



Rolling « La présidentielle en temps réel »

*Focus sur les utilisateurs de
Twitter, Facebook et Google+*



Sommaire

1 - La méthodologie

2 - La structure des échantillons

3 - Les résultats de l'étude

- La proximité politique
- Le souhait de victoire
- Le pronostic de victoire

1 | La méthodologie

Etude :	Ifop - Fiducial pour Paris-Match
Echantillon :	La représentativité de l'échantillon global a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé(e)) 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 25 janvier au 14 février 2012

Echantillon global : 5 387 personnes, dont...



3 131 utilisateurs de
Facebook (58%)



901 utilisateurs de Google+
(17%)



481 utilisateurs de Twitter
(9%)



Qu'est ce qu'un rolling?

Du 12 janvier jusqu'à la veille du second tour de l'élection présidentielle, les résultats de l'enquête Ifop / Fiducial d'intentions de vote en continu pour le premier et le second tour du scrutin présidentiel sont diffusés chaque jour sur www.parismatch.com, le site de l'hebdomadaire Paris-Match.

Afin de diffuser quotidiennement un rapport de force électoral issu d'un échantillon national représentatif, tous les jours sont interrogées en ligne 300 à 350 personnes inscrites sur les listes électorales. La vague d'enquête du jour est cumulée avec celle des deux jours précédents pour diffuser chaque soir un rapport de force électoral sur 1.000 électeurs : au total, plus de 30.000 personnes seront interrogées au cours des 19 semaines de campagne présidentielle couvertes par le dispositif.

Déjà réalisé depuis plusieurs années aux Etats-Unis (*rolling polls* ou *tracking surveys*), ce type de dispositif présente plusieurs avantages :

- D'abord, il permet **de lisser les effets de conjoncture**, qui peuvent être très impactants lors d'une campagne électorale. Alors qu'un baromètre d'intentions de vote peut être comparé à une succession de photographies, le *rolling* permet de restituer en temps réel le film de la campagne électorale.
- La prise de distance par rapport à l'actualité permet de **mieux cerner les tendances de fond**, et par conséquent de mieux anticiper les scores des candidats respectifs.
- Le *rolling* offre également la possibilité de **disposer d'échantillons très volumineux**, et donc de réaliser des analyses par électorat très fines.

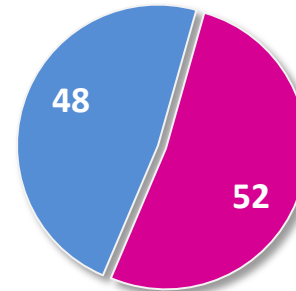
Afin d'isoler les électeurs utilisateurs de Twitter, Facebook et Google+, a été posée aux personnes interrogées dans le cadre du rolling, du 25 janvier au 13 février, la question suivante :

« Vous personnellement, possédez-vous votre propre compte avec votre profil sur les sites suivants ? »
Facebook / Twitter / Google+ : Oui / Non

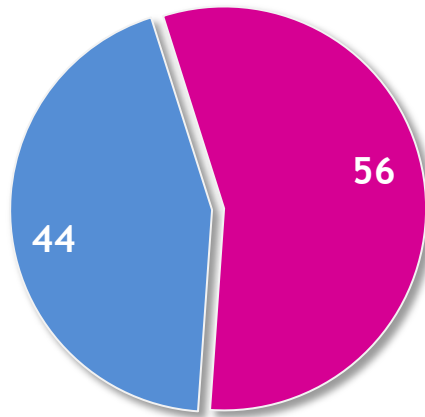
Ce ciblage permet ainsi d'établir le profil des utilisateurs de chacun de ces trois sites, et d'analyser leurs réponses aux questions posées dans le rolling, en comparaison avec les résultats d'ensemble.

