

Intentions de vote des Français à l'élection présidentielle de 2017

Enquête réalisée du 5 au 7 avril 2017

EMBARGO : DIMANCHE 9 AVRIL - 18H

Une étude KANTAR Sofres – onepoint
Pour LCI, Le Figaro et RTL
réalisée par KANTAR PUBLICIS

Avril 2017



KANTAR SOFRES onepoint.



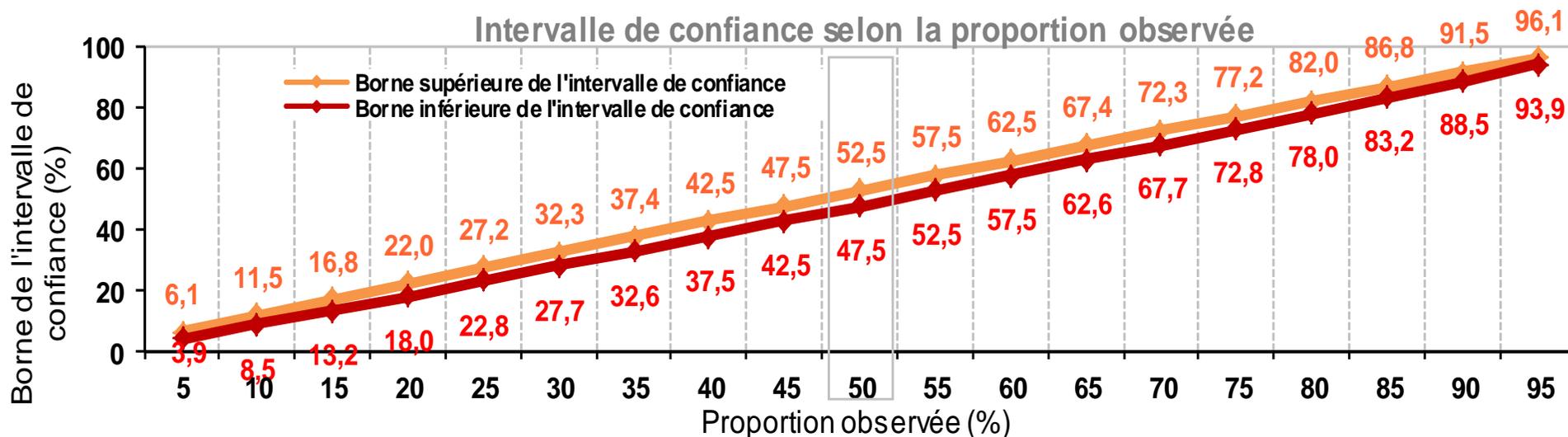
Toute publication, totale ou partielle
des résultats de ce sondage doit mentionner
la source "KANTAR Sofres - onepoint"
dans son intégralité.

Informations générales

Organisme ayant réalisé le sondage	Kantar Sofres - OnePoint
Commanditaires du sondage	Le Figaro – LCI – RTL
Nombre de personnes interrogées	Echantillon de 1 515 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 5 au 7 avril 2017
Date de publication	Le 9 avril 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 2012 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.

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 **1515** 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 **1515** individus, à 95% de confiance, les intervalles de confiance selon les proportions observées sont :



Précisions techniques

- Les intervalles de confiance des différents sous-échantillons analysés (les personnes tout à fait certaines d'aller voter et ayant exprimé un choix, selon l'hypothèse) sont présentés ci-dessous :

Proportion observée (%)	Intention de vote 1er tour (base = 1075)	Intention de vote 2nd tour Fillon / Le Pen (base = 741)	Intention de vote 2nd tour Mélenchon / Macron (base = 785)	Intention de vote 2nd tour Macron / Fillon (base = 855)	Intention de vote 2nd tour Mélenchon / Le Pen (base = 914)	Intention de vote 2nd tour Macron / Le Pen (base = 934)
5	[3,7 ; 6,3]	[3,4 ; 6,6]	[3,5 ; 6,5]	[3,5 ; 6,5]	[3,6 ; 6,4]	[3,6 ; 6,4]
10	[8,2 ; 11,8]	[7,8 ; 12,2]	[7,9 ; 12,1]	[8 ; 12]	[8,1 ; 11,9]	[8,1 ; 11,9]
15	[12,9 ; 17,1]	[12,4 ; 17,6]	[12,5 ; 17,5]	[12,6 ; 17,4]	[12,7 ; 17,3]	[12,7 ; 17,3]
20	[17,6 ; 22,4]	[17,1 ; 22,9]	[17,2 ; 22,8]	[17,3 ; 22,7]	[17,4 ; 22,6]	[17,4 ; 22,6]
25	[22,4 ; 27,6]	[21,9 ; 28,1]	[22 ; 28]	[22,1 ; 27,9]	[22,2 ; 27,8]	[22,2 ; 27,8]
30	[27,3 ; 32,7]	[26,7 ; 33,3]	[26,8 ; 33,2]	[26,9 ; 33,1]	[27 ; 33]	[27,1 ; 32,9]
35	[32,1 ; 37,9]	[31,6 ; 38,4]	[31,7 ; 38,3]	[31,8 ; 38,2]	[31,9 ; 38,1]	[31,9 ; 38,1]
40	[37,1 ; 42,9]	[36,5 ; 43,5]	[36,6 ; 43,4]	[36,7 ; 43,3]	[36,8 ; 43,2]	[36,9 ; 43,1]
45	[42 ; 48]	[41,4 ; 48,6]	[41,5 ; 48,5]	[41,7 ; 48,3]	[41,8 ; 48,2]	[41,8 ; 48,2]
50	[47 ; 53]	[46,4 ; 53,6]	[46,5 ; 53,5]	[46,6 ; 53,4]	[46,8 ; 53,2]	[46,8 ; 53,2]
55	[52 ; 58]	[51,4 ; 58,6]	[51,5 ; 58,5]	[51,7 ; 58,3]	[51,8 ; 58,2]	[51,8 ; 58,2]
60	[57,1 ; 62,9]	[56,5 ; 63,5]	[56,6 ; 63,4]	[56,7 ; 63,3]	[56,8 ; 63,2]	[56,9 ; 63,1]
65	[62,1 ; 67,9]	[61,6 ; 68,4]	[61,7 ; 68,3]	[61,8 ; 68,2]	[61,9 ; 68,1]	[61,9 ; 68,1]
70	[67,3 ; 72,7]	[66,7 ; 73,3]	[66,8 ; 73,2]	[66,9 ; 73,1]	[67 ; 73]	[67,1 ; 72,9]
75	[72,4 ; 77,6]	[71,9 ; 78,1]	[72 ; 78]	[72,1 ; 77,9]	[72,2 ; 77,8]	[72,2 ; 77,8]
80	[77,6 ; 82,4]	[77,1 ; 82,9]	[77,2 ; 82,8]	[77,3 ; 82,7]	[77,4 ; 82,6]	[77,4 ; 82,6]
85	[82,9 ; 87,1]	[82,4 ; 87,6]	[82,5 ; 87,5]	[82,6 ; 87,4]	[82,7 ; 87,3]	[82,7 ; 87,3]
90	[88,2 ; 91,8]	[87,8 ; 92,2]	[87,9 ; 92,1]	[88 ; 92]	[88,1 ; 91,9]	[88,1 ; 91,9]
95	[93,7 ; 96,3]	[93,4 ; 96,6]	[93,5 ; 96,5]	[93,5 ; 96,5]	[93,6 ; 96,4]	[93,6 ; 96,4]

Rappel de la méthodologie



Echantillon

Echantillon de **1515 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 **5 au 7 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		40

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

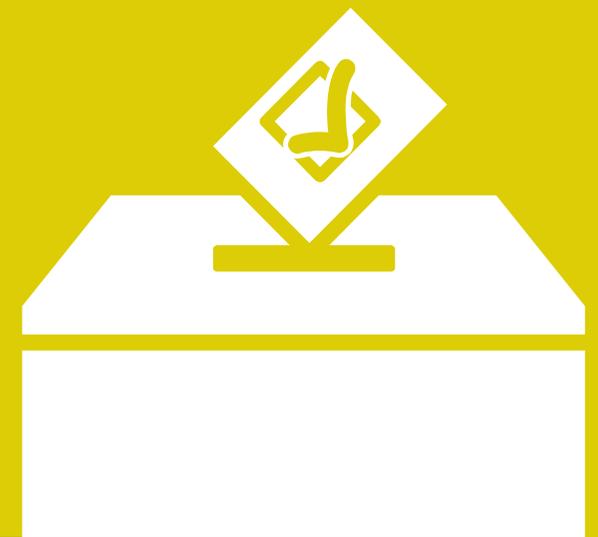
laure.salvaing@kantarpublic.com

01 40 92 66 13

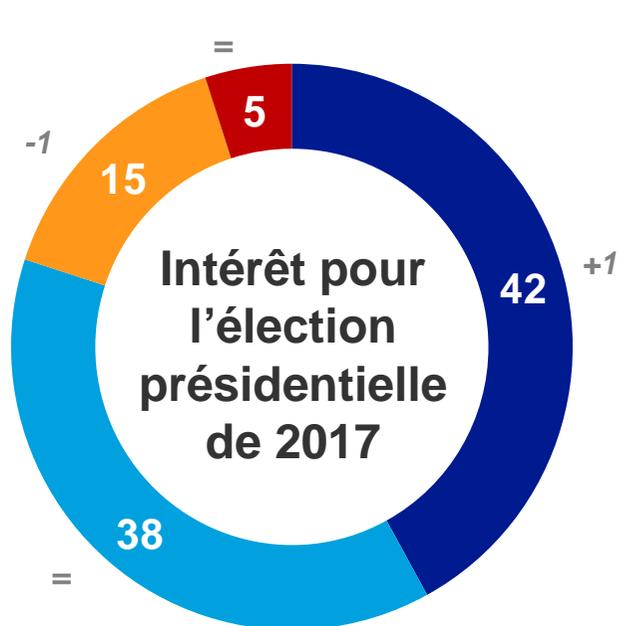


Ce document a été rédigé en accord avec les procédures Qualité Kantar Public.
Il a été contrôlé par Carine MARCE, Directrice au sein de Kantar Public.

L'intérêt pour l'élection présidentielle



Intérêt pour l'élection présidentielle de 2017

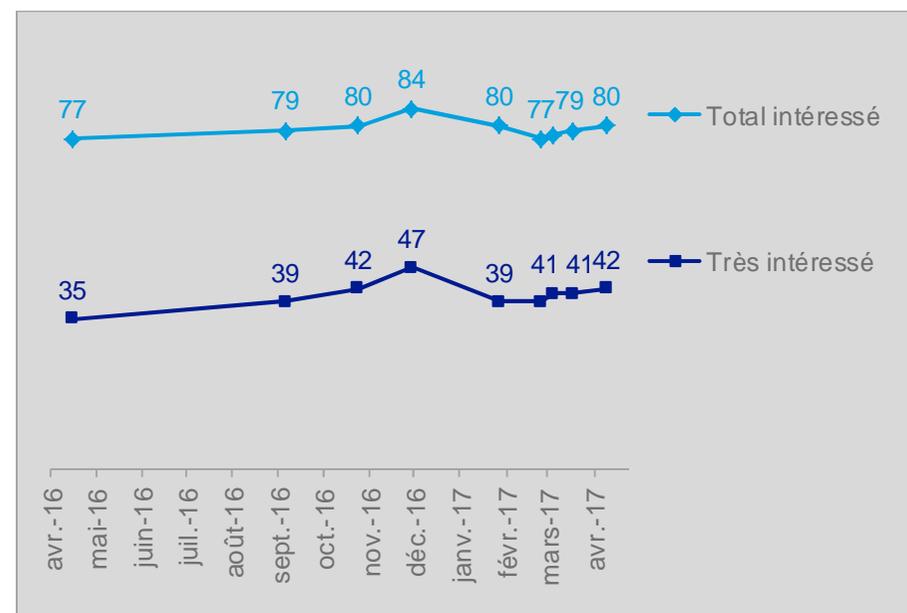


- Beaucoup
- Assez
- Peu
- Pas du tout

Intéressé | **80**

Evolution / 15-17 mars 2017

+1

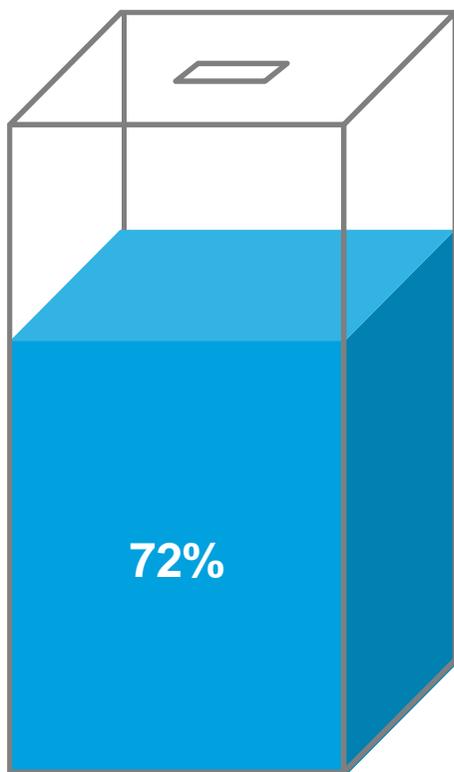


En %

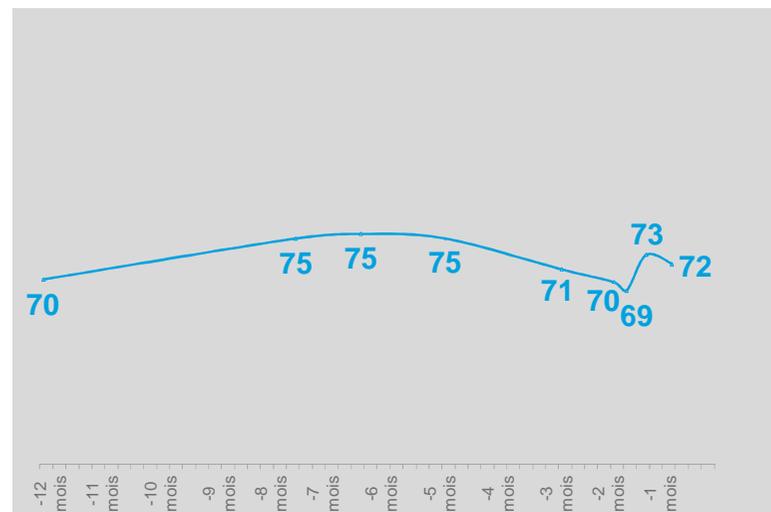
Indice de participation

En %

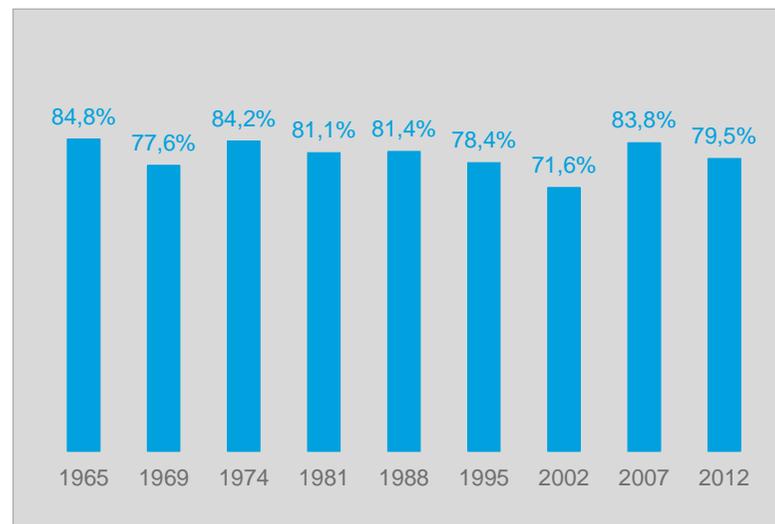
Indice de participation :



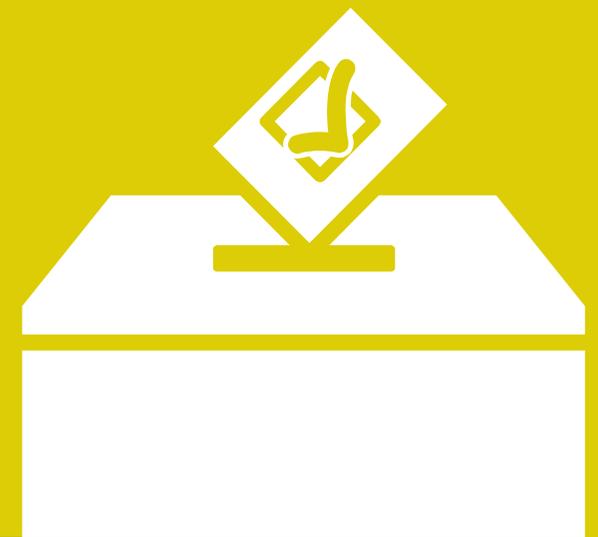
Evolution de notre indicateur :



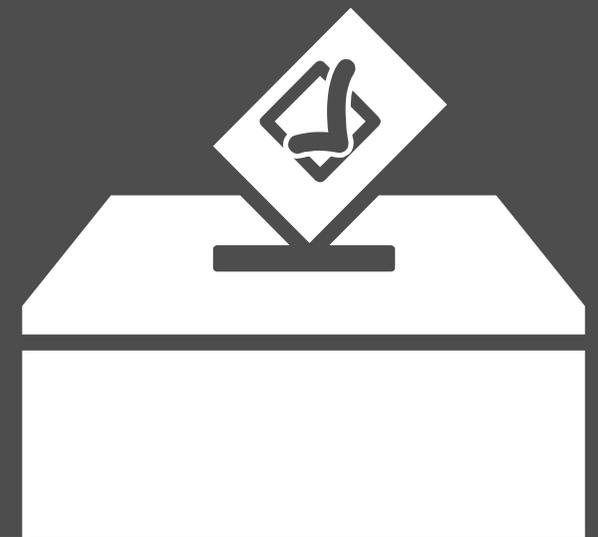
La participation aux élections présidentielles sous la V^{ème} République :



Les mesures du rapport de force électoral

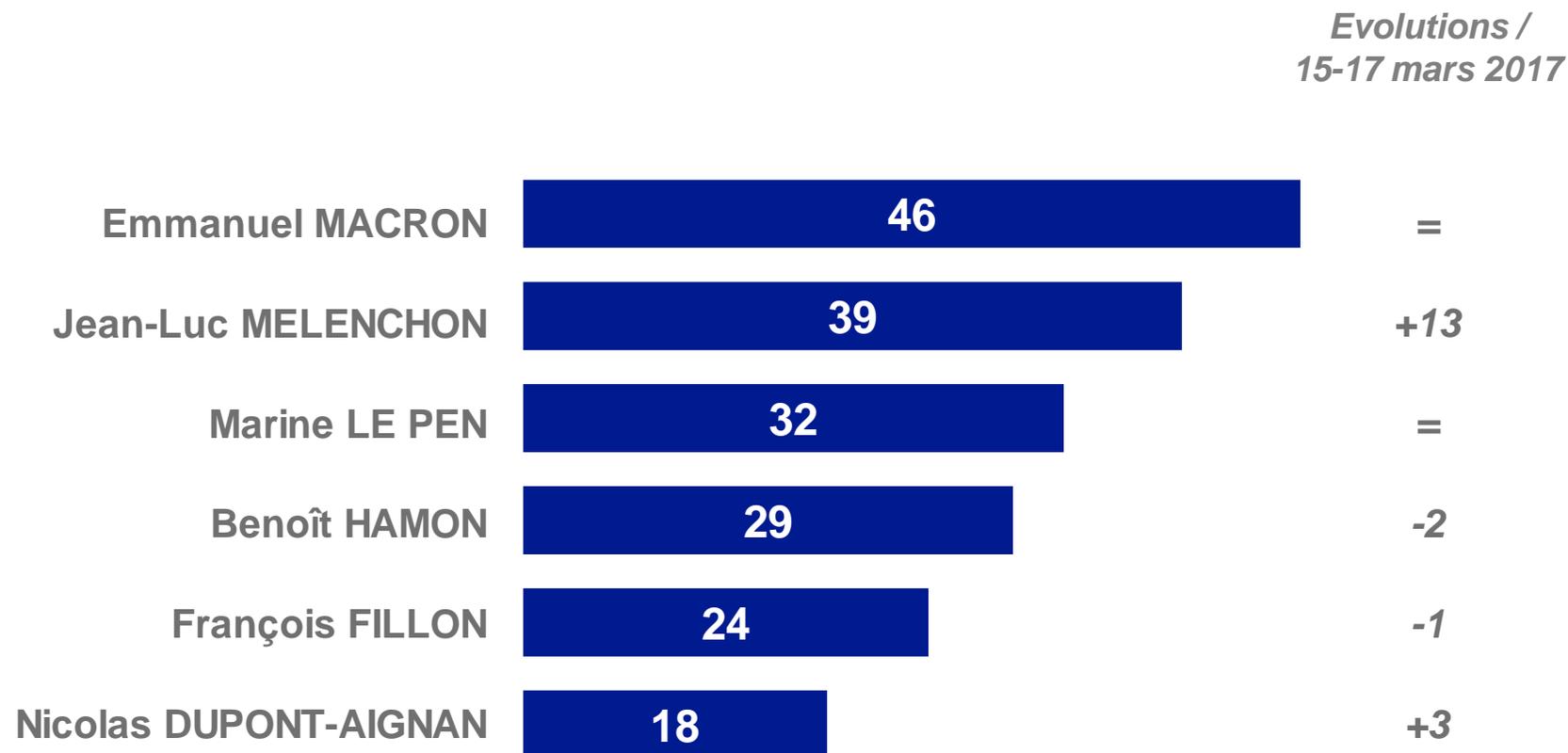


Le potentiel électoral



Le potentiel électoral au 1^{er} tour de l'élection présidentielle

Proportion pour chaque candidat(e) d'électeurs déclarant qu'ils pourraient voter pour lui/elle au 1^{er} tour

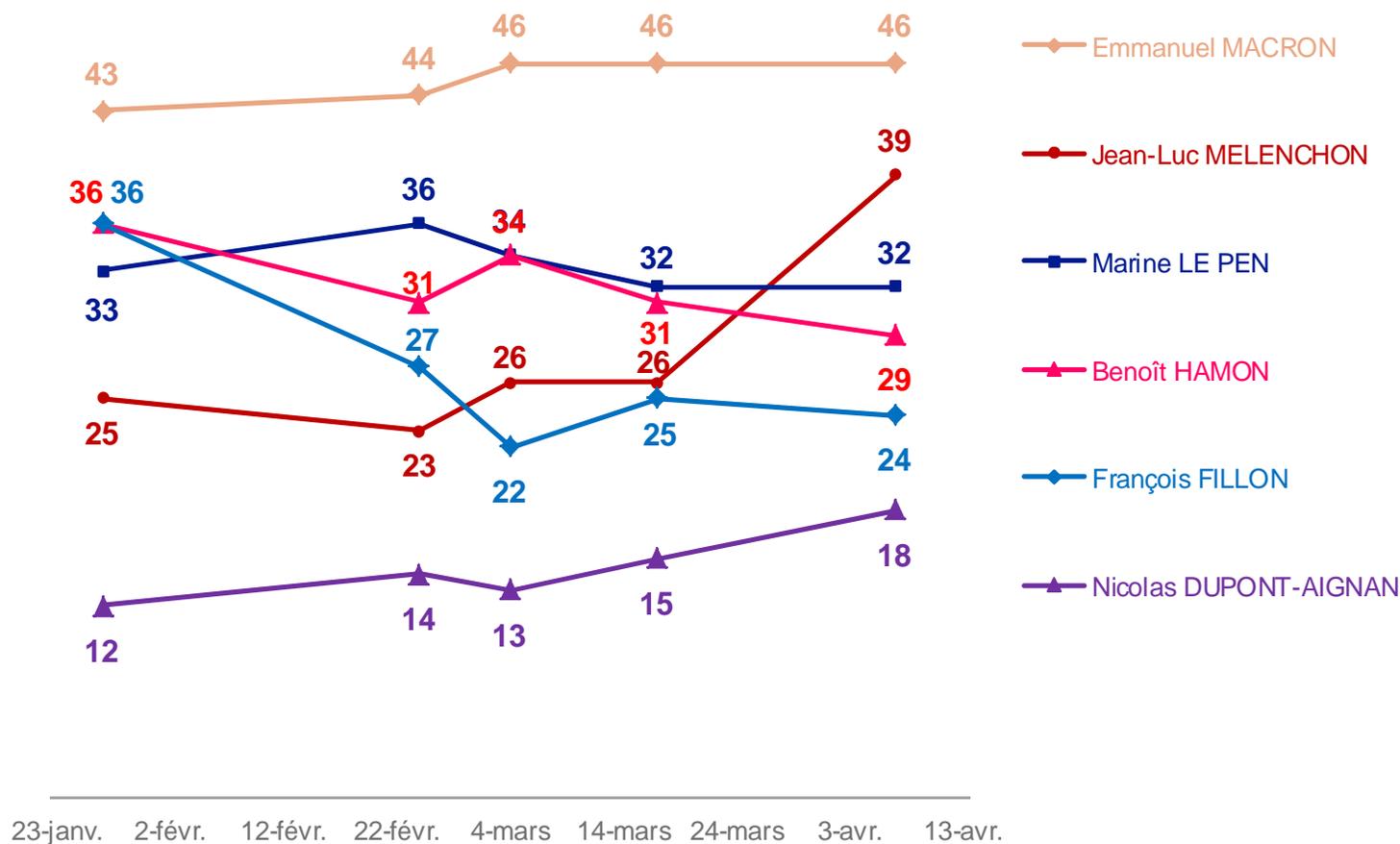


En %

Q : Plus précisément, en pensant au 1^{er} tour de l'élection présidentielle, pour chacun des candidats suivants, diriez-vous...

