



Baromètre

« Les Français et les sondages »

Vague 10 – L'influence des sondages

Avril 2017

“opinionway”

15 place de la République 75003 Paris



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 1454 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.</p> <p>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 10 au 12 avril 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.*


1454
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%

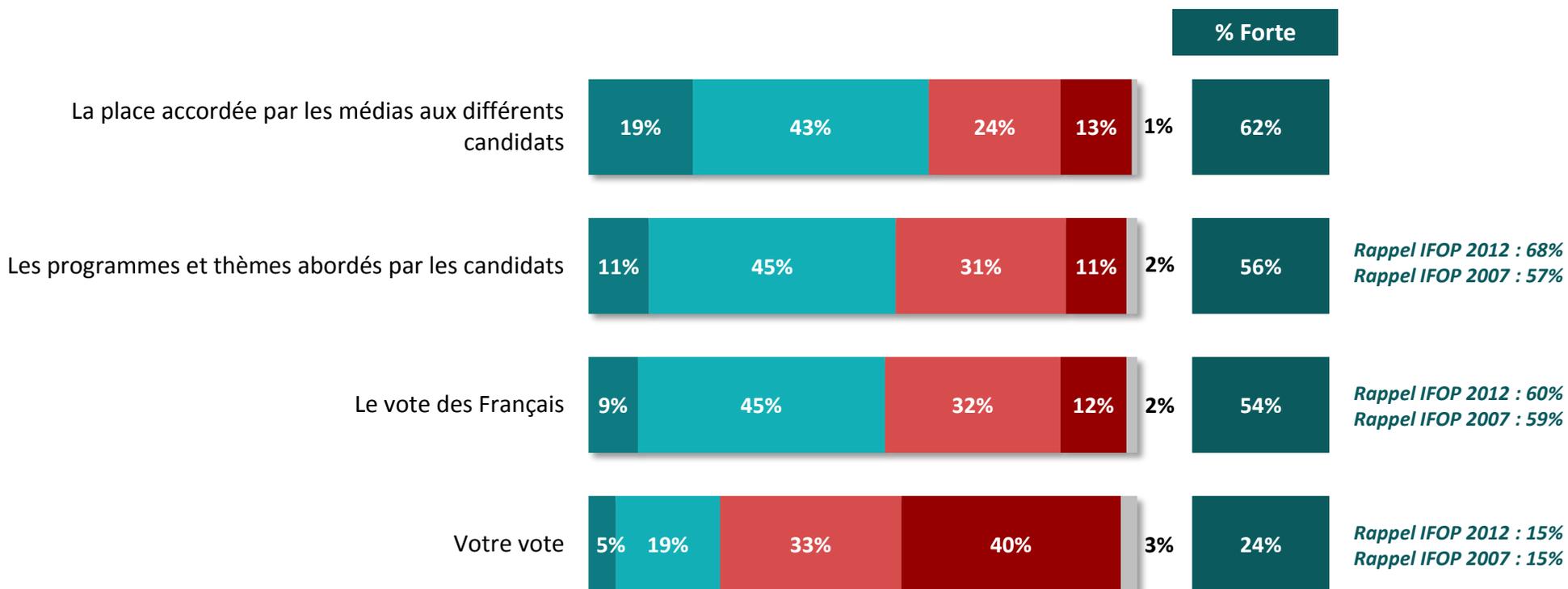


LES RESULTATS



L'influence des sondages sur la campagne électorale

Q. Diriez-vous que les sondages publiés au moment de la campagne électorale ont une influence très forte, assez forte, assez faible ou très faible sur ... ?





L'influence des sondages sur la campagne électorale

Q. Diriez-vous que les sondages publiés au moment de la campagne électorale ont une influence très forte, assez forte, assez faible ou très faible sur ... ?



	% Forte	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
La place accordée par les médias aux différents candidats	62%	64%	59%	68%	64%	60%	63%	58%	71%	56%	60%
Les programmes et thèmes abordés par les candidats	56%	59%	54%	54%	54%	58%	57%	56%	60%	55%	54%
Le vote des Français	54%	58%	51%	62%	56%	61%	48%	49%	60%	56%	48%
Votre vote	24%	27%	22%	29%	28%	33%	20%	13%	25%	31%	19%



L'influence des sondages sur la campagne électorale

Q. Diriez-vous que les sondages publiés au moment de la campagne électorale ont une influence très forte, assez forte, assez faible ou très faible sur ... ?

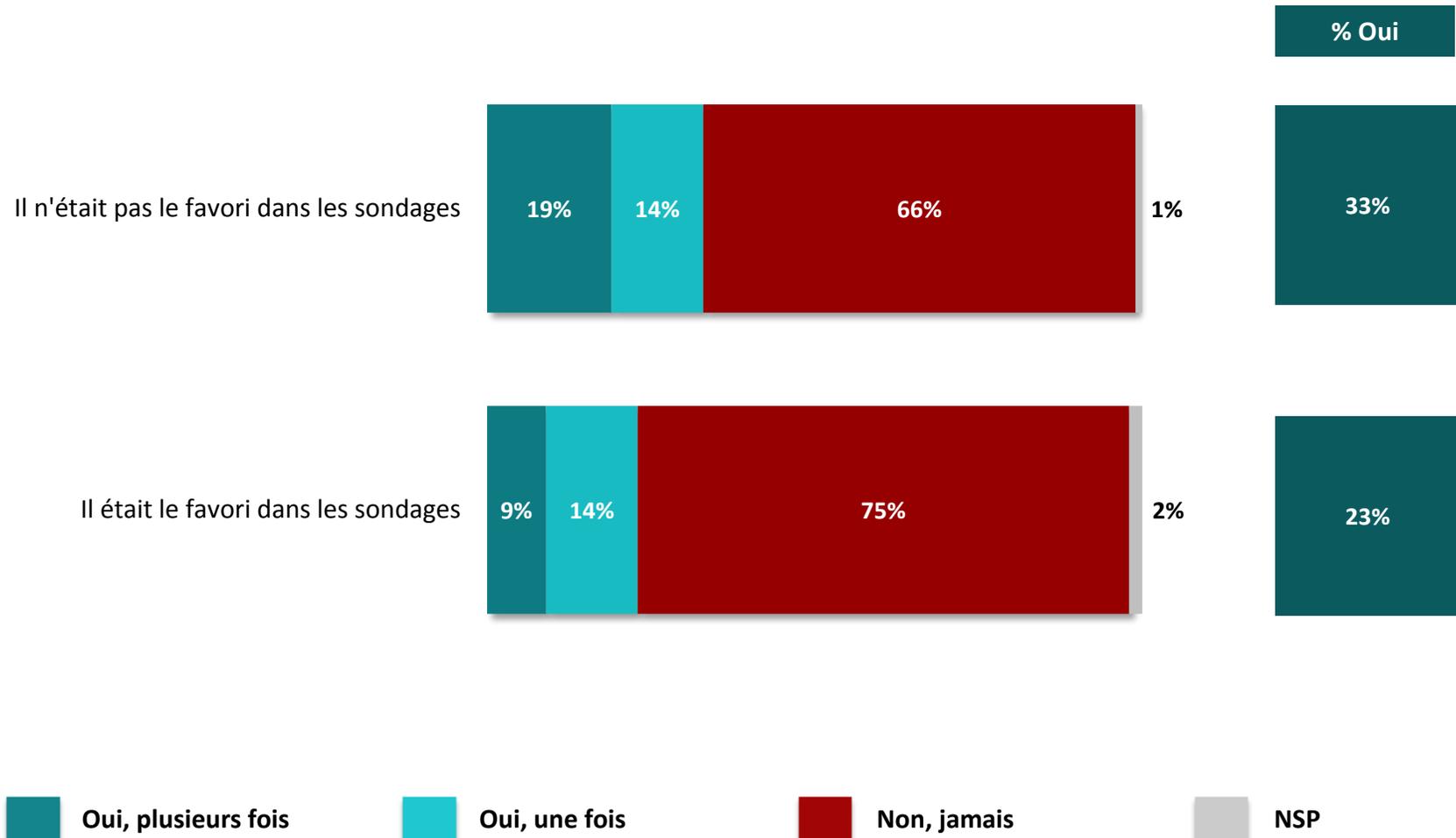


	% Forte	Proximité partisane				
		Gauche	Centre (Modem + UDI)	Les Républicains	Front National	Sans préférence partisane
La place accordée par les médias aux différents candidats	62%	67%	66%	67%	73%	48%
Les programmes et thèmes abordés par les candidats	56%	63%	62%	59%	63%	45%
Le vote des Français	54%	61%	51%	57%	58%	45%
