

OPINION'EYE

BY "opinionway



PAR FRÉDÉRIC MICHEAU,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
ADJOINT
DIRECTEUR DES ÉTUDES
D'OPINION

LE VOTE BLANC LORS DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE 2022

Comptabilisé distinctement des suffrages nuls depuis le 21 février 2014 mais sans être considéré comme un suffrage exprimé, le vote blanc avait atteint des sommets au second tour de la présidentielle il y a 5 ans : 3 021 499 électeurs, soit 8,52% des votants, avaient choisi cette option le 7 mai 2017. Sans battre ce record, le scrutin du 24 avril 2022 se classe en deuxième position dans la hiérarchie des 11 élections présidentielles organisées au suffrage universel direct sous la Ve République. Au second tour, 2 233 904 citoyens ont choisi de voter blanc, soit 6,37% des votants.

Le vote blanc s'enracine ainsi comme un comportement électoral récurrent. 43% des électeurs ayant voté blanc au second tour de 2022 avaient déjà adopté ce comportement au tour décisif du scrutin de 2017. Quelle signification faut-il accorder à cette perte d'exceptionnalité du vote blanc ? Les résultats du sondage jour du vote [1] réalisé par OpinionWay le 24 avril 2022 fournissent des éléments d'information utiles pour répondre à cette question et pour comprendre les évolutions concernant tant le profil que les motivations de ces électeurs.

PRECEDENTS NUMEROS

[Numéro 19](#)

[Numéro 18](#)

[Numéro 17](#)

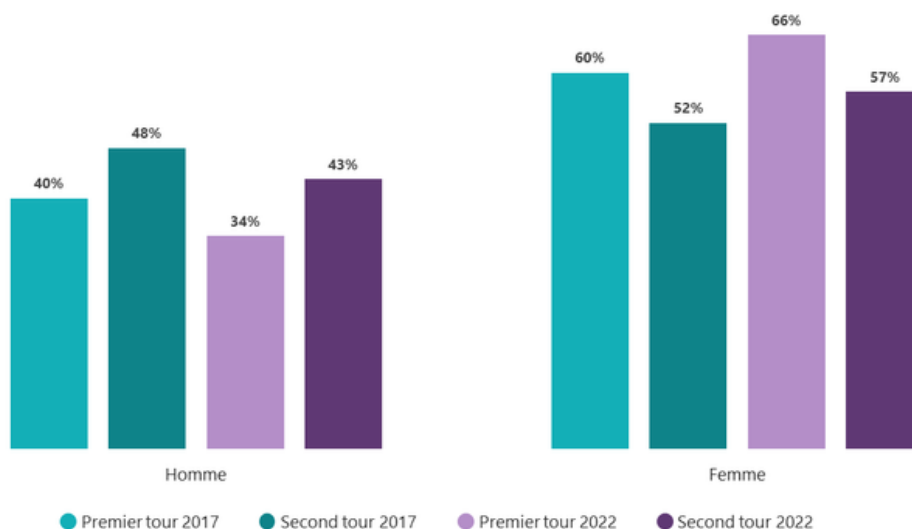
[Tous les numéros](#)

[1] Sondage réalisé par OpinionWay auprès d'un échantillon de 5719 personnes inscrites sur listes électorales, issu d'un échantillon de 5863 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus (méthode des quotas). Au sein de cet échantillon, 908 personnes ont déclaré avoir voté blanc. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne le 24 avril 2022, jour du second tour de l'élection présidentielle.

