

ANACEJ

Novembre 2011

N° 19890

Contact
Frédéric Dabi
Directeur Général Adjoint de l'Ifop
frederic.dabi@ifop.com

ANACEJ

Les primo-votants et la perspective de l'élection présidentielle

Paris
Toronto
Shanghai
Buenos Aires

ifop

Connection creates value

**les jeunes,
acteurs de
la société!**
anacej



Sommaire

- 1 - La méthodologie**
- 2 - Les résultats de l'étude**
- 3 - Les principaux enseignements**



1 | La méthodologie



La méthodologie

Etude réalisée pour :



Echantillon :

Echantillon de **807** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 à 22 ans.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil :

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (*CAWI - Computer Assisted Web Interviewing*).

Dates de terrain :

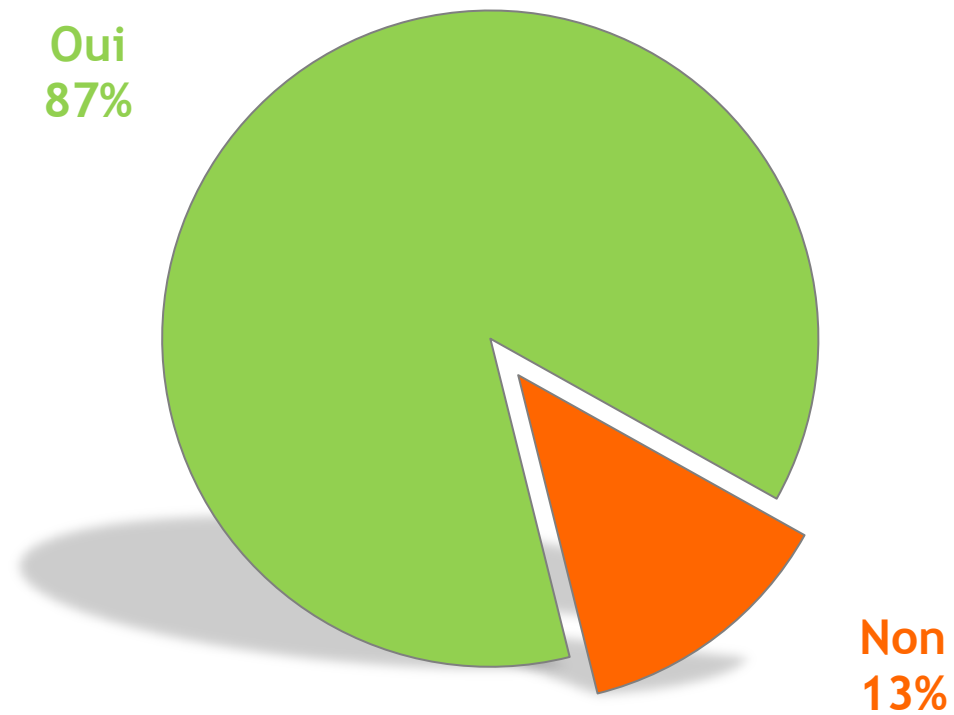
Du 3 au 7 novembre 2011



2 | Les résultats de l'étude

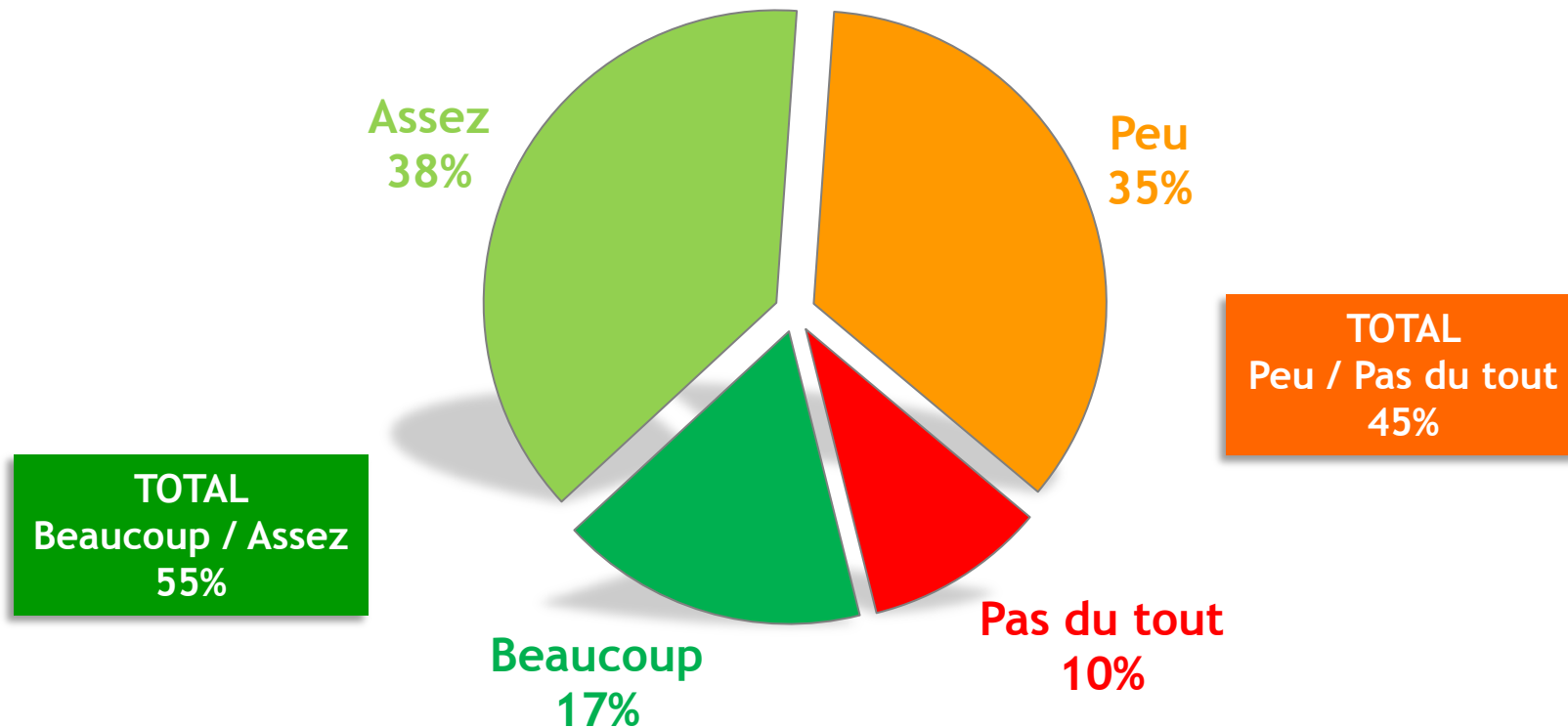
L'inscription sur les listes électorales

Question : Etes-vous inscrit sur les listes électorales ?



