



Baromètre

« Les Français et les sondages »

Vague 1 – La lecture des sondages

Février 2017

“opinionway”

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR^{'16}
corporate

Délits d'Opinion
Le site des experts de l'opinion publique

Frédéric Micheau
Directeur des études d'opinion
Directeur de département
Tel: 01 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com



Note introductive

- La réalisation d'un sondage portant sur le thème des sondages est soumise à **plusieurs biais méthodologiques** :
 - Les personnes acceptant de participer à l'enquête n'ont pas d'opposition de principe aux sondages, dans la mesure où elles se sont portées volontaires pour faire partie du panel au sein duquel nous les interrogeons.
 - Le contexte, marqué par les polémiques concernant les performances des sondages dans des scrutins étrangers récents (Brexit, élection présidentielle américaine de 2016), peut également peser sur les réponses des personnes interrogées.
 - Enfin, la campagne pour l'élection présidentielle constitue un moment spécifique. Les sondages sont publiés en très grand nombre et sur une fréquence très resserrée, ce qui peut provoquer un effet de saturation. Ils portent en priorité sur les thématiques électorales et les intentions de vote, ce qui tend à occulter tous les autres types de sondages d'opinion.
- Ces différents biais sont connus et documentés. **Ils doivent être nécessairement pris en compte dans l'interprétation des résultats.** L'analyse doit notamment prendre soin de contextualiser les réponses.
- Cependant, **ces biais méthodologiques n'invalident pas le bien-fondé de la démarche.** Pratique régulière et ancienne, en France et à l'étranger, la réalisation de sondages sur les sondages permet aux instituts de bénéficier d'informations précieuses sur la façon dont leur production est perçue et alimente le débat citoyen.

“ LA MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie

	<p>Echantillon de 1499 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.</p>
	<p>L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).</p>
	<p>Les interviews ont été réalisées du 6 au 8 février 2017.</p>
	<p>OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.</p>
	<p>Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,1 à 2,5 points au plus pour un échantillon de 1500 répondants.</p>

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« **Sondage OpinionWay pour Délits d'Opinion** »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil des répondants

Population française âgée de 18 ans et plus

Source : INSEE, Bilan démographique 2014.


1499
personnes



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	11%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	27%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	21%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord ouest	23%
	Nord est	23%
	Sud ouest	11%
	Sud est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	27%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	32%
	Employés	18%
	Ouvriers	14%
	Inactifs	40%
	Retraités	27%
	Autres inactifs	13%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	23%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	16%

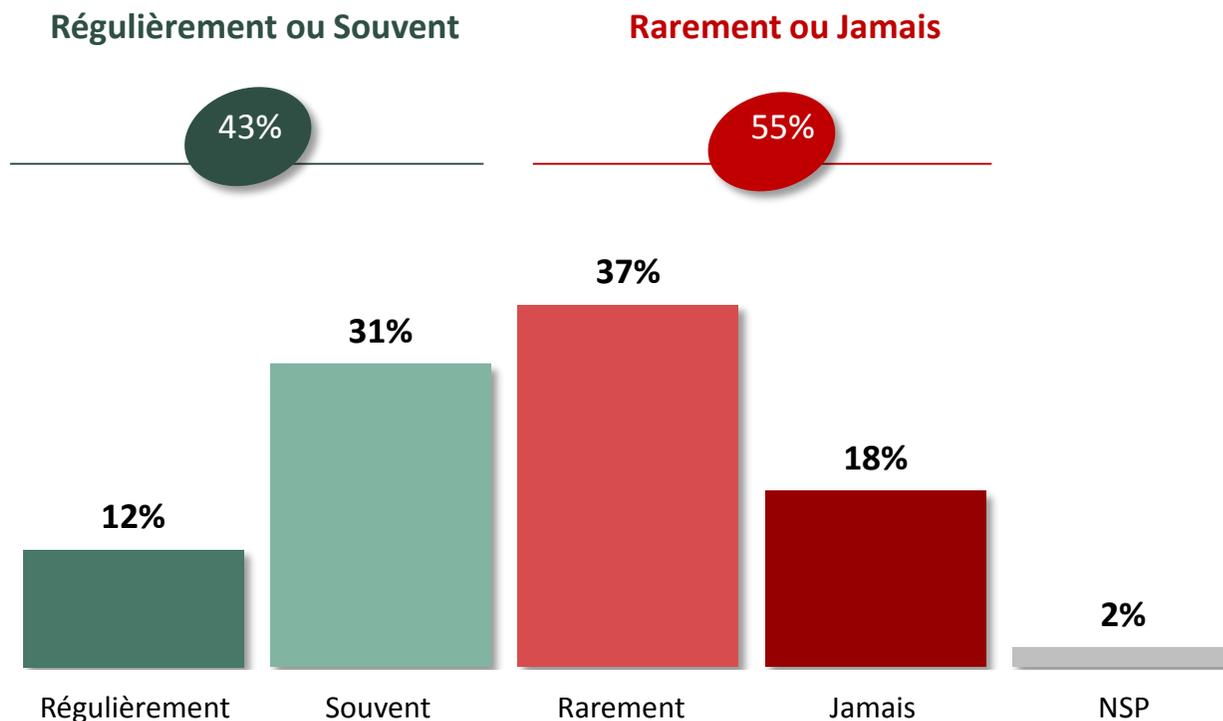


LES RESULTATS



La fréquence de lecture des sondages

Q. Lisez-vous les sondages qui sont diffusés dans les medias concernant l'élection présidentielle ?



Rappel Ifop 2012 : 50%
Rappel Ifop 2007 : 42%

Rappel Ifop 2012 : 50%
Rappel Ifop 2007 : 58%



La fréquence de lecture des sondages

Q. Lisez-vous les sondages qui sont diffusés dans les medias concernant l'élection présidentielle ?



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-Total Régulièrement et Souvent	43%	47%	38%	48%	35%	36%	41%	59%	50%	29%	48%
Régulièrement	12%	15%	9%	7%	5%	10%	15%	20%	13%	7%	15%
Souvent	31%	32%	29%	41%	30%	26%	26%	39%	37%	22%	33%
Sous-Total Rarement et Jamais	55%	51%	59%	48%	63%	60%	58%	41%	49%	68%	52%
Rarement	37%	33%	41%	26%	37%	36%	45%	34%	38%	39%	36%
Jamais	18%	18%	18%	22%	26%	24%	13%	7%	11%	29%	16%



La fréquence de lecture des sondages

Q. Lisez-vous les sondages qui sont diffusés dans les medias concernant l'élection présidentielle ?

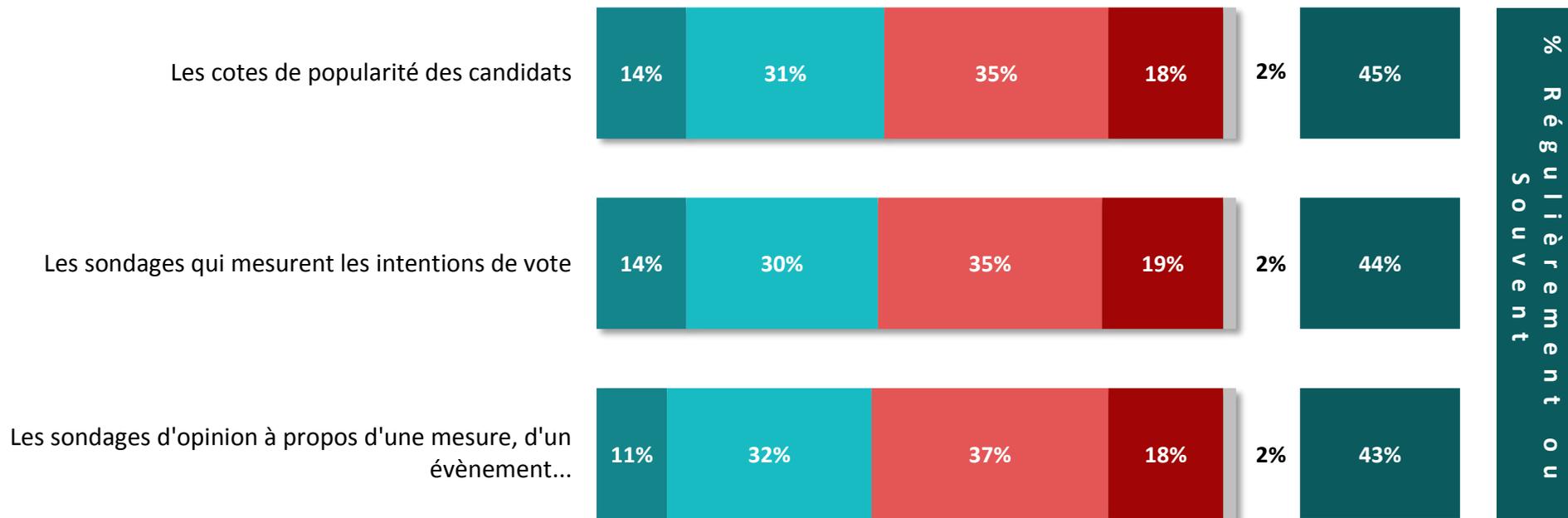


	Appartenance politique					
	% Total	Gauche	Centre (Modem + UDI)	Les Républicains	Front National	Sans préférence partisane
Sous-Total Régulièrement et Souvent	43%	52%	59%	56%	39%	27%
Régulièrement	12%	15%	12%	18%	14%	6%
Souvent	31%	37%	47%	38%	25%	21%
Sous-Total Rarement et Jamais	55%	47%	41%	44%	61%	72%
Rarement	37%	35%	33%	33%	42%	40%
Jamais	18%	12%	8%	11%	19%	32%



Les indicateurs consultés sur l'élection présidentielle

Q. Plus précisément, lisez-vous chacun des types de sondages suivants concernant l'élection présidentielle ?





Les indicateurs consultés sur l'élection présidentielle

Q. Plus précisément, lisez-vous chacun des types de sondages suivants concernant l'élection présidentielle ?



	% Régulièrement ou souvent	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Les cotes de popularité des candidats	45%	50%	40%	51%	42%	38%	41%	61%	50%	37%	48%
Les sondages qui mesurent les intentions de vote	44%	49%	40%	48%	38%	40%	45%	58%	49%	35%	48%
Les sondages d'opinion à propos d'une mesure, d'un évènement...	43%	45%	40%	52%	37%	37%	43%	51%	43%	38%	47%

	% Régulièrement ou souvent	Appartenance politique				
		Gauche	Centre (Modem + UDI)	Les Républicains	Front National	Sans préférence partisane
Les cotes de popularité des candidats	45%	52%	54%	59%	40%	33%
Les sondages qui mesurent les intentions de vote	44%	55%	59%	55%	47%	28%
Les sondages d'opinion à propos d'une mesure, d'un évènement...	43%	51%	49%	55%	44%	30%



L'ANALYSE DES RESULTATS



L'analyse des résultats

Cette première vague du baromètre « Les Français et les sondages » est consacrée aux habitudes de lecture des sondages par les Français.

- **Les sondages qui sont diffusés dans les medias concernant l'élection présidentielle sont lus par 80% des personnes interrogées, sur une fréquence assez espacée.** La plupart les lisent « rarement » (37%) ou « souvent » (31%). Seuls 12% les lisent « régulièrement ». Le taux de lecture baisse ainsi nettement par rapport à celui enregistré en 2012 pour retrouver le niveau observé en 2007.
 - Le profil des non-lecteurs, qui représentent 20% des personnes interrogées, est bien identifié : il s'agit davantage de personnes âgées de 25 à 50 ans, de catégories populaires (employés et ouvriers) et de personnes éloignées de la politique et sans préférence partisane. A l'inverse, les lecteurs les plus assidus sont des hommes (15% contre 9% chez les femmes) et des personnes âgées de plus de 50 ans (20% parmi les personnes de plus de 65 ans), soit deux catégories qui s'intéressent davantage à la vie politique dans les études d'opinion.
- **Tous les types de sondages concernant l'élection présidentielle testés sont lus par une majorité de personnes interrogées, à des niveaux identiques.** Les cotes de popularité des candidats (80%), les sondages d'opinion à propos d'une mesure, d'un évènement... (80%) et les sondages qui mesurent les intentions de vote (79%) font l'objet de taux et de fréquence de lecture très proches.
 - Sur cette question, les clivages identifiés précédemment sont également observés. Les hommes et les personnes des catégories socio-professionnelles supérieures lisent davantage ce type de sondage. Le taux de lecture augmente graduellement avec l'âge, après 25 ans. Notons enfin, que les sympathisants du Front national lisent moins que ceux de gauche, du centre ou des Républicains les différents sondages politiques.



“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

*« Permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur,
pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »*