

30 ans après l'élection de François Mitterrand : souvenirs et projections des Français

Sondage Harris Interactive pour LCP dans le cadre de Politique Matin

Enquête réalisée en ligne du 6 au 9 mai 2011. Echantillon de 1624 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 de l'interviewé.

Cette taille d'échantillon a été privilégiée de manière à disposer d'effectifs conséquents de personnes en âge de voter en 1981.

Paris, le 10 mai 2011 - A la demande de LCP, Harris Interactive a réalisé **une enquête auprès d'un échantillon représentatif de Français** afin de connaître leurs souvenirs associés à l'accession au pouvoir de François Mitterrand, ainsi que leur état d'esprit à l'évocation d'une victoire possible de la Gauche en 2012.

Quels sont les principaux enseignements de cette étude ?

- 30 ans après, **l'élection de François Mitterrand est un souvenir encore vivace et clivant chez les individus qui étaient en âge de voter en 1981**. Se remémorant cet événement, ces derniers utilisent de nombreux superlatifs : « immense », « grand », « plus », « très »...

Français âgés d'au moins 18 ans en 1981



- Les années Mitterrand sont relues par les Français majoritairement **sous l'angle de la nostalgie et/ou de la déception**. Beaucoup de répondants dressent une comparaison entre cette époque et la période actuelle, certains y voyant une « belle époque », moins marquée qu'aujourd'hui par les difficultés sociales (on note l'usage des termes « mieux », « avancées », « bonne »...), d'autres établissant davantage de parallèles, notamment sur la manière de faire de la politique (« mêmes », « comme », « mensonges », « promesses », « magouilles »...). Notons que le terme « déception » est un des termes qui ressort le plus dans le discours des électeurs de François Mitterrand.

[illegible]

- 

* * * * *

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

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 Opinion Corporate—01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr