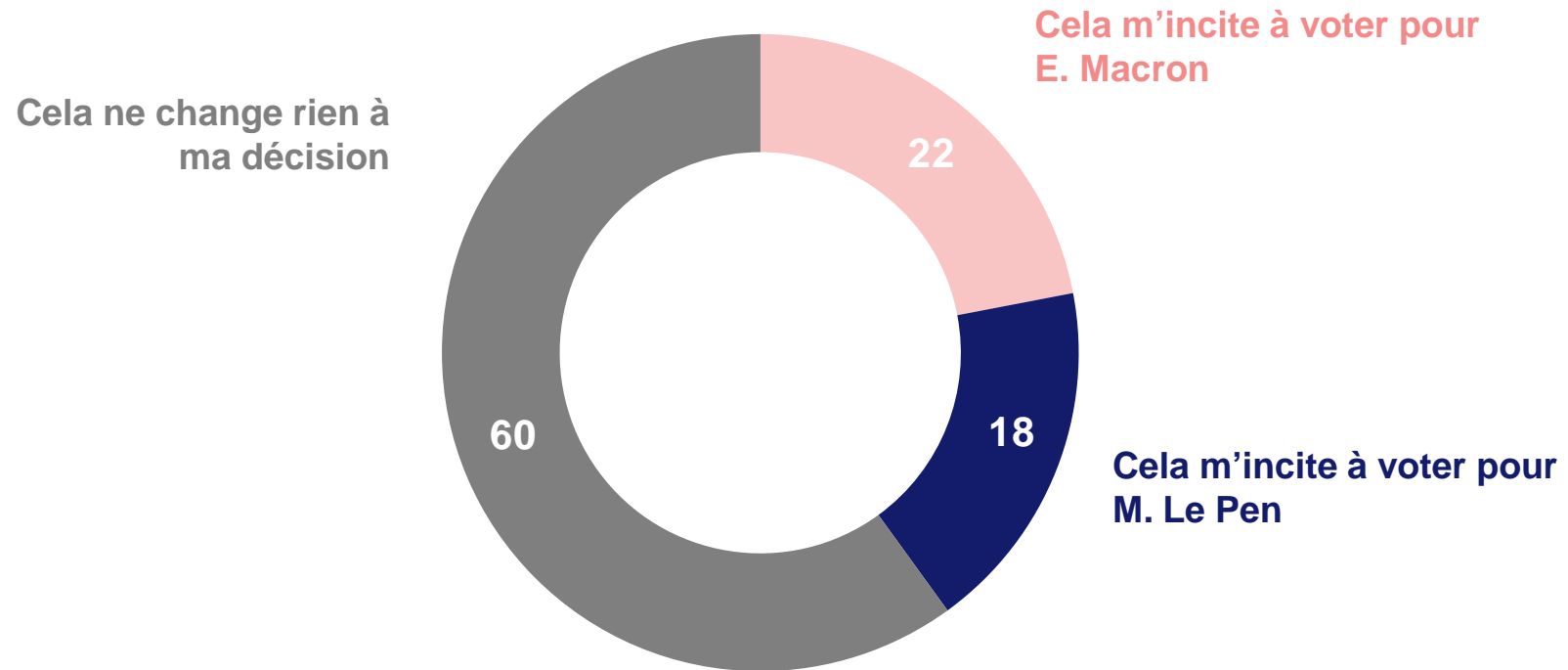
Q : Concernant ce 2nd tour, quelle est la situation qui se rapproche le plus de la vôtre :

En %

L'effet des consignes de vote du parti Les Républicains sur ses sympathisants



Base : Sympathisants Les Républicains



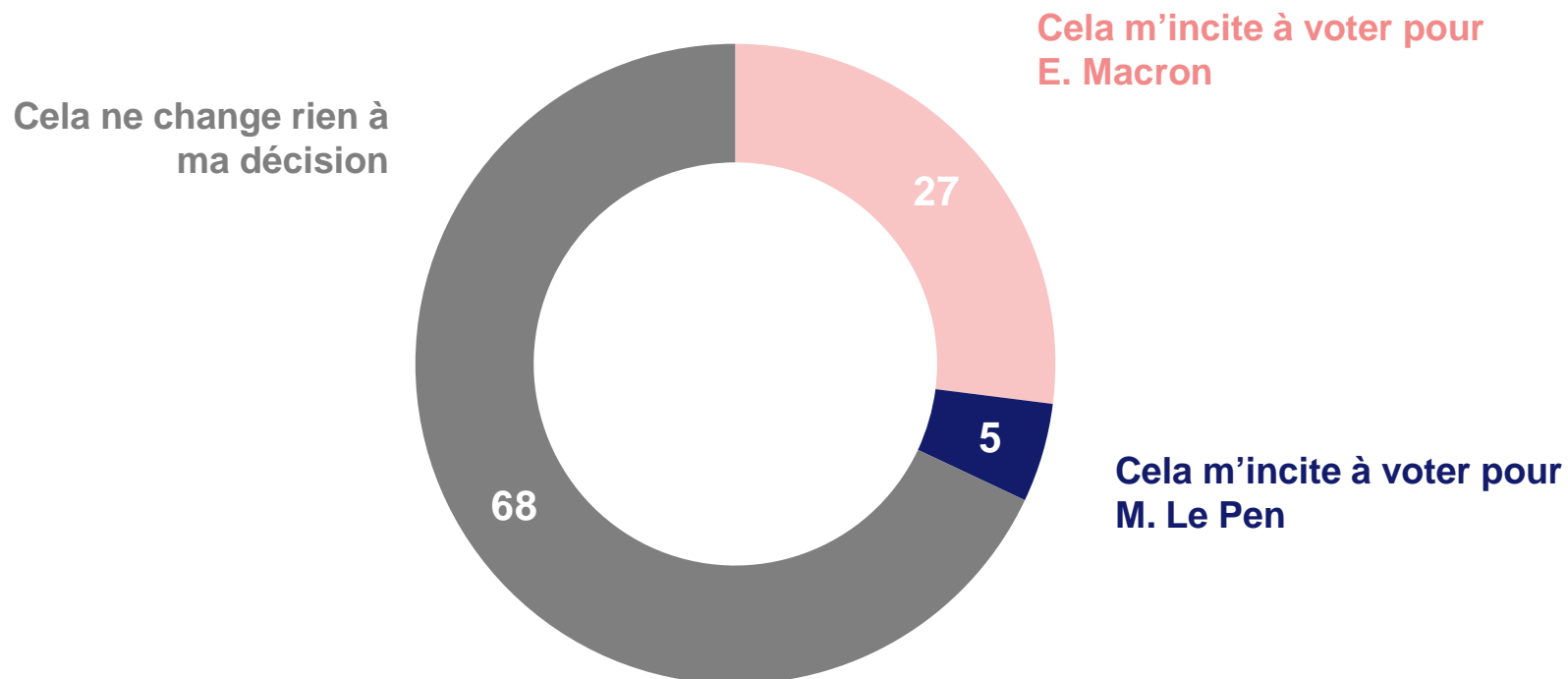
Q : Les Républicains ont appelé à voter contre Marine Le Pen au second tour de l'élection présidentielle. Diriez-vous que...