La sociologie des électeurs ayant voté blanc

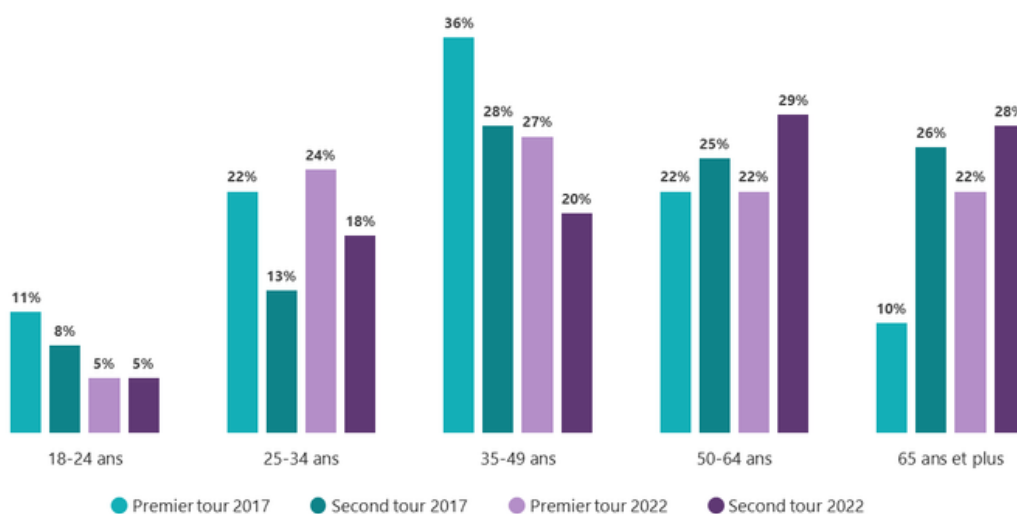
Première indication, **le vote blanc se féminise**. Comme en 2017, les femmes représentent la majorité des électeurs ayant voté blanc au premier tour (66%) comme au second (64%). Mais leur part progresse respectivement de 6 et 12 points par rapport à 2017. Les hommes constituent ainsi un gros tiers des électeurs qui ont choisi de ne pas choisir de candidat (respectivement 34% et 37%).

“ La structure du vote blanc aux deux dernières élections présidentielles selon le sexe



En termes d'âge, les jeunes de 18 à 24 ans sont moins nombreux qu'il y a 5 ans parmi les citoyens ayant choisi cette option électorale (5% aux deux tours de 2022). Au second tour, **la part des électeurs âgés de plus de 50 ans, déjà majoritaire en 2017, s'accroît nettement**. Les 50-64 ans (29%, +4 points) et les personnes âgées de plus de 65 ans (28%, +2 points) représentent 57% de cet électorat.

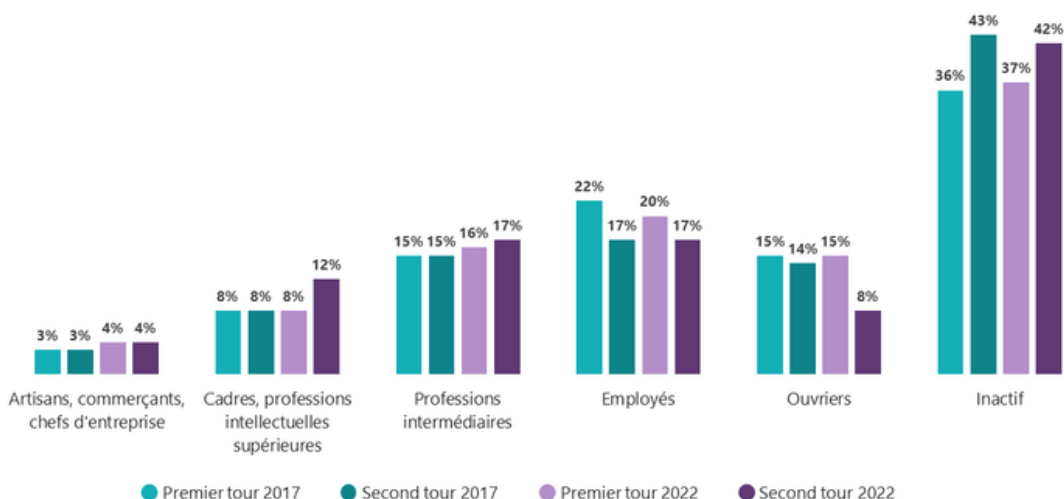
“ La structure du vote blanc aux deux dernières élections présidentielles selon l'âge



L'analyse selon la catégorie socio-professionnelle révèle une structure très proche de celle observée en 2017. Les artisans, commerçants, chefs d'entreprise d'une part, et les cadres et professions intellectuelles d'autre part, sont peu représentés au sein des électeurs ayant voté blanc. Les professions intermédiaires, les employés et les ouvriers le sont en plus grande part. Remarquons cependant une baisse importante du nombre d'ouvriers au second tour (8%, - 9 points).