Votre vote	24%	23%	25%	21%	34%	25%

“ Le vote selon la position d'un candidat dans les sondages

Q. Avez-vous déjà voté pour un candidat parce que... ?

1454
personnes



“ Le vote selon la position d'un candidat dans les sondages

Q. Avez-vous déjà voté pour un candidat parce que... ?

1454
personnes

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Il n'était pas le favori dans les sondages	33%	37%	29%	24%	29%	36%	33%	33%	36%	32%	32%
Il était le favori dans les sondages	23%	27%	20%	15%	24%	26%	22%	21%	29%	21%	19%



Le vote selon la position d'un candidat dans les sondages

Q. Avez-vous déjà voté pour un candidat parce que... ?


1454
personnes

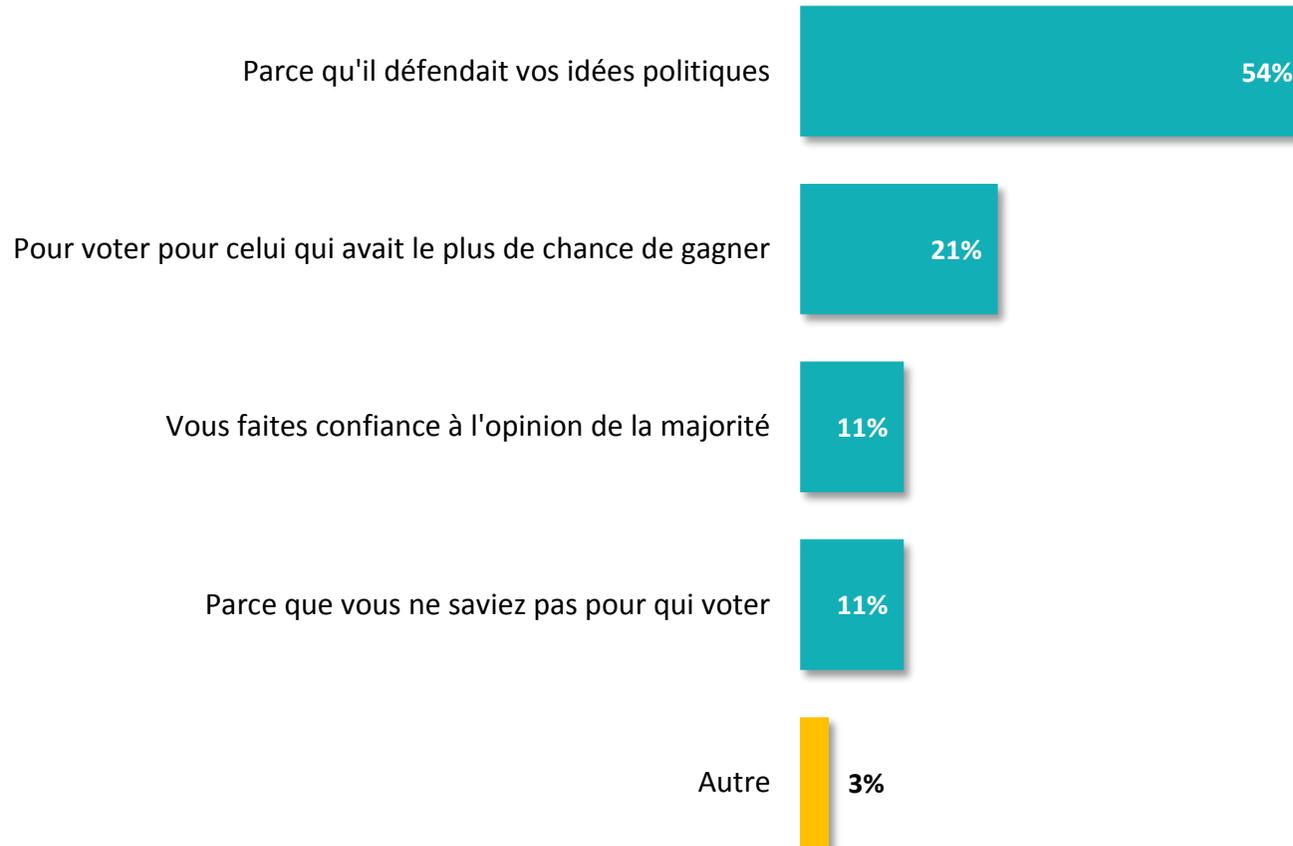
		Proximité partisane				
	% Oui	Gauche	Centre (Modem + UDI)	Les Républicains	Front National	Sans préférence partisane
Il n'était pas le favori dans les sondages	33%	36%	34%	28%	34%	30%
Il était le favori dans les sondages	23%	28%	22%	21%	23%	20%