2 | La structure des échantillons

Sexe

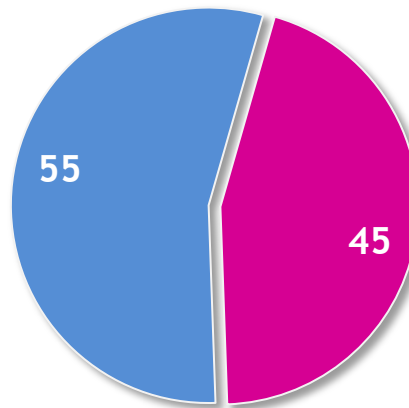


Ensemble



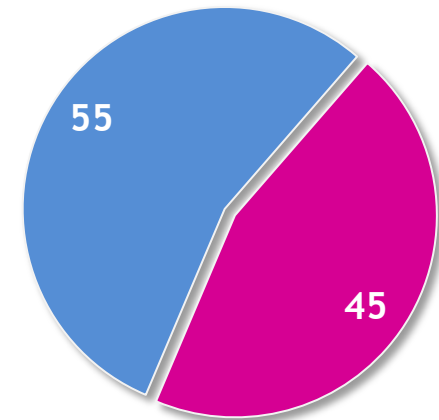
■ Hommes ■ Femmes

facebook



■ Hommes ■ Femmes

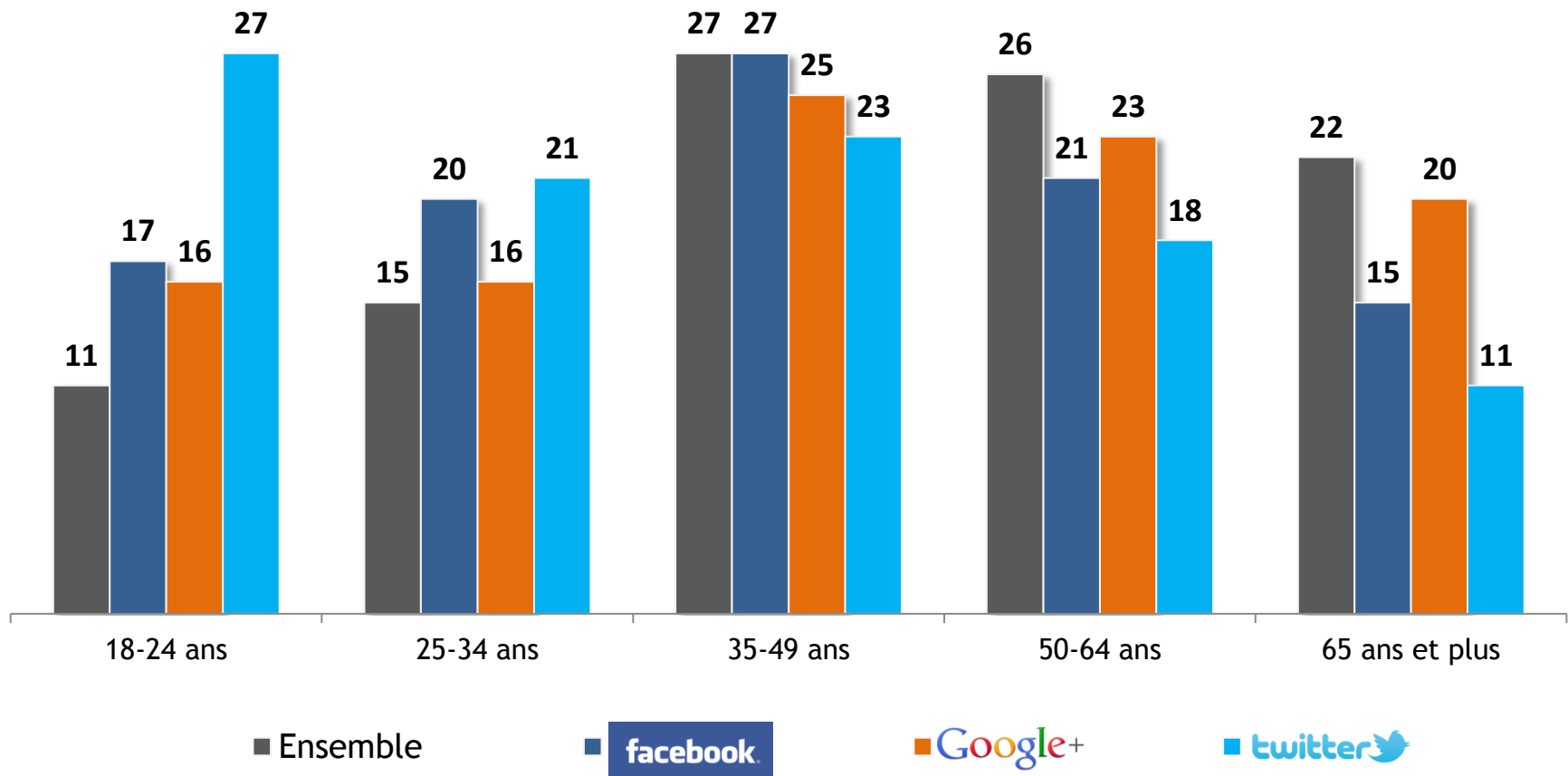
Google+



■ Hommes ■ Femmes

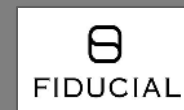
twitter

Âge



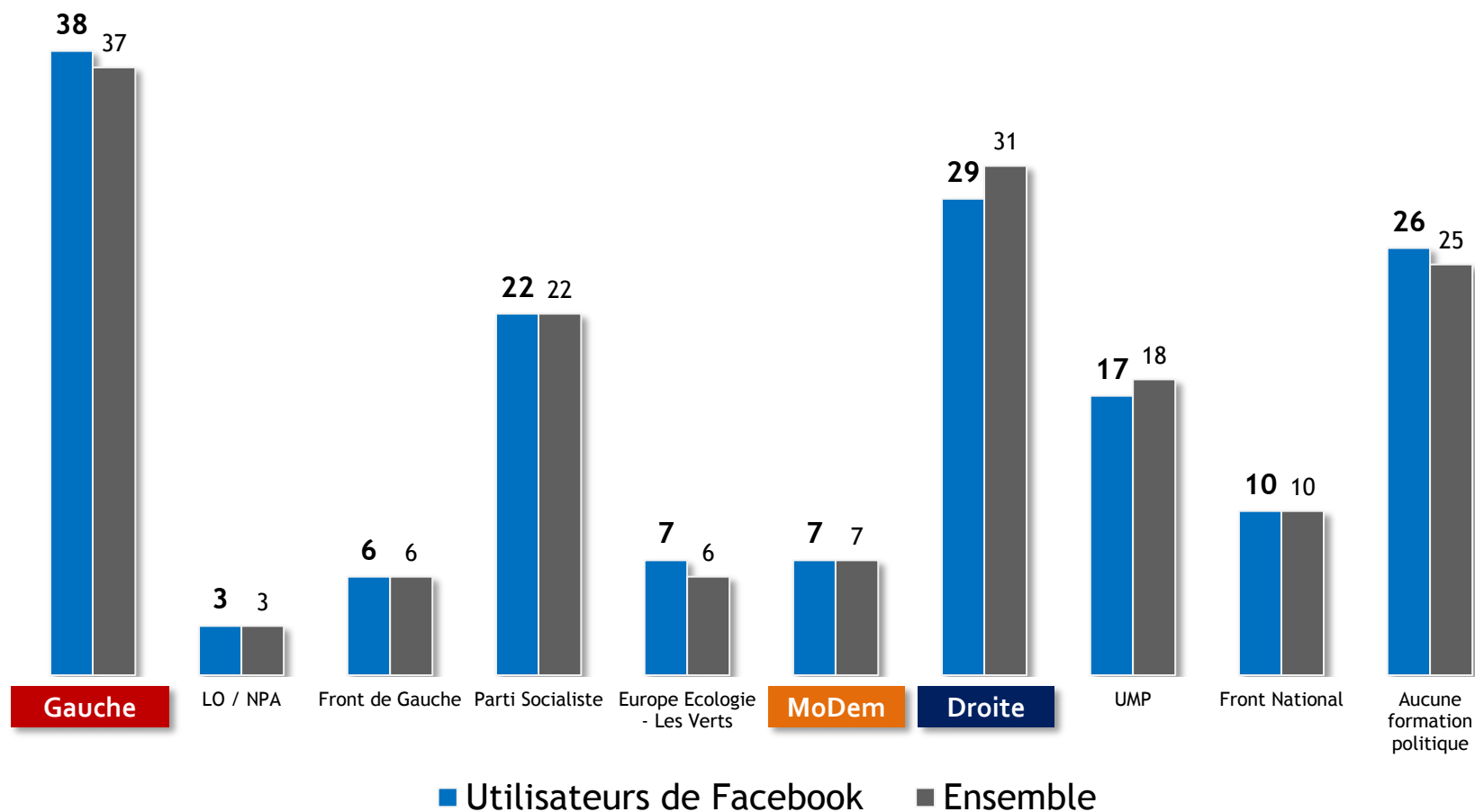
3 | Les résultats de l'étude

La proximité politique des utilisateurs de Facebook



facebook

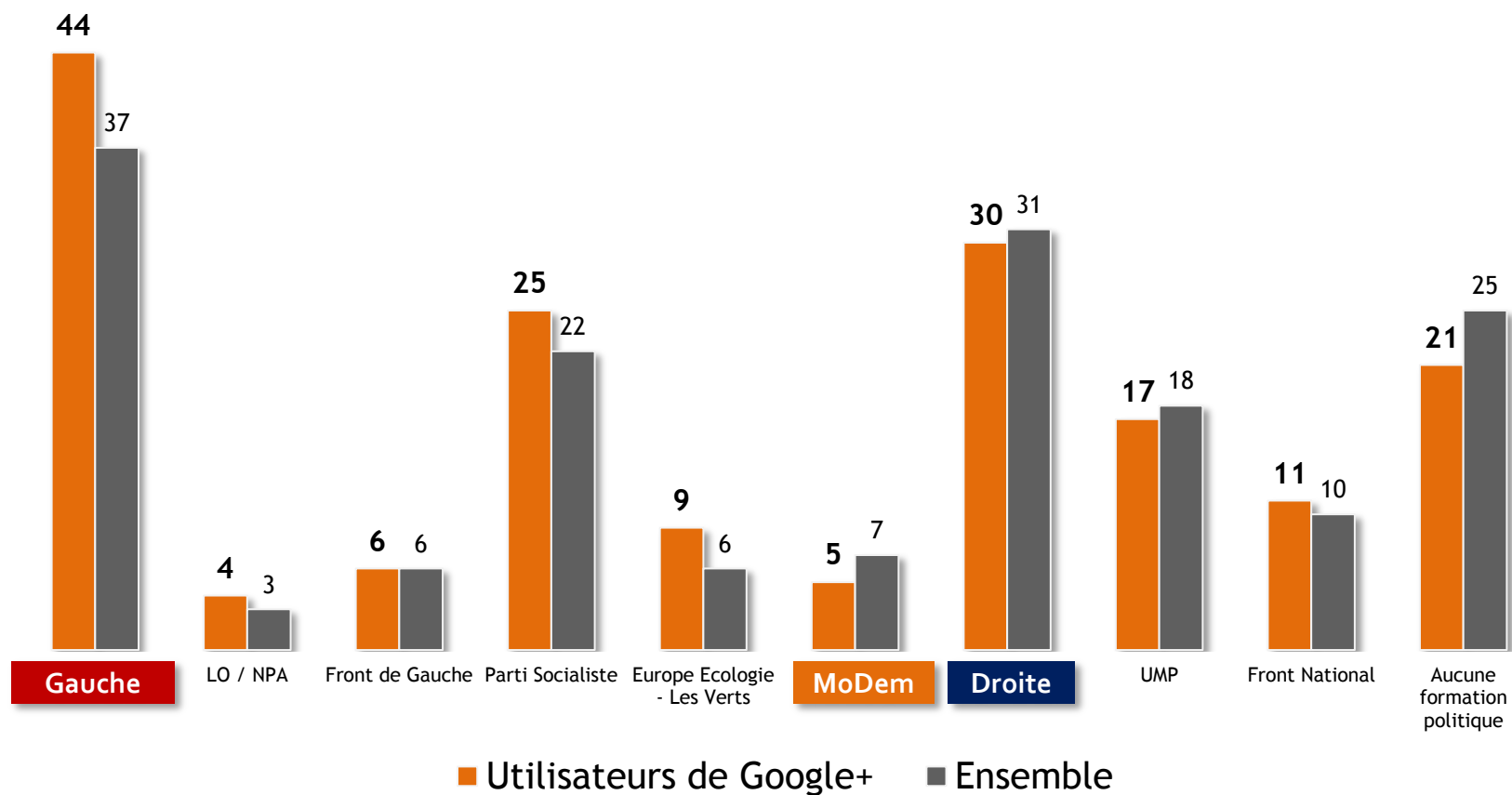
Question : De laquelle des formations politiques suivantes vous