NOTE DETAILLEE

La propension des Français à voter pour un candidat issu de la diversité

Sondage *Harris Interactive* pour *le parti « Allez la France ! »*

Enquête réalisée en ligne du 28 septembre au 5 octobre 2011. Echantillon de 851 individus inscrits sur les listes électorales, issus d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, à partir de l'access panel Harris Interactive. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

-

A la demande du parti politique « Allez la France ! », dirigé par Patrick Lozès, Harris Interactive a interrogé un échantillon représentatif d'inscrits sur les listes électorales françaises à propos de leur **sentiment à l'égard d'un possible candidat issu de la diversité à l'élection présidentielle de 2012**. Il ne s'agissait pas ici de mesurer si un candidat auquel on attribuerait une origine spécifique pouvait bénéficier d'un avantage particulier au regard des autres candidats, mais bien d'**identifier si le fait d'être issu de la diversité pouvait constituer un obstacle pour un candidat**. Rappelons que la propension à voter pour un candidat issu de la diversité n'augure pas des comportements électoraux, de la même manière que les Français se déclarant prêts à voter pour une femme ne portent pas nécessairement leur vote sur une candidate.

Il ressort de cette enquête que **près des deux tiers des électeurs (64%) se déclarent aujourd'hui prêts à voter pour un candidat issu de la diversité**, contre un peu plus d'un tiers (36%) qui indique être réticent à cette idée. Plus précisément, trois électeurs sur dix (30%) s'y déclarent « tout à fait prêts », quand 34% se disent « plutôt prêts », pour 19% indiquant n'y être « plutôt pas prêts », et 17% « pas du tout prêts ».

Sur cette question, on observe des clivages nets entre ceux qui se montrent particulièrement ouverts à l'idée de voter pour un candidat issu de la diversité, et ceux chez qui cette hypothèse semble rencontrer une réticence plus prononcée. Le premier de ces clivages est un **clivage politique : les sympathisants de Gauche en général se déclarent nettement plus prêts à voter pour un candidat issu de la diversité que les sympathisants de l'UMP** (respectivement 72% et 52% « prêts »). Les sympathisants du Front National semblent les moins enclins à voter pour un tel candidat : seuls 36% s'y disent prêts.

©2011 Harris Interactive SAS. Tous droits réservés.

Le deuxième clivage notable est un clivage générationnel : les personnes âgées de 18 à 24 ans sont les plus enclines à voter pour un candidat issu de la diversité (79%), tandis que cette opinion n'est partagée que par 56% des personnes âgées de 50 à 64 ans.

Enfin, on observe également un **clivage en termes de catégories socioprofessionnelles, et notamment de niveau d'études : parmi les personnes disposant d'un diplôme supérieur à Bac+2 , plus de sept sur dix (71%) indiquent êtres prêtes à voter pour un candidat issu de la diversité**, alors que cette proportion n'est que de 53% parmi les personnes n'ayant pas obtenu le baccalauréat.

-

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6ème rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy –Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr