

La Webcampagne 2012

Sondage de l'institut CSA



avec



Fiche technique du sondage

- L'institut CSA a réalisé pour **Orange et Terrafemina** la **11^{ème} vague** d'un baromètre portant sur **les pratiques des Français sur Internet**. Cette vague s'est intéressée plus précisément aux **activités en ligne liées à la campagne présidentielle**.
- **1006 personnes** âgées de 18 ans ou plus ont été interrogées **en ligne du 27 et 29 mars 2012**.
- L'échantillon a été constitué **selon la méthode des quotas** appliquée aux variables suivantes : sexe, âge et catégorie socioprofessionnelle après stratification géographique par région de résidence et catégorie d'agglomération.
- Les **rappels mentionnés dans le sondage** sont issus d'une enquête réalisée en ligne du 10 au 12 janvier 2012 auprès de 1002 Français âgés de 18 ans et plus.

Sommaire

I. Principaux enseignements	4
II. Résultats du sondage	9

I. Principaux enseignements

Principaux enseignements (1/4)

Si la télévision reste le premier vecteur d'information sur la campagne, Internet arrive aujourd'hui en deuxième position, devant la radio et la presse, un minorité d'internautes très actifs politiquement semblant émerger. La perception de l'influence du numérique sur la campagne alterne par ailleurs entre le positif et le neutre, la possibilité croissante du fact-checking étant la plus mise en avant tandis qu'une majorité d'internautes se dit prête à voter en ligne, un sur deux n'y voyant aucun inconvénient majeur.

La télévision premier vecteur d'information, Internet en seconde place

La télévision reste aujourd'hui le vecteur d'information le plus utilisé par les Français pour s'informer sur la campagne présidentielle (74% des citations), devant Internet (40%), la radio (34%), la presse écrite nationale payante (10%), la presse gratuite (6%) et la presse écrite régionale payante (6%). L'utilisation d'Internet se développe notamment chez les plus jeunes (53% des 18-24 ans) et les cadres et professions libérales (52%) tandis que la radio ou la presse écrite payante sont plus utilisées par les plus âgés, la presse gratuite l'étant elle plus par les étudiants (20%).

Au sein même des médias numériques, ce sont aujourd'hui les portails Internet qui sont les plus utilisés pour s'informer sur l'élection présidentielle, avec 59% des citations, devançant les sites des grands médias (52%). Ces deux vecteurs arrivent assez loin devant les autres, les sites « pure player » (18%), les médias sociaux (15%) et les blogs de personnalités ou citoyens engagés (8%)

Principaux enseignements (2/4)

On remarque par ailleurs que les portails Internet sont particulièrement cités par les plus âgés (73% des personnes de 65 ans et plus) tandis que les sites de grands médias le sont plus par les étudiants (63%) ou les cadres et professions libérales (69%). Il est aussi intéressant de constater que les médias sociaux sont particulièrement utilisés par les CSP- quand il s'agit de s'informer sur l'élection (25% au lieu de 15% en moyenne) mais aussi par les hommes de 25 à 34 ans (31%), le signe peut-être d'une tendance en train de se diffuser.

Des activités politiques en ligne presque au même niveau qu'en janvier

Quand aux activités en ligne en rapport avec la campagne, on ne remarque pas de réel décollage par rapport aux chiffres CSA publiés en janvier dernier sur la Webcampagne, les hausses étant très limitées. L'intérêt pour la campagne relativement faible mesuré dans les différentes enquêtes d'opinion semble donc se vérifier dans les pratiques des internautes, l'accélération de la campagne n'étant pour l'instant pas accompagnée d'une implication croissante des citoyens français, en ligne ou ailleurs.

Dans le détail, 36% des Français vont au moins une fois par semaine rechercher des informations sur l'actualité politique (+2), 20% visionner des vidéos humoristiques sur la politique (+2, dont 33% chez les 18-24 ans), 11% écouter en podcast des interviews politiques (+2), 11% transférer des informations sur l'actualité politique à des proches (-2), 10% visiter le site d'une formation, d'un parti ou d'une personnalité politique (+2), 8% commenter l'actualité politique sur Facebook et/ou Twitter (+1) et 4% commenter l'actualité politique sur leur blog ou site personnel (=).