sentez-vous le plus proche ou disons le moins éloigné ?



La proximité politique des utilisateurs de Google+



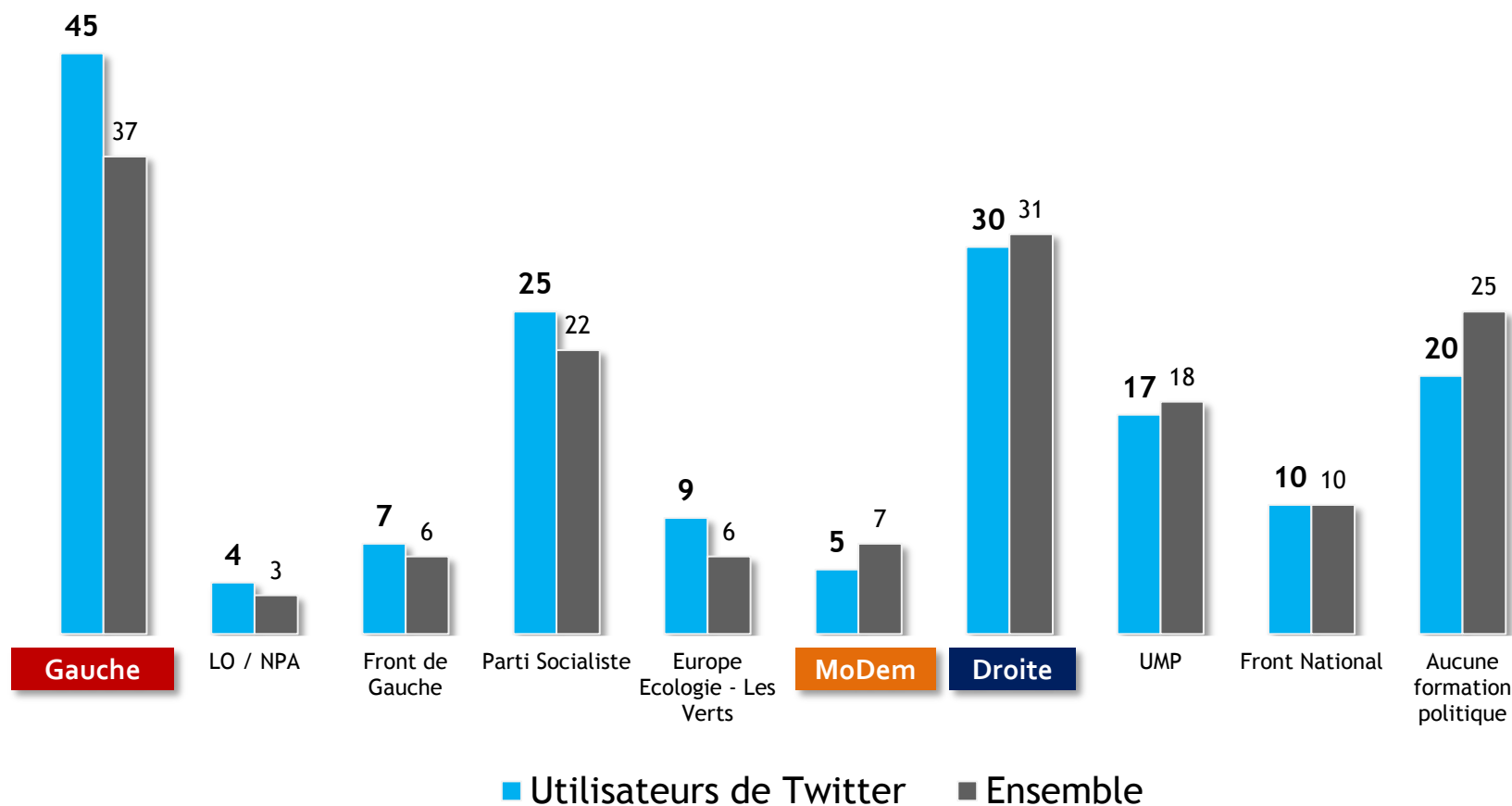
Question : De laquelle des formations politiques suivantes vous sentez-vous le plus proche ou disons le moins éloigné ?



