

52% jugent qu'il s'agirait d'une bonne chose, et 65% affirment qu'ils envisageraient d'en prendre connaissance.

Dans le détail :

Les Français sont une très large majorité à anticiper une diffusion de sondages ou estimations électorales sur les réseaux sociaux avant 20 heures le jour du vote, et une personne sur trois estime qu'il s'agirait d'une bonne chose

Même après s'être fait rappeler la loi existante en matière de diffusion de sondages ou estimations électorales le jour du scrutin présidentielle, les Français semblent largement convaincus que des sondages ou des estimations de vote seront consultables sur les réseaux sociaux avant 20 heures le jour du premier tour : 41% estiment même que cela sera « certainement » le cas, pour 45% préférant qualifier cette hypothèse de probable. A l'inverse, seuls 12% des Français jugent que cette éventualité ne se produira probablement (8%) ou certainement pas (4%).

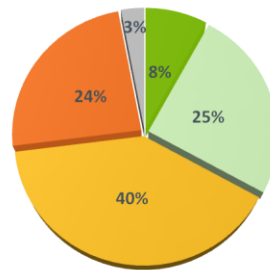
Plus précisément, quelle que soit la catégorie de population concernée, plus de huit personnes sur dix estiment *a minima* probable que des estimations électorales ou des sondages seront publiés sur les réseaux sociaux le jour du premier tour avant 20 heures. Certaines catégories se montrent néanmoins plus enclines que la moyenne à juger que cela va « certainement » se produire (avis partagé par 41% des Français en moyenne) : les hommes (49% « certainement », contre 33% des femmes), les personnes les plus diplômées (46%, contre 39% des moins diplômées), et surtout **les utilisateurs actifs du réseau social de micro-blogging Twitter, qui sont 69% à juger que cette diffusion illégale aura « certainement » lieu.**

Si l'hypothèse d'une publication illégale de sondages ou d'estimations semble probable aux yeux des Français, ils ne la jugent pas pour autant souhaitable : seuls un Français sur trois (33%) juge que cela serait une bonne chose, dont seulement 8% allant jusqu'à la qualifier de « très bonne chose ». L'opposition à cette hypothèse est donc largement majoritaire (64% mauvaise chose), même si l'on note qu'elle n'est pas non plus très intense : les personnes interrogées ne sont que 24% à se montrer catégoriques, en la qualifiant de « très mauvaises chose », quand 40% ont une opinion plus nuancée, et estiment qu'il s'agirait d'une « plutôt mauvaise chose ». Le statut notoirement illégal d'une telle diffusion ne semble donc pas conduire les Français à porter un regard unanimement critique sur ce sujet.

Seul un tiers des Français estime que cela serait une bonne chose que des sondages ou estimations soient diffusés sur les réseaux sociaux avant 20h

Et selon vous, serait-ce une très bonne chose, une plutôt bonne chose, une plutôt mauvaise chose ou une très mauvaise chose si des estimations de vote ou des sondages réalisés le jour du premier tour étaient diffusés sur les réseaux sociaux avant 20 heures ?

Mauvaise chose :
64%



Bonne chose :
33%

■ Très bonne chose ■ Plutôt bonne chose ■ Plutôt mauvaise chose ■ Très mauvaise chose ■ Ne se prononce pas

© Harris Interactive

harris
INTERACTIVE

4

Dans le détail, notons néanmoins que les Français les plus âgés et les sympathisants de Droite se montrent plus fermement hostiles à cette hypothèse que la moyenne des Français : respectivement 34% et 30% d'entre eux la qualifient de « très mauvaise chose ». **A l'inverse, les utilisateurs de Twitter, qu'ils soient actifs ou non, sont près d'un sur deux (48%) à estimer qu'une telle diffusion serait une bonne chose** – sans doute parce qu'ils comptent profiter de cette diffusion pour être eux-mêmes informés des résultats.

Si une telle diffusion devait avoir lieu, quatre Français sur dix déclarent qu'ils iraient consulter les données, et une nette majorité estime que cela pourrait influencer le vote des Français ne s'étant pas encore rendus aux urnes mais peu leur propre vote

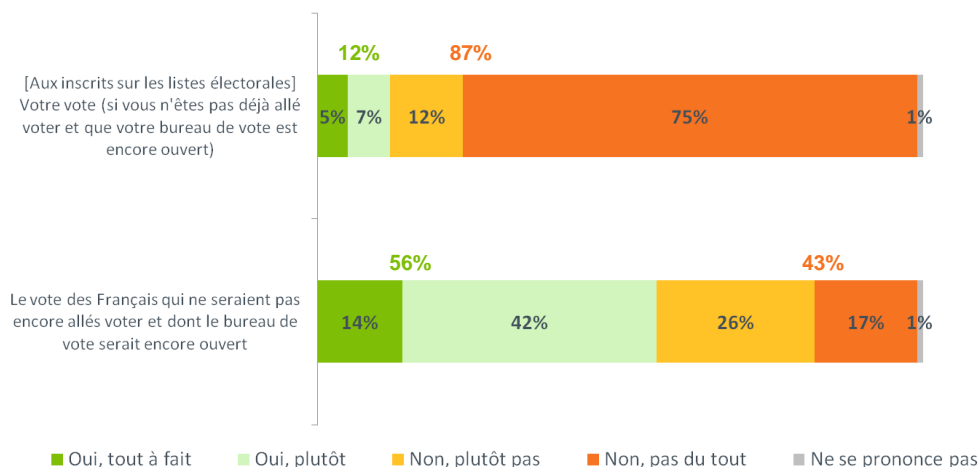
D'un point de vue plus personnel, **quatre Français sur dix (39%) annoncent leur intention, si de telles données étaient disponibles publiquement sur les réseaux sociaux, de les consulter eux-mêmes avant 20 heures**. 15% se déclarent même certains qu'ils adopteraient cette attitude, quand 24% la jugent probable. A l'inverse, 25% indiquent qu'ils ne le feraient probablement pas, pour 33% certainement pas.

A nouveau, la **propension à consulter ces hypothétiques données diffusées est particulièrement revendiquée parmi les utilisateurs de Twitter, qu'ils soient de simples spectateurs du réseau social (67% irait certainement - 36%- ou probablement les consulter) ou des acteurs à part entière (65%, dont 45% « certainement »)**. Notons également que 25% des personnes jugeant qu'une telle diffusion serait une mauvaise chose envisagent pourtant d'aller eux-mêmes les consulter, leur curiosité personnelle prenant sans doute le pas sur leurs convictions collectives.

87% des citoyens estiment, quand bien même ils auraient encore la possibilité de voter à ce moment-là, qu'une telle diffusion ne pourrait pas avoir une influence sur leur propre vote, dont 75% indiquant même que cela ne pourrait « pas du tout » les influencer. 12% des inscrits sur les listes électorales envisagent néanmoins de voir leur choix dans l'isoloir influencé par des sondages ou estimations électorales qui seraient diffusés avant la fermeture de leur bureau de vote. Notons que les électeurs de Gauche et d'Extrême-Gauche ne se déclarent pas plus concernés que la moyenne par une introspection stratégique qui influencerait leur vote en fonction de premières données électorales.

56% des Français estiment qu'une telle publication influencerait le vote de ceux qui ne seraient pas encore allés voter et dont le bureau de vote serait encore ouvert

Selon vous, si des estimations de vote ou des sondages étaient diffusés sur les réseaux sociaux avant 20 heures le jour du premier tour, cela pourrait-il influencer... ?



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

Contact Harris Interactive en France:

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