

Les défauts et « fautes impardonnables » des candidats à l'élection présidentielle

Sondage Harris Interactive pour M6-MSN-RTL

Enquête réalisée en ligne par l'institut Harris Interactive du 7 au 10 juin 2011. Echantillon de 1389 individus issus de l'accès 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 et région d'habitation de l'interviewé(e).

Paris, le 14 juin 2011 - A la demande de M6-MSN-RTL, Harris Interactive a interrogé un échantillon représentatif de Français afin d'interroger **par la négative la perception qu'ils se font d'un Président de la République** : quel serait le pire défaut d'un candidat à l'élection présidentielle et quels écarts serait-on prêt à pardonner ou non à son candidat favori ?

Ce sondage s'inscrit bien entendu dans un contexte **où les affaires mettant en cause des responsables politiques se multiplient** : procès Clearstream, cigares de Christian Blanc, vacances de Michèle Alliot-Marie, condamnation de Brice Hortefeux pour injure à caractère racial, accusation d'agressions sexuelles en direction de Georges Tron...

Quels sont **les principaux enseignements de cette étude** ?

1. **Le pire défaut d'un candidat à la présidence de la République serait d'être « menteur », et par extension de ne pas tenir ses promesses**, et ce quelle que soit la proximité politique des répondants.

les Français, y compris à travers l'emploi de qualificatifs sémantiquement proches, comme « malhonnête », « hypocrite ». Cette forte stigmatisation du mensonge rappelle en miroir le portrait-robot du Président idéal dressé dans l'enquête Harris Interactive-M6-RTL-MSN du 4 mai dernier, où il apparaissait que le Président parfait aurait pour principale qualité d'être « honnête » ¹. Quelques semaines après l'effervescence médiatique autour de « l'affaire DSK », les réponses ne semblent pas avoir été influencées outre mesure par cet épisode, puisque **s'il y a certes une personnalité politique qui est utilisée par certains comme référence pour définir le pire défaut d'un candidat à l'élection présidentielle, il s'agit plutôt du Président actuel, Nicolas Sarkozy**. Celui-ci est en effet cité nommément par une proportion importante de Français et particulièrement de sympathisants de Gauche. De façon plus indirecte, on note que les pires défauts cités pour un candidat font parfois écho aux critiques prononcées par certains à l'égard du chef de l'Etat concernant son côté « bling bling », ou l'importance qu'il accorderait à l'« argent ». Dans l'ensemble, on peut souligner que les défauts les plus cités ont davantage trait à l'intégrité morale (« menteur », « malhonnête ») qu'à des convictions politiques spécifiques (« Gauche » ou « Droite », « langue de bois ») ou à des considérations objectives (« incompetent », « programme »). Notons que les sympathisants de Gauche font un peu plus référence que la moyenne à des adjectifs moraux alors que les sympathisants de Droite mobilisent un peu plus les notions d'incompétence et de programme, bien que l'intégrité morale reste chez tous la première revendication. **Par leurs réponses spontanées, les Français témoignent donc d'une forte exigence de moralité à l'égard de leurs candidats.**

Les comportements qui invalideraient les chances d'un candidat à l'élection présidentielle : la corruption et le harcèlement sexuel sont les deux actes perçus comme les plus inexcusables

Les Français, par leurs réponses à cette enquête, indiquent qu'ils ne voteraient pas pour leur candidat favori à n'importe quel prix, notamment en termes d'exigence morale. **Seuls deux possibles sujets de**

¹ Enquête réalisée en ligne par l'institut Harris Interactive du 2 au 4 mai 2011, pour M6-RTL-MSN. Echantillon de 1572 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 et région d'habitation de l'interviewé(e).

controverse perturberaient peu les Français dans leur décision de voter pour leur candidat favori à la présidence de la République: le fait que ce dernier ait **un moment d'énervement contre ses adversaires politiques** (82% pourraient quand même voter pour lui), ou **une infidélité dans son couple** (76%), qui est perçue par une majorité comme relevant strictement de la vie privée. En revanche, **tous les autres comportements, qu'ils soient moralement litigieux ou juridiquement criminels, sont jugés inacceptables par une majorité de Français** : ainsi, seuls 46% des Français pourraient voter pour leur candidat favori s'il s'avérait que celui-ci disposait d'un compte bancaire à l'étranger (contre 52% ne le pouvant pas), 32% s'il passait des vacances payées par un Etat jugé non-démocratique (contre 66%), 26% s'il consommait fréquemment de l'alcool (contre 72%) et 24% s'il prenait des drogues (contre 75%). Certains « dérapages » sont également lourds de conséquences : seuls 24% continueraient également à voter pour un candidat ayant tenu un propos raciste, antisémite ou xénophobe (contre 75%), et 22% pour un candidat ayant tenu un propos désobligeant à l'égard des femmes (contre 77%). Enfin, **les deux attitudes jugées les plus inadmissibles chez un candidat sont le harcèlement sexuel** (9% continuerait à voter pour lui, contre 89% ne le pouvant plus) **et un acte de corruption** (6%, contre 92%).

La construction d'un indice synthétique permet de voir **qu'un tiers des Français ne pardonnerait pas au moins 8 des dix comportements cités** (36% des femmes, 38% des 50 ans et plus et 40% des sympathisants de Gauche), alors que 11% auraient tendance à ne changer de comportement électoral que pour 3 des actes pré-cités ou moins.

Si les Français se montrent donc en théorie intransigeants sur la droiture de leurs candidats, on peut néanmoins rappeler que **la pratique électorale vient parfois contredire cette exigence affichée de moralité**, puisque l'on connaît parfois des exemples de personnalités politiques réélues après avoir été condamnées en justice.

Plus précisément, on note que les sympathisants de Gauche témoignent d'une sensibilité particulière sur certains faits, qu'ils sont plus nombreux que les sympathisants de Droite à juger rédhibitoires : 61% dans le cas d'un compte bancaire à l'étranger (contre 37% des sympathisants de Droite), 83% pour des vacances payées par un Etat étranger qu'ils jugent non-démocratique (contre 46% à Droite), et 91% pour un propos raciste, antisémite ou xénophobe (contre 65% à Droite). Notons que seuls 27% des sympathisants du Front National renonceraient à voter pour leur candidat favori dans l'hypothèse de la tenue d'un propos raciste. On note en parallèle une forte spécificité des Français ayant l'intention de voter pour Nicolas Sarkozy à l'élection présidentielle de 2012, puisque cet électorat potentiel tolère nettement mieux le fait d'avoir un compte bancaire à l'étranger (71% continueraient à voter pour ce candidat, pour 46% en moyenne), de se faire payer ses vacances par un Etat non-démocratique (62%, pour 32% en moyenne) ou encore de tenir un propos désobligeant à l'égard des femmes (38%, dont 22% en moyenne) voire un propos raciste (36%, pour 24% en moyenne).

Par ailleurs, certains faits sont jugés davantage rédhibitoires par les femmes que par les hommes : la consommation fréquente d'alcool (77% des femmes ne pourraient pas voter pour ce candidat, pour 68% des hommes) ou de drogues (78% des femmes pour 70% des hommes), un propos raciste (81% des femmes, pour 68% des hommes) ou désobligeant à l'égard des femmes (85% des femmes, pour 67% des hommes), ou encore du harcèlement sexuel (92% des femmes, pour 86% des hommes). Notons également que les catégories populaires sont davantage dissuadées de voter pour leur candidat favori par chacun des faits évoqués que ne le sont les catégories supérieures.

On observe également des effets de génération, puisque les Français âgés de 18 à 24 ans sont moins affectés par le fait d'avoir un compte bancaire à l'étranger (69% continueraient à voter pour ce candidat, pour 38% des 50 ans et plus), de se faire payer des vacances par un Etat non-démocratique (44%, pour 32% des 50 ans et plus), d'avoir une consommation fréquente d'alcool (33%, pour 20% des 50 ans et plus) ou de drogues (32%, pour 17% des 50 ans et plus).

Retrouvez tous les résultats [en cliquant ici](#).

* * * * *

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, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Harris Interactive

5-7 rue du Sahel 75 012 Paris
01 44 87 60 30

Contact presse Harris Interactive

Laurence Lavernhe - 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

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