harris interactive

NOTE DETAILLÉE

Les Français, l'abstention et le vote par Internet

Sondage Harris Interactive pour Nouveaux Horizons

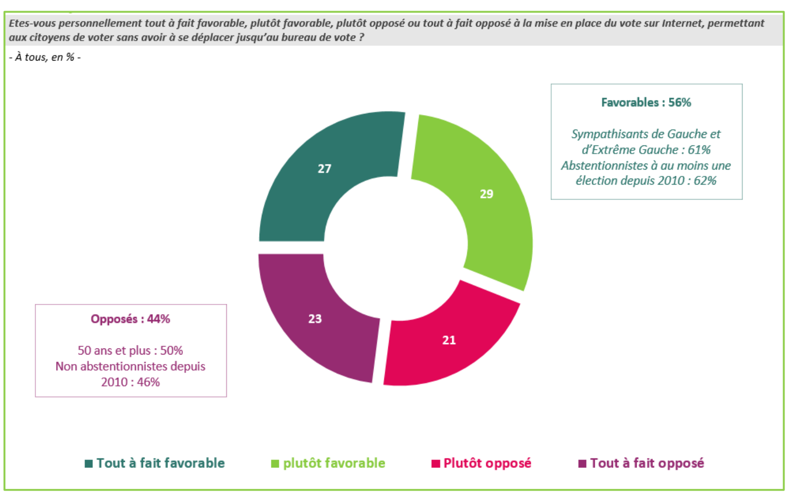
Enquête réalisée en ligne du 27 au 29 octobre 2015. Échantillon de 1 014 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, secteur d'activité et région d'habitation de l'interviewé(e).

-

À la demande du Think Tank *Nouveaux Horizons*, Harris Interactive a interrogé un échantillon représentatif de Français sur **la perspective de l'instauration du vote par Internet et son impact sur l'abstention.** Les Français sont-ils favorables à la possibilité de voter par Internet ? Et les abstentionnistes seraient-ils susceptibles de voter davantage si cela était mis en place ?

Principaux enseignements :

- **56% des Français se déclarent favorables à la mise en place du vote sur Internet permettant aux citoyens de voter sans avoir à se déplacer jusqu'au bureau de vote**. 27% y sont tout à fait favorables, tandis que 23% y sont tout à fait opposés et 21% plutôt opposés.

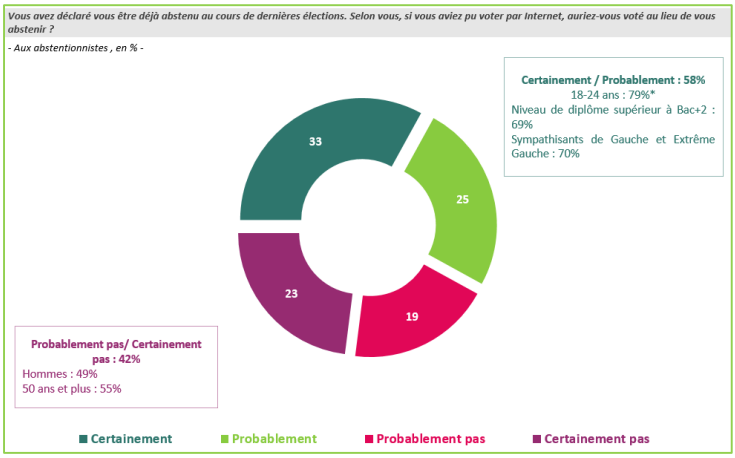


44% des Français y sont opposés, et principalement les 50 ans et plus (50%) et les personnes qui ne se sont abstenues à aucune des élections depuis 2010 (46%). Les personnes les plus à même de soutenir le vote sur Internet sont les sympathisants de Gauche et d'Extrême Gauche (61%), ainsi que les personnes s'étant abstenues à au moins une des élections ayant eu lieu depuis 2010. Le vote par Internet pourrait ainsi peut-

©2015 Harris Interactive SAS. Tous droits réservés.

être être un facteur incitatif au vote. Remarquons des zones de polarité fortes : 27% des Français tout à fait favorables, 21% tout à fait opposés.

- L'abstention répond à des raisons multiples[1]. Et on ne peut considérer une seule hypothèse. Reste que lorsque l'on interroger les abstentionnistes des élections passées, **58% d'entre eux[2] déclarent qu'ils auraient certainement ou probablement voté aux élections pour lesquelles ils se sont abstenus si le vote par Internet avait été mis en place.**



33% déclarent qu'ils se seraient certainement déplacés et 25% probablement. Les personnes s'étant abstenues déclarant le plus que le vote par Internet les aurait incitées à exprimer un vote sont les sympathisants de Gauche et d'Extrême-Gauche (70%), les plus jeunes (18-24 ans, 79%) et les plus diplômés (69%). On le sait, de la déclaration à l'action il y a un pas. Un grand pas. Et la motivation à se déplacer est intimement liée aux enjeux perçus du scrutin. Reste que le vote par Internet apparait, aux yeux de ces questions, comme un outil permettant de réduire l'abstention.

- L'abstention reste néanmoins, pour certains, un phénomène qui dépasse le simple fait de ne pas pouvoir ou vouloir se déplacer. Rejet de la politique et des candidats, volonté d'exprimer un mécontentement… les raisons de l'abstention sont multiples **et la possibilité de voter par Internet n'aurait pas été une incitation au comportement électoral pour 42% des abstentionnistes s'il avait été mis en place (23% estiment même que ce dispositif ne les aurait « certainement pas » incités à voter).** Les hommes (49% contre 42% en moyenne) et les 50 ans et plus (55%) sont plus nombreux à déclarer qu'ils n'auraient pas plus voté si le vote par Internet avait été mis en place.

[1] Cf. « Les enjeux ». La vague de l'abstention N°9 Avril 2014 Anne Muxel Directrice de recherche CNRS

[2] Personnes ayant déclaré s'être abstenues à au moins une élection depuis les élections régionales de 2010.

-

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 France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harrisinteractive.fr, Facebook, Twitter

Contacts 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