Principaux enseignements (3/4)

On peut au final isoler trois types d'internautes français :

- une minorité (13%) est très active politiquement puisqu'elle pratique trois des activités précédemment citées au moins une fois par semaine : on retrouve ici les utilisateurs de Twitter (31%) et les hommes de 25-34 ans (21%) mais aussi les sympathisants de partis extrêmes : sympathisants Front de Gauche (21%) et du FN (19%)
- un tiers des internautes (34%) sont actifs mais avec une moindre régularité (1 à 2 activités par semaine)
- 53% des internautes ne pratiquent eux aucune de ces activités de manière hebdomadaire. On retrouve au sein de ce groupe des catégories sociales plus promptes à la dépolitisation comme les ouvriers (64%) et les moins diplômés (62%) mais aussi les femmes de 25 à 34 ans (66%) et logiquement les personnes s'étant abstenues ou ayant voté blanc ou nul lors de l'élection de 2007 (71%).

Des perceptions globalement positives de l'influence d'Internet sur la vie démocratique

La perception de l'influence d'Internet sur le débat politique semble encore balancer entre le positif, le négatif et le neutre. Une majorité relative estime tout de même que le développement d'Internet et des nouveaux médias numériques est « plutôt une bonne chose car cela permet à tous les citoyens de pouvoir mieux s'informer et de mieux échanger entre eux ou avec les hommes et femmes politiques » (38%). A l'opposé, ils sont 26% à estimer à l'inverse que c'est « plutôt une mauvaise chose, car cela conduit souvent à privilégier les polémiques de courte durée aux sujets de fond » (26%) alors que 26% estiment eux que cela « n'influe pas vraiment sur le débat politique » (26%).

Principaux enseignements (4/4)

Dans le détail, **c'est la vérification factuelle des propos des candidats en direct (fact-checking) qui tire le plus grand parti de cette évolution** puisque 48% des Français jugent qu'elle est aujourd'hui « plus facile qu'avant » avec le numérique (contre 10% « moins facile qu'avant » et 28% « cela ne change rien »). Quand aux autres aspects testés dans notre étude, les Français jugent souvent en majorité que « cela ne change rien » (notamment pour la proximité entre hommes et femmes politiques et citoyens, 53%) même si l'écart est parfois plus resserré sur certains aspects comme l'émergence de nouvelles personnalités (37% estiment que cela est rendu « plus facile qu'avant » par le numérique) et l'émergence de thèmes de campagne originaux ou tabous (37% également).

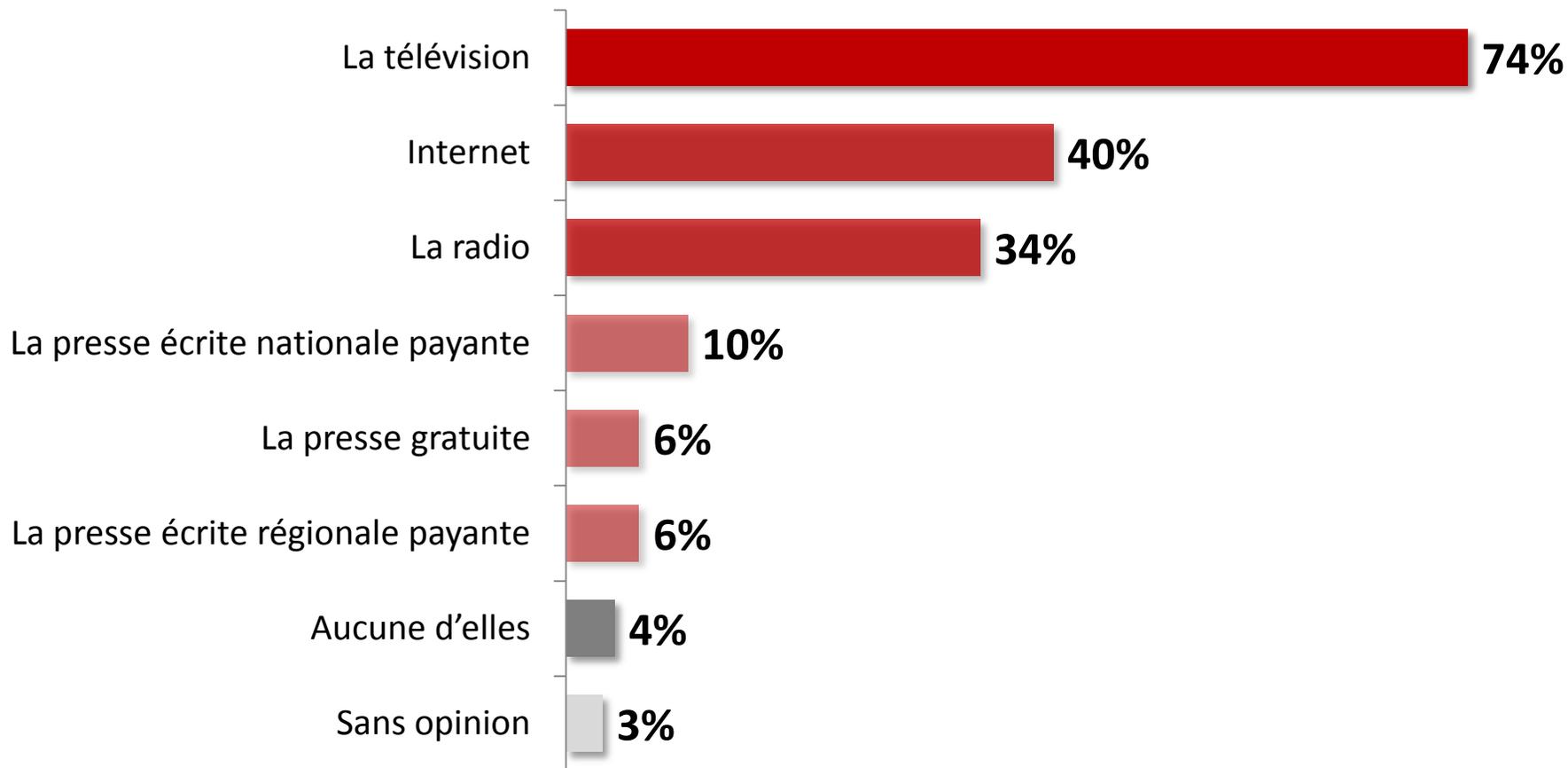
Enfin, **la perspective de voter un jour en ligne pour une élection politique est majoritairement bien accueillie mais rencontre encore certaines oppositions**. 49% des Français se disent en effet prêts à le faire « car cela ne changerait rien pour moi à l'acte de vote » mais 29% s'y disent eux opposés « car l'acte de vote nécessite pour moi de faire l'effort de se déplacer » alors que 16% pensent eux que « cela dépendrait de l'élection en question ». Dans le détail on remarque que les sympathisants FN (62%) ou de droite (58%) s'y disent plus souvent prêts, tout comme les hommes (57%), les plus âgés (57%) et les CSP+ (54%). A l'inverse les 18-24 ans (39%) ainsi que les sympathisants Verts (42%) ou Front de Gauche (39%), sont eux plus prompts à s'y opposer, la méfiance à l'égard de cette innovation technologique semblant donc avant tout trouver écho chez des catégories sociales ou politiques traditionnellement plus contestataires.

Nicolas FERT, Chargé d'études au Département Opinion

II. Résultats du sondage

La télévision reste le premier vecteur d'information sur l'élection présidentielle, Internet en 2^{ème} position devant la radio

QUESTION : Parmi la liste suivante, quelles sont les deux sources d'information que vous utilisez le plus pour vous informer sur l'élection présidentielle ?



Les plus jeunes s'informent davantage par la TV ou Internet, les plus âgés plus par la radio ou dans la presse



Télévision
74%

18-24 ans : **81%** / Sympathisants FN : **84%** / Sympathisants Droite : **83%**



Internet
40%

18-24 ans : **53%** / Cadres : **52%** / Sympathisants MoDem : **50%**



Radio
34%

Travaille à son compte : **49%** / 50-64 ans : **41%**

Presse écrite
nationale payante
10%

65 ans et plus : **26%** / Sympathisants Front de Gauche : **23%** / IDF: **20%**



Presse
gratuite
6%

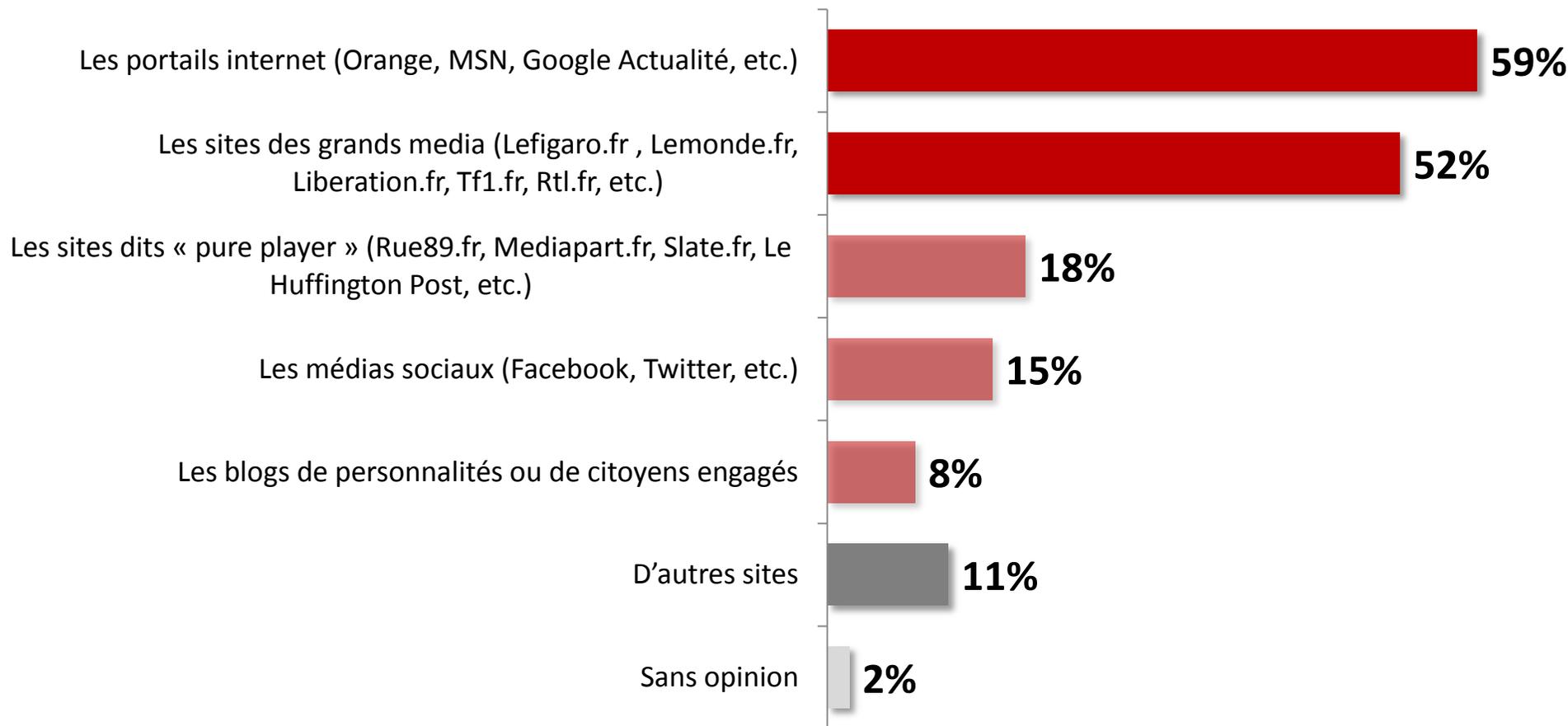
Etudiants : **20%**

Presse écrite
régionale payante
6%

65 ans et plus : **12%**

Les portails Internet premiers moyens d'information sur l'élection, juste devant les sites de grands médias

QUESTION : Plus précisément, quels sites d'information utilisez-vous principalement pour vous informer sur l'élection présidentielle ?



Les portails Internet très utilisés par les plus âgés, les médias sociaux en progression grâce aux CSP- et aux jeunes hommes

