

Sondage *Harris Interactive* pour le site *2012etvous.fr*, géré conjointement par *M6-MSN Actualités-RTL*

Enquête réalisée en ligne du 16 au 19 mars 2012. Echantillon de 1866 individus représentatifs 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 de *2012etvous.fr*, site géré conjointement par M6, MSN Actualités et RTL, et alors que la campagne électorale s'intensifie à un peu plus d'un mois du premier tour de l'élection présidentielle, Harris Interactive a interrogé les Français sur leur jugement à l'égard du contenu de la campagne, qu'il s'agisse de grandes thématiques ou de sujets plus précis. Il s'agissait ici d'appréhender le regard des Français sur la place occupée par ces différents sujets dans la campagne : en parle-t-on suffisamment ou non ?

- Selon deux Français sur trois, la campagne présidentielle n'aborde pas assez des thématiques liées à l'emploi, qu'il s'agisse de l'emploi à proprement parler (65% « on n'en parle pas assez ») ou des conditions de travail (64%).
- Concernant des sujets plus précis, le débat sur la viande halal semble avoir pris trop d'importance aux yeux des Français : 65% estiment que l'on parle trop de ce sujet dans le cadre de la campagne.
- Les sujets désignés comme les principaux « oubliés » de la campagne sont le prix de l'essence (55% « on n'en parle pas assez »), ou encore la compétitivité des entreprises françaises (58%) et l'euthanasie (60%). Dans une moindre mesure, certains autres sujets sont jugés insuffisamment traités dans le cadre de la campagne pour l'élection présidentielle, qu'il s'agisse du nombre de postes dans l'éducation nationale

(36% « pas assez » contre 33 « trop »), du **montant des impôts** (48%), des **familles monoparentales** (35%) ou de **l'âge légal de départ à la retraite** (42%).

Dans le détail :

Selon deux Français sur trois, la campagne présidentielle n'aborde pas assez des thématiques liées à l'emploi, qu'il s'agisse de l'emploi à proprement parler ou des conditions de travail

Une majorité absolue de Français estime que certaines thématiques sont insuffisamment traitées dans le cadre de la campagne électorale : 65% jugent ainsi que l'on ne parle pas assez de **l'emploi**, et 64% affirment que l'on ne parle pas assez des **conditions de travail**, quand 54% portent le même jugement sur la place accordée à **l'équilibre des comptes publics**, et **50% sur l'environnement**. Pour chacun de ces sujets, la proportion de personnes répondant que la campagne traite ni trop ni pas assez ces différentes thématiques est proche d'un répondant sur quatre, quand 6% (pour l'emploi et les conditions de travail) à 18% (pour l'équilibre des comptes publics) des personnes interrogées déclarent même que l'on parle trop de ces différents sujets. **Dans une moindre mesure, la sécurité constitue également une thématique qu'une majorité relative de Français juge insuffisamment abordée dans le cadre de la campagne présidentielle** : 44% affirment qu'« on n'en parle pas assez », pour 24% déclarant qu'on en parle trop, et 28% « ni trop, ni pas assez ».

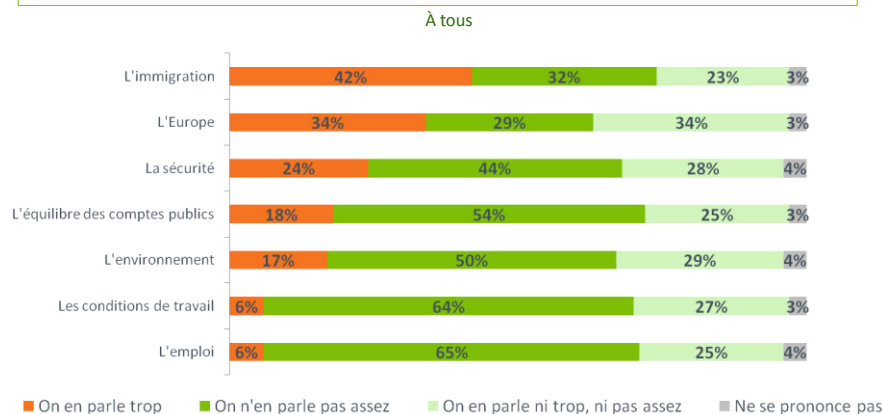
A l'inverse, **plus de quatre Français sur dix (42%) jugent que l'on parle trop de l'immigration** dans le cadre de la campagne électorale pour l'élection présidentielle, contre 32% estimant que l'on n'en parle pas assez, et 23% affirmant que l'on en parle dans de « justes proportions ». **L'Europe est également un thème qui semble occuper une place excessive dans la campagne, selon une majorité relative de Français** (34% « on en parle trop »), même si 29% indiquent au contraire que l'on n'en parle pas assez, pour 34% « ni trop, ni pas assez ».

De façon générale, quelle que soit la thématique concernée, les Français se montrent donc majoritairement insatisfaits de la place qu'elle occupe actuellement dans la campagne, puisque les personnes interrogées sont systématiquement un tiers ou moins à juger que l'« on en parle ni trop, ni pas assez ».

Notons que cette **insatisfaction des Français à l'égard du traitement des différentes thématiques prend des tonalités différentes selon les préférences politiques des personnes interrogées** : les sympathisants de Gauche jugent que l'on ne parle pas suffisamment des conditions de travail (84%), de l'emploi (76%) et de l'environnement (67%), tandis qu'ils estiment que l'on parle trop de l'immigration (64%); à l'inverse les sympathisants de Droite attendent principalement que l'on mette en avant l'équilibre des comptes publics (62% estimant qu'on n'en parle pas assez). On constate également des clivages selon la catégorie sociale : **les membres des catégories supérieures jugent que l'on parle trop de l'immigration** (51%, contre 36% parmi les catégories populaires et 39% parmi les inactifs) **et de la sécurité** (33%, contre respectivement 21% et 21%), tandis **que les membres des catégories populaires portent davantage ce jugement sur l'Europe** (45% « on en parle trop » contre 29% des CSP+), **et souhaitent davantage de débat sur les conditions de travail** (72% « on n'en parle pas assez » contre 61% des CSP+). Notons que les membres des catégories supérieures ne mettent en revanche aucune attente manifeste en avant, puisqu'ils sont toujours prompts que la moyenne à juger que la campagne n'aborde « pas assez » les différentes thématiques.

Selon deux Français sur trois, la campagne présidentielle ne traite pas assez de thématiques liées à l'emploi

Selon vous, pour chacun des thèmes suivants, en parle-t-on trop, pas assez, ou ni trop ni pas assez dans le cadre de la campagne pour l'élection présidentielle ?



Selon les Français, le débat se focalise trop autour de la viande halal, au détriment d'autres sujets économiques et sociaux

Concernant des sujets plus précis, le débat sur la viande halal semble avoir acquis trop d'importance aux yeux des Français : 65% estiment que l'on parle trop de ce sujet, introduit dans le débat public par Marine Le Pen et repris par la suite par Nicolas Sarkozy et l'UMP. 18% estiment que l'on n'en parle pas assez, pour 14% jugeant que l'on en parle ni trop, ni pas assez. Ce sentiment de « saturation » est particulièrement marqué parmi les membres des catégories supérieures (72%) et des sympathisants de Gauche (83%).

Pour tous les autres sujets, au moins une majorité relative de Français juge que l'on n'en parle pas assez, qu'il s'agisse du nombre de postes dans l'éducation nationale (33% « trop », 36% « pas assez » et 28% ni l'un ni l'autre), du montant des impôts (20% « trop », 48% « pas assez » et 29% ni l'un ni l'autre), des familles monoparentales (18% « trop », 35% « pas assez » et 44% ni l'un ni l'autre) ou de l'âge légal de départ à la retraite (17% « trop », 42% « pas assez » et 38% ni l'un ni l'autre).

Sur certains sujets, les Français sont même une majorité absolue à estimer qu'on n'en parle pas assez : le prix de l'essence (55% « pas assez » ; 63% parmi les membres des catégories populaires), la compétitivité des entreprises françaises (58%) et l'euthanasie (60%) sont ainsi désignés comme des sujets « oubliés » ou négligés de la campagne, la proportion de personnes répondant que l'on parle trop de ces différents sujets ne dépassant pas deux Français sur dix.

Notons que l'intention de vote exprimée par les personnes interrogées pour le premier tour de la prochaine élection présidentielle influence le jugement qu'il porte sur l'importance respective de ces différents sujets : les électeurs potentiels de Marine Le Pen et les sympathisants du Front National constituent les seules catégories de population ne jugeant pas majoritairement que l'on parle trop de la viande halal (respectivement 38% et 33% « trop », contre 48% et 52% « pas assez ») – alors que les électeurs potentiels de Nicolas Sarkozy comme les sympathisants de l'UMP estiment majoritairement que l'on en parle trop, même si dans des proportions inférieures à la moyenne (61% et 58%). Le nombre de postes dans l'éducation nationale est un sujet qui semble insuffisamment considéré aux yeux des électeurs potentiels de François Hollande et surtout de Jean-Luc Mélenchon (respectivement 47% et 59% « pas assez »), de même que l'âge de départ à la retraite (respectivement 53% et 65% « pas assez »). Les électeurs potentiels du candidat du Front de Gauche et ceux de Marine Le Pen partagent l'opinion majoritaire (respectivement 56% et 64%) que l'on ne parle pas assez du

Et selon vous, pour chacun des sujets suivants, en parle-t-on trop, pas assez, ou ni trop ni pas assez dans le cadre de la campagne pour l'élection présidentielle ?

Thème	On en parle trop	On n'en parle pas assez	On en parle ni trop, ni pas assez	Ne se prononce pas
La viande halal	65%	18%	14%	3%
Le nombre de postes dans l'éducation nationale	33%	36%	28%	3%
Le montant des impôts	20%	48%	29%	3%
Le prix de l'essence	19%	55%	23%	3%
Les familles monoparentales	18%	35%	44%	3%
L'âge légal de départ à la retraite	17%	42%	38%	3%
La compétitivité des entreprises françaises	12%	58%	27%	3%
L'euthanasie	8%	60%	29%	3%

© Harris Interactive



harris
INTERACTIVE

* * * * *

A propos de Harris Interactive

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

Laurence Lavernhe – 39 rue Crozatier – 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