La proximité politique des utilisateurs de Twitter



Question : De laquelle des formations politiques suivantes vous sentez-vous le plus proche ou disons le moins éloigné ?



La proximité politique

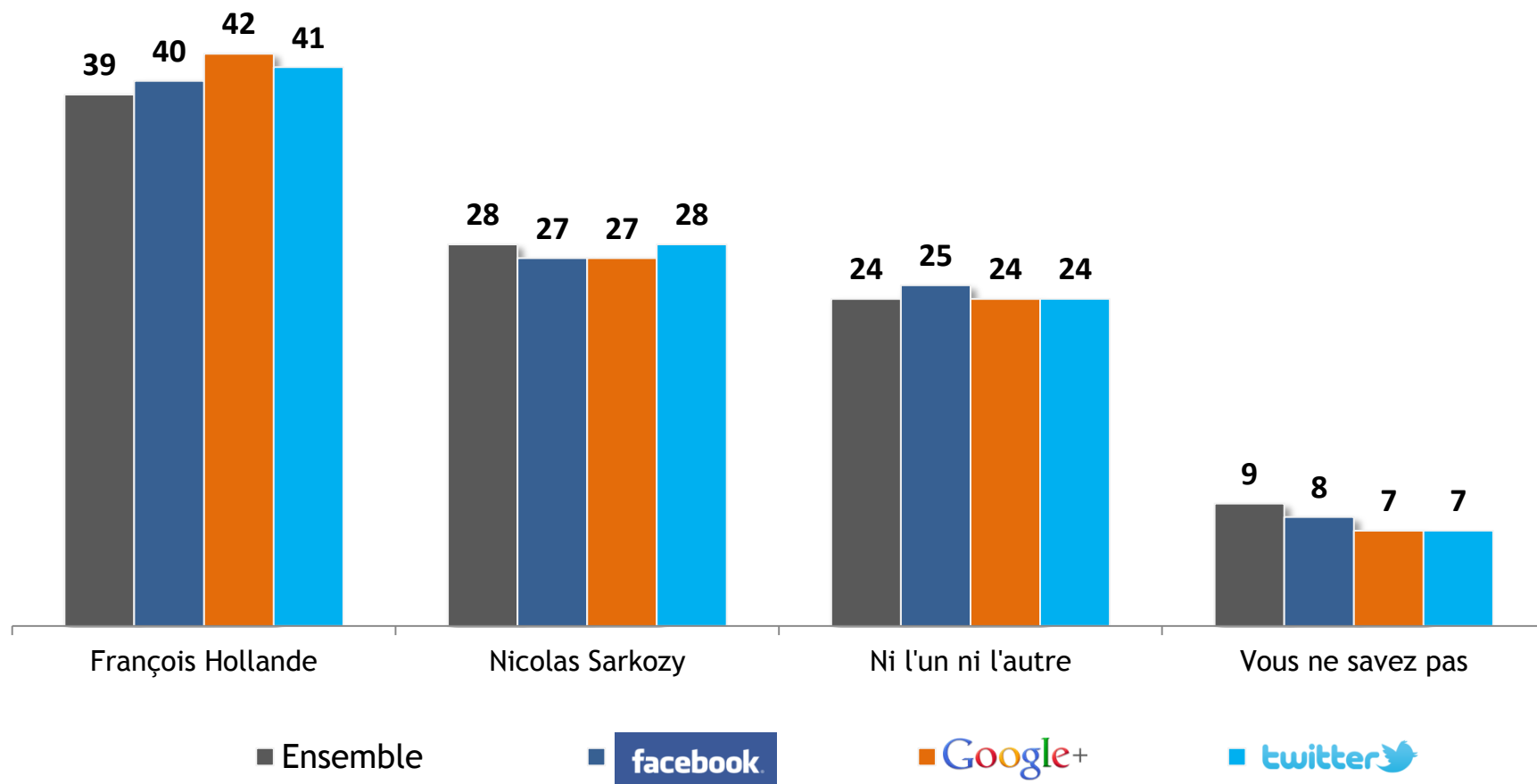
Interrogés dans le cadre du rolling Ifop-Fiducial « La présidentielle en temps réel », les utilisateurs de Twitter, Facebook et Google+ présentent, en termes de profil politique, les particularités suivantes :

- **Des profils partisans inclinés à gauche** : si les préférences politiques des utilisateurs de Facebook ne se distinguent pas particulièrement de celles des Français, les utilisateurs de Twitter (45%) et de Google+ (44%) s'illustrent comme étant davantage proches la gauche que la moyenne (37%). Cette surreprésentation s'affirme parmi les proches du Parti socialiste (25% sur Twitter et Google+ contre 22% pour l'ensemble des Français) et d'Europe Ecologie-Les Verts (9% dans les deux cas contre 6% au global).
- **Des internautes qui se positionnent plus facilement sur l'échiquier politique** : si l'on excepte de nouveau Facebook, les utilisateurs de Google+ et Twitter se démarquent de l'ensemble des Français par leur propension à déclarer une proximité politique, seuls 21% des interviewés membres de Google+ ne s'estimant proche d'aucune formation ou courant (contre 25% en moyenne), à l'instar de 20% des membres de Twitter.
- **Pas d'effet « web » pour le centre et la droite** : la proximité avec le MoDem, l'UMP ou le Front National sur chacun de ces trois réseaux sociaux ne se distingue pas de la proximité partisane de l'ensemble des Français interrogés, les trois courants apparaissant même plutôt sous représentés.

Le souhait de victoire



Question : Au fond de vous-même, souhaitez-vous plutôt la victoire de François Hollande ou plutôt la victoire de Nicolas Sarkozy lors de la prochaine élection présidentielle ?



Le souhait de victoire

Le souhait de victoire, pour l'ensemble des Français interrogés, tourne pour l'heure à l'avantage de François Hollande (39%), le candidat socialiste devançant de 11 points Nicolas Sarkozy (28%). Il subsiste cependant, à 60 jours du scrutin, une troisième voie : 24% des Français ne souhaitent ni la victoire de l'un, ni la victoire de l'autre.

Bien qu'encore indécis, les utilisateurs de Facebook, Twitter et Google+ expriment ces souhaits, dans le même ordre, en révélant toutefois un souhait de voir François Hollande l'emporter plus marqué :

- **Google+** : c'est sur ce réseau social, dernier né des trois sites étudiés, que l'écart entre François Hollande et Nicolas Sarkozy est le plus net : le Député corrézien y devance le Président sortant de 15 points (42% contre 27%). Auprès de ce public, l'espoir de voir François Hollande l'emporter émerge ainsi 3 points au dessus de sa moyenne nationale (39%), quand le souhait de victoire en faveur de Nicolas Sarkozy s'y tasse sensiblement (27%).
- **Twitter** : les utilisateurs du site de micro-blogging révèlent également leur préférence pour l'élection de François Hollande (bien implanté sur Twitter avec près de 170 000 followers), à 41%, soit deux points de plus qu'au niveau national. Le souhait de victoire en faveur de Nicolas Sarkozy est pour sa part identique à celui relevé au global (28%), 13 points en deçà de celui de François Hollande.
- **Facebook** : Le souhait de voir François Hollande l'emporter en mai prochain sur Nicolas Sarkozy est aussi net sur Facebook que sur Twitter (13 points, 40% contre 27%). Les utilisateurs de Facebook expriment un souhait de victoire proche de celui de l'ensemble des Français, les différentes variations n'excédant pas un point sur chacun des items.