Le vote pour le candidat favori des sondages

Q : Pour quelle raison principale avez-vous voté pour un candidat qui était le favori dans les sondages ?

Question posée uniquement à ceux ayant voté pour un candidat car il était favori dans les sondages, soit 23% de l'échantillon





Le vote pour le candidat favori des sondages

Q : Pour quelle raison principale avez-vous voté pour un candidat qui était le favori dans les sondages ?

Question posée uniquement à ceux ayant voté pour un candidat car il était favori dans les sondages, soit 23% de l'échantillon



	% Total	Sexe		Âge				Statut		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Parce qu'il défendait vos idées politiques	54%	57%	50%	32%	46%	73%	73%	50%	40%	71%
Pour voter pour celui qui avait le plus de chance de gagner	21%	18%	24%	19%	31%	11%	19%	24%	22%	17%
Vous faites confiance à l'opinion de la majorité	11%	12%	11%	15%	15%	7%	5%	12%	18%	5%
Parce que vous ne saviez pas pour qui voter	11%	9%	13%	30%	5%	3%	1%	12%	18%	3%
Autre	3%	4%	2%	4%	2%	5%	2%	2%	1%	4%



Le vote pour le candidat favori des sondages

Q : Pour quelle raison principale avez-vous voté pour un candidat qui était le favori dans les sondages ?



Question posée uniquement à ceux ayant voté pour un candidat car il était favori dans les sondages, soit 23% de l'échantillon

	% Total	Proximité partisane				
		Gauche	Centre* (Modem + UDI)	Les Républicains	Front National*	Sans préférence partisane
Parce qu'il défendait vos idées politiques	54%	59%	37%	65%	53%	45%
Pour voter pour celui qui avait le plus de chance de gagner	21%	24%	31%	16%	11%	21%
Vous faites confiance à l'opinion de la majorité	11%	8%	8%	17%	28%	7%
Parce que vous ne saviez pas pour qui voter	11%	3%	24%	2%	8%	24%
Autre	3%	5%	-	-	-	3%