En %

L'effet des consignes de vote du Parti socialiste sur ses sympathisants



Base : Sympathisants Parti Socialiste

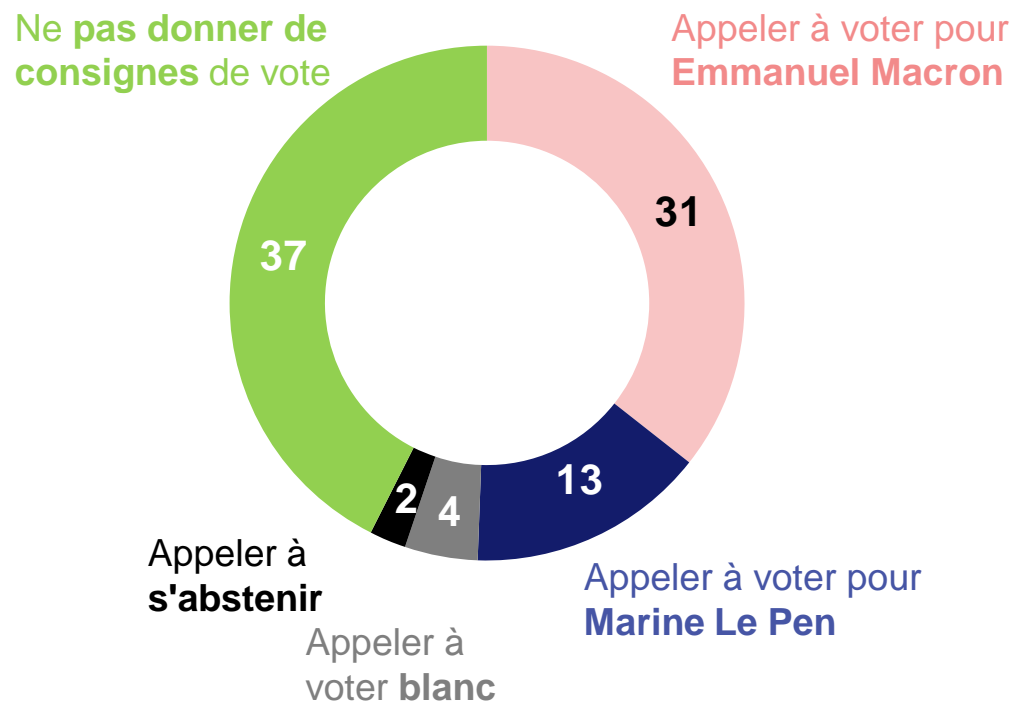


En %

Q : Le Parti socialiste a appelé à voter pour Emmanuel Macron au second tour de l'élection présidentielle. Diriez-vous que...

La position souhaitée de Jean-Luc Mélenchon pour le 2nd tour de l'élection présidentielle

Ensemble

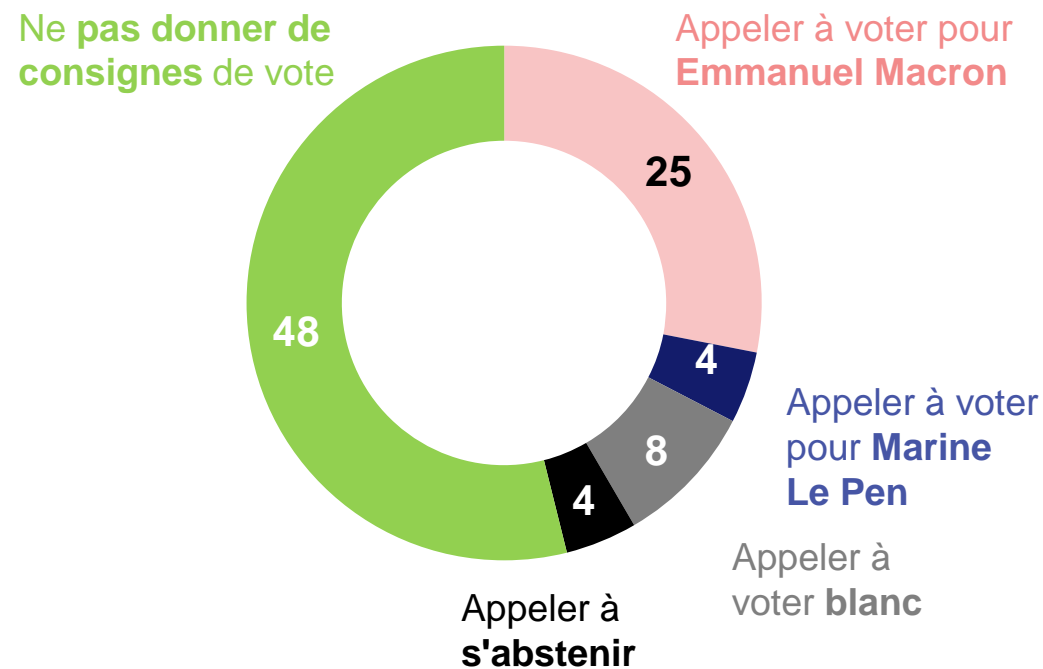


Sans opinion : 13%

En %

Q : Selon-vous, pour le 2nd tour, Jean-Luc Mélenchon devrait-il appeler à...

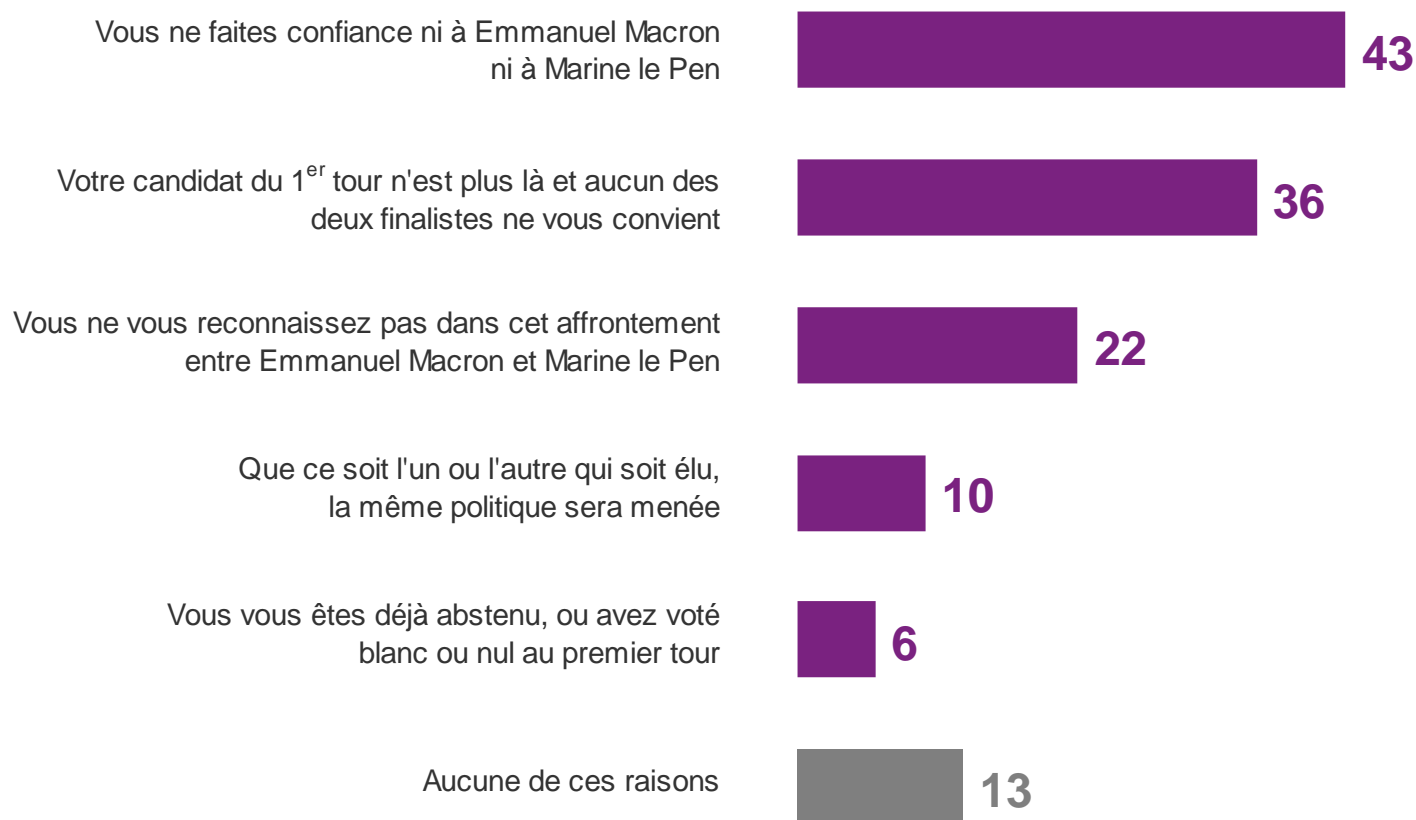
Base : Electeurs de Jean-Luc Mélenchon



Sans opinion : 11%

Les motivations à l'abstention et au vote blanc ou nul

Base : A ceux qui envisagent de s'abstenir ou de voter blanc ou nul au second tour



En % - Plusieurs réponses possibles

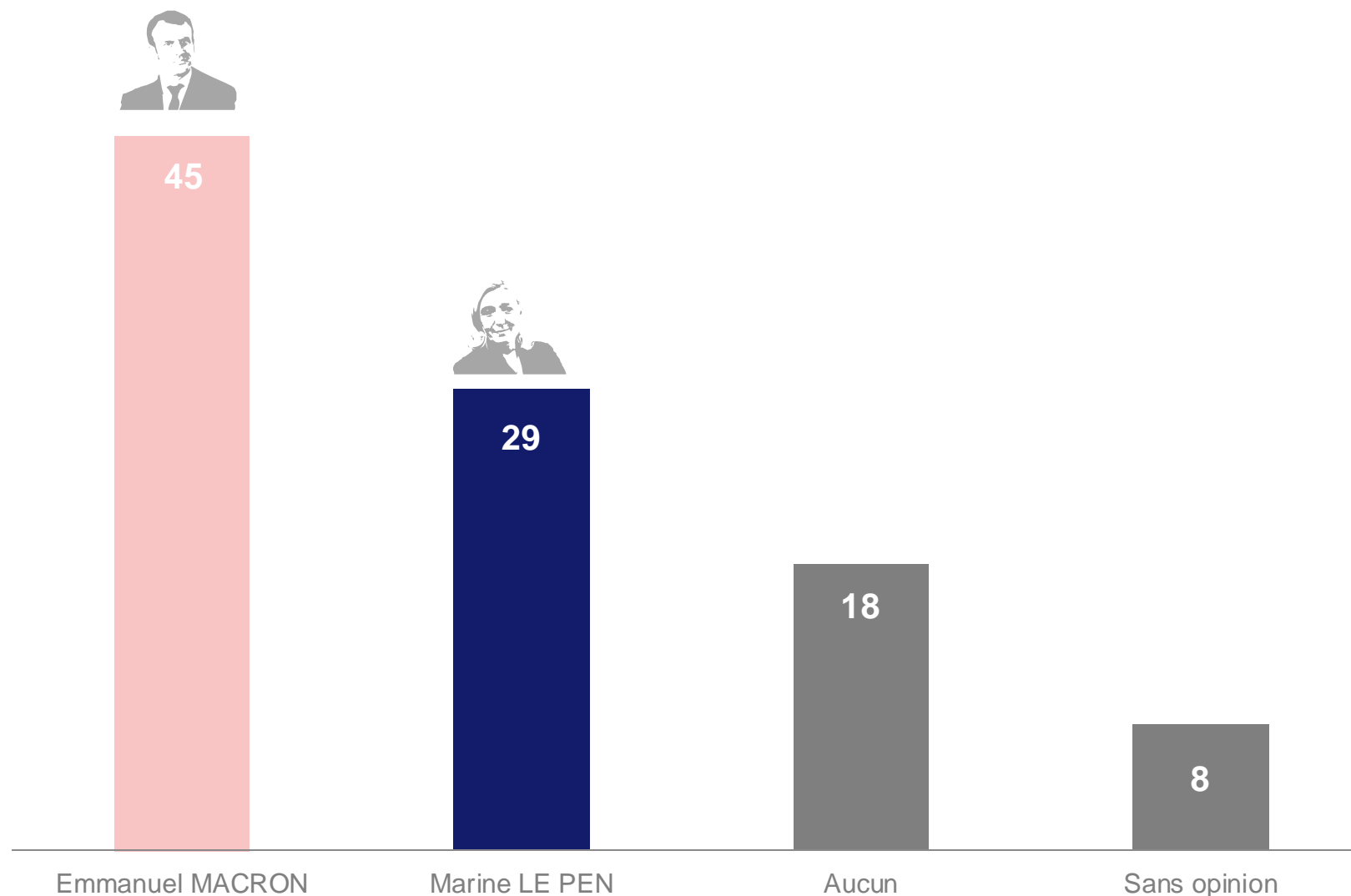
Q : Qu'est-ce qui fait que vous pourriez vous abstenir ou voter blanc ou nul au second tour de l'élection présidentielle ?

