

Le moment du choix : l'indécision politique. Avant le premier tour de l'élection présidentielle

Bruno Cautrès, Anne Jadot

▶ **To cite this version:**

Bruno Cautrès, Anne Jadot. Le moment du choix : l'indécision politique. Avant le premier tour de l'élection présidentielle : Rapport réalisé dans le cadre du Panel électoral français 2007 (vague 1- panel 1, 29 mars-21 avril 2007). 2007. hal-00972972

HAL Id: hal-00972972

https://sciencespo.hal.science/hal-00972972

Submitted on 3 Apr 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

CEVIPOF

CENTRE DE RECHERCHES POLITIQUES DE SCIENCES PO

Le Panel Électoral Français 2007

1re vague – 29 mars - 21 avril 2007

Le moment du choix : l'(in)décision politique

Avant le premier tour de l'élection présidentielle

Bruno CAUTRES & Anne JADOT

Les données du PEF 2006-2007 ont été produites par le CEVIPOF avec le soutien du Ministère de l'Intérieur et de l'Aménagement du Territoire. Le PEF 2006-2007 se déroule en cinq vagues de mars – avril à juin 2007.
Les données seront déposées au Centre de données socio-politiques de Sciences Po.

Le moment du choix : l'(in)décision politique

Avant le premier tour de l'élection présidentielle

Bruno CAUTRES & Anne JADOT

Mesurer le niveau d'(in)décision électorale à la veille du premier tour

Le Panel Electoral Français 2007 se déroule en plusieurs points d'enquête, avant le premier tour présidentiel, entre les deux tours présidentiels puis avant et après les élections législatives. Cette étude est donc particulièrement adaptée pour saisir le processus de construction des choix successifs au cours de la séquence électorale. Dans cette note, fondée sur la seule première vague réalisée du 29 mars au 21 avril, nous analysons l'ancienneté du choix du premier tour pour mesurer et éclairer le niveau d'indécision électorale à la veille du 22 avril, un thème qui a été saillant dans la couverture médiatique de la fin de la campagne électorale. Pour cela, nous nous appuyons sur une question posée immédiatement après le recueil de l'intention de vote du premier tour, dans laquelle on a demandé aux interviewés de dater leur choix : depuis longtemps, récemment ou choix pas encore vraiment fait.

En moyenne, près de six électeurs interrogés sur dix déclarent avoir fait leur choix pour le premier tour « depuis longtemps » (58 %), un peu moins d'un cinquième disent s'être décidés « récemment » (18 %) et un quart considèrent que leur choix n'est « pas encore vraiment fait » au moment de l'interview (24 %). Il y a donc eu une cristallisation des choix tardive, voire très tardive, pour un peu plus de quatre électeurs sur dix. Beaucoup de sondages d'opinion publiés au cours des trois dernières semaines de la campagne, donc de manière concomitante au terrain du PEF, ont insisté sur le haut niveau d'indécision, les médias convertissant en millions - en les évaluant jusqu'à 18 millions - les électeurs potentiels qui n'avaient pas encore choisi de candidat ou qui, après avoir choisi, déclaraient pouvoir changer d'avis (ce qui est une question un peu différente de celle sur laquelle nous nous appuyons). Cela a permis aux médias de qualifier le premier tour de « très

ouvert », d'affirmer que « tout était possible » et même de publier juste avant le scrutin les photos de quatre candidats présumés pouvoir se qualifier pour le second tour. Mais, pour remettre ces affirmations en perspective, nous pouvons nous appuyer sur les données du Panel Electoral Français de 2002 puisque, au cours de la vague pré-présidentielle de l'époque, les répondants avaient également indiqué l'ancienneté de leur choix, avec exactement la même question. Il s'avère qu'en fait, en 2007, les électeurs ne sont pas spécialement décidés tardivement, au contraire : par rapport à 2002, le choix ancré depuis longtemps est supérieur de 5 points, tandis que le choix récent a reculé d'1 point et le choix non encore définitif a reculé de 4 points. Autrement dit, les électeurs étaient en 2007 plus déterminés dans leur choix qu'en 2002. On peut sans doute y lire précisément l'impact du 21 avril 2002. Ce constat est convergent avec d'autres éléments qui pointent que la campagne a, cette fois, plus intéressé les électeurs.