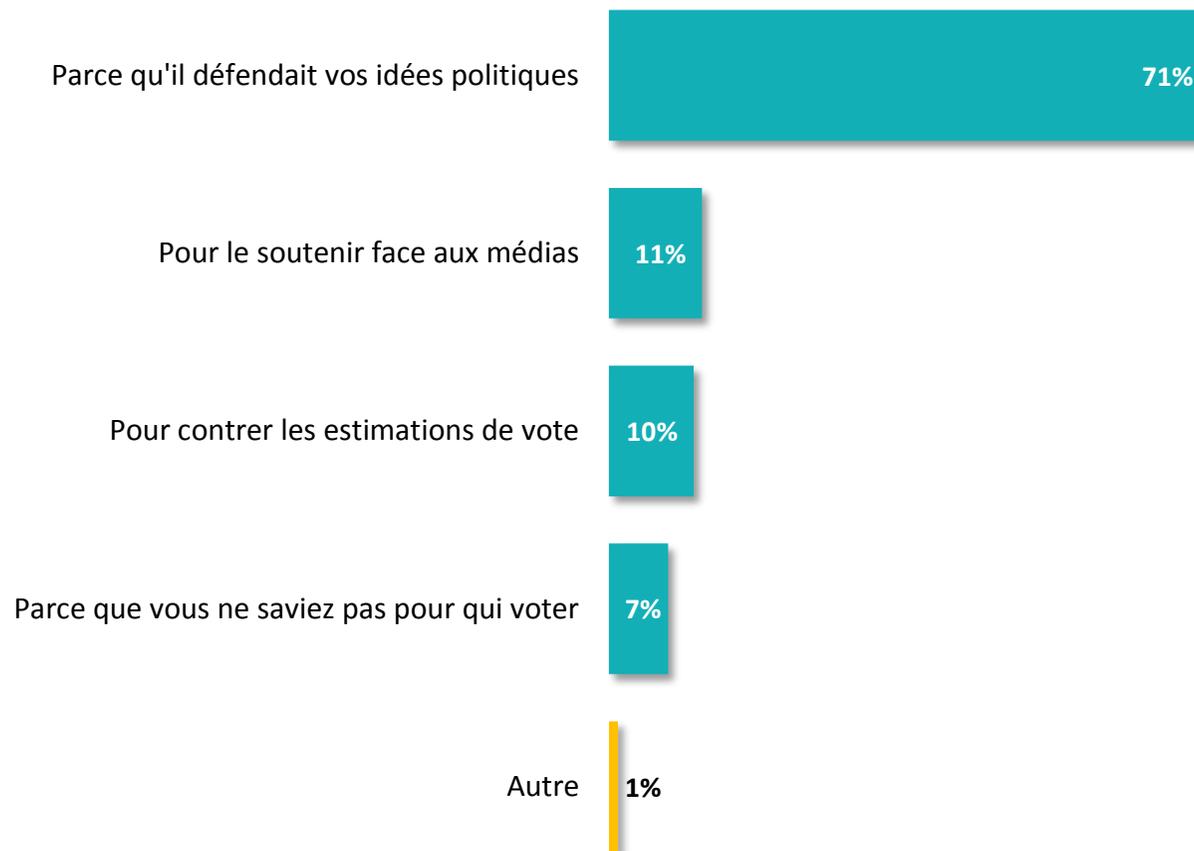
*Base faible : résultats à interpréter avec précaution



Le vote pour le candidat pas favori des sondages

Q : Pour quelle raison principale avez-vous voté pour un candidat qui n'était pas le favori dans les sondages ?

Question posée uniquement à ceux ayant voté pour un candidat car il n'était pas favori dans les sondages, soit 33% de l'échantillon





Le vote pour le candidat pas favori des sondages

Q : Pour quelle raison principale avez-vous voté pour un candidat qui n'était pas le favori dans les sondages ?

Question posée uniquement à ceux ayant voté pour un candidat car il n'était pas favori dans les sondages, soit 33% de l'échantillon



	% Total	Sexe		Âge				Statut		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Parce qu'il défendait vos idées politiques	71%	69%	74%	63%	65%	79%	79%	69%	72%	74%
Pour le soutenir face aux médias	11%	14%	8%	18%	11%	7%	9%	14%	8%	11%
Pour contrer les estimations de vote	10%	9%	10%	8%	16%	6%	7%	12%	10%	6%
Parce que vous ne saviez pas pour qui voter	7%	7%	6%	9%	8%	7%	-	4%	9%	5%
Autre	1%	1%	2%	2%	-	1%	4%	1%	1%	3%



Le vote pour le candidat pas favori des sondages

Q : Pour quelle raison principale avez-vous voté pour un candidat qui n'était pas le favori dans les sondages ?