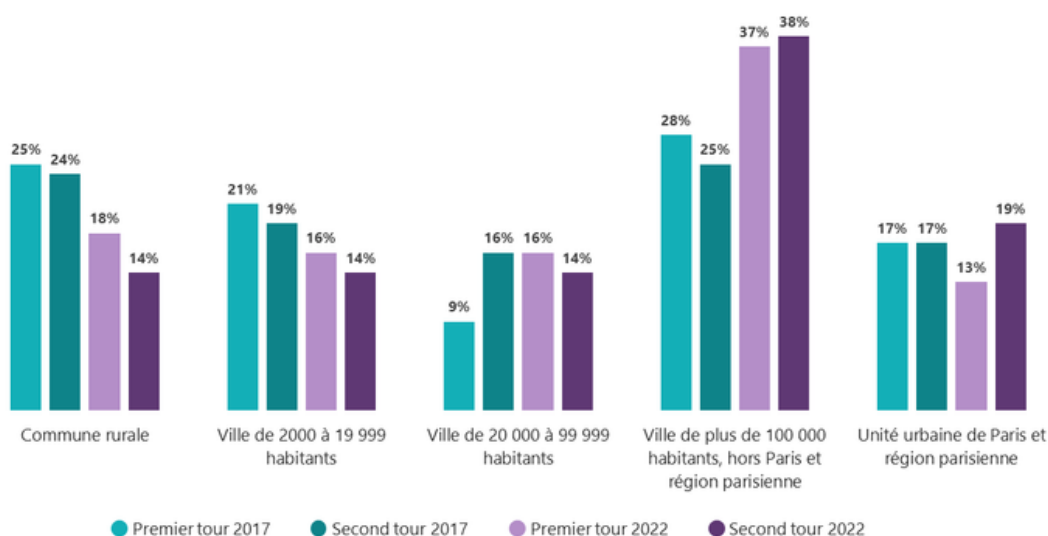
La population la plus présente parmi les électeurs blancs demeure celle des inactifs au sens de l'Insee, c'est-à-dire par convention les personnes qui ne sont ni en emploi ni au chômage (les étudiants et les retraités, les hommes et femmes au foyer, les personnes en incapacité de travailler...). Les inactifs ont fortement investi le vote blanc tant au premier tour (37%) qu'au second (42%).

“ La structure du vote blanc aux deux dernières élections présidentielles selon le statut socioprofessionnel