Les portails
Internet
59%

65 ans et plus : **73%**

Les sites de
grands médias
52%

Cadres : **69%** / Etudiants : **63%**

Les sites dits
« pure player »
18%

Cadres : **28%** / Internautes très actifs politiquement : **26%**

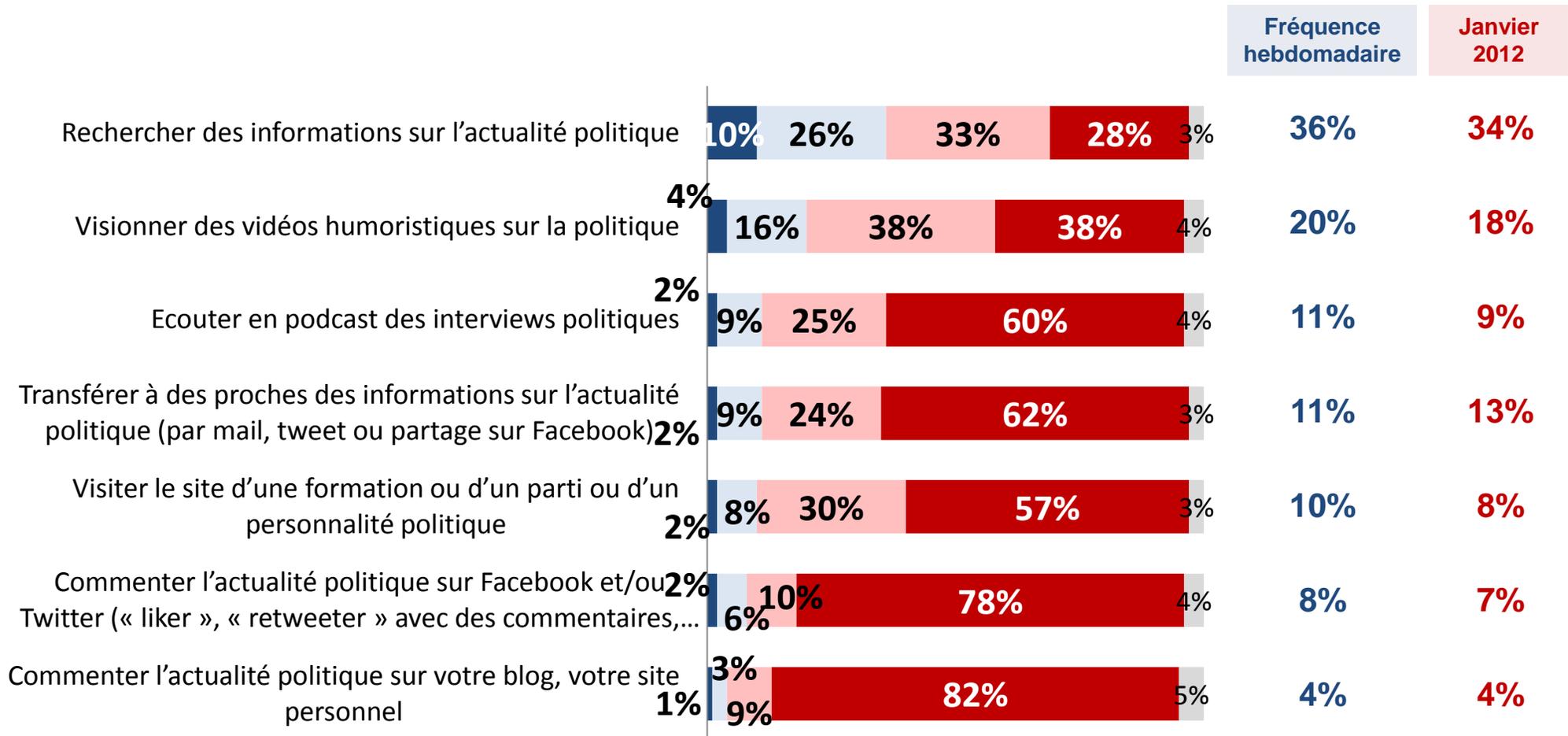
Les médias
sociaux
15%

Hommes 25-34 ans : **31%** / CSP- : **25%** / Internautes très actifs politiquement : **32%**

Les blogs
8%

Plus d'un internaute sur trois va chercher des informations sur l'actualité politique sur Internet

QUESTION : A quelle fréquence pratiquez-vous chacune des activités suivantes sur Internet ?



■ Tous les jours ou presque ■ Plusieurs fois par semaine ■ Moins souvent ■ Jamais ■ Sans opinion

Des pratiques politiques sur Internet plus développées chez les extrêmes mais qui ne comblent pas le déficit de participation des ouvriers et des abstentionnistes

RECODIFICATION A PARTIR DES RESULTATS PRECEDENTS

Les internautes très actifs politiquement
(au moins 3 activités pratiquées chaque semaine)
13%



Possède un compte Twitter : **31%**

Sympathisants Front de Gauche : **21%**

Hommes 25-34 ans : **21%**

Sympathisants FN : **19%**

Les internautes actifs politiquement
(1 à 2 activités pratiquées chaque semaine)
34%

Les internautes Inactifs politiquement
(aucune activité pratiquée une fois par semaine)
53%



Abstentionnistes ou vote blanc/nul en 2007 : **71%**

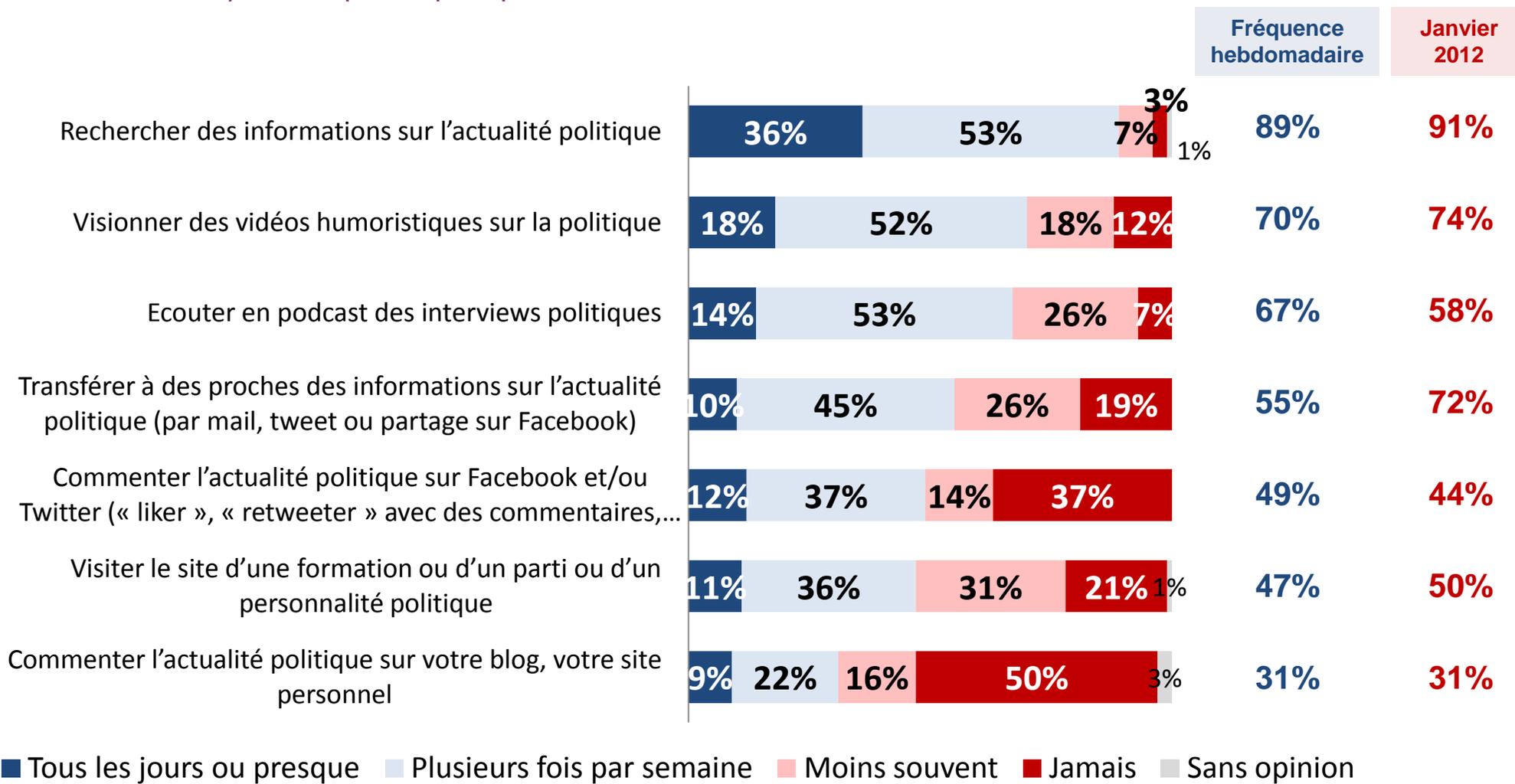
Femmes 25-34 ans : **66%**

Ouvriers : **64%**

Diplôme inférieur au bac : **62%**

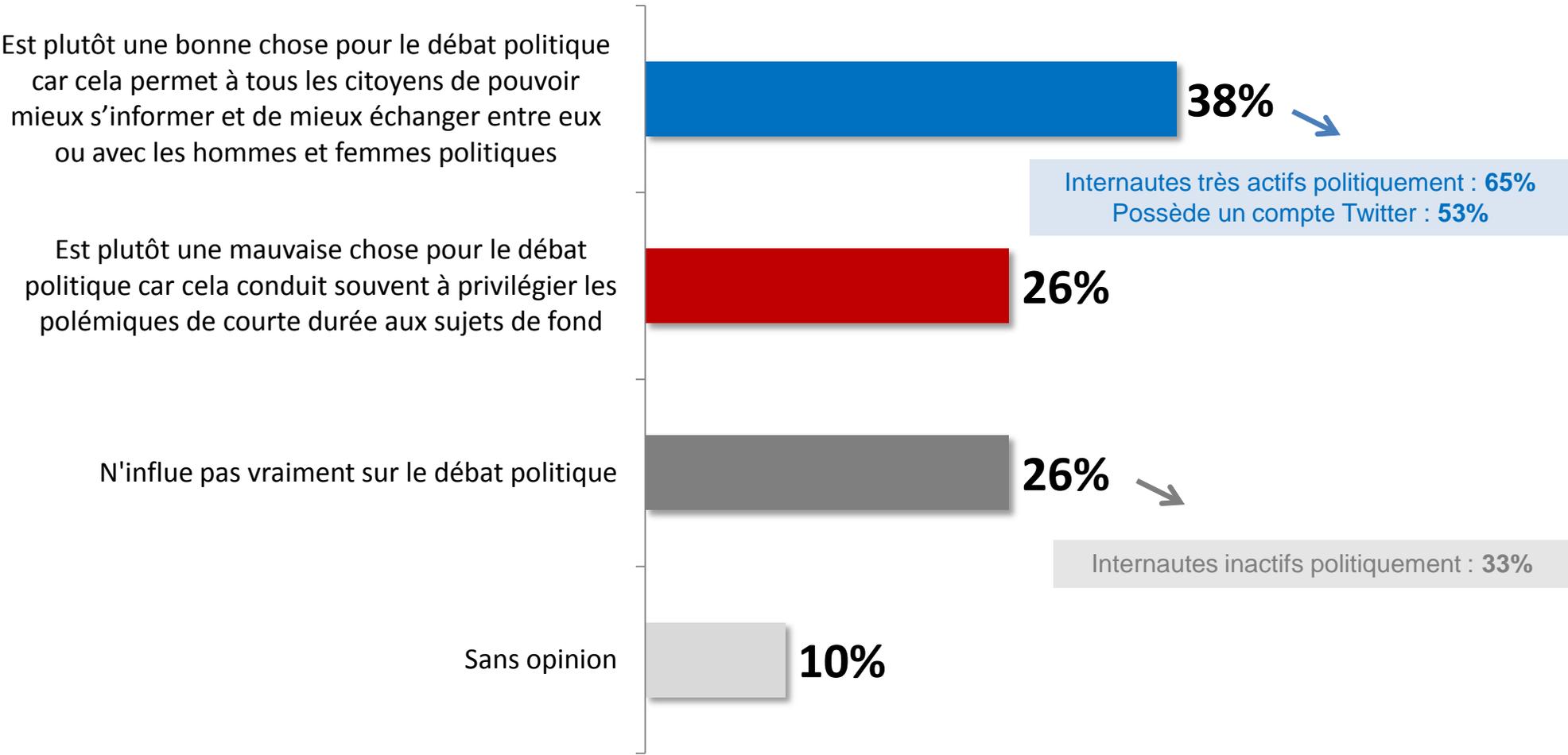
Les pratiques des internautes très actifs politiquement *

QUESTION : A quelle fréquence pratiquez-vous chacune des activités suivantes sur Internet ?



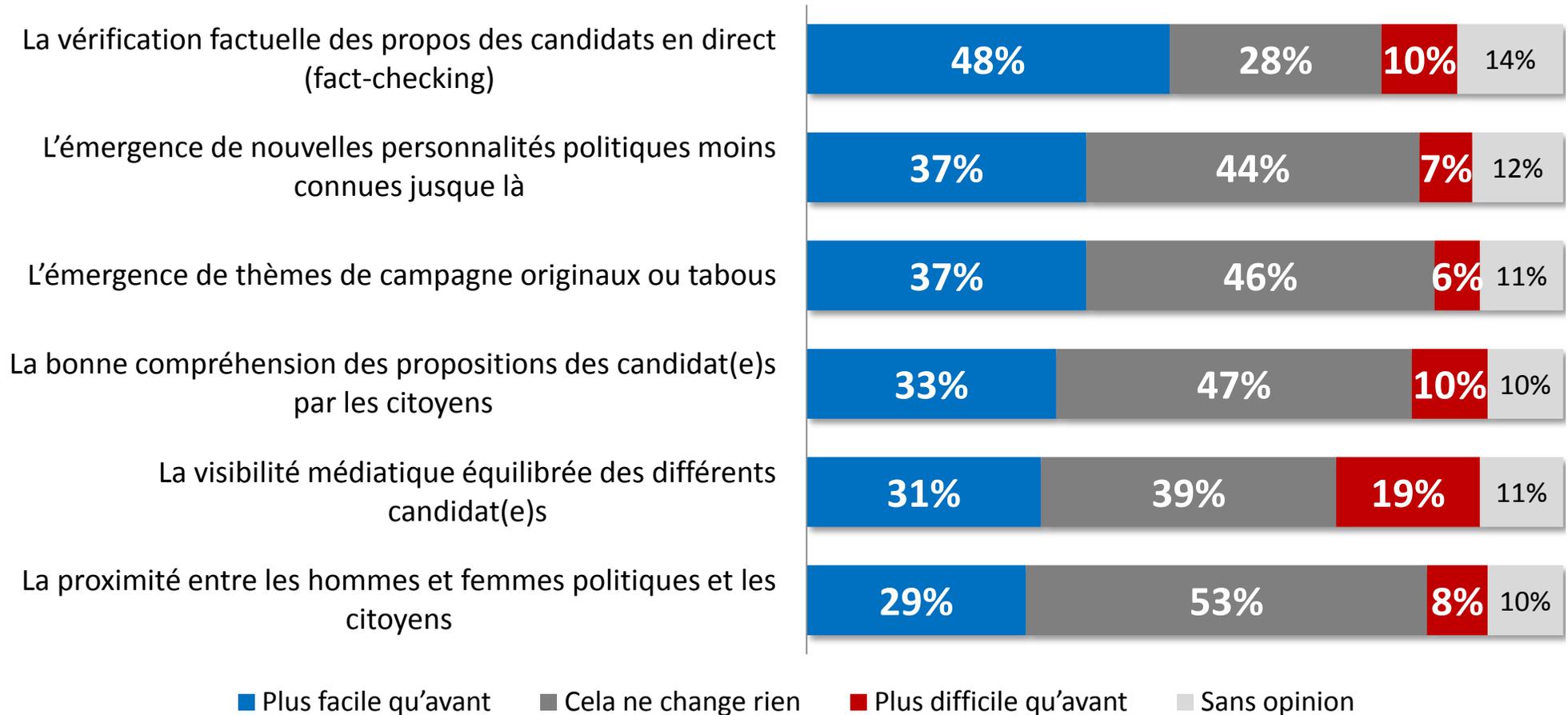
Des Français divisés sur l'apport du web dans le débat politique, une majorité relative l'estimant tout de même positif

QUESTION : De manière générale, laquelle de ces opinions se rapproche le plus de ce que vous pensez ?
Le développement d'Internet et des nouveaux médias numériques et réseaux sociaux ...



Le fact-checking, premier apport de la campagne sur le web

QUESTION : Pour chacun des éléments suivants, pensez-vous que le développement d'Internet et des nouveaux médias numériques et réseaux sociaux le ou la rend plus facile qu'avant, plus difficile qu'avant ou que cela ne change rien ?



Un Français sur deux prêt à voter par Internet

QUESTION : Si toutes les conditions de sécurité et de transparence étaient réunies, seriez-vous prêt dans les années qui viennent à voter pour une élection politique par Internet, que ce soit une élection nationale, locale ou un référendum ?

