



Le Journal du Dimanche

Les Français et la place des affaires dans la campagne présidentielle

Ifop pour Le Journal du Dimanche



FD/EP N° 114609

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi / Esteban Pratviel

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

TEL : 01 45 84 14 44

prenom.nom@ifop.com

MARS 2017

Sommaire

- 1 - La méthodologie	1
- 2 - Les résultats de l'étude.....	4
La légitimité de la place qu'occupent les affaires dans la campagne présidentielle	5

- 1 -

La méthodologie

Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Etude réalisée par l'Ifop pour Le Journal du Dimanche

Echantillon



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1006** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Méthodologie



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

Mode de recueil



Les interviews ont été réalisées par téléphone du 24 au 25 mars 2017.

Retrouvez gracieusement les sondages et analyses publiés de l'Ifop sur :

Nos applications mobiles



Android



iPhone / iPad

Notre site Internet



www.ifop.com

Les réseaux sociaux



@IfopOpinion



Ifop Opinion

Précision relative aux marges d'erreur

La théorie statistique permet de mesurer l'incertitude à attacher à chaque résultat d'une enquête. Cette incertitude s'exprime par un intervalle de confiance situé de part et d'autre de la valeur observée et dans lequel la vraie valeur a une probabilité déterminée de se trouver. Cette incertitude, communément appelée « marge d'erreur », varie en fonction de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé comme le montre le tableau ci-dessous :

INTERVALLE DE CONFIANCE A 95% DE CHANCE						
Taille de l'échantillon	Si le pourcentage trouvé est...					
	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
3 000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8
4 000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
5 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
6 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
8 000	0,5	0,7	0,9	1,0	1,1	1,1
10 000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0

Exemple de lecture du tableau : dans le cas d'un échantillon de **1000** personnes, si le pourcentage mesuré est de **10%**, la marge d'erreur est égale à **1,8**. Le vrai pourcentage est donc compris entre 8,2% et 11,8%.

- 2 -

Les résultats de l'étude

La légitimité de la place qu'occupent les affaires dans la campagne présidentielle

Question : Avec laquelle des deux affirmations êtes-vous le plus d'accord ?

	Ensemble des Français 24-25 Mars 2017 (%)	Proximité politique	
		Front de Gauche (%)	Parti Socialiste (%)
• Il est justifié que les affaires occupent une place très importante dans la campagne présidentielle car la question de l'honnêteté des dirigeants politiques constitue un critère majeur pour les Français.	63	76	74
• Il n'est pas justifié que les affaires occupent une place très importante dans la campagne présidentielle car elles empêchent les débats sur les sujets de préoccupation des Français.	35	22	24
- Ne se prononcent pas	2	2	2
TOTAL.....	100	100	100

	Proximité politique		
	En Marche ! (%)	Les Répu- blicains (%)	Front National (%)
• Il est justifié que les affaires occupent une place très importante dans la campagne présidentielle car la question de l'honnêteté des dirigeants politiques constitue un critère majeur pour les Français.	66	31	64
• Il n'est pas justifié que les affaires occupent une place très importante dans la campagne présidentielle car elles empêchent les débats sur les sujets de préoccupation des Français.	33	68	35
- Ne se prononcent pas	1	1	1
TOTAL.....	100	100	100

La légitimité de la place qu'occupent les affaires dans la campagne présidentielle

	Il est justifié que les affaires occupent une place très importante dans la campagne présidentielle car la question de l'honnêteté des dirigeants politiques constitue un critère majeur pour les Français.	Il n'est pas justifié que les affaires occupent une place très importante dans la campagne présidentielle car elles empêchent les débats sur les sujets de préoccupation des Français.	Ne se prononcent pas
ENSEMBLE	63	35	2
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)			
Homme	63	35	2
Femme	62	35	3
AGE DE L'INTERVIEWE(E)			
TOTAL Moins de 35 ans	68	32	-
. 18-24 ans	72	28	-
. 25-34 ans	66	34	-
TOTAL 35 ans et plus	61	36	3
. 35-49 ans	62	36	2
. 50-64 ans	63	35	2
. 65 ans et plus	56	39	5
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)			
TOTAL Actif	64	34	2
. TOTAL Catégories supérieures	57	41	2
.. Artisan ou commerçant	60	34	6
.. Profession libérale, cadre supérieur	60	40	-
Profession intermédiaire	71	29	-
. TOTAL Catégories populaires	65	33	2
.. Employé	71	28	1
.. Ouvrier	58	39	3
TOTAL Inactif	61	36	3
. Retraité	60	36	4
. Autre inactif	62	37	1
NIVEAU D'EDUCATION			
Pas de diplôme	57	41	2
CEP / BEPC / CAP / BEP	64	33	3
Baccalauréat	65	34	1
Bac + 2 ans, niveau bac + 2 ans	64	36	-
Diplôme supérieur	63	36	1
REGION			
Région parisienne	56	43	1
Province	64	34	2
. Nord est	68	31	1
. Nord ouest	60	35	5
. Sud ouest	65	34	1
. Sud est	65	33	2
PROXIMITE POLITIQUE			
TOTAL Gauche	72	26	2
. Front de Gauche	76	22	2
. Parti Socialiste	74	24	2
. Europe Ecologie Les Verts	70	30	-
. En Marche !	66	33	1
MoDem	56	43	1
TOTAL Droite	50	49	1
. UDI	55	40	5
. Les Républicains	31	68	1
. Debout La France	49	49	2
. Front National	64	35	1
Sans sympathie partisane	60	28	12

	Il est justifié que les affaires occupent une place très importante dans la campagne présidentielle car la question de l'honnêteté des dirigeants politiques constitue un critère majeur pour les Français.	Il n'est pas justifié que les affaires occupent une place très importante dans la campagne présidentielle car elles empêchent les débats sur les sujets de préoccupation des Français.	Ne se prononcent pas
ENSEMBLE	63	35	2
VOTE A LA PRÉSIDENTIELLE 2012 (1er tour)			
Jean-Luc Mélenchon	69	30	1
François Hollande	75	24	1
François Bayrou	56	40	4
Nicolas Sarkozy	47	51	2
Marine Le Pen	65	35	-