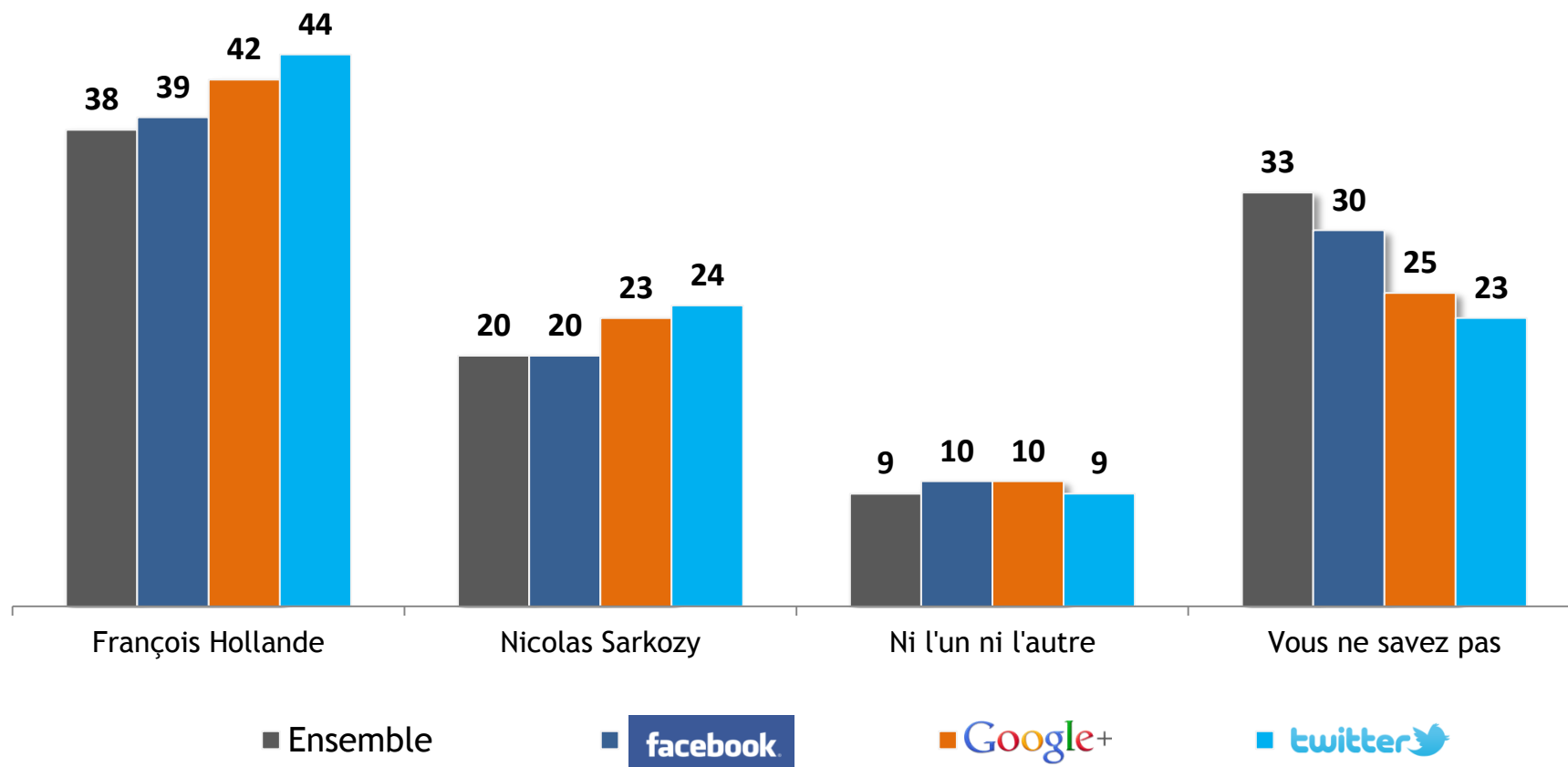
Sur chacun de ces trois sites subsiste en outre **l'espace pour une troisième voie**, le souhait que ni François Hollande ni Nicolas Sarkozy ne l'emporte en mai prochain s'établissant entre 24% (pour les utilisateurs de Google+ et Twitter) et 25% (pour ceux de Facebook), contre 24% au niveau national.

A deux mois du premier tour, les résultats soulignent également la **persistance d'une indécision relative**, voire d'un désintérêt pour la question, quel que soit le site Internet étudié : le taux de personnes ne s'exprimant pas varie ainsi entre 7% et 8%, soit un point en dessous du niveau relevé auprès de l'ensemble des Français (9%).

Le pronostic de victoire



Question : Selon vous, qui de François Hollande ou Nicolas Sarkozy l'emportera lors de la prochaine élection présidentielle ?



Le pronostic de victoire

Le pronostic de victoire au second tour de l'élection présidentielle s'inscrit comme l'indicateur le plus clivant. L'opinion exprimée par l'ensemble des Français et les réponses des utilisateurs des trois sites étudiés divergent fortement, les internautes interrogés anticipant plus largement que la moyenne une victoire du candidat socialiste en mai, tout en donnant également davantage de crédit à une victoire du président sortant.

En premier lieu, l'ensemble des Français interrogés pronostique une victoire de François Hollande (38%). La réélection de Nicolas Sarkozy n'est pour sa part envisagée que par un Français sur cinq (20%), tandis que 9% de l'échantillon anticipe la victoire d'une troisième personne.

A l'image du souhait de victoire, les utilisateurs de Facebook, Twitter et Google+ font part d'un pronostic relativement semblable à celui de l'ensemble des Français, mais doutent moins de l'issue du scrutin :

Twitter : 44% des micro-blogueurs de Twitter pronostiquent la victoire de François Hollande le soir du 6 mai prochain, n'accordant au président sortant que 24% de chances d'effectuer un nouveau quinquennat. Dans les deux cas, les scores relevés sont supérieurs à la moyenne nationale (respectivement +6 et +4 points). Se prononçant plus nettement en faveur de l'un ou l'autre, les utilisateurs de Twitter sont les plus prompts à donner leur avis sur l'issue de l'élection, seuls 23% d'entre eux ne s'exprimant pas sur cette question.

Google+ : Le pronostic de victoire des utilisateurs de Google+ penche lui aussi très nettement en faveur de François Hollande (42%), 19 points séparant le score de François Hollande de celui du président-candidat (23%). Si à l'instar de l'opinion exprimée sur Twitter les utilisateurs de Google+ n'hésitent pas à se prononcer en faveur de l'un ou l'autre, un quart d'entre eux reste prudent et choisit de ne pas se prononcer.

Facebook : L'anticipation du résultat de mai prochain par les utilisateurs de Facebook, réseau social le plus « grand public » des trois, s'apparente logiquement au pronostic de l'ensemble des Français. François Hollande l'emporterait pour 39% des personnes présentes sur Facebook (+1 par rapport au score d'ensemble), contre 20% pour Nicolas Sarkozy. Enfin, plus d'un interviewé de Facebook sur trois ne sait pas, à l'heure actuelle, qui l'emportera (31%).

En conclusion...

- ✓ Les utilisateurs de Twitter et Google+ apparaissent sensiblement plus politisés que la moyenne de l'ensemble des Français. Les membres de Facebook, dont la structure et le nombre en font un réseau social plus grand public, ne laissent toutefois apparaître que des opinions sensiblement divergentes de celles des Français dans leur ensemble.
- ✓ De par leur structure partisane, les réseaux sociaux étudiés semblent pencher globalement à gauche, la proximité partisane avec le Parti socialiste notamment se révélant supérieure.
- ✓ Ces internautes font preuve d'une réelle propension à s'exprimer sur les questions politiques en lien avec la présidentielle. Pour chacun des réseaux sociaux étudiés, et pour les questions de souhait comme de pronostic, les taux de non réponse s'avèrent systématiquement plus faible qu'au niveau national.
- ✓ Le souhait de victoire pour le second tour du scrutin, s'il est systématiquement favorable à François Hollande, révèle également l'opportunité pour d'autres candidats de jouer un rôle dans le scrutin. Le poids des réponses « ni l'un, ni l'autre » varie ainsi autour de 25%, quelques points derrière le souhait de voir Nicolas Sarkozy l'emporter.
- ✓ S'agissant du pronostic de victoire, les membres de Google+ et Twitter hésitent moins que la moyenne des Français à anticiper l'issue du scrutin. Même si une fois encore, l'indicateur est favorable à François Hollande, une victoire de Nicolas Sarkozy est plus souvent annoncée par les internautes interrogés qu'auprès de l'ensemble des Français.



Restez connecté à l'Ifop en temps réel avec l'actualité des sondages :



iPhone



iPad



www.ifopelections.fr

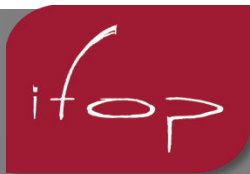


@ifopopinion



Ifop Opinion

*Les résultats du rolling Ifop - Fiducial,
à découvrir chaque jour à 18 heures sur
www.parismatch.com*



Frédéric MICHEAU

Directeur Adjoint

Département Opinion et Stratégies d'entreprise

frederic.micheau@ifop.com

☎ 01.45.84.14.44

Ifop
35 rue de la Gare
75019 Paris

A propos du Groupe Ifop :

L'Ifop est depuis 1938 un des pionniers et l'un des leaders sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing. Au delà de ses 3 pôles métiers (omnibus, panels, phone city), l'Ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonance avec les mutations de la société et des marchés: Opinion et Stratégies d'entreprise; Consumer centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien être; les Services articulés autour de 3 secteurs à fort potentiel, l'énergie, la banque et l'assurance et la mobilité; les Médias et le Numérique; et la Santé qui compte une organisation Global Healthcare.

A propos du Département Opinion et Stratégies d'entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'utilisateurs, d'épargnants, d'internautes...

Internet et Webosphère à l'Ifop :

Internet à l'Ifop, c'est plus de 500 études par an couvrant tous les secteurs de l'opinion et du marketing, des interventions sur les cinq continents, avec des équipes et des moyens techniques intégrés, une gamme d'outils spécifiquement conçus pour le web (Flashweb, WebExplorer, etc.) ainsi que la déclinaison en ligne de nos outils leaders (IdeaMap, Ad+, etc.).