

Les motivations du vote Marine Le Pen

Sondage Harris Interactive pour Valeurs Actuelles

Enquête réalisée en ligne par l'institut Harris Interactive du 28 février au 6 mars 2011. Echantillon de 427 individus ayant l'intention ou pouvant envisager de voter pour Marine Le Pen au 1^{er} tour de l'élection présidentielle de 2012, issus d'un échantillon national représentatif de Français inscrits sur les listes électorales tirés de l'access panel Harris Interactive. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle de l'interviewé et taille d'agglomération.

A la demande de *Valeurs Actuelles*, Harris Interactive a interrogé un échantillon de personnes ayant l'intention de voter pour Marine Le Pen au premier tour de l'élection présidentielle de 2012 ou pouvant envisager de le faire.

Cette étude fait apparaître que :

- Les **motivations** du vote en faveur de Marine Le Pen sont en premier lieu liées aux idées et propositions de la Présidente du Front National (au premier rang desquels l'immigration et le « social »). Elles se structurent également autour d'un **fort rejet de la « classe » politique traditionnelle**.
- Si les électeurs acquis et potentiels se déclarent d'accord avec la plupart des propositions de la dirigeante du FN, 61% indiquent avoir l'intention ou envisager de voter pour elle avant tout afin de « donner un avertissement aux autres personnalités politiques » plutôt que « par [soutien à] ses idées ».
- La **concrétisation d'un vote** important en faveur de Marine Le Pen au premier tour de l'élection présidentielle de 2012 est perçue **comme susceptible d'aboutir à une meilleure**

prise en compte des questions d'immigration, de sécurité, d'identité ou encore des **problématiques sociales**. Les trois-quarts des répondants estiment également que cela aurait pour conséquence « une moins forte diabolisation du Front National » dans la vie politique française.

- Notons que 86% des personnes qui envisagent ou peuvent envisager de voter pour Marine Le Pen souhaitent la voir accéder au second tour et 55% souhaitent la voir devenir Présidente de la République.

Les personnes interrogées (personnes ayant l'intention de voter pour Marine Le Pen au premier tour de l'élection présidentielle de 2012 ou pouvant envisager de le faire) étaient d'abord invitées à se prononcer spontanément sur les raisons pour lesquelles elles pourraient voter en faveur de Marine Le Pen au premier tour de l'élection présidentielle de 2012. Notons que seuls 6% des interviewés n'ont pas donné de réponse à cette question.

59% ont fourni une raison évoquant ses idées, ses propositions, que ce soit de manière générale (20%) ou de manière plus précise sur l'immigration et l'intégration (27%), sa capacité à remettre de l'ordre dans le pays (15%), les questions économiques et sociales (14%) ou encore l'insécurité (11%). Les plus susceptibles d'avoir formulé ce type de réponses sont les 18-34 ans (68%), les membres des catégories populaires (64%) et les sympathisants du Front National (71%).

39% des interviewés ont déclaré que ce vote serait également motivé par des facteurs davantage externes à Marine Le Pen, à savoir la volonté d'exprimer une déception ou une critique à l'égard des autres forces ou personnalités politiques. 22% font état d'une déception et/ou d'une volonté de provoquer un électrochoc chez l'ensemble des autres partis, 16% rattachent leur intention de vote au sentiment que le reste de la classe politique est corrompu, 13% expriment ainsi leur déception à l'égard de la politique menée par Nicolas Sarkozy et l'UMP quand 3% critiquent ainsi la Gauche qui ne propose pas d'alternatives crédibles. Ces motivations sont avant tout exprimées par les personnes ne déclarant aucune préférence partisane (47%) ainsi que celles ayant voté pour Nicolas Sarkozy en 2007 (50%). **18% déclarent également que leur vote est motivé par la volonté de changement**, de faire « bouger les choses ».

19% insistent sur le fait que Marine Le Pen place la France et les Français au centre de ses préoccupations. Cette motivation est un peu plus présente dans le discours des sympathisants du Front National et des électeurs de Jean-Marie Le Pen en 2007 (22%) mais aussi parmi les répondants de la région parisienne (29%).

Enfin, **11% justifient leur intention de vote par la personnalité de Marine Le Pen** : franchise, fermeté, honnêteté... Notons que ce trait est cité plus spontanément par les sympathisants d'extrême-gauche ou de gauche tentés par le vote Marine Le Pen (28%).

Il s'agissait ensuite d'appréhender le statut que les répondants accordent à un vote Marine Le Pen : constitue-t-il d'abord un vote d'adhésion ou un vote d'opposition ? **38% disent envisager de voter Marine Le Pen d'abord « car [ils] soutiennent ses idées »** quand **61% déclarent d'abord qu' « ils veulent donner un avertissement aux autres personnalités politiques »**. Le 18-34 ans (55%), les catégories populaires (48%), les habitants de la région parisienne (46%), les sympathisants du Front National (73%) et ceux pour qui Marine Le Pen constitue le 1^{er} choix pour 2012 (49%) font davantage état d'un vote d'adhésion. En revanche, les personnes âgées de 50 ans et plus (69%), les membres des catégories supérieures (66%) et les sympathisants de droite (85%) sont plus concernés par le vote d'opposition.

Le questionnaire visait ensuite à établir **les thématiques sur lesquelles Marine Le Pen convainc particulièrement** les personnes qui envisagent de voter pour elle : ses principaux points forts résident dans les propositions qu'elle formule sur les questions de **lutte contre l'immigration clandestine et de sécurité**, soit deux thématiques 'traditionnelles' du Front National : 88% se déclarent d'accord avec ses propositions sur le premier point et 87% sur le second. Viennent ensuite, avec des taux d'adhésion dépassant les 70%, l'ensemble des **ses propositions sur les questions économiques et sociales** : les inégalités sociales (77%), le système social (santé, retraites...) (75%), le pouvoir d'achat (73%), le chômage (73%) et les déficits publics (71%). Le discours porté par Marine Le Pen visant à se construire une image plus sociale semble ainsi avoir porté ses fruits auprès de son cœur de cible. 67% approuvent également ses prises de position sur **la place de la France en Europe et dans le monde**. Sont moins identifiées, et par conséquent un peu moins soutenues, ses propositions sur la dépendance

des personnes âgées (65% d'accord et 28% qui ne les connaissent pas), sur la croissance économique (61% et 23%) et surtout sur l'environnement / l'écologie (49% et 17%).

Dans le détail, on constate que **si les plus jeunes font davantage état d'un vote d'adhésion**, ils sont pourtant en général un peu moins d'accord que leurs aînés sur ces différents points (à l'exception du chômage et de la croissance économique), mais surtout parce qu'ils les connaissent moins. Notons qu'aucune catégorie de répondants ne désapprouve majoritairement les propositions de Marine Le Pen sur une de ces thématiques, même parmi ceux qui se revendiquent davantage d'un vote d'opposition.

Les personnes qui ont l'intention de voter Marine Le Pen au premier tour de l'élection présidentielle ou qui peuvent envisager de le faire voient dans leur vote un moyen de **faire passer un certain nombre de messages et de promouvoir plusieurs thématiques**. Elles pensent ainsi très majoritairement qu'un bon score de la candidate Front National aurait pour conséquence « **une meilleure prise en compte de la question de l'immigration en France** » (88%, dont 54% certainement et 34% probablement), « **une meilleure prise en compte de la question de la sécurité en France** » (86%, dont 50% certainement et 36% probablement) mais aussi « **un renforcement de l'identité nationale** » (85%, dont 50% certainement et 35% probablement). Selon plus des trois-quarts d'entre eux, cela aboutirait aussi à « **une meilleure prise en compte des questions sociales en France** » (77%, dont 32% certainement et 45% probablement). Les jeunes de 18 à 34 ans et les catégories supérieures sont un peu plus sceptiques que la moyenne sur ce point (avec respectivement 69% et 63% de oui).

75% estiment en outre que cela produirait **une dédramatisation du Front National**. En revanche, seuls 22% pensent que cela pourrait signifier **la fin de l'Euro**.

Une fois les motivations et les conséquences du vote pesées, il s'agissait au final de voir si les enquêtés souhaitaient voir Marine Le Pen accéder au second tour et à la Présidence de la République. **86% de ses électeurs acquis ou potentiels affirment souhaiter la voir présente au second tour de l'élection** (50% tout à fait et 36% plutôt) **et 55% indiquent désirer qu'elle devienne Présidente de la République**

(mais seulement 25% tout à fait et 30% plutôt). A l'inverse, 12% ne veulent pas qu'elle passe l'étape du premier tour et 41% ne souhaitent pas qu'elle accède au poste de chef d'Etat. Logiquement, les personnes pour qui Marine Le Pen constitue aujourd'hui le premier choix (67%) et celles qui déclarent vouloir voter pour elle avant tout car elles soutiennent ses idées (88%) sont les plus nombreuses à désirer la voir à ce niveau de responsabilité, tout comme celles ayant voté pour son père au 1^{er} tour en 2007 (82%) mais aussi les 18-34 ans (64%) et les catégories populaires (67%).

On le voit donc le vote en faveur de Marine Le Pen se structure autour d'une adhésion à ses idées (principalement axées autour des thématiques d'immigration et des questions sociales) et se nourrit d'un rejet des autres personnalités et formations politiques. Une enquête réalisée en janvier dernier portant sur les traits d'image de Marine Le Pen avait permis de montrer qu'une des principales qualités attribuées à la représentante du Front National par l'ensemble de ses sympathisants mais aussi par une partie importante des Français (50%) était sa capacité à comprendre les préoccupations des citoyens¹. Dans ce contexte, le vote déclaré en faveur de Marine Le Pen constitue actuellement un vote de « pression » sur les différents candidats : les électeurs utilisent le bulletin de vote « Le Pen » pour faire passer des messages et voir ces thématiques – immigration, sécurité, justice sociale... - prendre l'importance qu'elles méritent selon eux dans le débat public. Pour cela, la très grande majorité des électeurs potentiels de la candidate du FN souhaite qu'elle soit présente au second tour mais également un peu plus d'un sur deux qu'elle soit élue Présidente de la République.

_**

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.

¹ Enquête réalisée en ligne par l'institut Harris Interactive pour LCP les 25 et 26 janvier 2011. Echantillon de 1 015 individus issus de l'access panel Harris Interactive, représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle de l'interviewé et taille d'agglomération.

<http://www.harrisinteractive.fr/news/2011/28012011.asp>

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} 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, en Europe et en Asie. 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