Question posée à 38% de l'échantillon

Le souhait de victoire



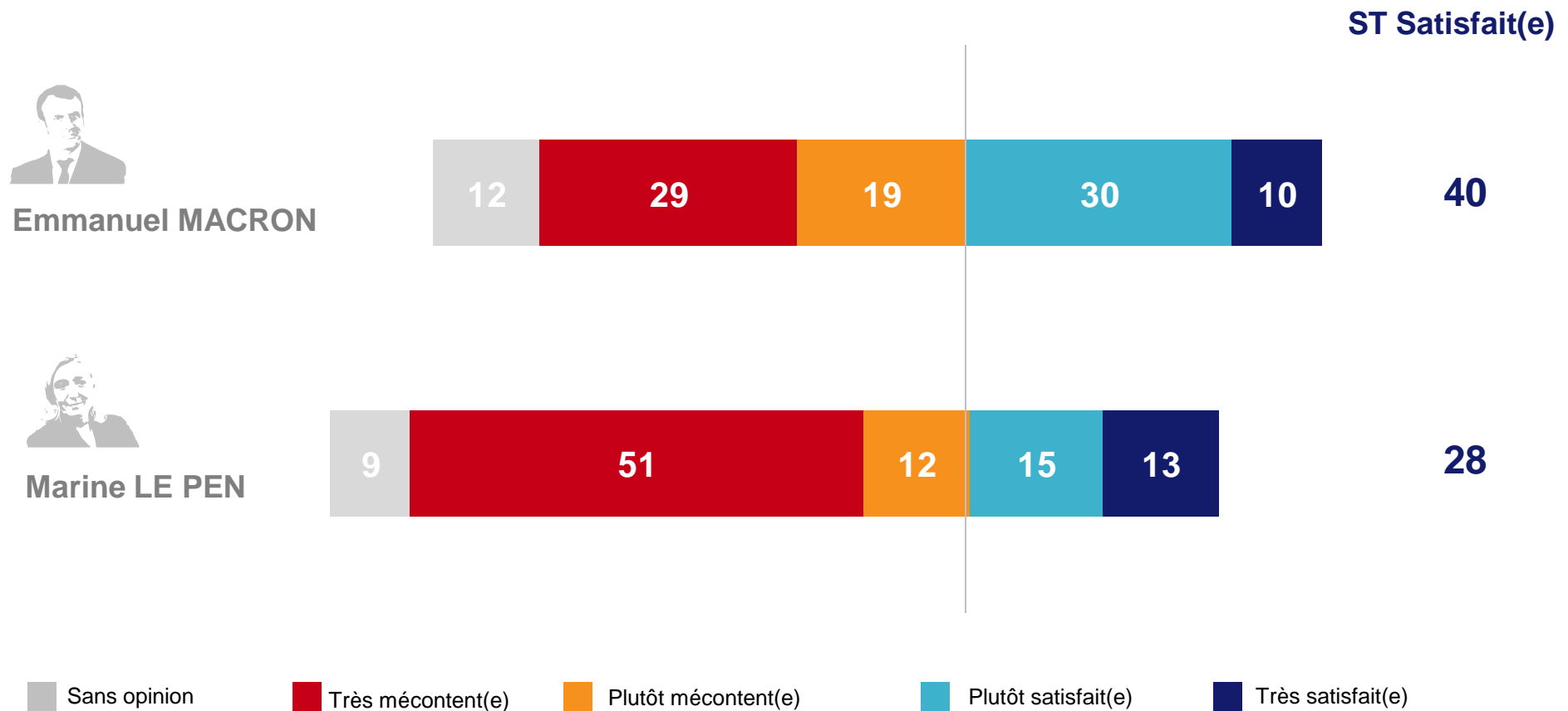
Le souhait de victoire à l'élection présidentielle de 2017



En %

Q : Qui souhaiteriez-vous voir gagner l'élection présidentielle de 2017 ?

La satisfaction face à la perspective d'une victoire d'Emmanuel Macron / de Marine Le Pen au 2nd tour de l'élection présidentielle de 2017



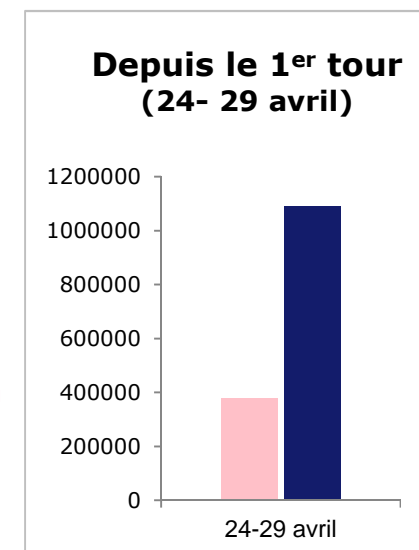
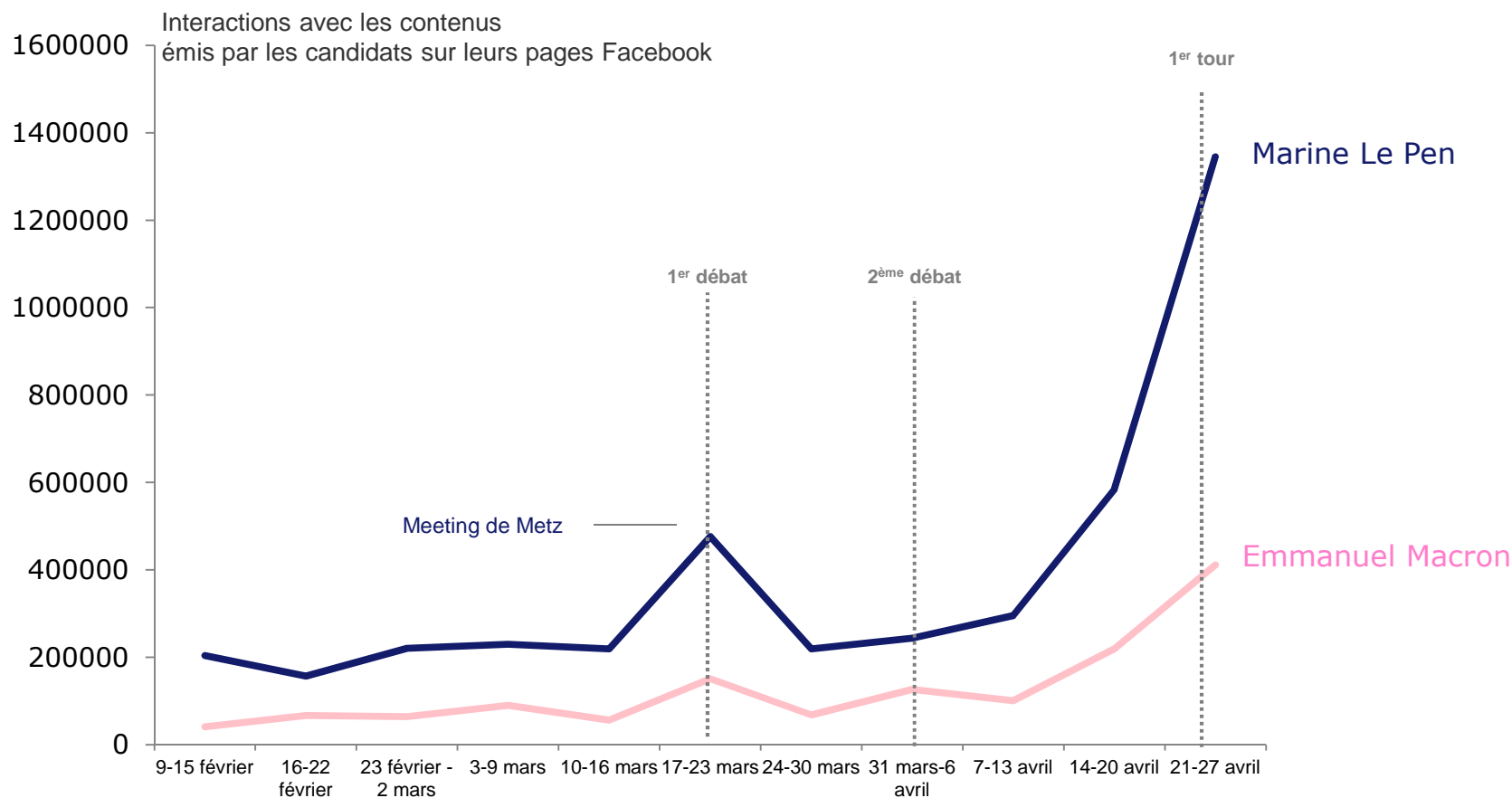
Q : Si Emmanuel Macron était élu Président de la République, seriez-vous ...
Si Marine Le Pen était élue Présidente de la République, seriez-vous ...