L'intérêt pour la campagne présidentielle

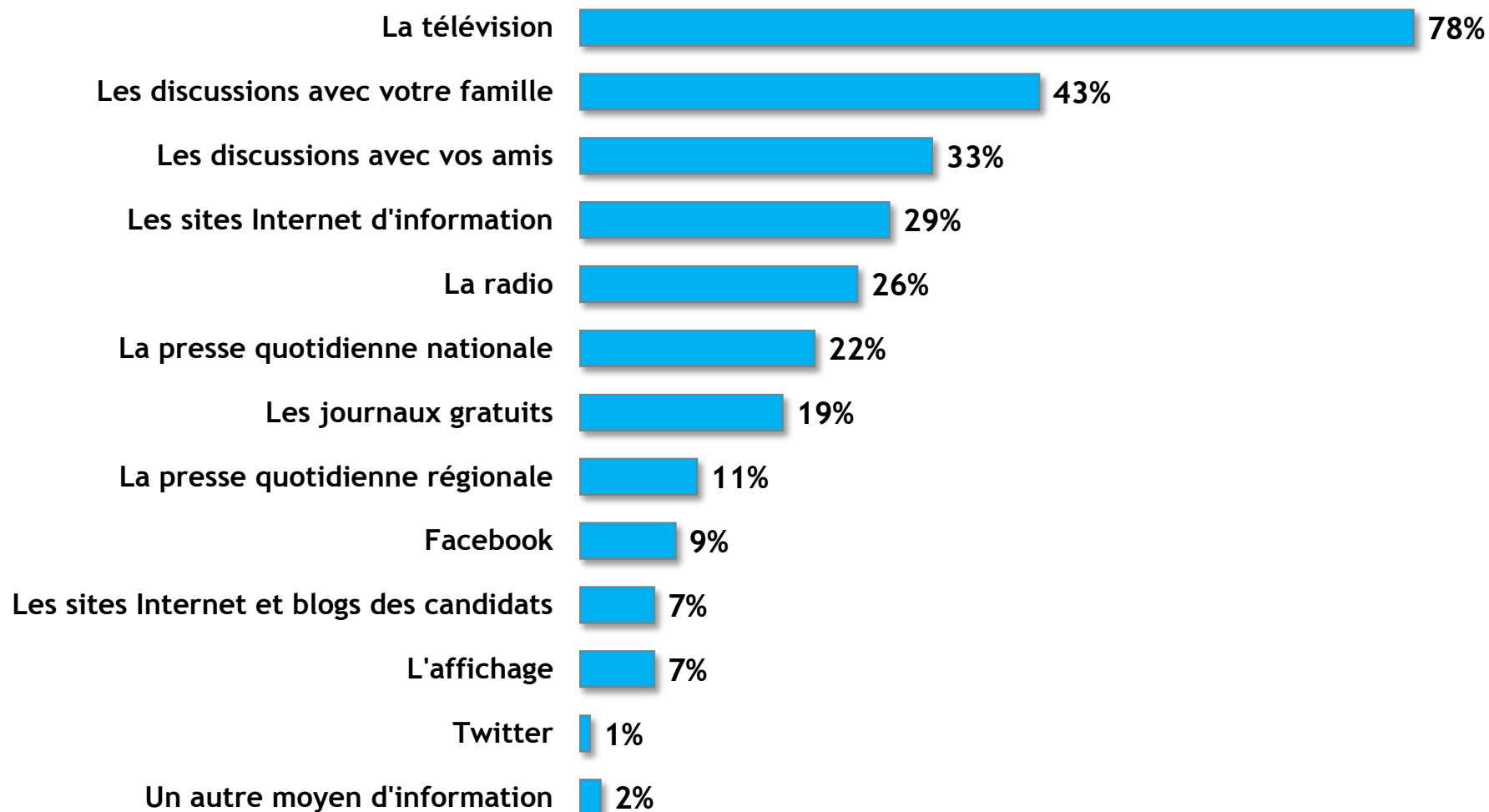
Question : Est-ce que vous vous intéressez beaucoup, assez, peu ou pas du tout à la campagne présidentielle actuelle ?





Les moyens utilisés pour s'informer sur le déroulement de la campagne présidentielle

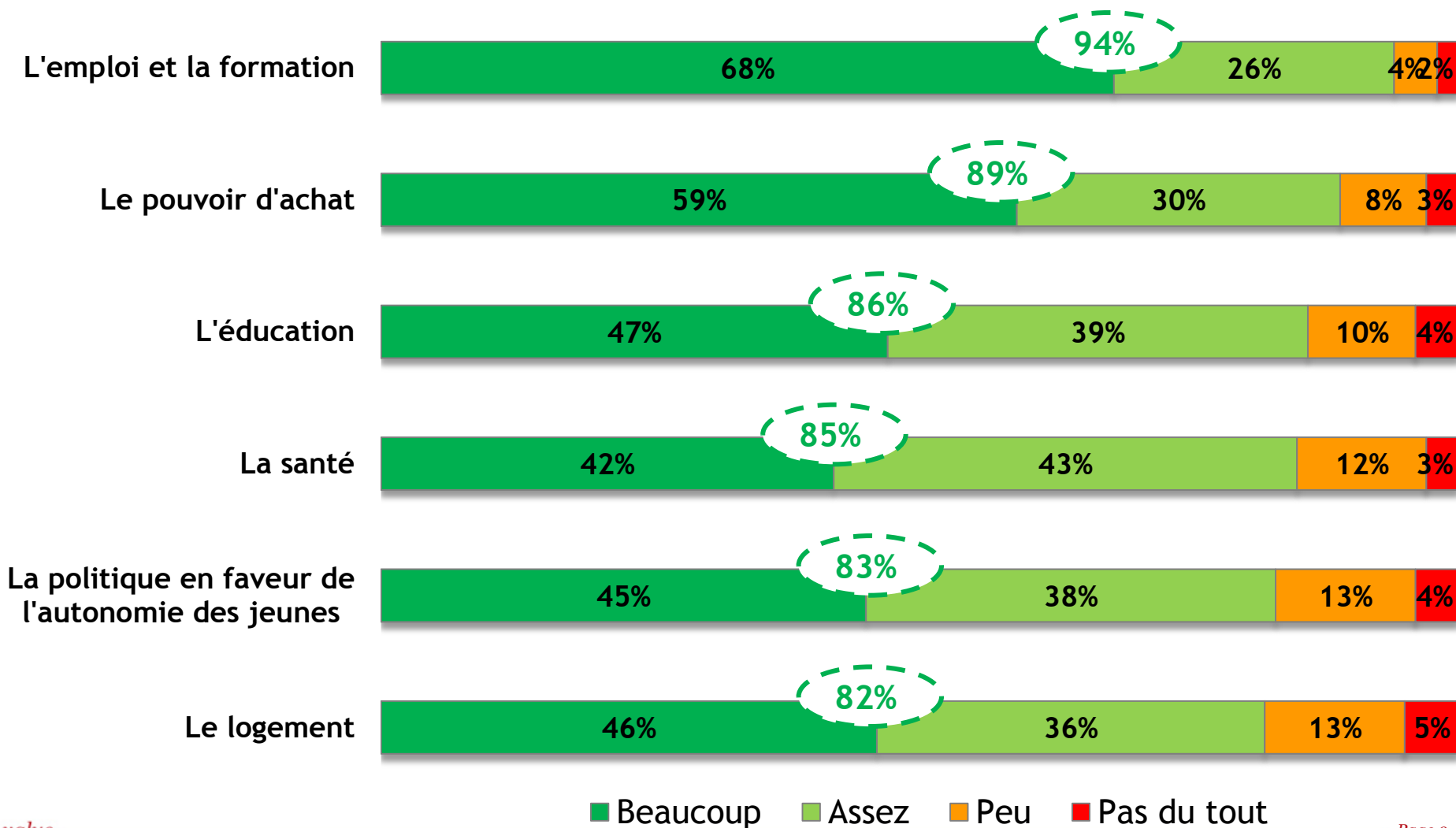
Question : Parmi les moyens suivants, quels sont ceux que vous utilisez principalement pour vous informer sur le déroulement de la campagne présidentielle ? (3 réponses possibles)





L'importance portée à différents thèmes dans le vote à l'élection présidentielle

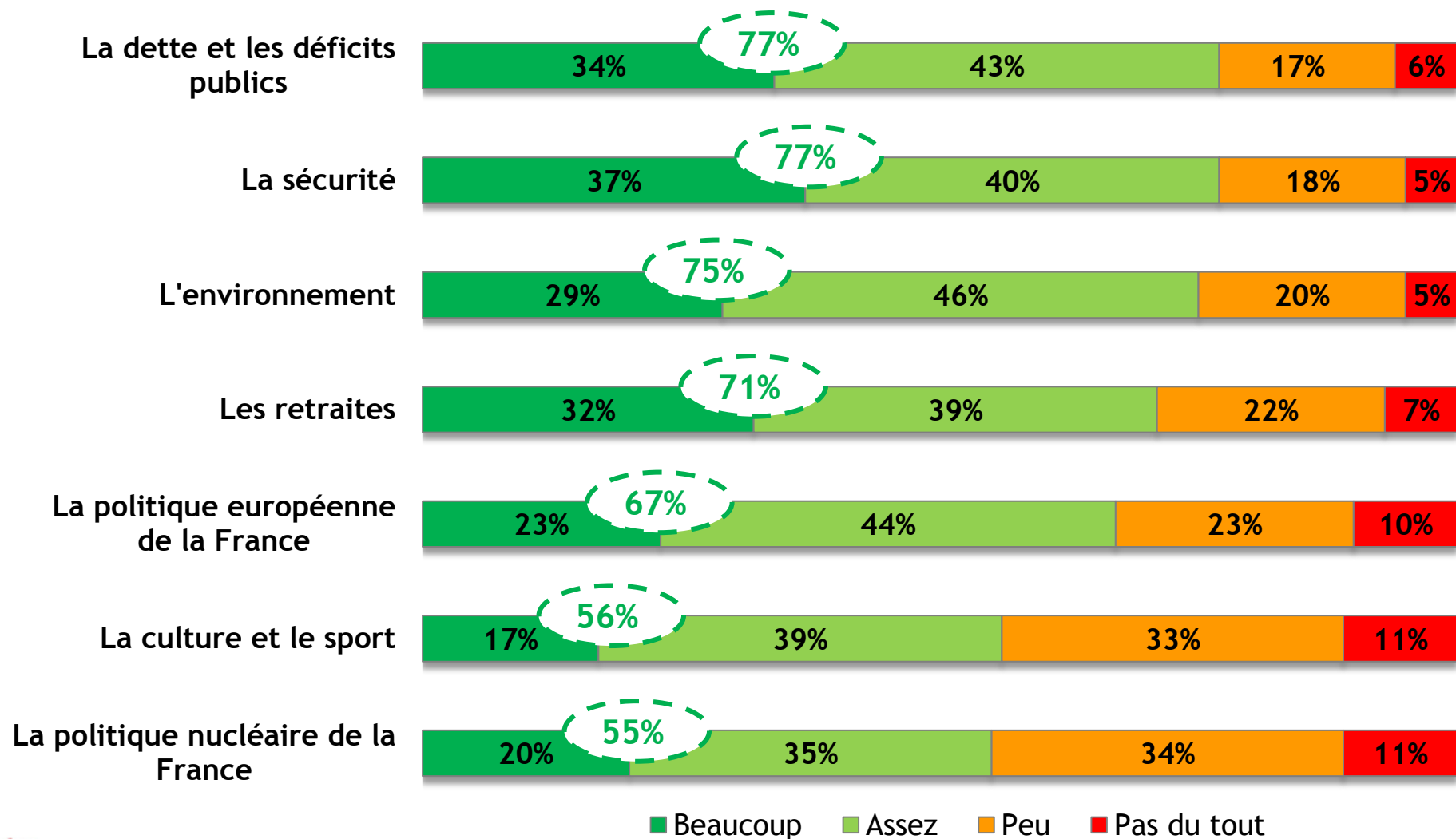
Question : Et pour chacun des thèmes suivants, est-ce qu'il comptera beaucoup, assez, peu ou pas du tout dans votre décision au moment de voter pour l'élection présidentielle ?





L'importance portée à différents thèmes dans le vote à l'élection présidentielle (suite)

Question : Et pour chacun des thèmes suivants, est-ce qu'il comptera beaucoup, assez, peu ou pas du tout dans votre décision au moment de voter pour l'élection présidentielle ?



3 | Les principaux enseignements



Les principaux enseignements (1/5)

La méconnaissance des modalités d'inscription sur les listes électorales

Le degré d'information des primo-votants sur les modalités d'inscription sur les listes électorales paraît perfectible. Instituée par la loi du 10 novembre 1997, l'inscription automatique sur les listes électorales suite à la Journée d'Appel et de Préparation à la Défense n'est un mécanisme connu que par une courte majorité des interviewés (54%). Dans le détail des réponses, la connaissance des modalités d'inscription sur les listes électorales s'avère meilleure chez les jeunes femmes (60%) et chez les personnes déjà inscrites sur les listes électorales (60% contre 20% parmi les non inscrits).

Ces personnes interrogées qui déclarent ne pas être inscrites sur les listes électorales, soit 13% de l'échantillon, estiment d'ailleurs en majorité mal connaître les démarches pour s'inscrire sur les listes électorales (69%). 31% seulement déclarent les connaître, dont 6% affirmant « très bien » les connaître. Pour autant, une nette majorité de non-inscrits (70%) connaît la date limite d'inscription sur les listes électorales permettant de voter à l'élection présidentielle de 2012, soit le 31 décembre 2011.



Les principaux enseignements (2/5)

Une présence sur les listes électorales élevée et une volonté de s'inscrire pour les non-inscrits

Les primo-votants montrent un niveau d'intérêt non négligeable pour la prochaine élection présidentielle. **Le nombre d'inscrits sur les listes électorales apparaît en premier lieu très proche de la moyenne nationale : 87% des interviewés déclarent être inscrits sur les listes électorales alors qu'il atteint 91% au niveau national.** En outre, trois quarts des personnes qui ne sont pas inscrites prévoient de le faire avant le 31 décembre 2011. Notons un clivage générationnel prononcé s'agissant de l'inscription sur les listes électorales : le taux d'inscription est en effet indexé sur l'âge (71% chez les personnes âgées de 18 ans contre respectivement 93% et 92% chez ceux âgés de 21 et 22 ans). Ce taux d'inscription est également moins élevé en région parisienne par rapport aux autres régions (79%, contre 87% en moyenne). Signe de l'intérêt pour les élections de manière générale et peut-être d'une appropriation de la démarche, alors que 58% des interviewés expliquent que leur présence sur les listes électorales est la conséquence d'une inscription automatique, 42% déclarent qu'il s'agit d'une initiative personnelle de leur part.

Un intérêt prononcé pour la campagne présidentielle actuelle

Le degré d'intérêt pour la campagne présidentielle constitue un autre indicateur probant : 55% des primo-votants déclarent en effet s'y intéresser beaucoup ou assez, ce qui les situe à un niveau supérieur à celui observé à l'échelle nationale (45% d'intérêt dans le tableau de bord Ifop / Paris-Match des 2 et 3 novembre). Seuls 10% des jeunes âgés de 18 à 22 ans ne semblent pas s'y intéresser du tout. L'analyse des résultats détaillés montre par ailleurs que l'âge est un facteur clivant s'agissant de l'intérêt pour cette campagne, les personnes les plus jeunes semblant moins s'y intéresser que les plus âgées (48% de celles âgées de 18 ans, contre 62% de celles âgées de 22 ans).



Les principaux enseignements (3/5)

Des moyens d'information similaires à l'ensemble de la population avec quelques spécificités

Les vecteurs d'information des primo-votants sur la campagne présidentielle présentent quelques spécificités par rapport à l'ensemble de la population. La télévision apparaît comme le moyen d'information majeur pour s'informer sur le déroulement de la campagne présidentielle, citée par 78% des personnes interrogées. Les discussions avec l'entourage apparaissent également non négligeables : 43% des interviewés en discutent en effet avec leur famille et 33% en parlent avec leurs amis. Les sites Internet d'information et la radio sont quant à eux cités par une proportion équivalente de personnes (respectivement 29% et 26%).

Internet, un moyen d'information fortement utilisé, la portée des réseaux sociaux surestimée

De manière globale, Internet est un moyen d'information fortement utilisé par les personnes âgées de 18 à 22 ans. Ce média dépasse deux vecteurs traditionnels d'information du grand public, la radio et la presse quotidienne nationale (respectivement 26% et 22%), ainsi que les journaux gratuits (19%). **Toutefois, Internet ne constitue pas un tout pour nos primo-votants lesquels ont nettement plus souvent recours pour s'informer sur la campagne présidentielle aux sites d'information qu'aux réseaux sociaux.** Ces derniers sont en effet très peu usités pour leurs qualités informationnelles et le sont plutôt dans un cadre personnel, ce qui atteste en creux d'une certaine surestimation de leur portée dans la sphère politico-médiatique : 9% des personnes interrogées mentionnent Facebook et seuls 1% citent Twitter.



Les principaux enseignements (4/5)

La qualité de la campagne remise en cause

Les primo-votants se montrent sévères vis-à-vis de la campagne actuelle pour le scrutin présidentiel. **Seul un tiers des personnes interrogées déclare en effet qu'elle est de bonne qualité (33%). Se fait jour sur cette question un clivage socioculturel** : 28% seulement des personnes dont le chef de famille est un cadre supérieur jugent la campagne de qualité, contre respectivement 35% et 43% de celles dont le chef de famille est ouvrier ou employé.

Une évocation insuffisante des problèmes des jeunes

La remise en cause de la qualité de la campagne est sans doute à relier au fait que plus de sept jeunes sur dix estiment que celle-ci aborde insuffisamment les vrais problèmes des jeunes (72%). Pour autant, l'envie de voter à la prochaine élection présidentielle, en dépit de ces jugements peu amènes sur la campagne naissante, est majoritaire parmi les primo-votants. Ces derniers adoptent néanmoins, à l'instar de l'ensemble du corps électoral, une posture d'expectative. Seuls 40% d'entre eux déclarent que la campagne les aide à choisir un candidat. Notons enfin que ceux qui s'intéressent peu ou pas du tout à la campagne présidentielle sont également ceux qui sont les plus sévères à son égard de manière globale, montrant une forme de défiance vis-à-vis de la politique en général.



Les principaux enseignements (5/5)

Des problématiques similaires à l'ensemble de la population

La hiérarchie des thèmes majeurs qui compteront pour les interviewés dans leur décision au moment de voter en 2012 s'avère classique et très proche de celle observée auprès de l'ensemble de la population. L'emploi et la formation constituent ainsi le thème principal évoqué par les primo-votants, cité par 94% d'entre eux. Le pouvoir d'achat (89% de citations), l'éducation (86%), la santé (85%) sont mentionnés à un très haut niveau et devance la politique en faveur de l'autonomie des jeunes (83%), premier enjeu lié spécifiquement à la jeunesse cité par les primo-votants et jugée importante par une large majorité des interviewés, et le logement (82%). Comparé à l'ensemble de la population, les répondants sont plus nombreux à évoquer l'environnement (75%) et moins nombreux à voir dans la sécurité une thématique qui comptera dans leur décision de vote (77%).

La culture et le sport, et la politique nucléaire de la France, des enjeux moins importants

La culture et le sport d'une part, la politique nucléaire de la France d'autre part constituent les enjeux perçus comme les moins essentiels pour les primo-votants, même s'ils sont cités par plus d'un primo-votant sur deux.



Pour en savoir plus sur l'Ifop...

...visitez notre site web :

www.ifop.com



...et restez connecté avec nos publications :



Alertes d'actualité



Facebook



Twitter



iPhone