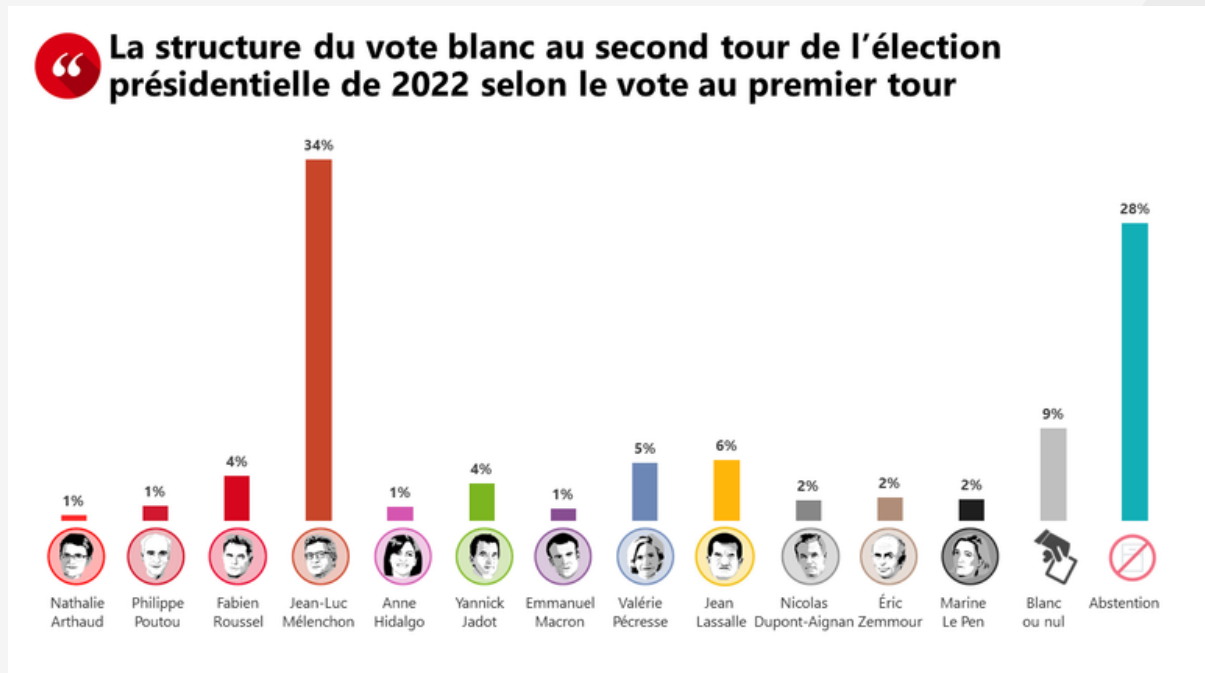


La part des ruraux (-7 points au premier tour, -10 points au second) et des habitants des communes de 2 000 à 20 000 personnes (-5 points à chaque tour) recule fortement. Les électeurs des villes moyennes constituent toujours une faible partie des électeurs ayant voté blanc. L'aspect le plus notable concerne l'accroissement de la part des habitants des métropoles : ils représentent 37% des électeurs ayant voté blanc au premier tour (+9 points depuis 2017) et 38% au second tour (+13 points). L'agglomération parisienne est épargnée par cette brusque progression.

“ La structure du vote blanc aux deux dernières élections présidentielles selon la catégorie d'agglomération



Une clé d'explication de cette poussée du vote blanc dans les villes de plus de 100 000 habitants se situe dans l'évolution du profil politique des électeurs ayant fait ce choix. Il y a 5 ans, les électeurs des deux principaux candidats ayant échoué au pied du podium alors que leur qualification était de l'ordre du possible, c'est-à-dire Jean-Luc Mélenchon (29%) et François Fillon (21%), composaient la moitié du vote blanc. La frustration le disputait à l'insatisfaction vis-à-vis de l'affiche du second tour.



En 2022, les électeurs de la candidate des Républicains Valérie Pécresse, elle aussi absente du second tour, n'ont pas reproduit leur comportement de 2017, peut-être parce que la défaite était davantage attendue. En revanche, **les électeurs de Jean-Luc Mélenchon constituent plus du tiers des électeurs ayant voté blanc au second tour (34%)**. Rappelons que le candidat de l'Union populaire a obtenu ses meilleurs résultats dans les métropoles (25,7% contre 22% au niveau national), ce qui explique le bond du vote blanc dans ces zones urbaines.

La faiblesse du nombre de voix manquantes pour assurer la qualification, encore plus réduit qu'en 2017 (421 308 contre 618 540), a sans doute nourri chez les électeurs de Jean-Luc Mélenchon une vive déception les empêchant de choisir entre l'une des deux personnalités restantes. Voter blanc leur permettait aussi de respecter la consigne de leur candidat (« ne pas donner une seule voix à Madame Le Pen ») tout en évitant d'accorder leurs suffrages à Emmanuel Macron.

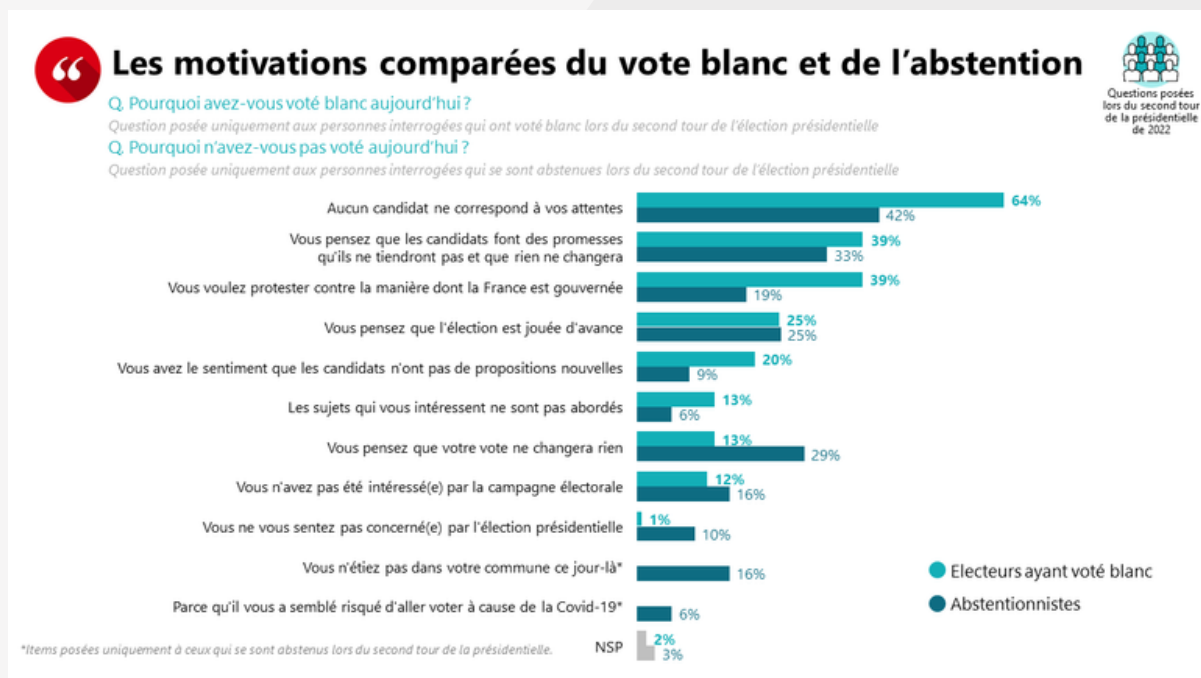
Au-delà de cette motivation politique, d'autres éléments permettent de mieux cerner les déterminants du choix des électeurs ayant voté blanc et les perceptions dont ce comportement fait l'objet parmi l'ensemble des Français.

Un vote de nature intermédiaire pour les Français

La différence de comportement entre le vote blanc est l'abstention reste reconnue par deux tiers des Français (65%) mais s'estompe fortement depuis 2017 (-9 points). Désormais, un tiers de la population (34%) estime ces deux comportements ne sont pas différents. Les femmes de moins de 35 ans (44%), les ouvriers (43%), les sympathisants du Rassemblement national (42%) et, surtout, les abstentionnistes (51%) perçoivent encore moins la distinction. A l'inverse, plus de trois quarts des électeurs ayant voté blanc au second tour insistent sur la différence avec l'abstention (79%).

A cet égard, les motivations avancées par les électeurs ayant voté blanc et par les abstentionnistes pour justifier leur comportement différent. Les premiers mettent majoritairement en avant **une insatisfaction vis-à-vis de l'offre électorale** (64%), logiquement plus forte au second qu'au premier tour étant donné le nombre de candidats en lice. Ils estiment que les candidats ne font pas de propositions nouvelles (20% contre 9% parmi les abstentionnistes) et que les sujets qui les intéressent ne sont pas abordés (13% contre 6%). Ils partagent le sentiment que les candidats émettent des promesses qui ne seront pas tenues (39%), ce qui les rapproche des abstentionnistes (33%).