La mesure du moment du choix ainsi établie et mise en perspective, l'enjeu est d'éclairer les ressorts sociologiques et politiques de l'(in)décision électorale. Il s'agit en particulier pour répondre à la question de savoir si les électeurs qui se déterminent (très) tardivement sont des « stratèges », recherchant beaucoup d'informations, par exemple les sondages d'opinion, pour calibrer leurs votes en fonction d'anticipations des résultats et de souhaits de victoire finale ou si, au contraire, ce sont plutôt des électeurs « perplexes » face à l'offre électorale, un peu distants du jeu politique, d'où peu déterminés entre plusieurs votes possibles. Pour établir cela, nous dressons le portrait des trois groupes d'électeurs définis par l'ancienneté de leur choix : les « convaincus » de longue date, les récemment « convertis » et les « indécis » tardifs[1]. Dans la première partie, nous travaillons sur leur profil démographique et socio-économique, leur niveau de politisation et leurs prises de position dans l'espace politique. Ensuite, dans la deuxième partie, nous analysons ces trois groupes en fonction de variables politiques de plus court terme, en particulier le candidat choisi, la gamme des votes possibles, les souhaits et pronostics de victoire et le suivi de la campagne électorale, tous ces éléments permettant de mettre à jour les dynamiques politiques de la campagne.

1. Typologie de l'(in)décision électorale : le profil sociologique et politique des électeurs selon l'ancienneté de leur choix

Les profils sociologiques de nos trois groupes sont tout d'abord sociologiquement contrastés. Nous pouvons relever les principaux traits qui différencient nos trois groupes les uns des autres ; il ne s'agit ici que de relever quelques différences majeures, les trois groupes étant composites en termes de caractérisation sociologique et n'étant pas homogènes.

Les « convaincus » sont aussi souvent des hommes que des femmes, dénotant ainsi une légère sur-représentation masculine au sein de ce groupe. Ils sont également plus souvent d'âge mûr, la barre des 50 ans franchie, et un peu plus souvent sans diplôme. C'est bien entendu l'interaction entre l'âge et le diplôme (plus on est âgé moins on a été scolarisé dans un système scolaire ouvert, et donc moins on est globalement diplômé) qui explique cette présence des sans diplôme au sein de ce groupe. Ceci explique également la sur-représentation des retraités au sein des convaincus, moins souvent jeunes et étudiants ou élèves. Les « convertis » sont plus souvent des femmes que des hommes, des jeunes de moins de 50 ans, des élèves ou étudiants, des diplômés du primaire et des actifs. Les « indécis » enfin, sont nettement plus souvent des femmes (57%) que des hommes, des moins de 35 ans, des élèves ou étudiants. L'effet de l'âge est somme toute logique : plus un électeur est âgé, plus il a eu l'occasion de participer à plusieurs élections présidentielles, de bénéficier ainsi de repères politiques, voire de renforcer son ancrage dans un camp. A l'inverse, les plus jeunes, notamment les 18-24 ans, votent pour une grande partie d'entre eux pour la première fois pour une élection présidentielle et sont donc plus indécis parce qu'ils maîtrisent moins bien l'offre. Entre ces deux groupes, les 35-49 ans s'avèrent les plus sensibles aux effets de campagne.

[1] Cette typologie n'est pas normative mais descriptive. Il faut également noter que les « convertis » n'ont pas forcément changé de choix, ce terme désigne simplement le fait qu'ils se sont décidés au cours de la campagne.

Tableau 1 :

Les trois groupes d'électeurs selon des variables socio-démographiques

	Convaincus	Convertis	Indécis	Moyenne
	100 %	100 %	100 %	100 %
Genre				
Hommes	50	46	43	48
Femmes	50	54	57	52
Age				
18-24 ans	8	14	17	11
25-34 ans	15	22	24	19
35-49 ans	28	33	26	28
50-64 ans	24	17	17	21
65 ans et plus	25	14	16	21
Profession				
Agriculteur	5	4	4	4
Commerçant, artisan, chef d'entreprise	8	5	5	7
Cadre supérieur, profession libérale	9	7	6	8
Enseignant	3	4	3	3
Profession intermédiaire	17	16	17	17
Employé	23	26	24	24
Ouvrier	25	24	26	25
Etudiant, élève	3	8	9	5
Inactif n'ayant jamais travaillé	8	7	6	7
Diplôme				
Sans diplôme, certificat d étude	34	27	27	31
BEPC, CAP, BEP	36	39	37	37
Baccalauréat	13	14	15	14
Niveau Bac plus 2	8	10	11	9
Diplôme de l'enseignement supérieur	9	10	9	9
Situation professionnelle				
A un travail	49	53	52	50
Au chômage	7	7	8	7
Etudiant ou élève	4	9	10	6
Inactif	10	13	10	10
Retraité	30	18	21	26
Moyenne	**58**	**18**	**24**	

La composition sociologique de nos trois profils fait donc apparaître des différences notamment en terme de genre, d'âge et de diplôme. Dans le même temps, les variations sociologiques ne sont pas de très grande ampleur, indiquant qu'au-delà des appartenances sociales d'autres variables doivent en fait agir sur l'(in)décision électorale. Ce sont bien entendu les variables qui traduisent le rapport de longue durée à la politique et la politisation au sens large qui agissent davantage que les variables sociologiques. Les « convaincus » sont nettement plus

intéressés par la politique que les deux autres types et l'écart sur l'indicateur d'intérêt pour la politique entre ce groupe et celui des « convertis » et des « indécis » est respectivement de 7 et 13 points. Les « convaincus » sont, au sens large, des électeurs « dans le jeu » : ils pensent moins souvent que la démocratie ne fonctionne pas bien en France, que les hommes politiques ne se préoccupent pas de ce que pensent les gens et déclarent plus que les autres avoir l'habitude de voter à toutes les élections. Les « indécis » sont moins politisés et l'expression de cette plus grande distance à la politique se traduit surtout chez eux par une habitude de vote à toutes les élections nettement moins fréquente (-13 points). Les « convertis » sont, d'une certaine manière, à mi-chemin entre les « convaincus » et les « indécis ». Ce dernier groupe est plutôt situé dans le « hors jeu », sans doute proche des logiques sociales de l'abstention et de la prise de distance à l'égard d'un monde politique qui apparaît comme compliqué, éloigné et peu à l'écoute. C'est chez eux que l'on rencontre le plus fort taux de non-vote absolu : 12% d'entre eux déclarent n'avoir jamais voté depuis qu'ils en ont l'âge, tandis que 59% ne portent pas d'intérêt à la politique et 53% considèrent qu'en France la démocratie ne fonctionne pas bien.

Le double portait, sociologique et politique, qui ressort des tableaux 1 et 2 correspond de manière dominante à l'image d'une indécision principalement liée à des clivages sociaux plus horizontaux que verticaux (homme/femmes ; jeunes/moins jeunes ; travail/chômage) et à la défiance politique ou au sentiment d'incompétence politique. Nos données ne corroborent pas vraiment le portait d'un électeur indécis parce que sophistiqué, très politisé et ne figeant son choix à la dernière minute que par un raisonnement stratégique.

Tableau 2 :

Les trois groupes d'électeurs selon des variables de politisation

	Convaincus	Convertis	Indécis	Moyenne
	100 %	100 %	100 %	100 %
Intérêt politique				
Beaucoup et assez	54	47	41	50
Un peu et pas du tout	46	53	59	50
La politique est une chose trop compliquée				
Tout à fait et plutôt d'accord	46	49	51	51
Plutôt pas et pas du tout d'accord	54	51	49	49
Opinion sur le fonctionnement de la démocratie en France				
Fonctionne très bien ou assez bien	49	45	44	47
Ne fonctionne pas très bien ou pas bien du tout	51	55	56	53
Opinion sur les responsables politiques				
Se préoccupent beaucoup ou assez de ce que pensent les gens	23	15	15	19
Se préoccupent peu ou pas du tout de ce que pensent les gens	77	85	85	81
L'habitude de vote				
A toutes les élections	52	39	43	48
A presque toutes les élections	28	34	31	30
A quelques-unes	12	17	14	13
A aucune	8	10	12	9
Moyenne	**58**	**18**	**24**	

Pour autant, la campagne électorale de 2007 révèle des traits de l'indécision ou de la fermeté des choix plus directement liés au contexte : comme le montre le tableau 3, les profils des « convertis » et des « indécis » ont beaucoup plus souvent que la moyenne recruté au sein des électeurs qui se positionnent sur les notes centrales (4 à 6) de l'échelle gauche-droite en dix positions. Cela manifeste la fluidité des choix électoraux et la plasticité du moment de la décision au centre de l'échiquier politique pendant cette campagne. Les « convaincus » expriment d'ailleurs nettement plus souvent une proximité partisane de droite ou bien de gauche. Les « convertis » sont également recrutés nettement plus à gauche qu'à droite, indiquant également que c'est au cours de la campagne électorale qu'une partie des électeurs qui s'identifient à un parti de gauche ont finalement figé leur choix. Reste, bien entendu que les « indécis » expriment dans des proportions très importantes une absence de proximité partisane (40%).

Tableau 3 :

Les trois groupes d'électeurs selon le positionnement idéologique et partisan

	Convaincus	Convertis	Indécis	Moyenne
	100 %	100 %	100 %	100 %
Position sur l'échelle gauche-droite				
Notes 0-1	5	4	2	4
Notes 2-3	16	19	14	16
Notes 4-6	42	58	61	49
Notes 7-8	24	13	11	19
Notes 9-10	9	3	2	6
Refus	4	3	10	6
Proximité partisane				
Extrême gauche	5	6	5	5
Gauche	33	38	29	33
Autre écologie	1*	2*	2*	1*
CPNT	2*	2*	2*	2*
Droite	33	27	18	28
Extrême droite	9	4	3	7
Autre	-	-	1 *	1
Aucun	16	22	40	23
Moyenne	**58**	**18**	**24**	

* : effectifs faibles

2. (In)décision électorale, contenu du choix et dynamiques de campagne

Pour bien saisir les dynamiques politiques du moment du choix, nous allons mettre en rapport dans cette deuxième partie le degré d'(in)décision électorale et le contenu du vote, c'est-à-dire le candidat pour lesquels les répondants indiquent une intention de vote[2]. En mesurant l'ancienneté des attaches qui se manifestent ainsi dans l'urne[3], on peut sérier les candidats selon qu'ils bénéficient d'intentions de vote solidement ancrées, de ralliements tardifs ou de velléités encore à confirmer peu de temps avant le premier tour. Cela s'explique notamment par le statut respectif de ces candidats, concurrents sérieux pour la victoire finale, challengers ou outsiders pâtissant du phénomène du vote utile. Ensuite, en poursuivant notre démarche typologique, nous analyserons les trois groupes d'électeurs « convaincus » de longue date, récemment « convertis » et « indécis » tardifs non plus en fonction de leurs attitudes et pratiques politiques de long terme, mais

[2] Les données de la vague 1 recueillies avant le 1er tour ont été pondérées afin que l'échantillon corresponde bien au profil socio-démographique de l'électorat français et soit « calé » sur les résultats réels du 22 avril 2007.

[3] Au sens propre, puisque la vague 1 du PEF a tiré parti du mode d'interview en face-à-face en recueillant les intentions de vote grâce à une fausse urne, chaque répondant disposant d'une enveloppe et d'un jeu de bulletins reprenant l'ensemble des candidats officiels et étant invité à « voter » dans la fausse urne. Ce procédé assure au maximum le secret du choix qui n'a pas à être déclaré à l'enquêteur.

grâce à leurs attitudes de court terme vis-à-vis de l'élection présidentielle de 2007. A travers notamment leurs attentes (ou pas) d'amélioration pour le pays grâce à ce scrutin, l'attention qu'ils portent à la campagne et les activités qu'ils pratiquent pendant celle-ci, la gamme plus ou moins large des choix qu'ils déclarent possibles, l'adéquation de leurs intentions de vote à leurs souhaits quant à la victoire finale, il est possible d'évaluer si les électeurs qui se décident (très) peu de temps avant le premier tour sont plutôt stratèges ou plutôt perplexes face à l'offre électorale.

2.1. L'ancienneté des choix et les dynamiques politiques de la campagne

Nous l'avons indiqué en introduction, en 2007 les électeurs français se sont déterminés pour le premier tour plus tôt qu'en 2002, après une campagne qui a d'ailleurs duré plus longtemps que la précédente (pour rappel, les deux principaux candidats s'étaient déclarés seulement au mois de février 2002). Un intérêt supplémentaire du Panel Electoral de 2007 est que la période d'enquête est plus longue, la publication anticipée de la liste des candidats officiels ayant permis de réaliser le sondage pendant trois semaines et demi, contre deux en 2002. Cela permet de vérifier si un effet de mobilisation s'est déroulé pendant que le terrain avait lieu, autrement dit si les choix se sont encore plus cristallisés au fur et à mesure que la campagne avançait et que l'élection approchait. Si cela s'est produit, le degré de décision devrait être supérieur dans les tout derniers jours de l'enquête par rapport au début. Pour vérifier cette hypothèse, nous avons regroupé les personnes interrogées en deux sous-échantillons au profil similaire, en fonction de la date à laquelle elles ont été interviewées : un peu plus de la moitié ont été interrogées entre le 29 mars et le 12 avril, un peu moins de la moitié du 13 au 21 avril, soit pendant la dernière semaine et jusqu'à la veille même du premier tour. Assez logiquement, la proportion de ceux qui déclarent s'être décidés « depuis longtemps » reste stable pendant ce laps de temps, alors que la part des décidés récents augmente un peu entre le début et la fin de l'enquête (de 17 à 20 %) et celle des indécis recule d'autant (de 25 à 22 %). La différence, si elle est statistiquement significative, n'est donc pas massive. Le niveau global de décision était donc acquis plusieurs semaines avant le premier tour, même si une minorité d'électeurs a fait son choix pendant les dernières semaines, voire les derniers jours.

Au delà du constat sur ce niveau global d'(in)décision, cette moyenne recouvre en fait des disparités fortes selon le candidat pour lequel les répondants indiquent vouloir voter[4]. Grâce au croisement de ces deux informations, les dynamiques politiques de la campagne peuvent être retracées, notamment en les rapportant au statut respectif des candidats

[4] Exemple de lecture (en ligne) : Sur 100 électeurs déclarés de N. Sarkozy, 71,5 % disent avoir fait leur choix depuis longtemps, 14,5 % s'être décidés récemment et 14 % indiquent que leur choix n'est pas encore vraiment fait.

Tableau 4 :
le degré d'(in)décision dans les différents électorats

candidat \ décision (%)	depuis longtemps	récemment	choix pas encore vraiment fait
N. Sarkozy	71,5	14,5	14
S. Royal	67	19	14
F. Bayrou	39	34	27
J-M. Le Pen	74,5	9,5	16
O. Besancenot	47,5	21	31,5
Ph. de Villiers	50	22	28
M-G. Buffet	56	24	20
D. Voynet	29,5	29,5	41
A. Laguiller	56	24	20
J. Bové	41	24	35
F. Nihous *	32,5	32,5	35
G. Schivardi *	46	27	27
TOTAL	58	18	24

* Effectifs faibles, résultats à interpréter avec prudence.

* Il y a d'abord trois candidats pour lesquels les intentions de vote sont massivement ancrées « depuis longtemps », sans doute bien avant que la campagne officielle ne démarre : J-M. Le Pen, N. Sarkozy et S. Royal. Ce degré élevé d'ancienneté du choix recouvre *a priori* des significations différentes. Dans le cas du leader du Front national, présent au second tour de l'élection présidentielle de 2002 mais dont le score en 2007 connaît une forte érosion, il s'agit probablement d'un repli sur un « noyau dur » d'électeurs convaincus et fidèles, qui ont tôt décidé de lui apporter de nouveau leurs suffrages. A l'appui de cette hypothèse, on peut d'ailleurs noter que les deux tiers des électeurs indiquant vouloir voter pour J-M. Le Pen le 22 avril disent avoir déjà voté pour lui en 2002. Par contraste, N. Sarkozy et S. Royal, tous deux candidats certes pour la première fois mais investis par les deux principaux partis politiques et présentant les meilleures chances de se qualifier pour le second tour (en se fondant sur la quasi totalité les sondages préélectoraux publiés), ont bénéficié de décisions anciennes de vote. Si F. Bayrou a paru à un moment de la campagne en mesure de bousculer la bipolarisation, il n'en demeure pas moins que le duel entre N. Sarkozy et S. Royal avait été annoncé de longue date et mobilisait beaucoup, incitant sans doute une partie de leurs électeurs au « vote utile », bien avant que la campagne officielle ne commence.

