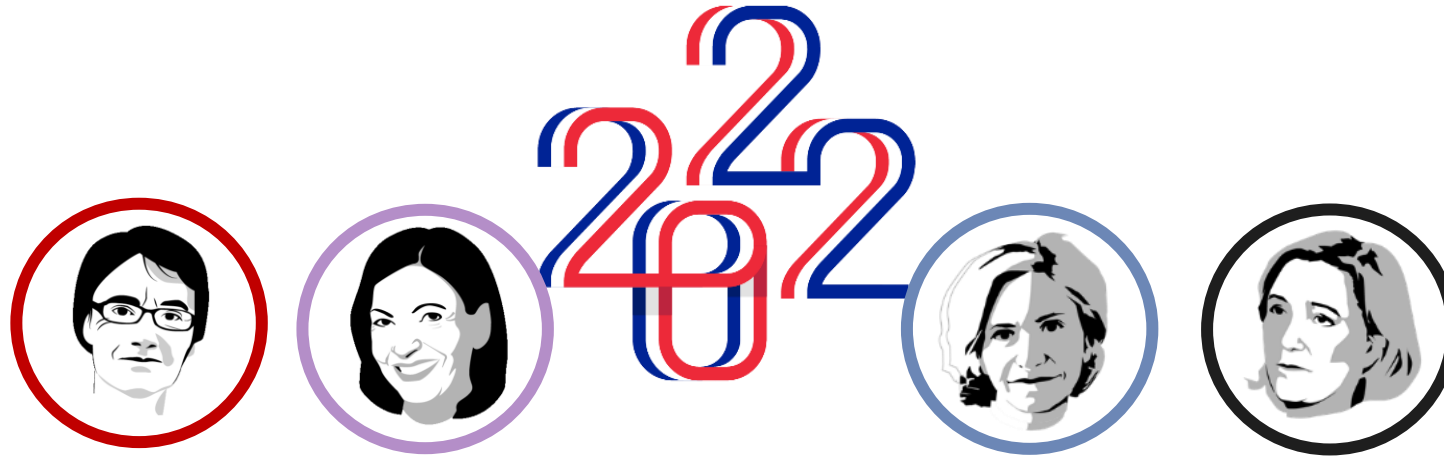




Les femmes et l'accession à la présidence de la République

“opinionway

Kéa





La méthodologie

2022



“ La méthodologie quantitative



Un **échantillon de 1043 Français inscrits sur les listes électorales**, issu d'un échantillon de 1093 personnes, **représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus**.

Cet échantillon est 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.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 5 au 7 mars 2022**.
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants. La notice de cette enquête est consultable sur le site de la Commission des sondages.



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

« OpinionWay - Kéa Partners »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

“ La méthodologie qualitative



La méthodologie qualitative repose **sur l'analyse de deux questions ouvertes** :

- « *Qu'ont les femmes de plus ou de moins que les hommes pour être présidente de la République ? (atouts, handicaps, valeurs)* », posée à l'ensemble d'un échantillon quantitatif de **1596** électeurs,
- « *Vous avez répondu que ce qui empêchait le plus les femmes d'accéder à la Présidence en France était [réponse 1 de Q12] et [réponse 2 de 12]. Pouvez-vous nous expliquer pourquoi ?* », posée à l'ensemble d'un échantillon quantitatif de **1043** électeurs.

En totalité, environ **2500 réponses ont été lues et analysées.**



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 25 février au 4 mars 2022.**
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252.**



Les résultats de cette analyse qualitative **n'ont pas de validité statistique.**
Elle permet d'éclairer et mieux comprendre les scores de bonne ou mauvaise image des différents candidats.



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

« OpinionWay - Kéa Partners »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



L'analyse des résultats

“opinionway”

2022



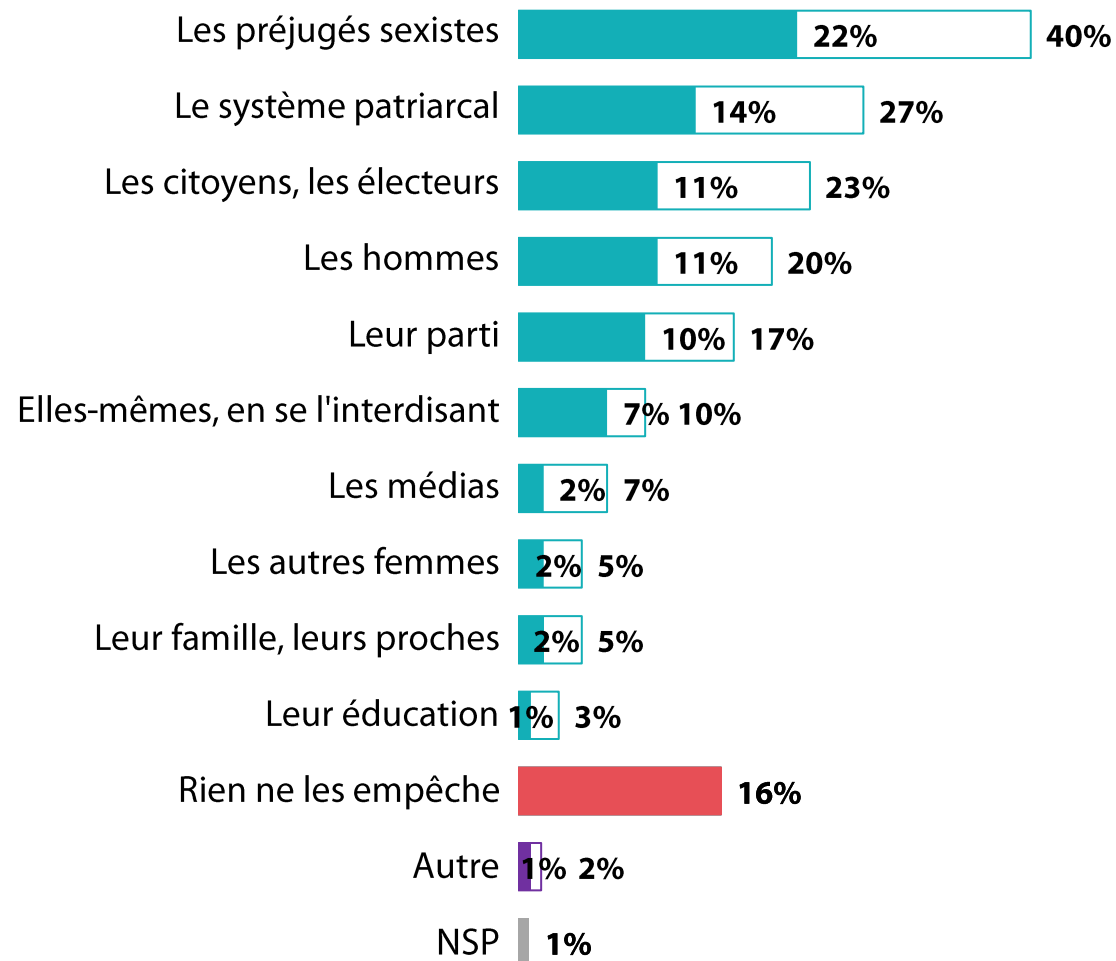
Les freins perçus à l'accession des femmes politiques à la Présidence



Q. A votre avis qu'est-ce qui empêche le plus les femmes politiques d'accéder à la Présidence en France ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

● En premier ○ Au total





Les freins perçus à l'accession des femmes politiques à la Présidence



Q. A votre avis qu'est-ce qui empêche le plus les femmes politiques d'accéder à la Présidence en France ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	%Total	Sexe		Âge					CSP		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Les préjugés sexistes	40%	35%	46%	42%	43%	38%	45%	36%	41%	36%	43%
Le système patriarcal	27%	22%	32%	20%	33%	27%	27%	27%	30%	25%	27%
Les citoyens, les électeurs	21%	23%	22%	22%	23%	24%	22%	23%	20%	26%	23%
Les hommes	21%	16%	23%	20%	23%	16%	25%	15%	20%	23%	17%
Leur parti	17%	22%	12%	14%	12%	14%	18%	23%	18%	13%	19%
Elles-mêmes, en se l'interdisant	12%	13%	8%	7%	8%	12%	10%	12%	12%	10%	10%
Les médias	8%	7%	6%	10%	11%	4%	5%	8%	8%	5%	7%
Les autres femmes	5%	6%	4%	8%	3%	5%	3%	6%	4%	4%	6%
Leur famille, leurs proches	3%	3%	6%	4%	5%	6%	3%	4%	5%	6%	3%
Leur éducation	3%	3%	4%	5%	6%	3%	2%	3%	5%	2%	3%
Rien ne les empêche	15%	20%	12%	17%	12%	18%	13%	18%	13%	18%	16%



Les freins perçus à l'accession des femmes politiques à la Présidence



Q. A votre avis qu'est-ce qui empêche le plus les femmes politiques d'accéder à la Présidence en France ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

		Proximité partisane						
	%Total	 PCF / France insoumise	 Parti socialiste	 Europe écologie - Les Verts	 La République en Marche	 Les Républicains	 Reconquête	 Rassemblement national
Les préjugés sexistes	40%	49%	48%	43%	34%	42%	20%	51%
Le système patriarcal	27%	29%	44%	39%	18%	30%	20%	24%
Les citoyens, les électeurs	21%	20%	15%	9%	29%	20%	33%	31%
Les hommes	21%	26%	23%	26%	13%	13%	19%	24%
Leur parti	17%	13%	13%	20%	24%	20%	17%	10%
Elles-mêmes, en se l'interdisant	12%	11%	8%	8%	16%	12%	19%	10%
Les médias	8%	8%	10%	1%	8%	10%	9%	10%
Les autres femmes	5%	6%	7%	4%	5%	8%	7%	2%
Leur famille, leurs proches	3%	3%	2%	6%	6%	1%	3%	6%
Leur éducation	3%	9%	4%	6%	3%	5%	-	2%
Rien ne les empêche	15%	7%	8%	16%	13%	16%	20%	10%

Les femmes font face à plus de difficultés que les hommes en politique, bien qu'égaux en apparence

Si la plupart des interviewés **se réjouit de la parité des candidatures à la Présidence de la République**, le genre est-il un argument de campagne en 2022 ? Que signifie être une femme candidate ? Y aurait-il une présidentialité d'homme et de femme ?

La possibilité pour une femme d'être élue ne fait plus véritablement l'objet de doutes : les Français et les Françaises interviewés, dans leur immense majorité, semblent prêts à voter pour une femme présidente de la République. Il n'y aurait donc **pas d'ethos différencié ni attendu**.

- Le fait qu'une femme exerce les plus hautes fonctions de l'Etat serait même le signe favorable d'un **renouveau** en politique, un attribut défendu d'ailleurs par certaines candidates.

Cependant, les hommes et les femmes interrogés estiment qu'il sera toujours **plus difficile** pour les femmes d'accéder à la Présidence : elles seraient **moins prises au sérieux**, soumises à un examen plus minutieux et à des exigences plus strictes que les hommes, devant **constamment rendre compte de leur aptitude à endosser la fonction présidentielle**.

« Aucune différence »

« Ils sont égaux »

« Les mêmes compétences, je ne vois pas de distinction à faire en fonction de leur sexe »

« Ça serait enfin une bonne chose »

« Une femme n'a jamais été présidente de la République en France cela apporterait du renouveau »

« Les femmes sont moins prises au sérieux par une société machiste »

« Les femmes sont moins bien représentées, elles ont toujours une attitude caractérisée »

« Les hommes sont meilleurs, l'histoire le dit »

« Une femme doit prouver plus qu'un homme ses compétences »



De nombreux obstacles se dressent sur leur chemin vers la Présidence 1/2

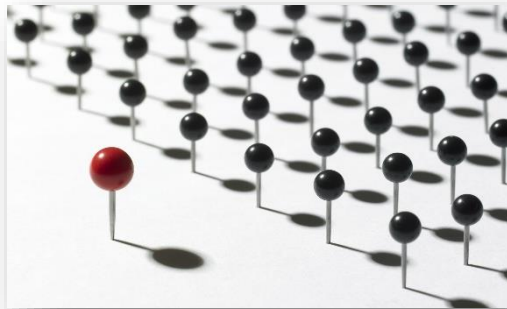


Le fameux « **plafond de verre** » lié aux poids des stéréotypes et des normes, émaillent les réponses des interviewés. Les femmes, sont perçues comme prises dans un filet de **préjugés, largement intériorisés par les hommes et par certains collaborateurs au sein des partis.**

« Les femmes se heurtent à un plafond de verre qui les empêche d'atteindre les positions qui correspondent réellement à leurs compétences »

« Les partis politiques placent le plus souvent des hommes à la tête du parti »

« Les politiques masculins font tout pour que les femmes soient abaissées »



La **société** n'apparaît pas disposée à accepter totalement qu'une femme accède à la Présidence, car elle est jugée encore **trop patriarcale et machiste.**

Les **électeurs** eux-mêmes sont perçus comme un frein par de nombreux interviewés : s'ils légitiment et **acceptent la candidature des femmes sur le principe, ils ne voteront pas pour elles pour autant.**

« La persistance d'une pratique machiste de la politique reste un handicap »

« Dans un pays sexiste, elles ont peu de chance d'être élues »

« Les français ne sont pas prêts à voter pour une femme Présidente »



Pour certains, les femmes ne semblent « **pas prêtes** » : parce qu'elles **n'ont pas les compétences nécessaires** encore ou parce qu'elles **s'en empêchent elles-mêmes, par découragement ou lassitude** (ce que les hommes sont plus nombreux que les femmes à penser).

« Elles ne sont pas prêtes »

« Elles y vont pas »

« Elles se dévalorisent »

« Elles n'ont pas la motivation de lutter contre les idées reçues, le système patriarcal, les médias, la société obsolète »



Le **traitement médiatique** des femmes politiques est perçu comme se **focalisant encore trop sur leur aspect vestimentaire, leur look et leurs traits émotionnels.**

« Les médias prennent en général moins au sérieux les femmes politiques »

« Les médias montre la femme comme elle était dans les années 50 et la sexualise »





De nombreux obstacles se dressent sur leur chemin vers la Présidence 2/2



Les femmes elles-mêmes apparaissent comme un **obstacle** à la réussite de leurs semblables en politique. Les facteurs explicatifs sont principalement **l'envie**, qui conduit à la **rivalité** et **le manque de compassion**, qui se lit dans **l'indifférence**.

A noter que les hommes ont une image très stéréotypée des femmes, qui sont vues comme « **vipères** », « **commères** », qui « **se tirent les cheveux** », entretenant ainsi une vision machiste des relations entre les femmes qui partagent les mêmes ambitions.

« Envieuses »

« Elles se tirent dans les pattes »

« Il n'y a rien de plus terrible qu'un nid de vipères »

« Le manque de solidarité entre les femmes »



L'éducation reçue dans l'enfance est également perçue comme un **frein** (les jeunes femmes sont plus nombreuses à le penser). En se conformant aux normes « **genrées** » qu'on leur a proposées enfant, les femmes ont endossé *de facto* une posture d'inégalité vis-à-vis des hommes, dont elles ont du mal à se défaire aujourd'hui.

De même, **le système éducatif** est mis en cause. Il ne donnerait pas aux femmes les mêmes chances de réussite qu'aux hommes : en étant **insuffisamment soutenues et encouragées, elles perdent confiance en leurs capacités d'accéder à des postes à responsabilité**.

« L'éducation initiale très machiste »

« On leur a toujours que la place des femmes étaient dans la cuisine... »

« Elles ne sont pas assez soutenues dans leurs études de haut niveau et on ne les encourage pas à se projeter dans des postes à hautes responsabilités »





Le fait même d'être une femme conditionne leur façon de faire de la politique 1/2

Les femmes en politique sont **associées à des vertus** telles que : « *la gentillesse* », « *l'empathie* », « *l'écoute* », « *la protection* » et « *la douceur* ».

Mais le milieu politique est perçu comme largement dominé par les **codes masculins**. Le **leadership politique efficace** est ainsi rattaché à « *l'agressivité* », à « *l'ambition* », à « *la force* », au « *charisme* », soit des critères attribués typiquement aux hommes politiques.

Les vertus féminines sont alors présentées comme des **freins**. Elles se métamorphosent en stéréotypes qui traduisent **l'incapacité structurelle des femmes à gouverner** aussi efficacement que les hommes,

« *Elles sont plus sensibles* »

« *Elles sont plus sensibles aux inégalités, plus à l'écoute* »

« *Les femmes n'ont pas d'autorité* »



« *Les femmes ne sont pas à la hauteur des enjeux politiques pour assumer les tâches présidentielles* »



« *Le terme "bon père de famille" est toujours utilisé juridiquement. Tout est fait pour les hommes, ils ont plus la voix* »



Le fait même d'être une femme conditionne leur façon de faire de la politique 2/2

Les femmes sont **rattachées à des modèles de personnalités**, que l'on peut classer selon **quatre archétypes** :



La bonne élève : la femme **compétente** investie dans ses fonctions, qui « *parle bien* », « *connait ses dossiers* », « *représente la France et les Français* » et « *qui peut faire plusieurs choses à la fois* ».



La mère de famille « *organisée* », « *protectrice* », à qui les interviewés attribuent un lot d'émotions souvent mal perçues, voire interdites en politique : « *Trop affectives* », « *maternelles* », « *Elles ont des émotions trop prononcées, c'est pas bon* ».

Cette image de mère émotive les rend *de facto* plus aptes à traiter de sujets comme la famille, le handicap, l'éducation, l'égalité femmes-hommes, et par extension d'être légitimées à ces postes ministériels.



La séductrice, qui utilise son **corps** et son **style** (vêtement, coiffure...) comme **arme**, pour « *charmer* » et « *séduire* ».

Une personne cite « *Cléopâtre* » comme archétype de la femme en politique.



La femme avec de la carrure, hommasse ou la figure de la guerrière. Cet archétype vient rassurer les attentes d'une partie des Français interrogés, en matière de leadership. Pour certaines femmes, c'est un **passage obligé** pour être entendues.

Angela Merkel et Margaret Thatcher sont érigées en modèles de réussite.



Le sentiment d'une alternative impossible prédomine

Les femmes politiques sont confrontées à un dilemme :

- Doivent-elles **entrer dans les codes du masculin ?** Pour certains interviewés, **les femmes auraient tout à gagner à être** « *plus viriles* », « *plus autoritaires* ». Si elles n'adoptent pas les codes virilistes, leur façon de faire de la politique serait différente (plus « *douce* », plus « *rassembleur* », plus « *à l'écoute* ») et potentiellement moins conforme à ce que ces Français attendent de la présidentialité.
- Doivent-elles au contraire **jouer la carte « femme »**, au risque de faire la part belle aux stéréotypes et **se couper sans doute d'une partie de leur électorat**, peu sensible aux atouts perçus purement féminins ?

« Elles manquent de poigne face à certains interlocuteurs »

« Moins de virilité donc d'autorité, c'est dommage »

Je pense qu'on ne voit pas quelle femme serait en capacité d'être au front face à Poutine ou face aux autres dictateurs de la planète. Mme Péresse a bien géré sa région. De là à gérer la France... il y a un grand fossé. Donc on choisira un homme »

« Faut éviter de la jouer trop sensible, c'est pas crédible »

« Les femmes comprennent mieux », « Elles sont plus proches des réalités »...



La demande expresse de politiques exemplaires, qu'ils soient des hommes ou des femmes

Finally, l'exemplarité primerait-elle sur le genre de nos représentants ? Pour les Français interrogés, il s'agit avant tout de **rester soi-même et d'incarner** « *la sincérité* », « *l'honnêteté* » et « *la compétence* » en politique.

Il faudrait passer outre les justifications incessantes et voir au-delà, car les hommes comme les femmes politiques seraient enfermés dans des stéréotypes : « *Les hommes sont plus virils* », « *Les femmes sont plus douces* ».

Les Français aspirent également à **une forme de renouveau**, qu'il provienne d'un homme ou d'une femme, et portent le souhait d'élire **un candidat proche d'eux, sans langue de bois ni sur-promesses**, qui saura d'abord améliorer leur quotidien.

« *Un homme ou une femme pour moi ça n'a pas d'importance, ce qui compte c'est que la personne soit compétente* »

« *Ce dont nous avons besoin, hommes ou femmes, ce sont des gens honnêtes* »

« *Je ne pense pas qu'il y ait de différence, ce qui compte avant tout c'est le projet et la vision du ou de la candidat(e)* »

« *Il faut quelqu'un d'irréprochable, homme ou femme* »

« *Si une femme compétente et intelligente se présente, en répondant aux préoccupations des Français, elle sera élue* »





Kea & Partners est un cabinet de conseil en stratégie et management auprès des directions générales, fondé en France en 2001. Avec ses 200 consultants à Paris et à Lyon et ses 15 bureaux à travers le monde, il intervient dans tous les secteurs d'activité, au service des transformations des entreprises : stratégie et croissance, RSE, digital et data, modèle opérationnel, structure et gouvernance, innovation et prospective, management et leadership.

1er cabinet de conseil européen « société à mission », Kea & Partners est reconnu pour apporter des solutions créatives et trouver les modèles qui feront l'économie de demain. S'appuyant sur les travaux de Recherche & Développement de plusieurs grandes écoles et universités, ses offres sont conçues pour transformer les entreprises en alliant performance et réponse aux grands défis écologiques et sociaux.



RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact

Charlotte Cahuzac

Directrice des études qualitatives
d'opinion

Tel. +33 1 81 81 83 70
ccahuzac@opinion-way.com