Le potentiel électoral au 1^{er} tour de l'élection présidentielle

Proportion pour chaque candidat(e) d'électeurs déclarant qu'ils pourraient voter pour lui/elle au 1^{er} tour

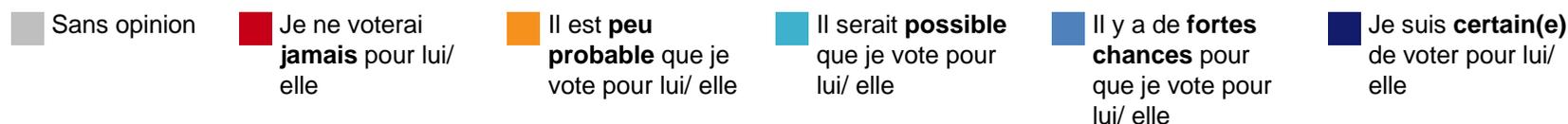
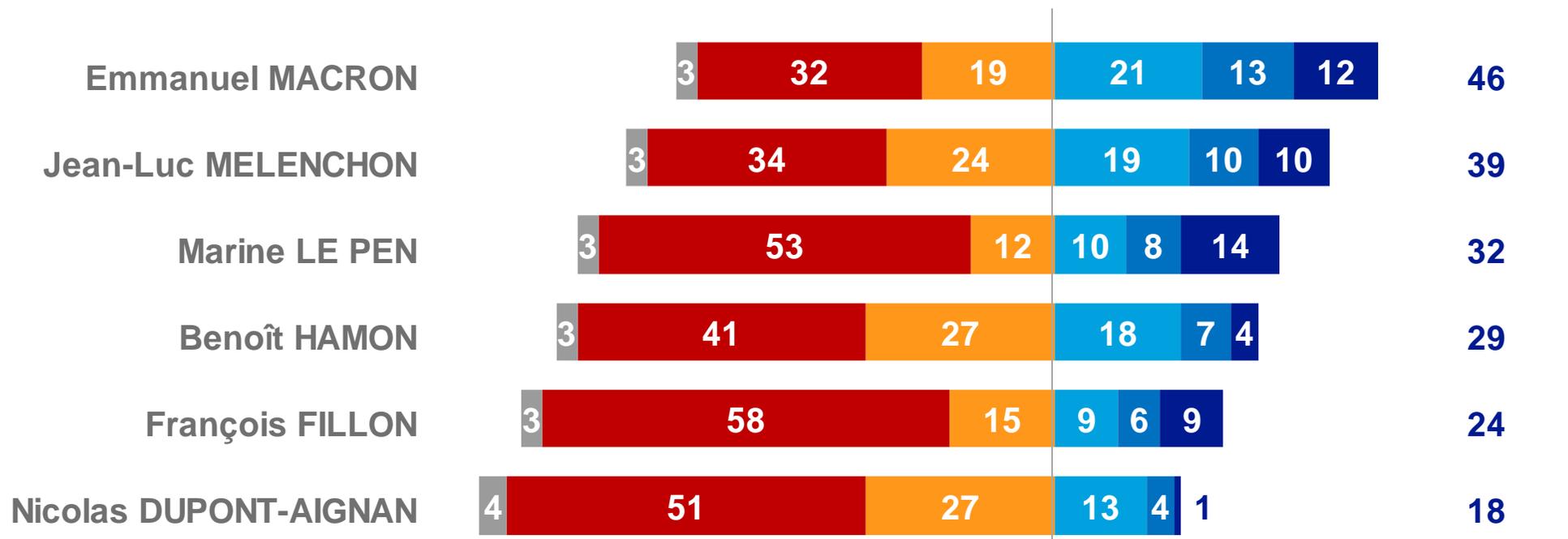


En %

Q : Plus précisément, en pensant au 1^{er} tour de l'élection présidentielle, pour chacun des candidats suivants, diriez-vous...

Le potentiel électoral au 1^{er} tour de l'élection présidentielle

Potentiel électoral



En %

Q : Plus précisément, en pensant au 1^{er} tour de l'élection présidentielle, pour chacun des candidats suivants, diriez-vous...

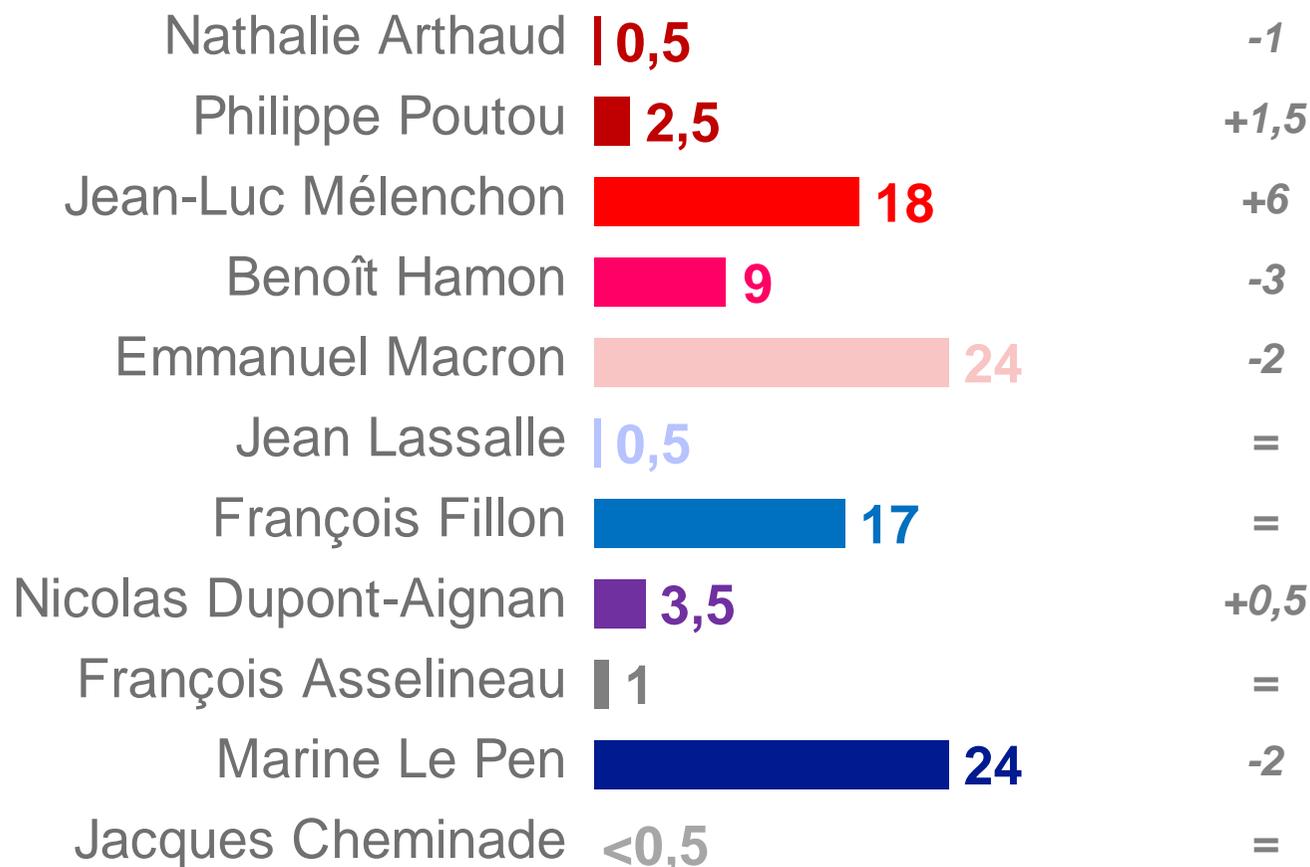
Intentions de vote au 1^{er} tour de l'élection présidentielle



Intentions de vote pour le 1^{er} tour de l'élection présidentielle

En %

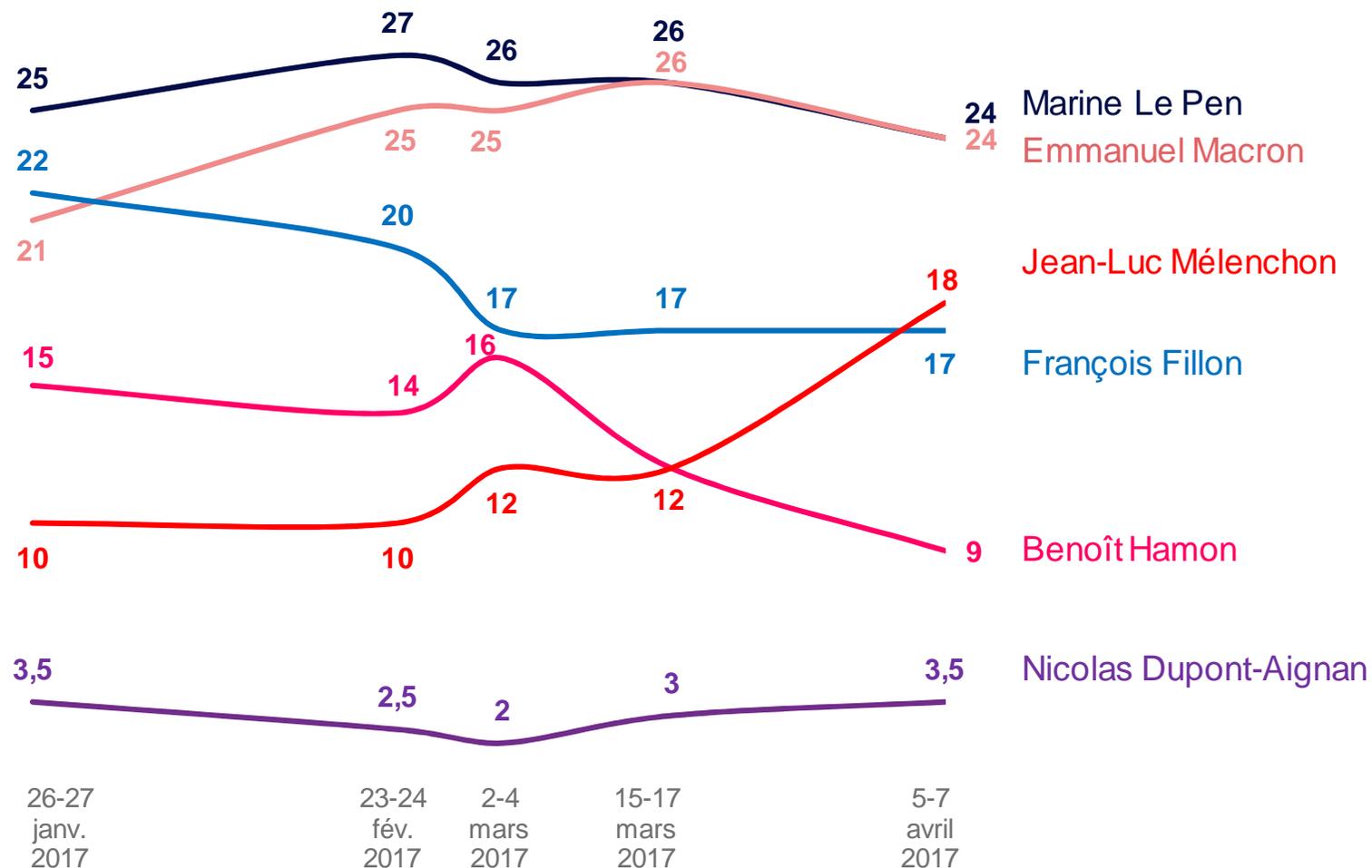
*Evolutions /
15-17 mars 2017*



29% des répondants ne sont pas certains d'aller voter ou n'ont pas exprimé de choix

Intentions de vote pour le 1^{er} tour de l'élection présidentielle

En %

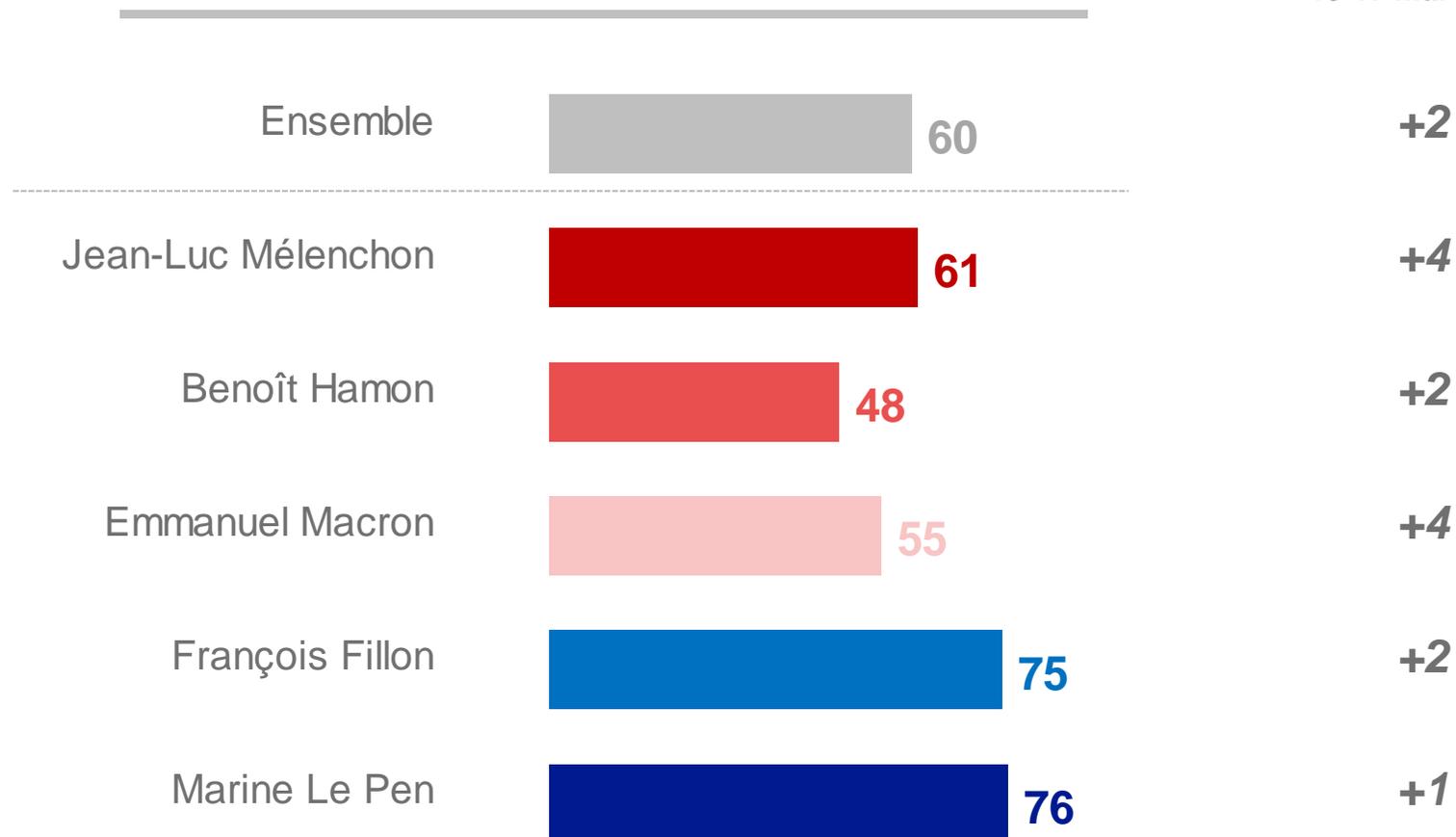


La sûreté de choix au 1^{er} tour de l'élection présidentielle

En %

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

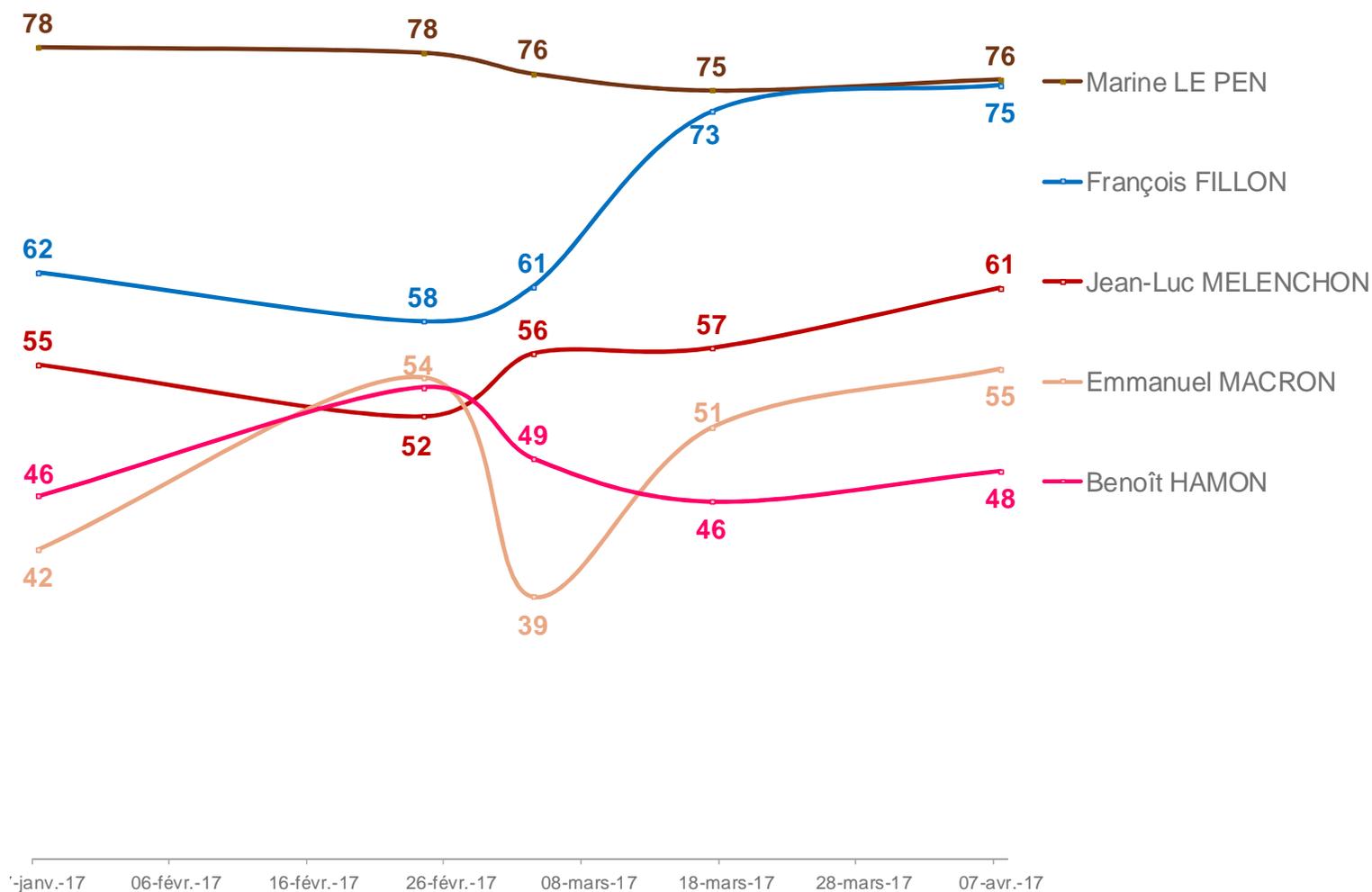
*Evolutions /
15-17 mars 2017*



La sûreté de choix au 1^{er} tour de l'élection présidentielle

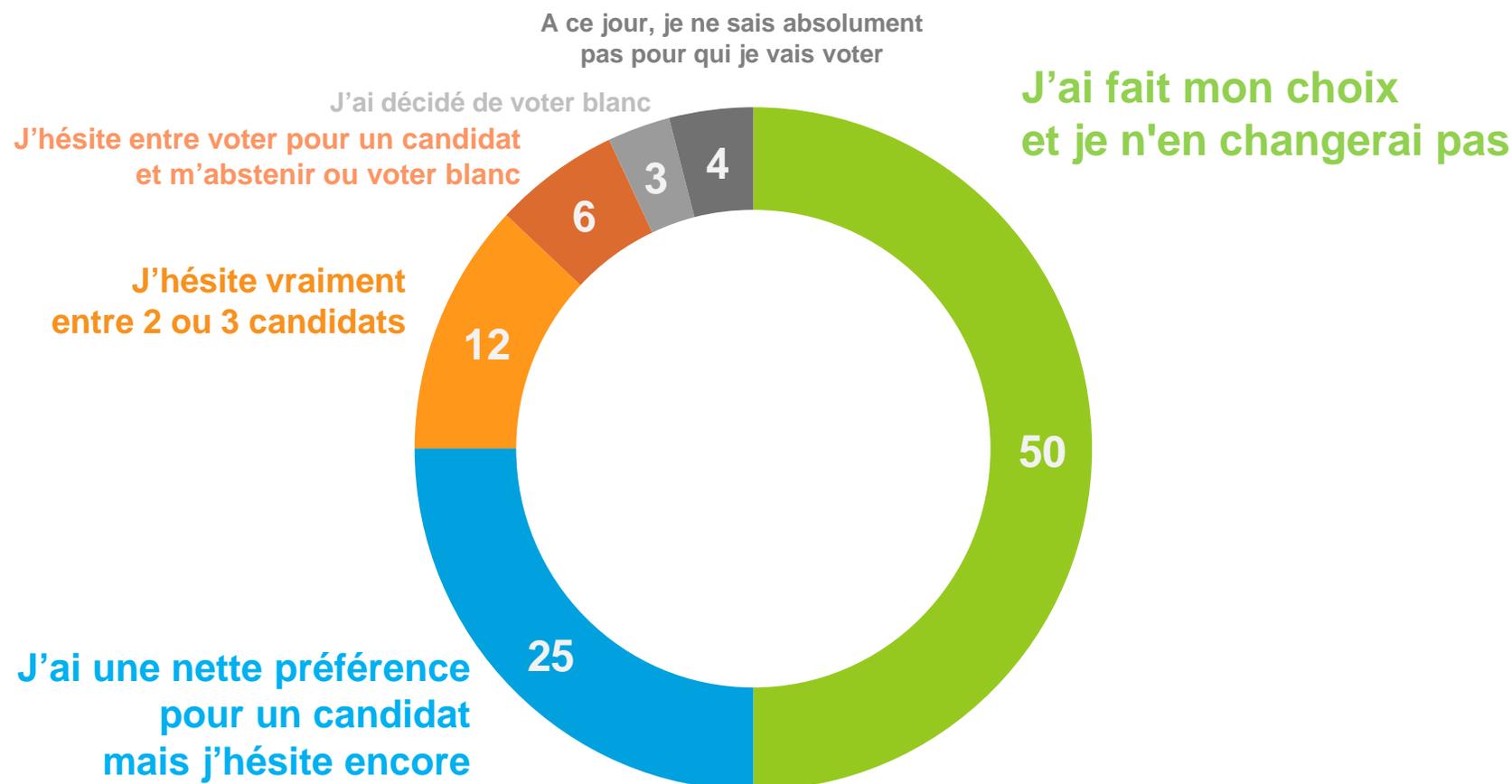
En %

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



Le niveau d'indécision au 1^{er} tour de l'élection présidentielle

En %



Q : Quelle est la situation qui se rapproche le plus de la vôtre :

Le niveau d'indécision au 1^{er} tour de l'élection présidentielle

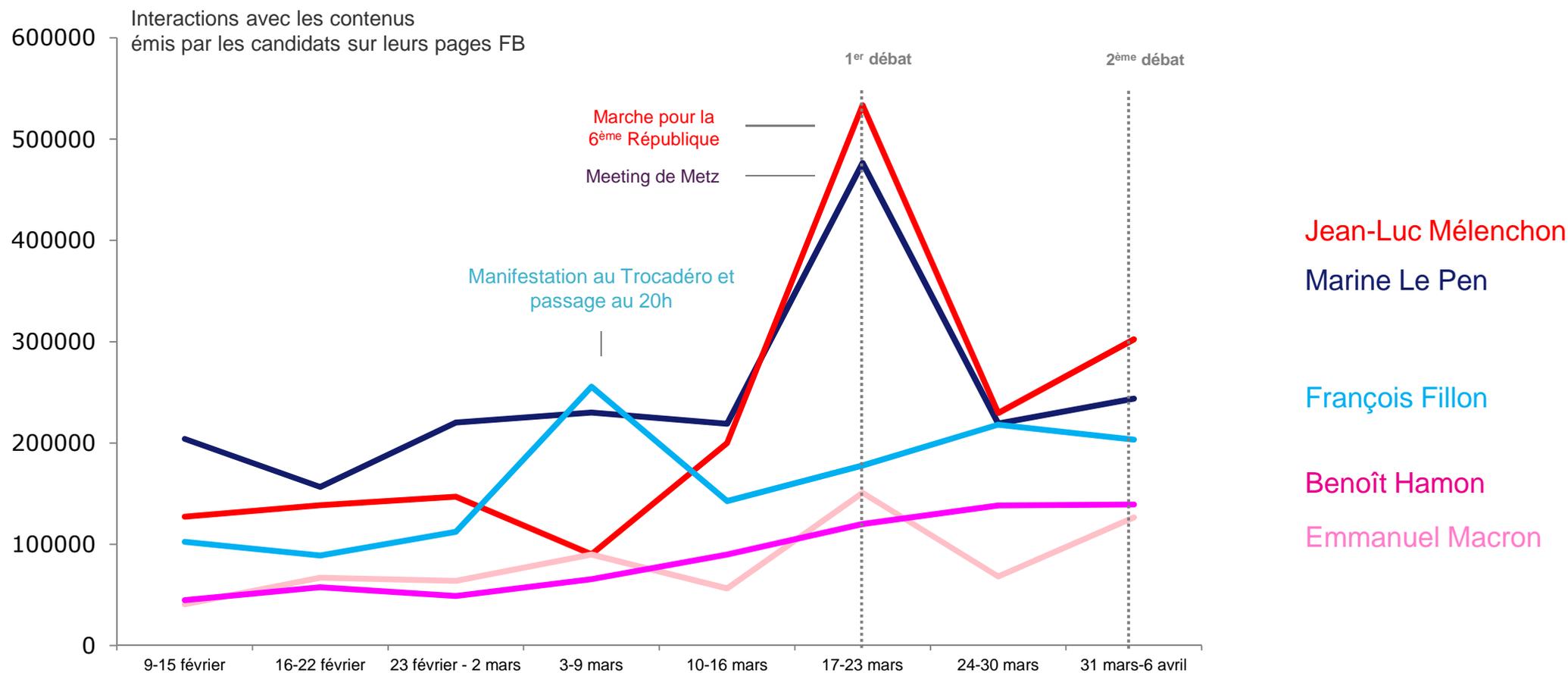
En %

	Ensemble	Jean-Luc Mélenchon	Benoît Hamon	Emmanuel Macron	François Fillon	Nicolas Dupont-Aignan	Marine Le Pen
J'ai fait mon choix et je n'en changerai pas	50	47	39	44	70	26	63
J'ai une nette préférence pour un candidat mais j'hésite encore	25	27	33	35	17	30	25
 J'hésite vraiment entre deux ou trois candidats	12	13	18	13	9	31	6
 J'hésite entre voter pour un candidat et m'abstenir ou voter blanc	6	9	6	5	3	6	3

Les indicateurs d'engagement sur le web social

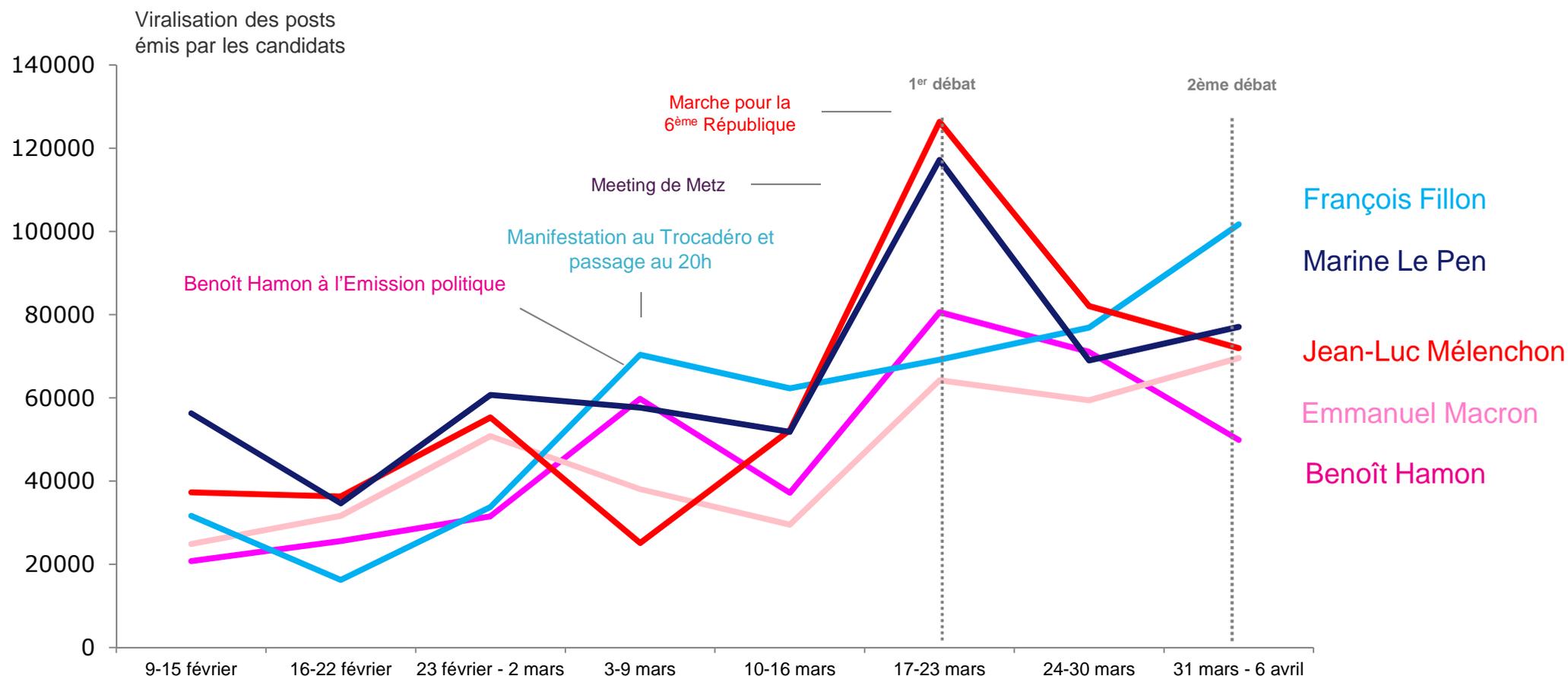


L'indicateur synthétique d'engagement sur Facebook



- Un 1^{er} débat entre les principaux candidats qui a suscité un fort engagement sur Facebook et qui est venu s'ajouter à des événements de campagne majeurs autour de J.-L. Mélenchon (Marche pour la 6^{ème} République) et de M. Le Pen (meeting de Metz).
- Notons que la campagne semble s'intensifier sur Facebook depuis mi-mars avec un engagement croissant autour de tous les candidats mais avec une dynamique plus forte autour de J.-L. Mélenchon, F. Fillon et B. Hamon (qui reste modeste). Pour E. Macron (qui reste faible également) et M. Le Pen celle-ci est moins importante, même si l'engagement autour de la candidate du Front national reste solide.

L'indicateur synthétique d'engagement sur Twitter



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

- Comme sur Facebook, le 1^{er} débat et les rendez-vous autour de J.-L. Mélenchon et M. Le Pen ont massivement mobilisé les e-militants sur Twitter, au premier rang desquels ceux du candidat de la France insoumise et de la Présidente du Front national. Comme sur Facebook toujours, l'engagement autour des candidats se renforce (sur Twitter) au fur et à mesure de la campagne. La hausse de l'engagement est cependant particulièrement importante pour F. Fillon. **Le candidat Les Républicains aura été cette semaine celui dont les posts sur Twitter ont été le plus viralisés.**
- Pour les autres candidats, l'engagement retombe après la semaine du 1^{er} débat, hormis pour E. Macron, qui jouit néanmoins d'une moindre viralisation de ses messages sur le réseau social.

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



Intentions de vote pour le second tour de l'élection présidentielle

En %

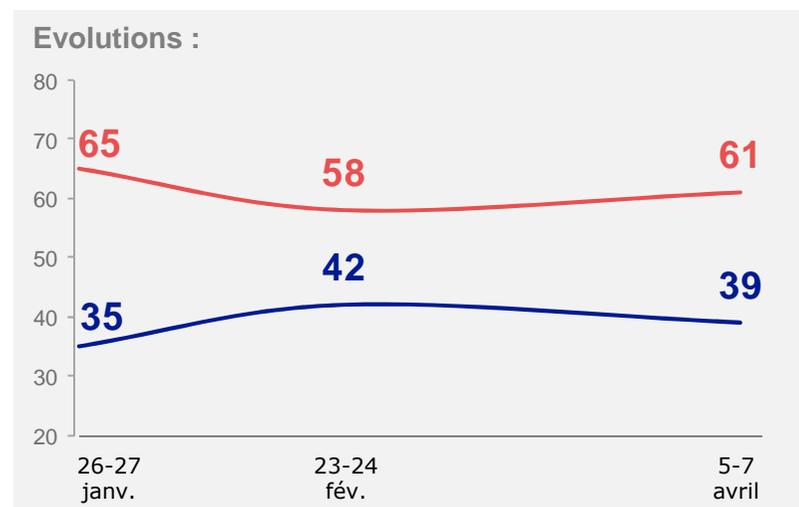
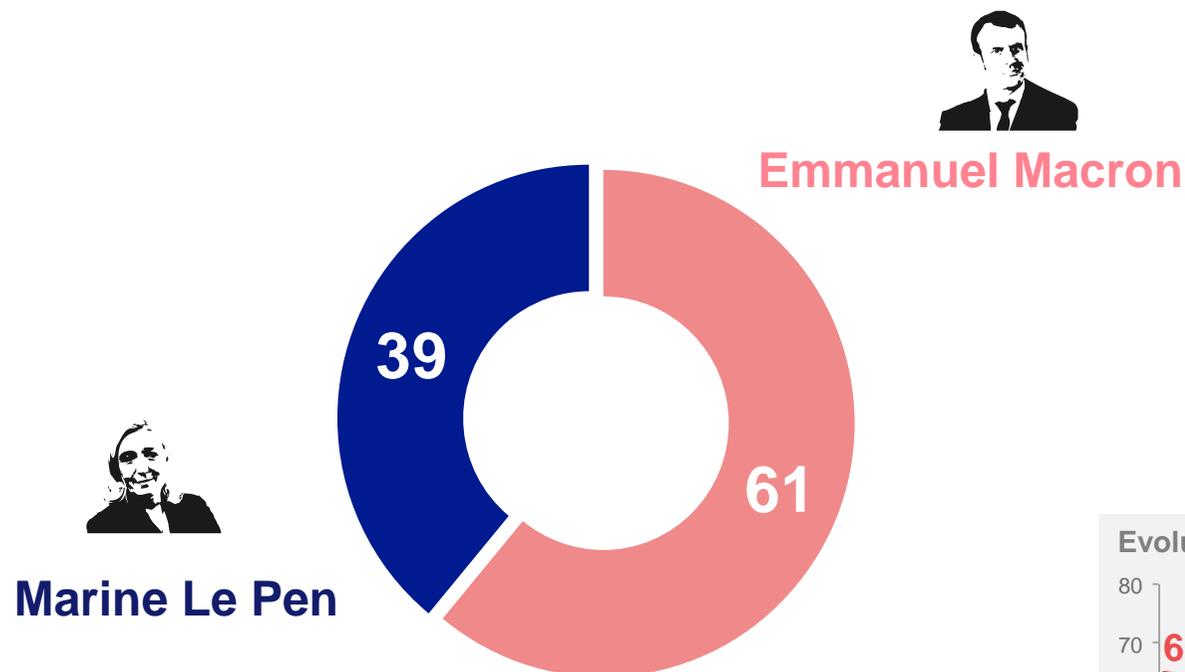
Résultats des différentes hypothèses proposées :

	1 ^{ère} hypothèse	2 ^{ème} hypothèse	3 ^{ème} hypothèse	4 ^{ème} hypothèse	5 ^{ème} hypothèse
 Jean-Luc Mélenchon			57		47
 Emmanuel Macron	61			66	53
 François Fillon		55		34	
 Marine Le Pen	39	45	43		
	100%	100%	100%	100%	100%

Intentions de vote pour le second tour de l'élection présidentielle

Duel : E. Macron / M. Le Pen

En %



38% des répondants ne sont pas certains d'aller voter ou n'ont pas exprimé de choix

Transferts entre le premier et le second tour

Duel : E. Macron / M. Le Pen

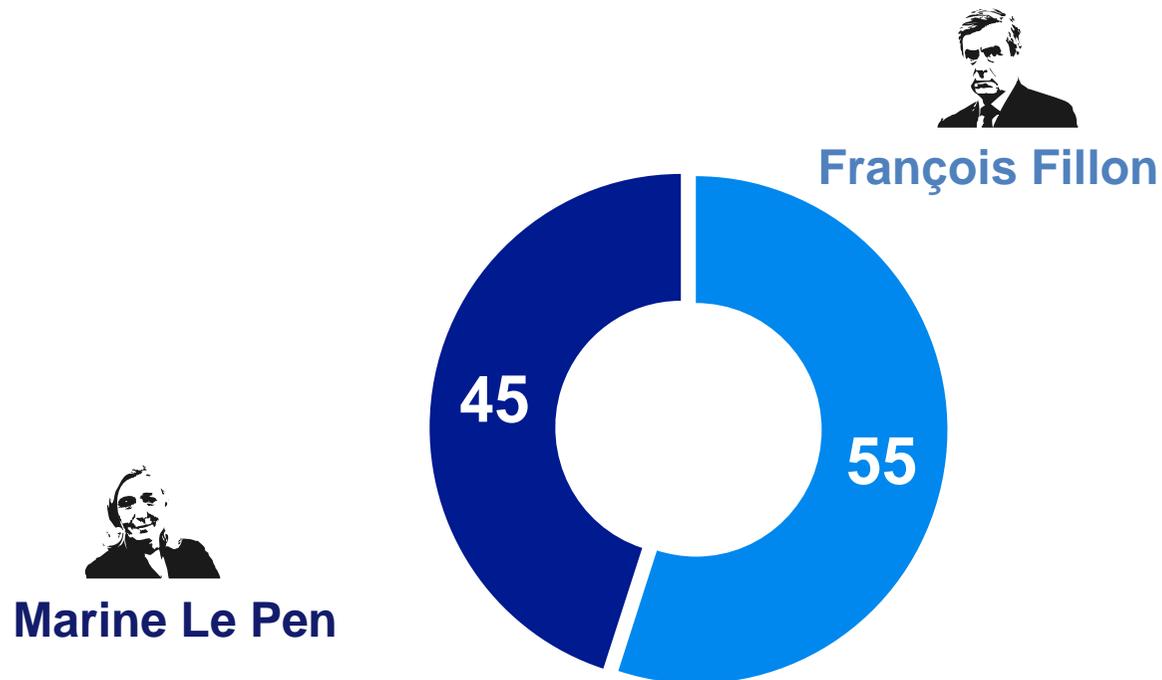
Intention de vote au 2nd tour

	Emmanuel Macron	Marine Le Pen	Abstention, blanc, nul, sans réponse
Intention de vote au 1er tour			
Jean-Luc Mélenchon	60	10	30
Benoît Hamon	72	6	22
Emmanuel Macron	98	1	1
François Fillon	45	33	22
Marine Le Pen	5	91	4

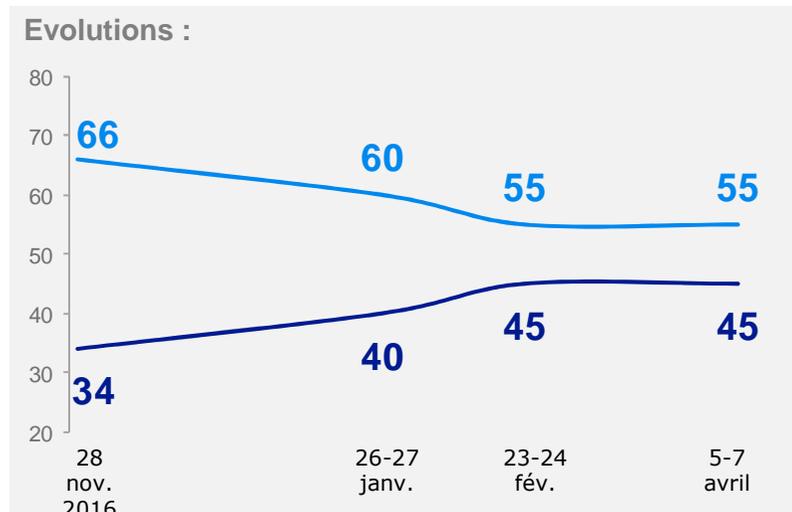
Intentions de vote pour le second tour de l'élection présidentielle

Duel : F. Fillon / M. Le Pen

En %



51% des répondants ne sont pas certains d'aller voter ou n'ont pas exprimé de choix



Transferts entre le premier et le second tour

Duel : F. Fillon / M. Le Pen

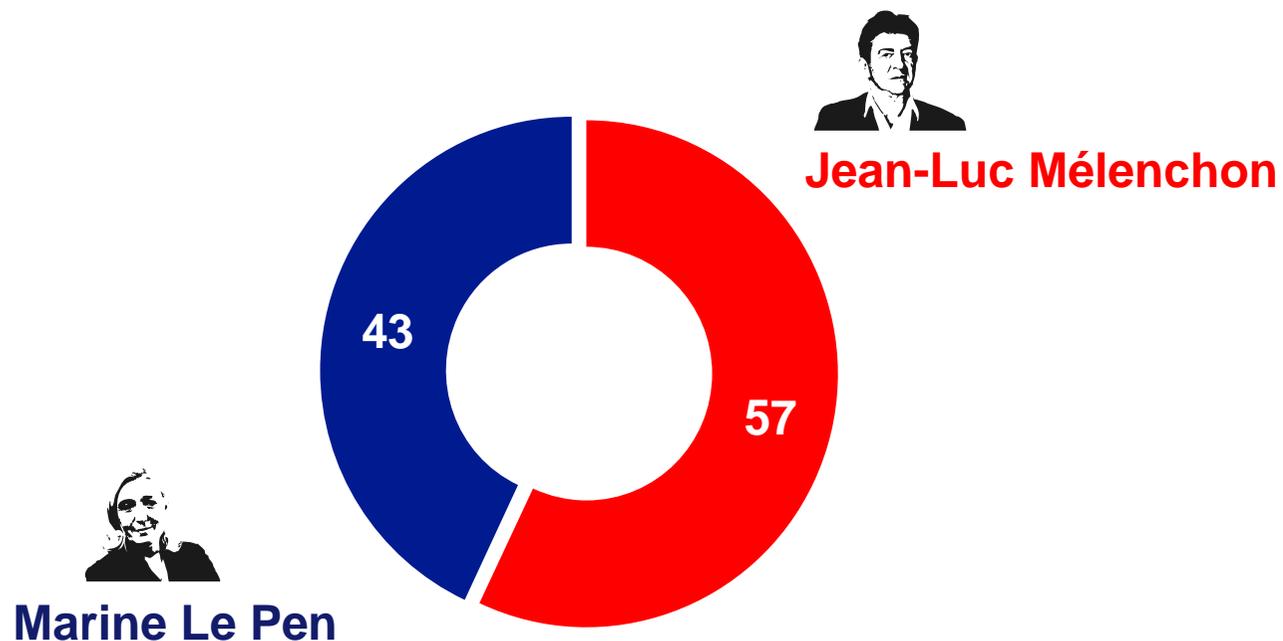
Intention de vote au 2nd tour

	François Fillon	Marine Le Pen	Abstention, blanc, nul, sans réponse
Intention de vote au 1er tour			
Jean-Luc Mélenchon	18	15	67
Benoît Hamon	41	12	47
Emmanuel Macron	48	11	41
François Fillon	97	3	0
Marine Le Pen	5	92	3

Intentions de vote pour le second tour de l'élection présidentielle

Duel : J.-L. Mélenchon / M. Le Pen

En %



40% des répondants ne sont pas certains d'aller voter ou n'ont pas exprimé de choix

Transferts entre le premier et le second tour

Duel : J.-L. Mélenchon / M. Le Pen

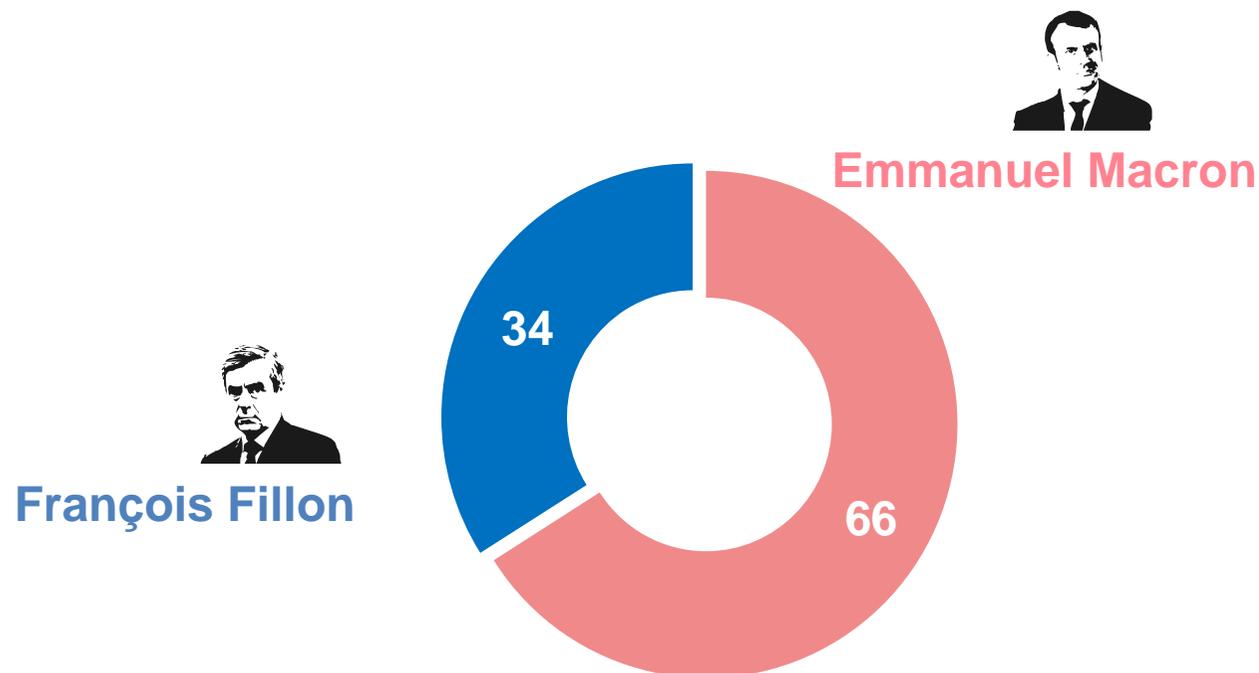
Intention de vote au 2nd tour

	Jean-Luc Mélenchon	Marine Le Pen	Abstention, blanc, nul, sans réponse
Intention de vote au 1er tour			
Jean-Luc Mélenchon	98	1	1
Benoît Hamon	79	4	17
Emmanuel Macron	66	12	22
François Fillon	22	38	40
Marine Le Pen	5	92	3

Intentions de vote pour le second tour de l'élection présidentielle

Duel : E. Macron / F. Fillon

En %



44% des répondants ne sont pas certains d'aller voter ou n'ont pas exprimé de choix

Transferts entre le premier et le second tour

Duel : E. Macron / F. Fillon

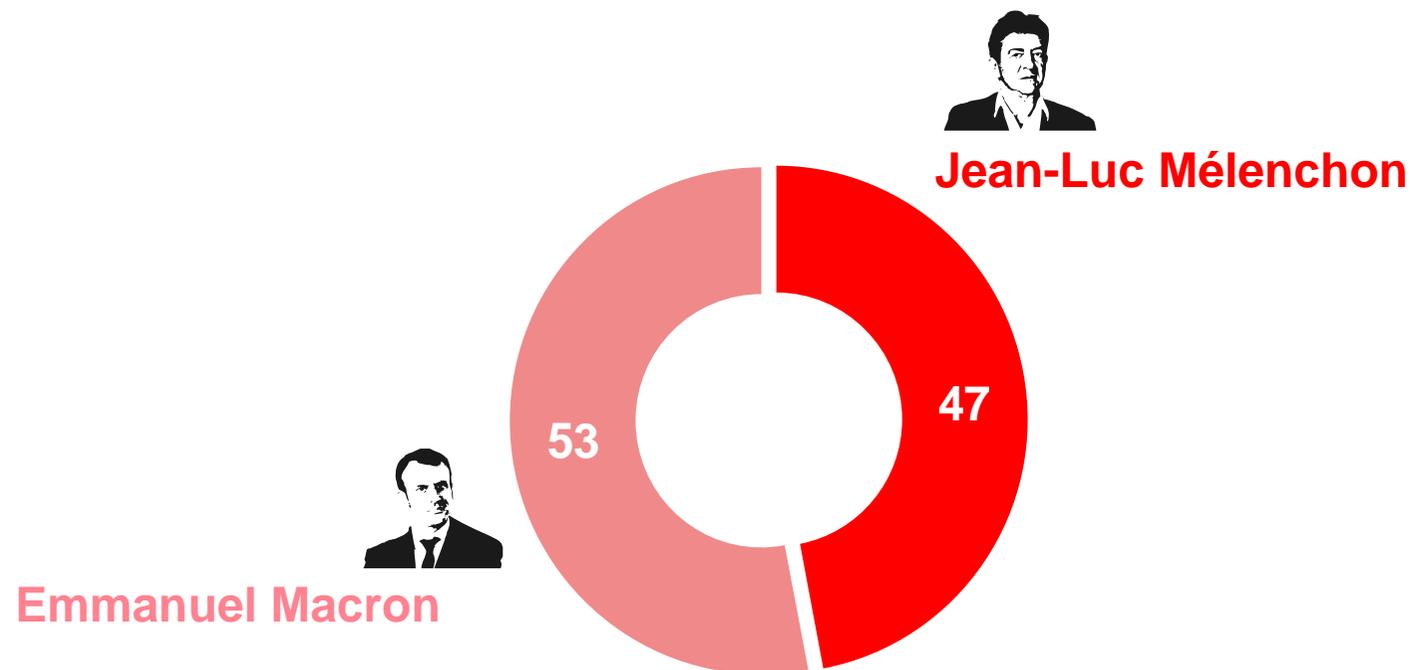
Intention de vote au 2nd tour

	Emmanuel Macron	François Fillon	Abstention, blanc, nul, sans réponse
Intention de vote au 1er tour			
Jean-Luc Mélenchon	62	4	34
Benoît Hamon	74	3	23
Emmanuel Macron	98	1	1
François Fillon	3	97	0
Marine Le Pen	26	29	45

Intentions de vote pour le second tour de l'élection présidentielle

Duel : J.-L. Mélenchon / E. Macron

En %



48% des répondants ne sont pas certains d'aller voter ou n'ont pas exprimé de choix

Transferts entre le premier et le second tour

Duel : J.-L. Mélenchon / E. Macron

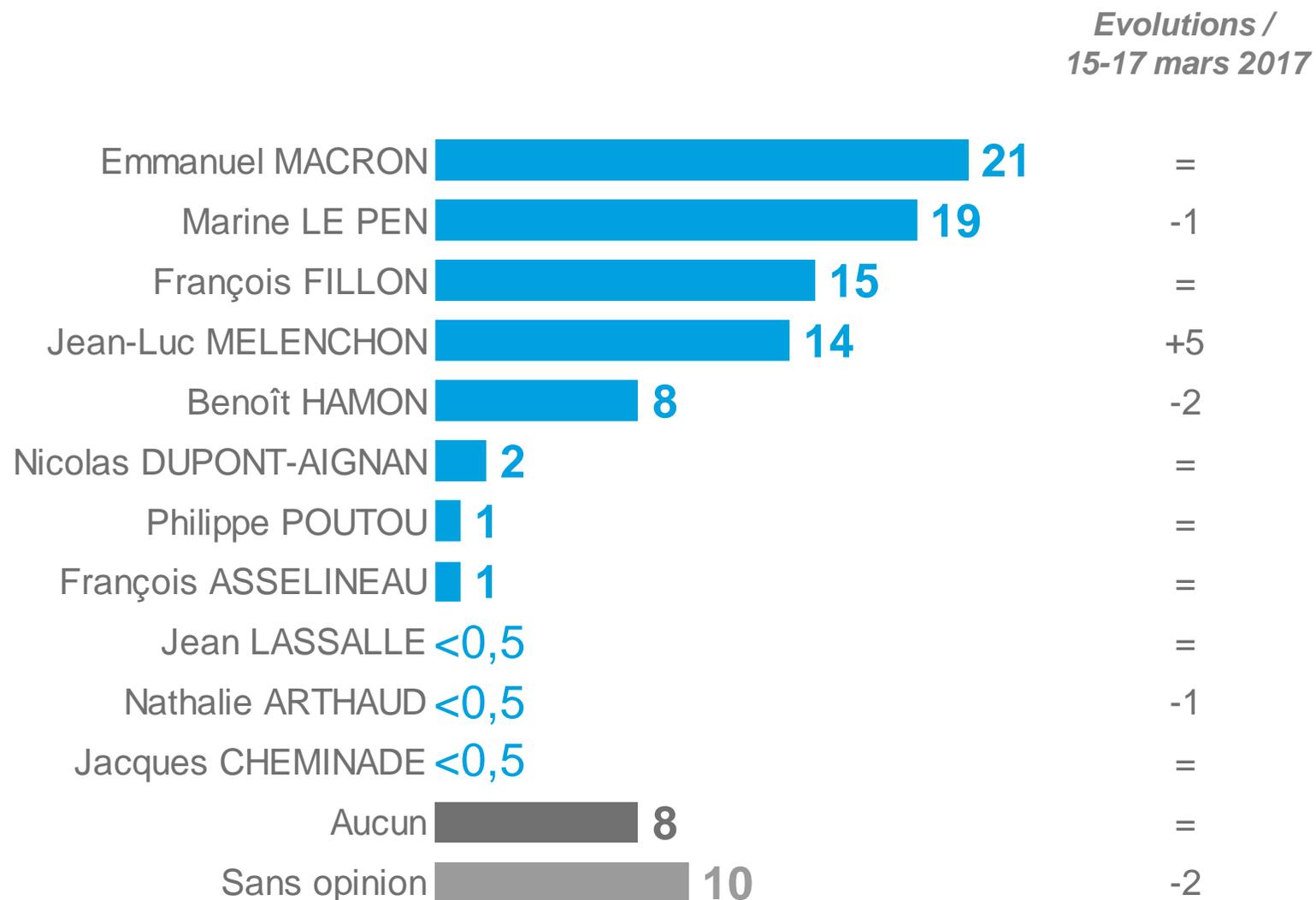
Intention de vote au 2nd tour

	Jean-Luc Mélenchon	Emmanuel Macron	Abstention, blanc, nul, sans réponse
Intention de vote au 1er tour			
Jean-Luc Mélenchon	95	5	0
Benoît Hamon	64	27	9
Emmanuel Macron	4	95	1
François Fillon	13	50	37
Marine Le Pen	27	27	46

Le souhait de victoire



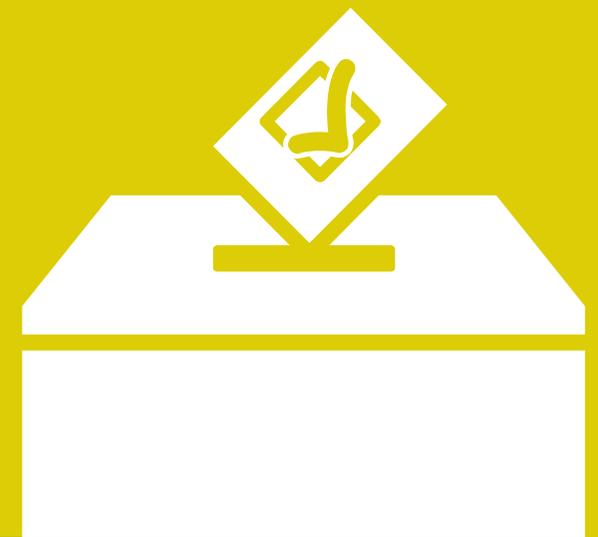
Le souhait de victoire à l'élection présidentielle de 2017



En %

Q : Parmi les candidats suivants, qui souhaiteriez-vous voir gagner l'élection présidentielle de 2017 ?

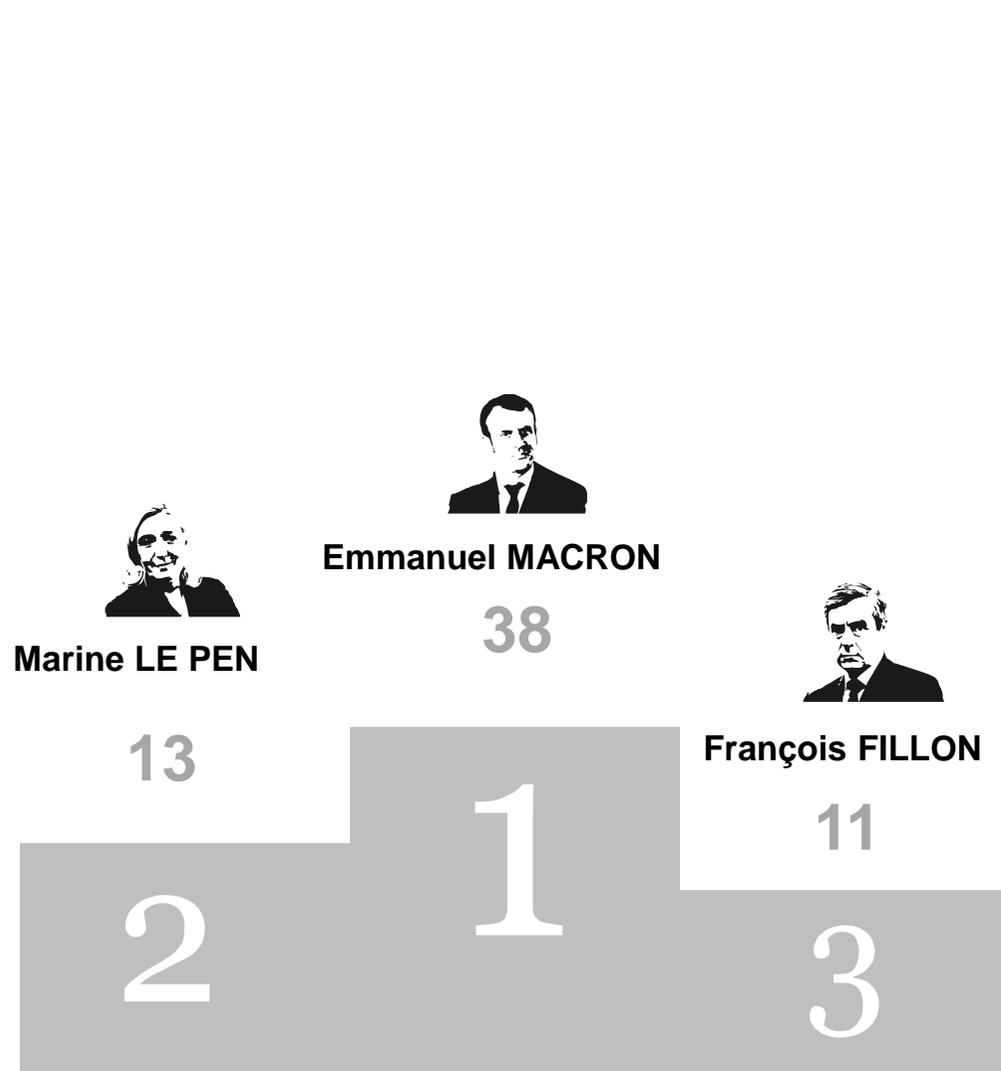
L'analyse de la logique électorale



Le pronostic de victoire

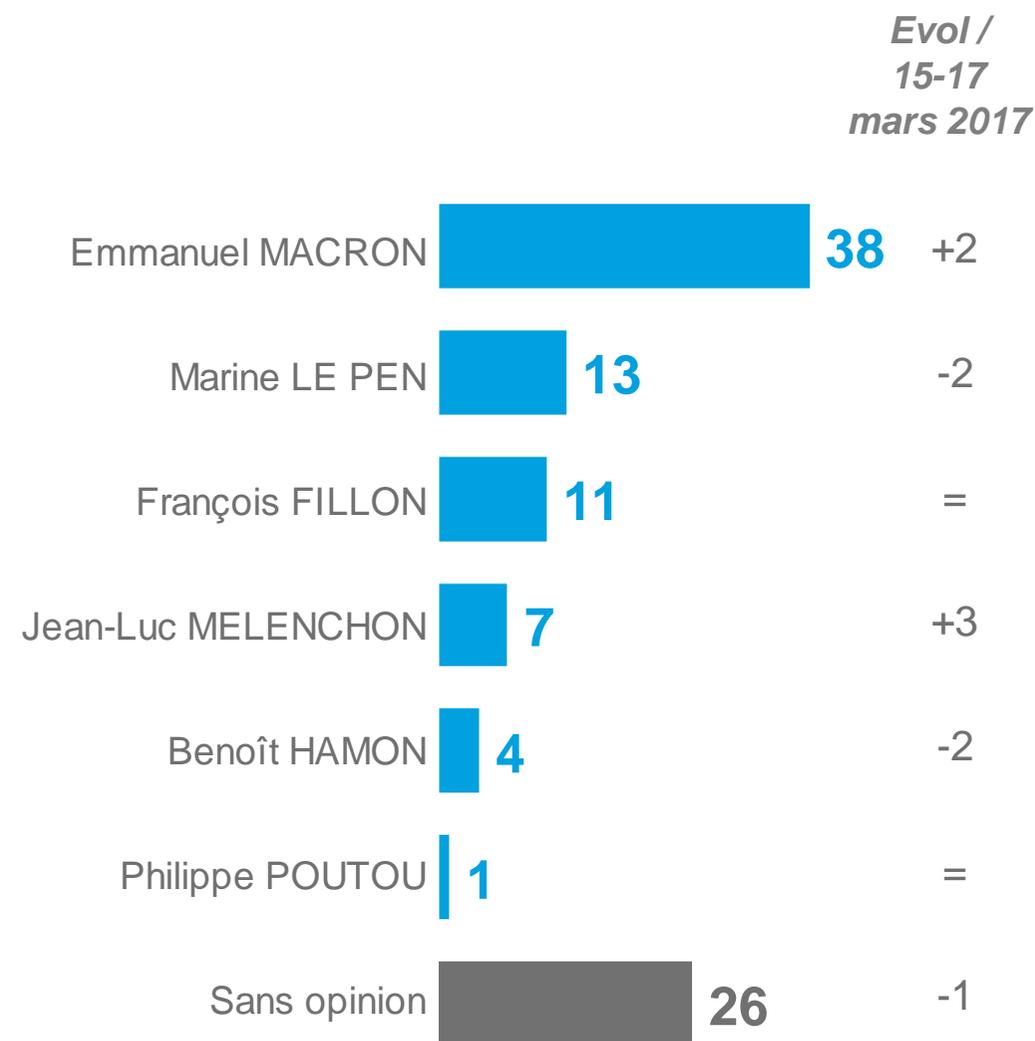


Le pronostic de victoire à l'élection présidentielle de 2017



En %

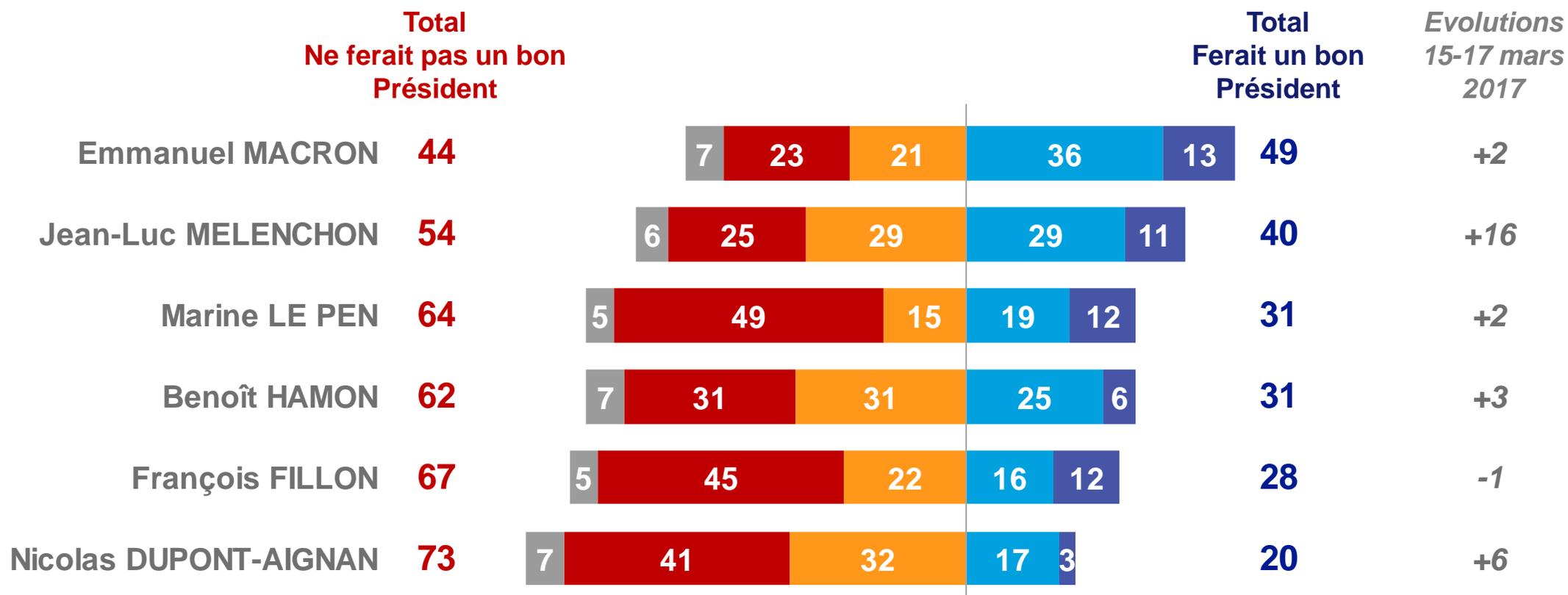
Q : Selon vous, parmi les candidats suivants, lequel remportera l'élection présidentielle dont le second tour aura lieu le 7 mai 2017 ?



La stature présidentielle des candidats



La stature présidentielle des candidats



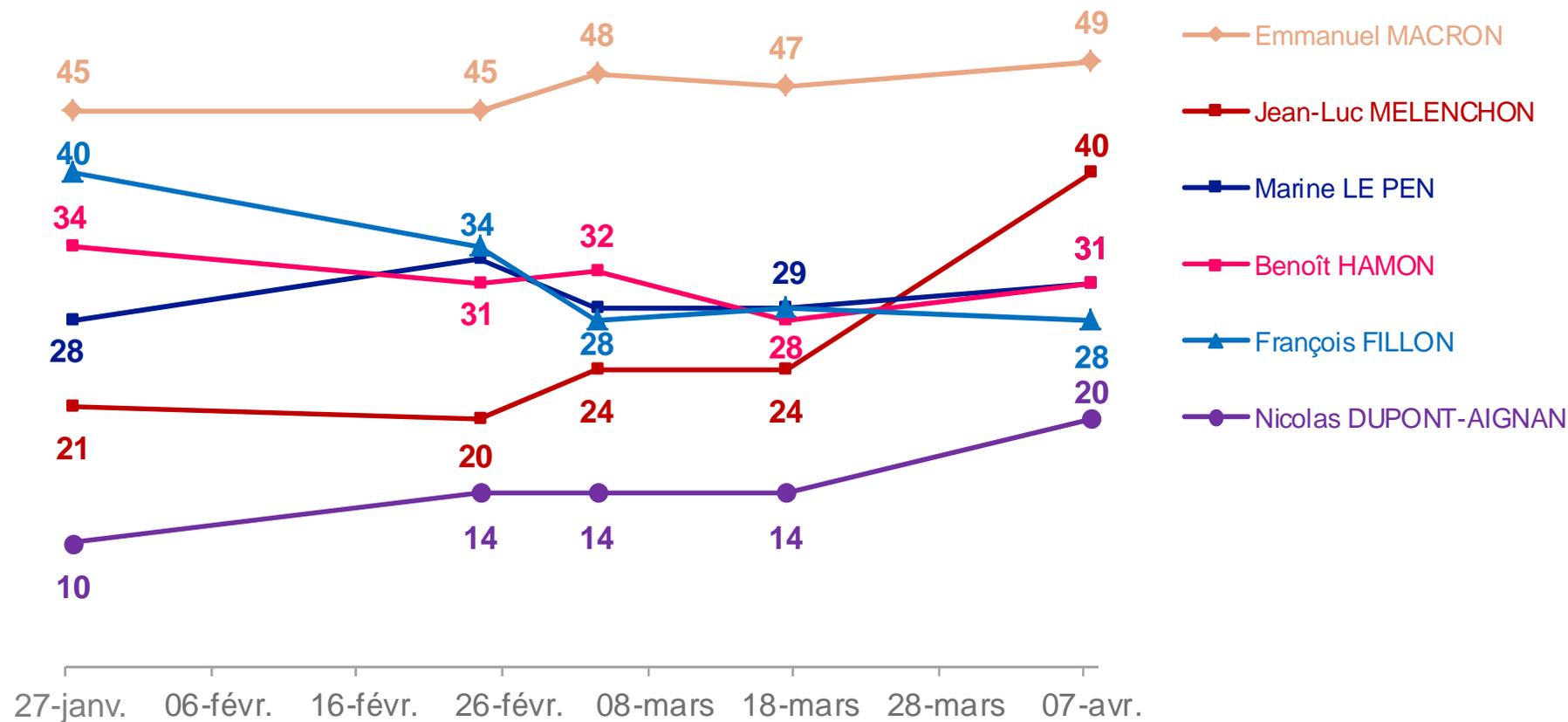
- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout

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 » :



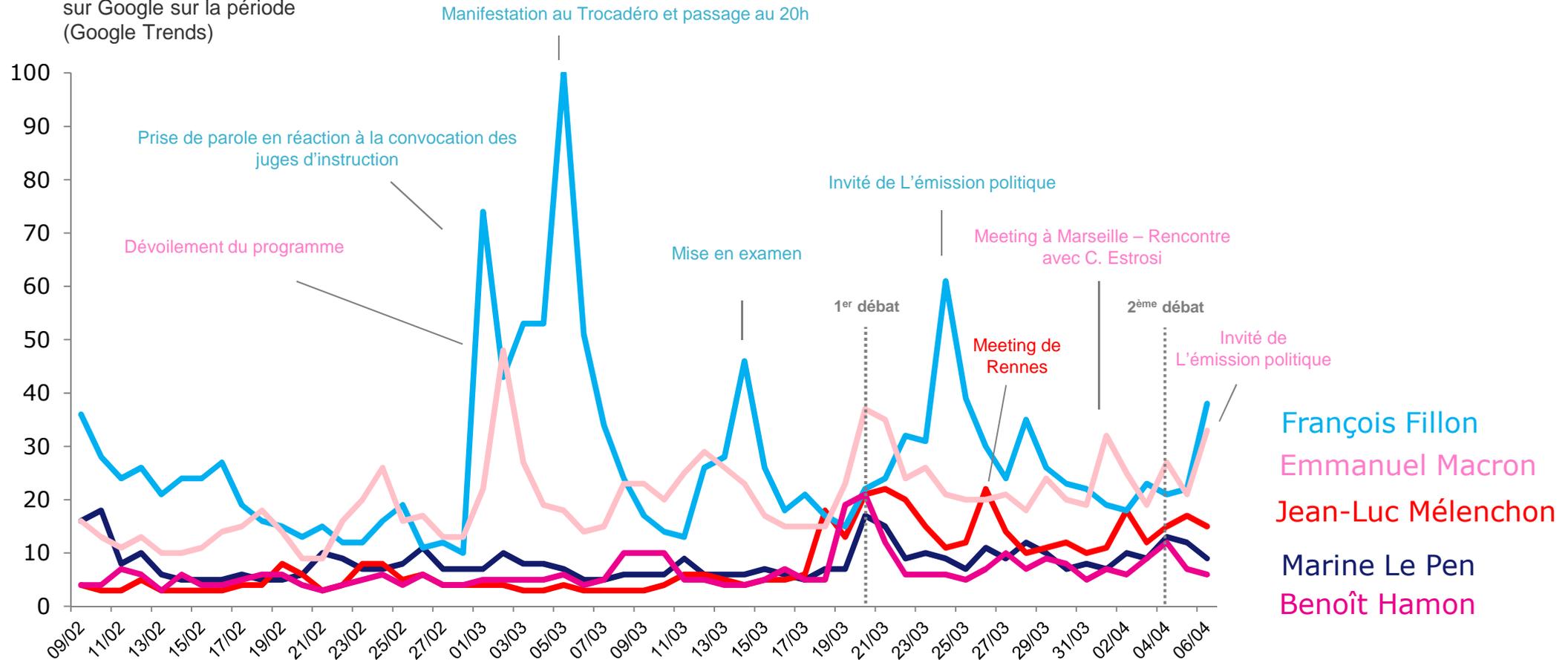
En %

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

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



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



- Des Français qui continuent de s'intéresser d'abord et avant tout aux candidatures de F. Fillon (notamment à l'occasion de son passage dans L'émission politique, le 24 mars) et d'E. Macron (lors du 1^{er} débat du 20 mars 2017 et de son passage à L'émission politique le 6 mars) ...
- ... mais qui se montrent de plus en plus curieux au sujet de celle de J.-L. Mélenchon et ce depuis le 18 mars (Marche pour la 6^{ème} République). Un intérêt qui s'est d'ailleurs confirmé à l'issue du 1^{er} débat avec des recherches plus nombreuses autour de sa personne suite aux meetings de Rennes le 26 mars puis de Châteauroux le 2 avril.