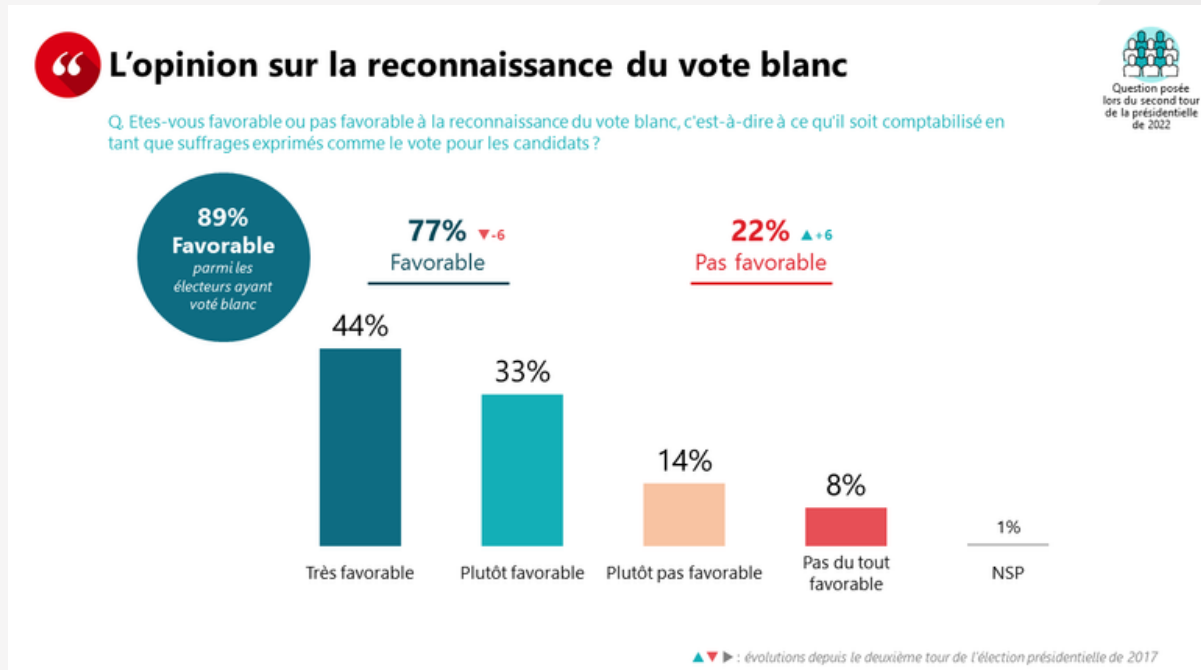
Une différence majeure apparaît toutefois entre ces deux catégories de citoyens. Les abstentionnistes paraissent désabusés vis-à-vis du principe de l'élection et considèrent que « leur vote ne changera rien » (29% contre 13% parmi les électeurs ayant voté blanc). Inversement, **le vote blanc est perçu par ceux qui y ont eu recours comme un moyen de contestation** : 39% des électeurs ayant voté blanc voulaient protester contre la manière dont la France est gouvernée (contre 19% parmi les abstentionnistes). Par conséquent, dans la mesure où il est une récrimination, le vote blanc porte un espoir de changement du système politique, espoir considéré par les abstentionnistes comme une illusion.



Les personnes qui préfèrent voter blanc à l'occasion du second tour de l'élection présidentielle font preuve d'une attitude responsable pour une majorité des Français (54%, -1 point). Ce chiffre s'établit à 90% parmi les électeurs qui ont voté blanc, 51% chez les abstentionnistes. **Les électeurs d'Emmanuel Macron au premier tour sont les plus nombreux à juger ce choix de vote « pas responsable »** (58%), sans doute parce qu'il affaiblissait le front républicain et mettait en risque la réélection de leur candidat.

Les électeurs macronistes du premier tour sont également les seuls à exprimer majoritairement de l'incompréhension vis-à-vis des électeurs votant blanc (51%). A l'opposé, 64% des Français déclarent comprendre les personnes qui choisissent de voter blanc à l'occasion du second tour de l'élection présidentielle. Ce résultat en léger recul (-3 points) est logiquement plus élevé parmi les électeurs ayant voté blanc (92%), mais aussi chez les abstentionnistes (79%).

Plus de trois quarts des Français (77%) demeurent favorables à la reconnaissance du vote blanc, c'est-à-dire à ce qu'il soit comptabilisé en tant que suffrages exprimés, au même titre que le vote pour les candidats. 44% des personnes interrogées y sont même « très favorables ». Notons cependant que cette large adhésion globale connaît une érosion depuis 2017 (-6 points).



Dans le même ordre d'idées, une majorité de Français estime qu'il « est préférable de voter pour le candidat qui vous déplaît le moins plutôt que de voter blanc » (56%, +3 points). **Le vote blanc reste donc perçu comme un geste électoral inférieur au vote par défaut.** Mais il fait l'objet d'une acceptation sociale plus large que l'abstention : deux tiers des Français jugent préférable de voter pour le candidat qui « déplaît le moins plutôt que de s'abstenir » (67%, -2 points).

Cette perception d'une **nature intermédiaire du vote blanc, moins civique que le vote par défaut mais plus acceptable que l'abstention**, tient essentiellement au fait qu'il n'est pas comptabilisé comme un suffrage exprimé. S'il était pris en compte, les conséquences sur les comportements électoraux seraient importantes.

En 2017, nous avons montré [2] que si le vote blanc avait été reconnu, plus de 10 millions d'électeurs auraient choisi cette option électorale au second tour de la présidentielle (32% des suffrages exprimés). Le vote blanc aurait ainsi obtenu un score supérieur à celui de Marine Le Pen (24,4%), mais aurait réuni moins d'électeurs qu'Emmanuel Macron (43,6%).

| Liste des candidats | Résultats officiels 2017 | | Résultats hypothétiques 2017 | |
|---------------------|--------------------------|-------------|------------------------------|-------------|
| | Voix | % Exprimés | Voix | % Exprimés |
| M. Emmanuel MACRON | 20 753 802 | 66,1% | 13 697 510 | 43,6% |
| Mme Marine LE PEN | 10 644 124 | 33,9% | 7 663 769 | 24,4% |
| Vote blanc | | | 10 036 647 | 32,0% |
| TOTAL | 31 397 926 | 100% | 31 397 926 | 100% |

[2] MICHEAU, Frédéric. « Le vote blanc lors de l'élection présidentielle de 2022 », Revue politique et parlementaire, Juin 2017.

Cette année, si le vote blanc avait été reconnu, 34% des électeurs d'Emmanuel Macron auraient adopté ce comportement au second tour, soit un chiffre équivalent à celui mesuré en 2017. En revanche, la part d'électeurs de Marine Le Pen qui auraient voté blanc progresse très nettement et atteint 38% (contre 28% il y a 5 ans).

Ajoutés aux 2 233 904 suffrages blancs, ces bulletins de vote auraient représenté ainsi près de 14 millions de voix et plus de 40% des suffrages exprimés : **en d'autres termes, s'il avait été reconnu, le vote blanc aurait été le premier choix électoral des Français**, devant le vote pour Emmanuel Macron (35,9%) et celui pour Marine Le Pen (23,8%). Il aurait également séduit davantage de citoyens que l'abstention (13 655 861). Les abstentionnistes eux-mêmes auraient sans doute vu leurs rangs se réduire.

| Liste des candidats | Résultats officiels 2022 | | Résultats hypothétiques 2022 | |
|---------------------|--------------------------|-------------|------------------------------|-------------|
| | Voix | % Exprimés | Voix | % Exprimés |
| M. Emmanuel MACRON | 18 768 639 | 58,5% | 12 300 329 | 35,9% |
| Mme Marine LE PEN | 13 288 686 | 41,5% | 8 172 543 | 23,8% |
| Vote blanc | | | 13 818 357 | 40,3% |
| TOTAL | 32 057 325 | 100% | 34 291 229 | 100% |

Les résultats de ce calcul, qui doit être pris avec toute la distance critique nécessaire compte-tenu des données hypothétiques sur lesquelles il repose, confirme ce qu'il est convenu d'appeler le malaise démocratique, dont les symptômes (record d'abstention, affaiblissement du front républicain, faible intérêt...) ont été nombreux pendant l'élection présidentielle. La reconnaissance du vote blanc pourrait-elle constituer un remède, comme le préconisaient 69% des 116 549 contributions au questionnaire concernant « La démocratie et la citoyenneté [3]» recueillies dans le cadre du Grand Débat national en 2019 ?

Frédéric Micheau

Directeur Général Adjoint
 Directeur des études d'Opinion
 fmicheau@opinion-way.com

 @FMicheau

Auteur du livre Le sacre de l'opinion



[3] Traitement des données issues du Grand Débat National réalisé par OpinionWay pour la mission interministérielle en charge du Grand Débat National. 451 076 contributions issues du questionnaire et des propositions provenant de 379 539 répondants uniques ont été recueillies sur le thème de « La démocratie et la citoyenneté » sur le site <https://granddebat.fr> La consultation a été accessible à toutes les personnes souhaitant y participer, du 22 janvier au 18 mars 2019.

A PROPOS DU GROUPE OPINIONWAY

Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay innove dans les études Marketing et d'Opinion et développe l'agilité dans les modes d'approches (panels en ligne, communautés digitales, hybridation des données et Social Media Intelligence).

Né en France et capable d'intervenir sur les cinq continents, OpinionWay a des implantations au Maghreb (Algérie, Maroc, Tunisie), en Europe de l'Est (Pologne) et en Afrique Subsaharienne (Côte d'Ivoire). Le Groupe intervient dans la compréhension des publics, des marchés, des marques ; dans la recherche de produits et de services, pour des clients se développant en France comme à l'international auprès de cibles BtoB et BtoC.

OpinionWay est membre actif d'Esomar, certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR et membre de CroissancePlus.

“opinionway