En %

Les indicateurs d'engagement sur le web social

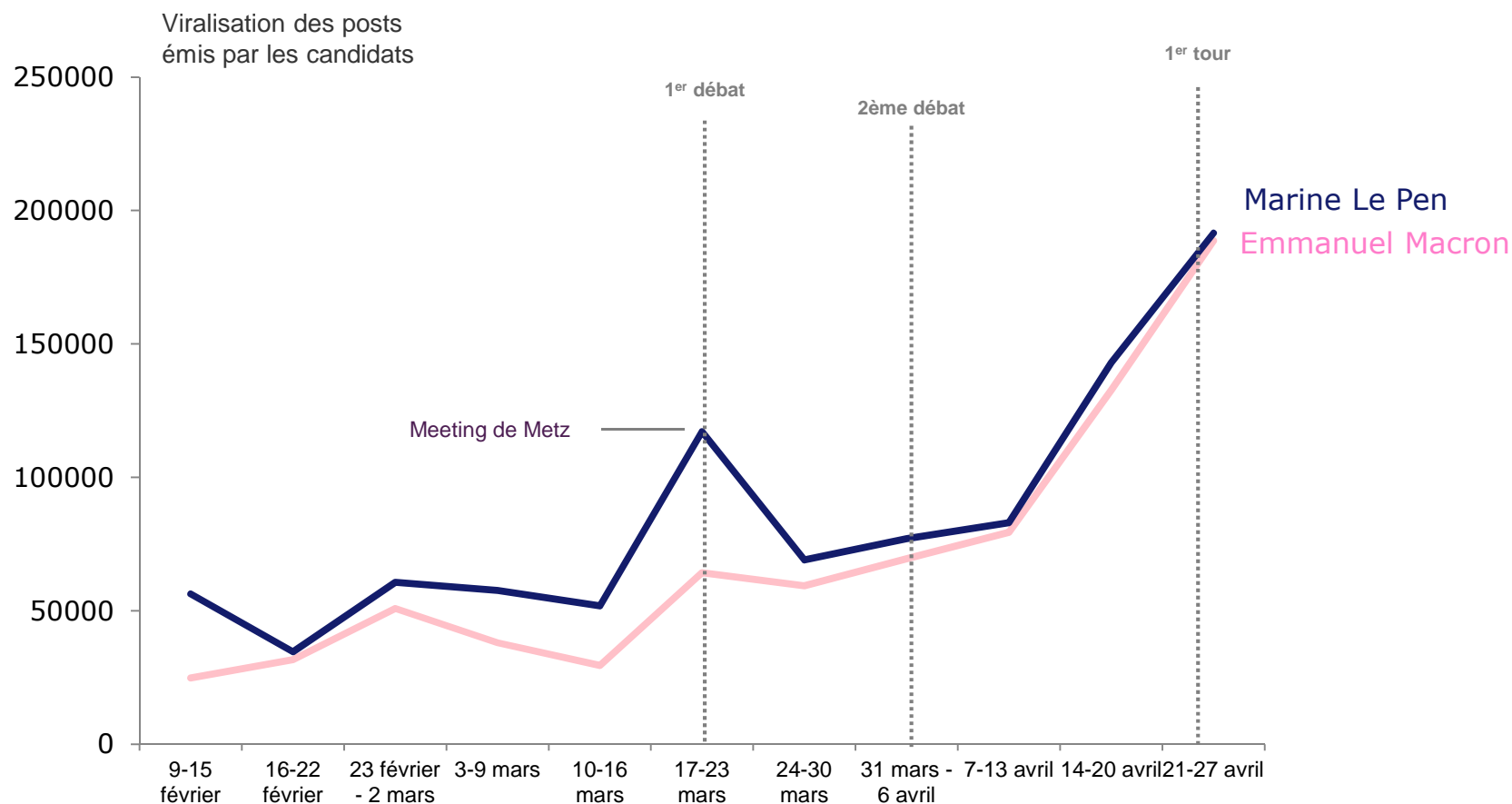


L'indicateur synthétique d'engagement sur Facebook



- **Marine Le Pen continue à générer beaucoup plus d'engagement sur Facebook qu'Emmanuel Macron.** L'écart entre les deux candidats se creuse même à l'issue du premier tour, avec une très forte dynamique en faveur de la candidate frontiste durant la première semaine d'entre-deux-tours.

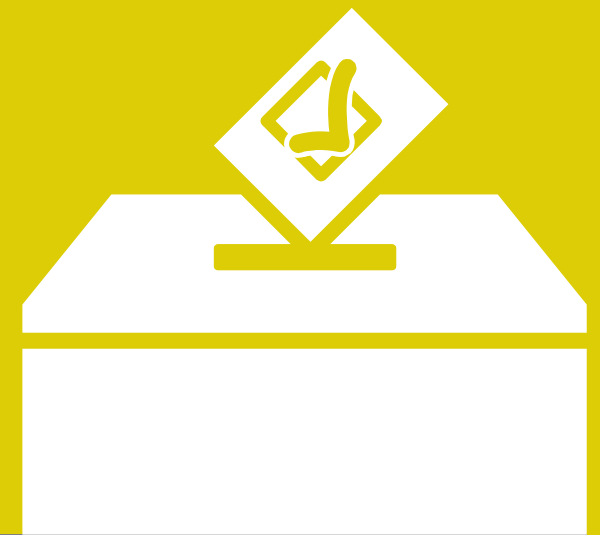
L'indicateur synthétique d'engagement sur Twitter



Les données Twitter ont été collectées grâce à notre partenaire technique **Brandwatch**.

- Sur Twitter, l'engagement autour des candidats a toujours été relativement proche, avec une petite avance pour Marine Le Pen, qui avait notamment réussi à davantage mobiliser lors de certains événements de sa campagne. **Aujourd'hui, les deux candidats génèrent un niveau d'engagement pratiquement équivalent sur ce réseau social, avec néanmoins un peu plus d'engagement derrière le candidat d'En Marche !** durant les premiers jours de l'entre-deux-tours.