* Ensuite, il y a un petit groupe de candidats qui, bien qu'à un niveau très inférieur d'intentions de vote (en niveau absolu) mobilisent également (de façon relative) plus de la moitié de leurs électeurs de longue date : A. Laguiller, M-G. Buffet et Ph. de Villiers. Il s'agit dans tous les cas de personnalités ayant une assez longue expérience politique, voire

ayant déjà été candidat(e)s à l'élection présidentielle, qui s'appuient sur un parti politique à l'organisation solide, même si pas forcément nombreuse, et dont le positionnement idéologique et la rhétorique sont clairement identifiés. Comme ces candidats cherchent à conquérir des « segments » précis de l'électorat, il est logique qu'une majorité des électeurs qui indiquent une intention en leur faveur n'ait pas attendu la campagne pour se décider.

* Il y a par ailleurs des candidats qui voient seulement environ 4 sur 10 de leurs électeurs déclarer des intentions de longue date. Cela concerne un candidat entré tardivement en lice et ne bénéficiant pas du soutien d'une organisation partisane (J. Bové) et des candidats qui ne sont pas des figures nationales connues même s'ils s'appuient sur un parti politique (F. Nihous, G. Schivardi). Chez ces petits candidats, assez logiquement, la part des électeurs déclarant s'être décidés récemment est donc supérieure à la moyenne. Mais ce n'est pas forcément le signe d'une adhésion forte et résolue à une campagne convaincante, la part de ceux qui n'ont pas définitivement tranché étant également élevée dans ces trois électorats. L'intérêt suscité pendant la campagne par ces petits candidats n'écarte donc pas le risque d'une défection, sans doute pour un vote utile au profit d'un grand candidat.

* D'une certaine façon, ce paradoxe d'une attraction dans le temps de la campagne qui crée un potentiel mais ne fige pas définitivement le choix s'est également produit dans l'électorat de D. Voynet, laquelle enregistre un niveau particulièrement faible d'intentions anciennes et particulièrement élevé de changements possibles. Cela se rapproche aussi de la situation d'O. Besancenot, qui a séduit pendant la campagne. Cela avait déjà été le cas lors de sa première candidature en 2002, 59 % de ses électeurs s'étaient décidés récemment (source : PEF 2002). Mais il semble avoir fidélisé une partie de cet électorat de 2002, puisque près de la moitié des électeurs de 2007 se sont décidés depuis longtemps, alors qu'ils n'étaient que 18 % dans ce cas en 2002, quand il était beaucoup moins connu au début de la campagne.

* Enfin, le cas de F. Bayrou est très intéressant : de tous les « grands » candidats, il est celui qui enregistre la part d'électeurs « convaincus » de longue date la plus faible, parce qu'il réussit le plus à attirer de nouveaux électeurs : plus d'un tiers se sont décidés pour lui récemment. C'est assez logique étant donné sa poussée dans les sondages en février / mars. En inversant le sens de lecture entre moment du choix et contenu du vote, on constate ainsi qu'en moyenne F. Bayrou recueille 17 % des intentions de vote mais que cette part s'élève à 30,5 % chez ceux qui se sont décidés récemment et à 20 % chez ceux qui n'ont

pas arrêté définitivement leur choix. En contrepartie, il est aussi celui des grands candidats qui risquait le plus de voir ses électeurs potentiels changer d'avis dans les dernières semaines et derniers jours. Son score final a montré qu'il a su les garder. Il est donc le principal bénéficiaire des dynamiques de la campagne du premier tour.

2.2. Les attitudes des « convaincus » de longue date vis-à-vis de l'offre et de la campagne

Pour reprendre notre démarche typologique, nous pouvons affiner le portrait politique des « convaincus » de longue date à partir de leurs opinions sur l'offre électorale et leur suivi de la campagne. Il s'avère que ce groupe est celui qui a le plus d'attentes d'amélioration grâce aux résultats de l'élection présidentielle : 51 % d'entre eux pensent qu'elle permettra d'améliorer « beaucoup » ou « assez » les choses en France, contre 45 % en moyenne. Ce sont ces électeurs décidés de longue date qui se focalisent le plus sur le duel N. Sarkozy vs. S. Royal, cette bipolarisation forte étant notamment marquée sur deux plans : près des deux tiers d'entre eux espèrent la victoire du premier (35 %) ou de la seconde (27 %) ; 61 % d'entre eux indiquaient une intention de vote pour le premier (34,5 %) ou la seconde (26,6 %). D'ailleurs, à 51 % (+ 4 par rapport à la moyenne) ils choisissent un seul candidat à la question qui leur offre la possibilité de désigner tous ceux parmi les douze pour lesquels ils pourraient voter au premier tour. Leur gamme des votes possibles est plus restreinte, avec seulement 14 % (contre 16 en moyenne) qui citent trois candidats et 7 % (contre 9) qui en citent quatre ou davantage. Alors même que leur choix est décidé depuis longtemps, ils déclarent un peu plus que la moyenne suivre la campagne tous les jours (28,5 %, + 4,5) : cet intérêt pour la campagne au jour le jour correspond sans doute à la volonté de suivre son candidat favori, de renforcer son choix et de trouver des arguments supplémentaires de voter ainsi. Cela ne manifeste pas la volonté de se confronter aux discours des autres candidats pour éventuellement mettre en doute son choix. Ces électeurs convaincus depuis longtemps sont d'ailleurs un peu plus nombreux que la moyenne à déclarer avoir assisté à une réunion, un débat ou un meeting, s'avèrent aussi actifs pour parler de l'élection avec leurs proches et, surtout, sont 5 points au-dessus de la moyenne à dire avoir « souvent » (9 %, +2) ou « quelquefois » (19 %, + 3) tenté de convaincre quelqu'un de voter comme eux. Au total, ce groupe a donc perçu le premier tour présidentiel comme le premier acte déjà décisif du duel final entre N. Sarkozy et S. Royal, et a été moins convaincu que la moyenne de la possibilité de F. Bayrou de se qualifier pour le second tour. Le premier tour les a beaucoup intéressés et une minorité non négligeable a tâché de faire partager son enthousiasme et son choix dans ses cercles de connaissance.

2.3. Les attitudes des récemment « convertis » vis-à-vis de l'offre et de la campagne

Par contraste, le portrait des électeurs récemment « convertis » indique qu'ils attendent à peine plus que la moyenne d'améliorations suite à l'élection : ils sont justes un peu moins nombreux à penser qu'elle n'améliorera pas du tout les choses (9 %, - 5) et un peu plus nombreux à dire qu'elle les améliorera peu (38 %, + 5). Leur choix récent a été arbitré entre plusieurs votes possibles puisque 60 % d'entre eux citent au moins deux candidats potentiels : 30 % (+ 2 par rapport à la moyenne) citent deux candidats pour lesquels ils pourraient voter, 19 % (+ 3) en citent trois et 11 % (+ 2) en citent quatre ou plus. Par rapport au groupe précédent, les convertis de fraîche date suivent moins fréquemment la campagne (20 % le font tous les jours, 26 % presque tous les jours) mais ils ont des comportements quasiment identiques à la moyenne pour ce qui est de parler de l'élection avec des proches, d'assister à une réunion publique ou de tenter de convaincre quelqu'un de voter comme eux. Une fois intéressés par la campagne et décidés, sans doute parce que convaincus par un candidat, ils ont donc un comportement relativement politisé sans manifester de zèle particulier. Leur vraie particularité est que F. Bayrou arrive en tête des souhaits de victoire dans ce groupe, et c'est le seul cas. Avec 27 % des souhaits de vote, contre 21 % chacun pour N. Sarkozy et S. Royal, ceci confirme que parmi les décidés récents les intentions de vote en sa faveur sont nettement supérieures à son score moyen, confirmant les résultats vus plus hauts sur ses gains pendant la campagne. Mais il ne s'agit pas particulièrement d'un vote stratège : s'ils sont un peu plus nombreux que la moyenne à dire qu'il pourrait se qualifier pour le second tour, ils n'écartent pas pour autant, loin de là, les chances de qualification de N. Sarkozy et S. Royal. Ce n'est pas forcément un « vote protestataire utile » en faveur de F. Bayrou que les électeurs concernés expriment, plutôt une adhésion forte, au moins le temps de la campagne.

2.4. Les attitudes des « indécis » tardifs vis-à-vis de l'offre et de la campagne

Enfin, le portrait des « indécis » tardifs, à travers leurs attitudes de court terme vis-à-vis de l'offre électorale et de la campagne, ne plaide pas non plus pour l'hypothèse d'électeurs stratèges ou calculateurs, qui suivraient attentivement les sondages et réserveraient leur décision au dernier moment afin de maximiser leurs chances d'obtenir un résultat auquel ils aspirent, par exemple pour faire battre un candidat. Cette hypothèse aurait pu être émise, étant donné que, à la question de savoir entre quelles options ils hésitent, c'est massivement un choix entre deux candidats qui les laissent indécis (à 76 %) et, dans une moindre mesure, une hésitation entre un candidat et un vote blanc (14 %). Mais les autres données indiquent que cela traduit en fait une perplexité plutôt qu'un calcul. Ainsi, c'est dans ce groupe des hésitants jusque tard dans la campagne qu'on trouve le

record absolu d'électeurs ne sachant pas encore quel candidat ils souhaiteraient voir élu : 31 % sont dans ce cas, contre 10 % en moyenne. Par ailleurs, 58 % citent au moins deux candidats pour lesquels ils pourraient voter, dont 18 % (+ 2 par rapport à la moyenne) qui en citent deux et 13 % (+ 4) qui en citent quatre ou plus parmi les douze. C'est donc parce que la gamme de leurs choix est large qu'ils hésitent encore à quelques semaines ou jours du premier tour. Alors qu'on pourrait penser que cela suscite le plus de besoin de suivre la campagne pour pouvoir se forger une opinion, c'est ce groupe qui est le moins assidu dans le suivi de la campagne : seuls 16 % (contre 24 en moyenne) la suivent tous les jours, 23 % (- 3) la suivent presque tous les jours et plus de 60 % la suivent de temps en temps ou pas du tout (+ 10 points). Logiquement, ils sont les moins nombreux à avoir assisté à un débat souvent ou quelquefois (6 %, - 6,5) et à avoir essayé de convaincre quelqu'un de voter comme eux : 13 % l'ont fait souvent ou quelquefois, contre 23 % en moyenne. Mais ils sont presque aussi nombreux à parler de l'élection avec leurs proches : 26,5 % le font souvent, 50 % le font quelquefois et seuls 23,5 % n'en parlent jamais avec leur famille, leurs amis ou leurs collègues. Dans ce groupe, les mécanismes de la persuasion sont donc sans doute inversés : ce sont eux qui sont susceptibles d'être influencés par des conversations avec les proches. Les mécanismes de mobilisation interpersonnelle ont d'ailleurs plus de chances de fonctionner que la mobilisation par l'intermédiaire des médias, étant donné leur suivi de campagne plus distant. Il sera particulièrement intéressant de suivre ce groupe au cours des vagues ultérieures du panel, pour voir en faveur de quel(s) candidat(s) ils ont finalement tranché au premier tour et suivre la formation de leur choix pour le second.

* * *

Pour l'instant, sur le duel réel de second tour qui était l'une des trois hypothèses testées, N. Sarkozy dispose d'une avance chez les électeurs qui avaient décidé de longue date leur choix du premier tour (par 47 % contre 39 à S. Royal), mais celle-ci domine chez les convertis de fraîche date (par 47 % contre 38) et chez les indécis tardifs (par 41 % contre 33). Ces derniers sont d'ailleurs plus perplexes que les autres face à cette hypothèse : 15 % ne répondent pas et 10 % indiquent vouloir voter blanc ou nul. De la capacité des deux finalistes à les mobiliser dépend certainement l'issue du second tour. La vague d'entre-deux tour du PEF devrait déjà donner quelques indications complémentaires sur le niveau d'(in)décision avant le vote du 6 mai.

Bruno CAUTRES & Anne JADOT