



pour



En partenariat avec



Le climat politique en Alsace dans la perspective des élections régionales

Février 2010

FD/YMC N 1-8318

Contacts IFOP : Frédéric Dabi / Yves-Marie Cann

Tél : 01 45 84 14 44

prenom.nom@ifop.com

L'Ifop, Public Sénat et Paris Match s'associent pour la réalisation de 5 sondages

L'Ifop, Public Sénat et Paris Match s'associent pour la réalisation de 5 sondages en région. A compter du mercredi 3 février 2010, l'institut de sondages Ifop lance en partenariat avec Public Sénat et Paris Match une série de 5 sondages à l'occasion de la campagne des élections régionales des 14 et 21 mars prochains.

La première enquête se déroulera en Alsace du 28 au 30 janvier. Elle sera suivie de 4 autres sondages dans des régions politiquement clé.

Les premiers résultats seront annoncés et commentés sur La Chaîne Politique dès le mercredi 3 février dans ses 2 tranches d'information: Le 18H et Le 22H animés respectivement par Michel Grossiord et Sonia Mabrouk en présence de Frédéric Dabi de l'IFOP et de Paris Match représenté par Olivier Royant, directeur de la rédaction et Elisabeth Chavelet, rédactrice en chef.

Pour Public Sénat, chaîne des territoires, ce partenariat s'inscrit dans la stratégie de couverture et de décryptage des élections régionales 2010 initiée dès le 4 janvier 2010.

Paris Match dans son édition du jeudi mettra en perspective les résultats avec les témoignages des personnalités régionales.

1.

La méthodologie

Etude réalisée pour : **Paris Match et L'Alsace en partenariat avec Public Sénat**

Echantillon : Echantillon de **803** personnes inscrites sur les listes électorales, représentatif de la population de la région Alsace âgée de 18 ans et plus.
La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage) après stratification par département et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil : Les interviews ont eu lieu par téléphone (*CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing*).

Dates de terrain : Du 28 au 30 janvier 2010

Avertissement : l'Ifop rappelle que les résultats de cette enquête doivent être interprétés comme une indication significative de l'état des rapports de force actuels dans la perspective du prochain scrutin régional en Alsace.

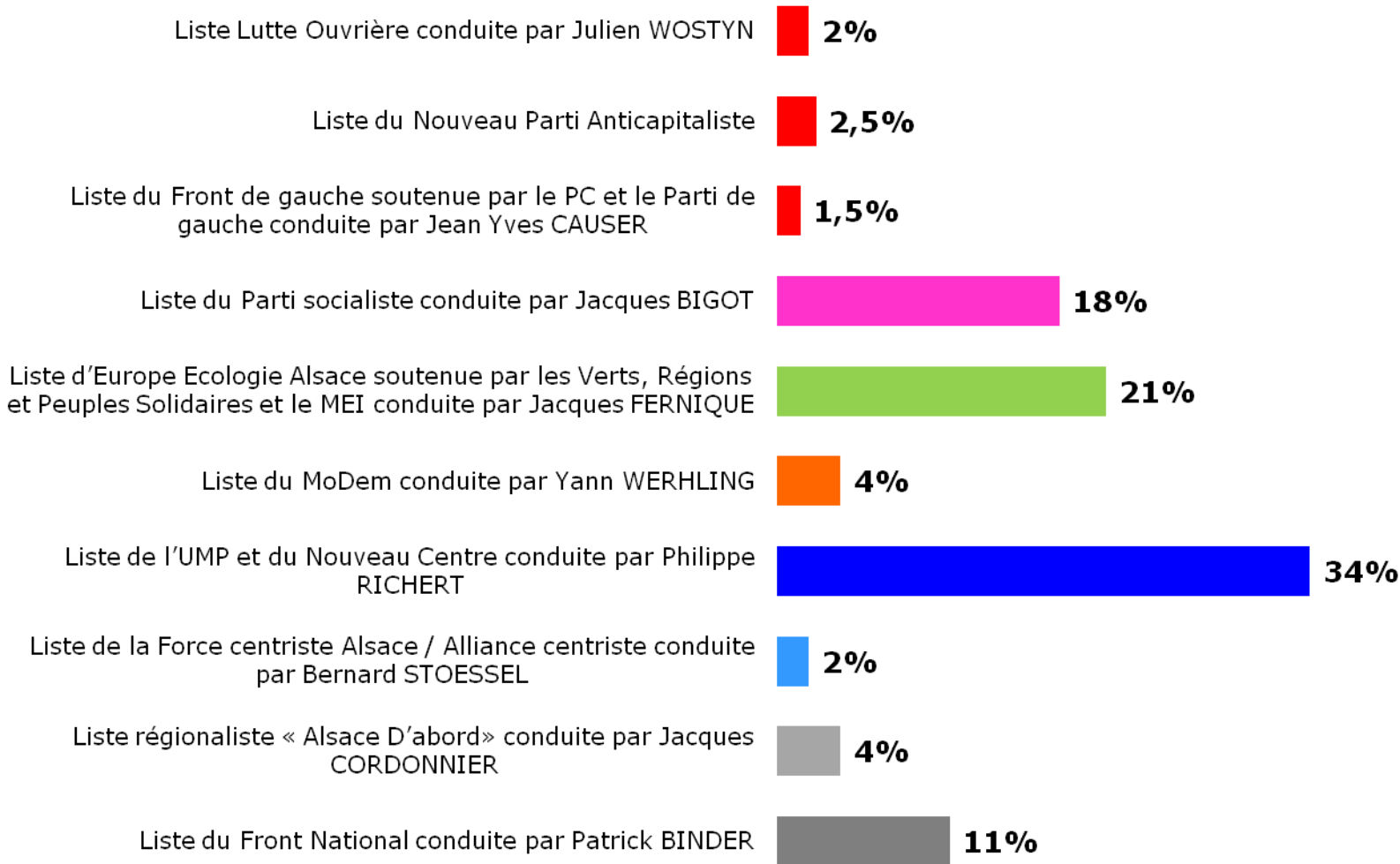
En aucun cas, ils ne constituent un élément prédictif des résultats le jour du vote

A.

Les résultats de l'étude.

Les intentions de vote au premier tour

Question : *Si dimanche prochain devait se dérouler le premier tour des élections régionales, ici en Alsace, pour laquelle des listes suivantes y aurait-il le plus de chances que vous votiez ?*



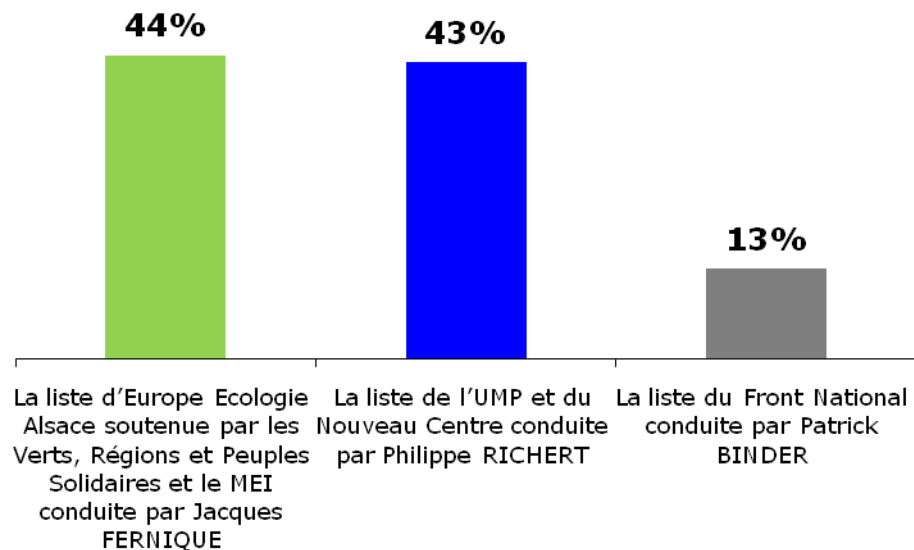
A six semaines des élections régionales, la situation politique en Alsace, seule région métropolitaine avec la Corse détenue par l'UMP, s'avère tout à fait spécifique par rapport au contexte national : à gauche, la liste Europe Ecologie devance de 3 points la liste socialiste et confirme donc son succès des dernières élections européennes. Avec 34% des intentions de vote, la liste UMP-Nouveau Centre arrive toutefois en tête au premier tour, à un étiage équivalent à celui des derniers scrutins régionaux et européens. Toutefois, faute de réserves de voix suffisantes et compte-tenu de la poussée de la gauche ainsi que de la présence probable de la liste FN (11%) au second tour, la perte de cette région par la majorité présidentielle constitue, sur la base du rapport de force politique actuel, une hypothèse envisageable.

Frédéric Dabi, Directeur du Département Opinion de l'Ifop

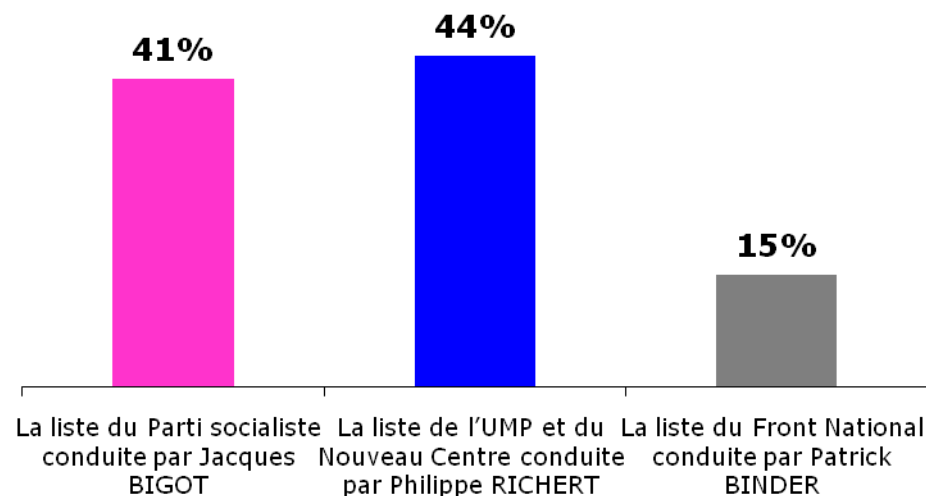
Les intentions de vote au second tour

Question : *Si dimanche prochain devait se dérouler le second tour des élections régionales, ici en Alsace, pour laquelle des listes suivantes y aurait-il le plus de chances que vous votiez ?*

Hypothèse de triangulaire Europe Ecologie, UMP, Front national (*)



Hypothèse de triangulaire Parti socialiste, UMP, Front national



(*) Hypothèse de second tour la plus probable compte-tenu du rapport de force électoral mesuré dans la perspective du premier tour de scrutin.

Les principaux enjeux locaux

Question : *Parmi les dossiers suivants, quels sont les deux qui vous semblent prioritaires pour la région Alsace ? (2 réponses possibles)*

La sauvegarde et le développement de l'emploi **59%**

La lutte contre l'insécurité **31%**

La protection de l'environnement **29%**

Le développement économique **27%**

L'éducation **27%**

La construction de logements **13%**

L'amélioration et le développement des transports en commun **13%**

Frédéric DABI

Directeur de département

Département Opinion et Stratégies d'entreprise

☎ 01.72.34.94.19

Ifop

6-8 rue Eugène Oudiné

75013 Paris

☎ 01 45 84 14 44

www.ifop.com

A propos du Groupe Ifop :

L'Ifop est depuis 1938 un des pionniers et l'un des leaders sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing. Au delà de ses 3 pôles métiers (omnibus, panels, phone city), l'Ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonnance avec les mutations de la société et des marchés: Opinion et Stratégies d'entreprise; Consumer centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien être; les Services articulés autour de 3 secteurs à fort potentiel, l'énergie, la banque et l'assurance et la mobilité; les Médias et le Numérique; et la Santé qui compte une organisation Global Healthcare.

A propos du Département Opinion et Stratégies d'entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'usagers, d'épargnants, d'internautes...