Question posée uniquement à ceux ayant voté pour un candidat car il n'était pas favori dans les sondages, soit 33% de l'échantillon



	% Total	Proximité partisane				
		Gauche	Centre* (Modem + UDI)	Les Républicains	Front National	Sans préférence partisane
Parce qu'il défendait vos idées politiques	71%	79%	86%	78%	51%	58%
Pour le soutenir face aux médias	11%	9%	4%	12%	13%	17%
Pour contrer les estimations de vote	10%	4%	5%	6%	25%	13%
Parce que vous ne saviez pas pour qui voter	7%	5%	4%	3%	11%	11%
Autre	1%	3%	1%	-	-	1%

*Base faible : résultats à interpréter avec précaution



L'ANALYSE DES RESULTATS



L'analyse des résultats

Cette dixième vague du baromètre « Les Français et les sondages » est consacrée à l'opinion des Français sur l'influence des sondages sur le processus électoral.

- **Les Français considèrent que les sondages ont une influence sur la place accordée par les médias aux différents candidats** (62%) mais aussi **sur les programmes et les thèmes abordés par les candidats** (56%). Certaines catégories de la population perçoivent plus fortement l'influence des sondages sur le traitement médiatique accordé aux différents candidats. C'est notamment le cas des plus jeunes (68% des jeunes âgés de 18 à 24 ans contre 58% pour les personnes âgées de 65 ans et plus), des catégories socioprofessionnelles supérieures (71% contre 56% pour les catégories populaires). Les personnes qui se sentent proches d'un parti politique considèrent également que la place accordée aux candidats est influencée par les sondages, notamment pour ceux se déclarant proches du Front National (73%). Les personnes n'affichant pas de proximité partisane sont plus circonspectes (48%).
- **Les Français ont une perception paradoxale de l'influence des sondages sur le vote.** Bien qu'ils considèrent en majorité (54%) que les sondages ont une influence sur le vote des Français, seul un quart (24%) estime que cette influence porte sur leur propre vote, **conformément à l'effet de tierce personne (*third person effect*) mis en évidence par Walter Phillips Davison.**
 - L'influence des sondages sur le vote est davantage perçue par les hommes, que ce soit pour l'influence sur le vote des autres (58% contre 51% des femmes) ou sur leur propre vote (27% contre 22% des femmes) et par les plus jeunes (respectivement 62% et 29% pour les jeunes âgés de 18 à 24 ans). L'influence des sondages sur le vote des Français est perçue comme moins importante par les personnes n'affichant pas de proximité partisane (45%). Les personnes se déclarant proches du Front National, dont la candidate est régulièrement présentée comme la favorite des sondages pour le premier tour, sont parmi les plus nombreuses à estimer que les sondages ont une influence sur leur vote (34%).



L'analyse des résultats

- **L'influence des sondages se mesure dans le choix des électeurs.** Ainsi, 33% des personnes interrogées déclarent déjà voté pour un candidat parce qu'il n'était pas le favori des sondages, **selon la logique de l'effet *underdog***. La principale raison invoquée pour justifier ce choix est le respect de ses opinions politiques. 71% ont choisi de voter pour un candidat qui n'était pas le favori des sondages car il défendait leurs idées politiques. Certains semblent au contraire préférer une approche frondeuse, 11% l'ayant fait pour soutenir ce candidat face aux médias et 10% pour contrer les estimations de vote.
- **Près d'un quart des Français (23%) a déjà voté pour un candidat car il était le favori des sondages, leurs réponses correspondant à la thèse de l'effet *bandwagon*.** Ce choix s'explique avant tout car ce candidat défendait les mêmes idées politiques (54%). Une personnes sur cinq a en revanche choisi ce candidat car il était celui ayant le plus de chances de gagner (21%). Enfin, choisir le candidat favori des sondages permet de réussir à prendre une décision, 11% l'ayant fait car ils ont fait confiance à l'opinion de la majorité et 11% car ils ne savaient pas pour qui voter.



“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. »*