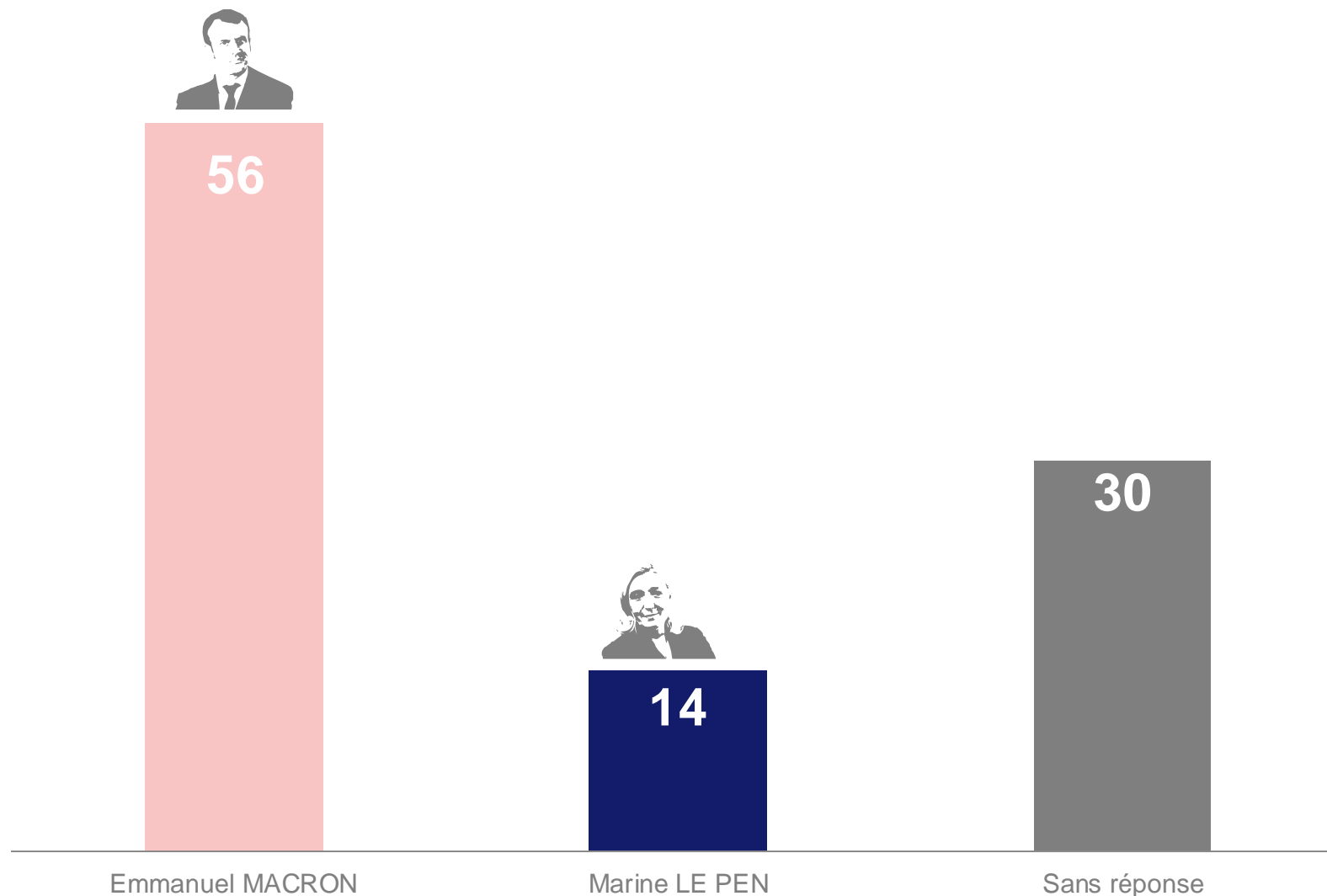
L'analyse de la logique électorale



Le pronostic de victoire et le bilan de la campagne de 2nd tour



Le pronostic de victoire à l'élection présidentielle de 2017



Q : Selon vous, qui remportera l'élection présidentielle dont le second tour aura lieu le 7 mai 2017 ?

En %

Probabilité perçue pour les candidats d'obtenir une majorité aux élections législatives en cas de victoire



ST Probable



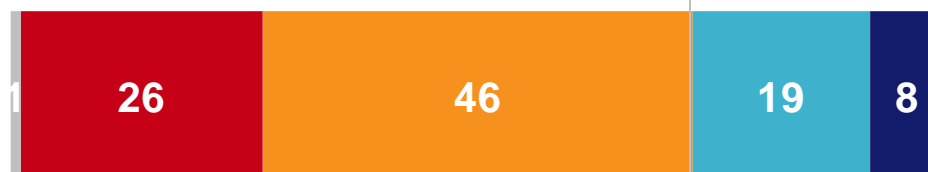
Emmanuel MACRON



49



Marine LE PEN



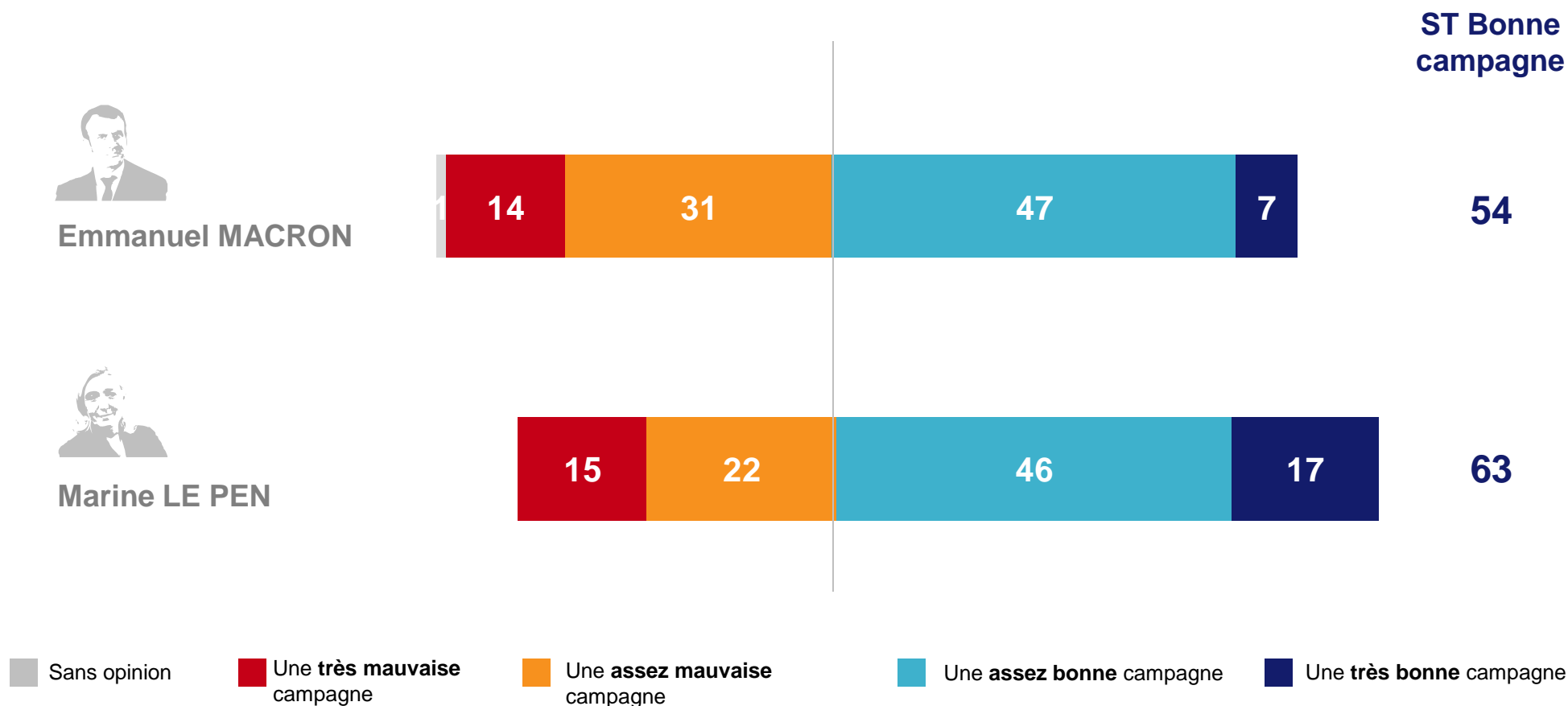
27

■ Sans opinion ■ Pas probable du tout ■ Peu probable ■ Assez probable ■ Très probable

Q : Selon vous, est-il probable que chacun des candidats suivants obtiennent une majorité à l'Assemblée nationale si il/elle est élu(e) ?

En %

Jugement sur les campagnes de 2nd tour des 2 finalistes



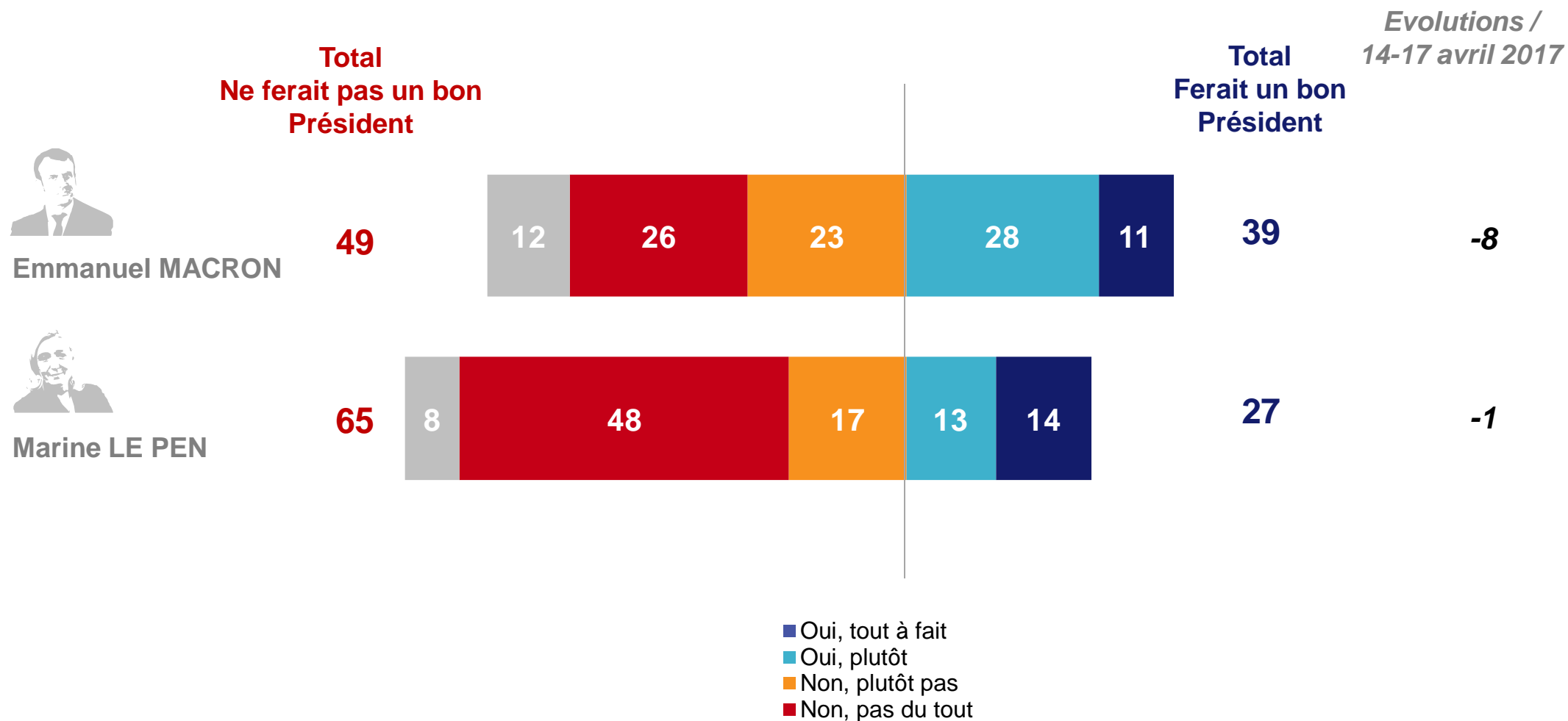
Q : Selon-vous, depuis le soir du 1^{er} tour, les candidats suivants font-ils ...

En %

La stature présidentielle des candidats



La stature présidentielle des candidats

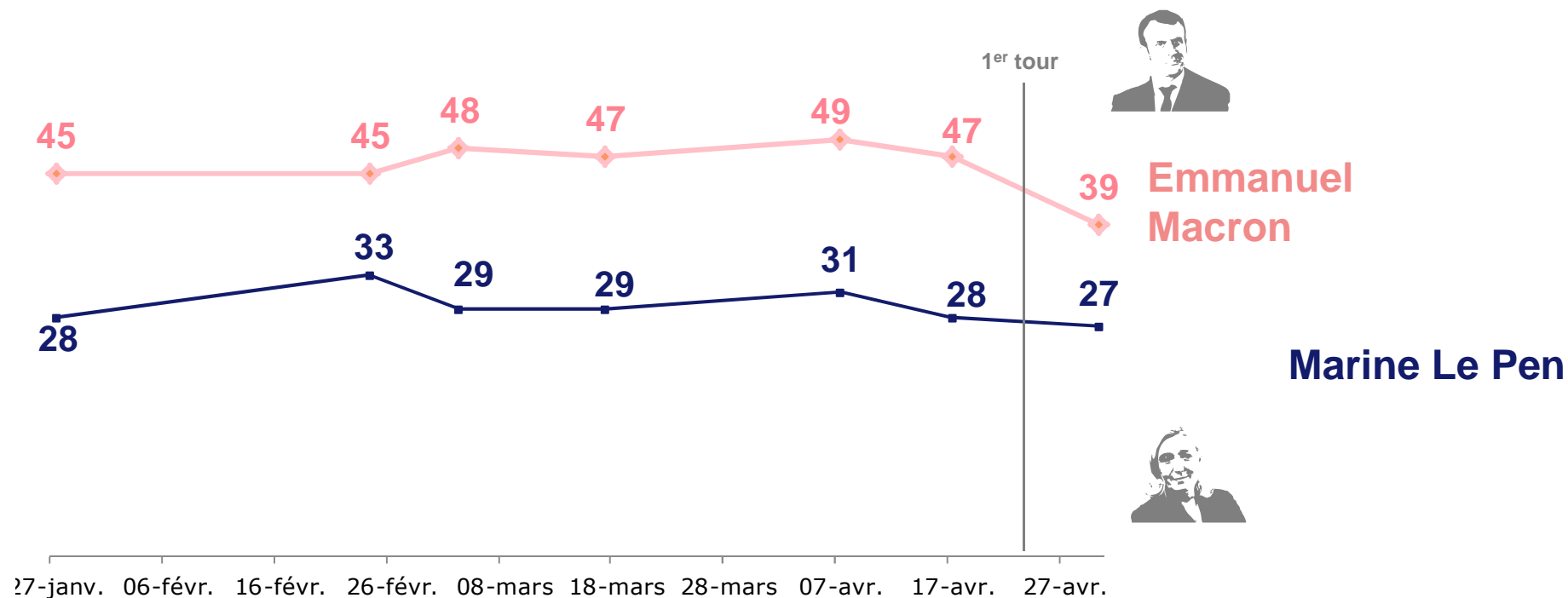


En %

Q : Selon vous, chacun des candidats suivants ferait-il/ elle un bon président de la République ?

La stature présidentielle des candidats

Evolution du Total « Ferait un bon Président » :



En %

Q : Selon vous, chacun des candidats suivants ferait-il/ elle un bon président de la République ?

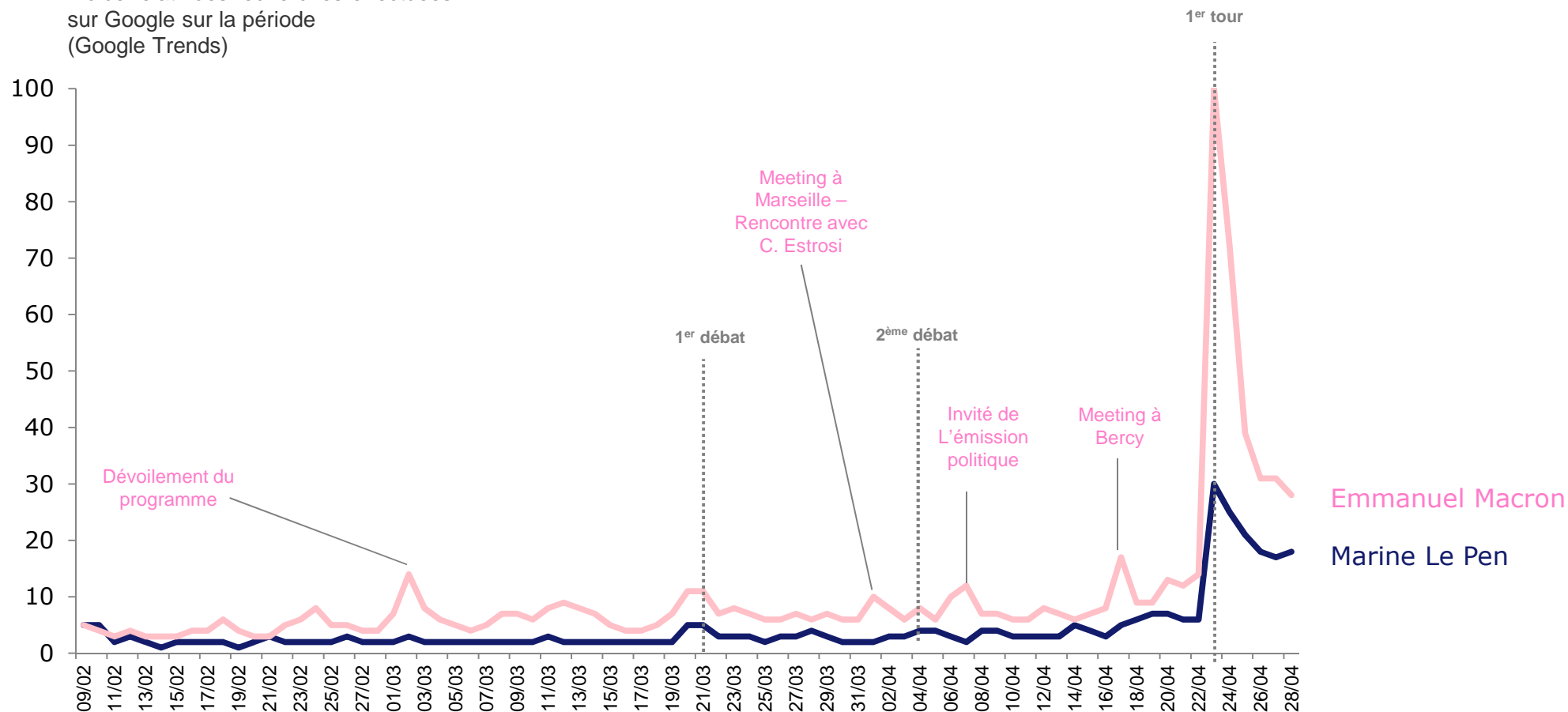
Les intérêts spontanés dans les requêtes Google



Intérêts spontanés exprimés à l'égard des candidats dans les requêtes Google



Indice relatif des recherches effectuées sur Google sur la période (Google Trends)



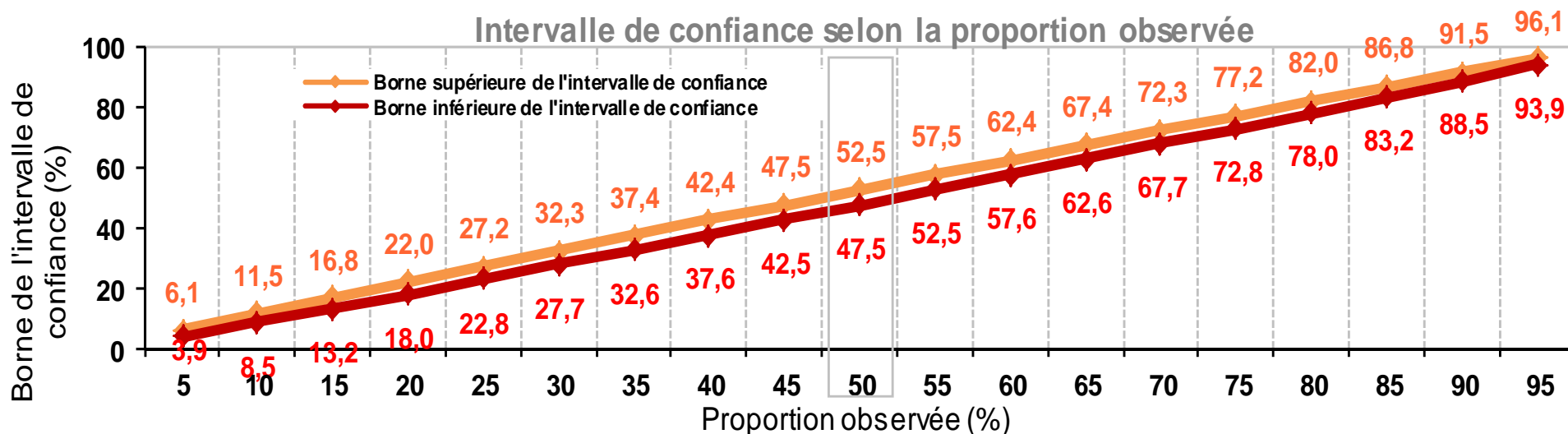
- Emmanuel Macron suscite un très fort intérêt le jour du premier tour. Si la hausse s'observe pour tous les candidats à cette élection, et se révèle également forte pour Marine Le Pen, c'est bien le candidat d'En marche ! qui génère, de loin, le plus fort nombre de requêtes sur Google.
- La première semaine de l'entre-deux-tours est également marquée par un plus fort intérêt pour l'ancien ministre de l'Economie que pour Marine Le Pen.

Annexes



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 **1539** individus : une répartition de 50% / 50% a une précision de $\pm 2,5\%$. Autrement dit, il y a 95% de chances que la proportion réelle dans l'ensemble de la population soit comprise entre 50-2,5% et 50+2,5%, la proportion la plus probable étant 50%.
- Pour cet échantillon de **1539** individus, à 95% de confiance, les intervalles de confiance selon les proportions observées sont :



Précisions techniques

- Pour un échantillon de **1031** individus – ici, les personnes tout à fait certaines d’aller voter et ayant exprimé un choix au 2nd tour –, une répartition de 50% / 50% a une précision de $\pm 3,0\%$.
- Autrement dit, il y a 95% de chances que la proportion réelle dans l’ensemble de la population soit comprise entre 50–3,1% et 50+3,1%, la proportion la plus probable étant 50%.
- A 95% de confiance, les intervalles de confiance selon les proportions observées sont :

