



La sensibilité des Français à la cause animale à l'approche de l'élection présidentielle de 2017

Sondage Ifop pour le Collectif AnimalPolitique

Contact Ifop :

Esteban Pratviel

Chef de groupe

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 72 34 94 19

esteban.pratviel@ifop.com

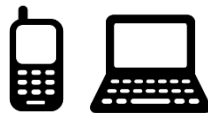
Mars 2017



1 | La méthodologie



Etude réalisée par l'Ifop pour le Collectif AnimalPolitique

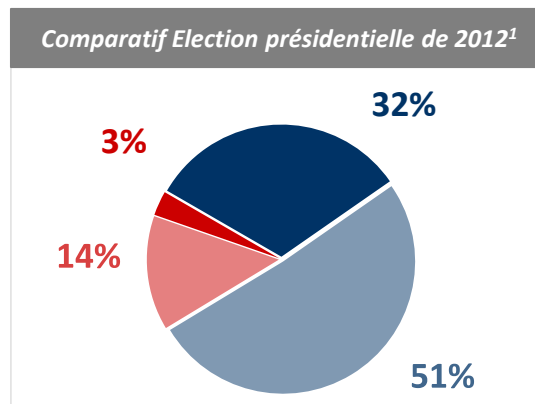
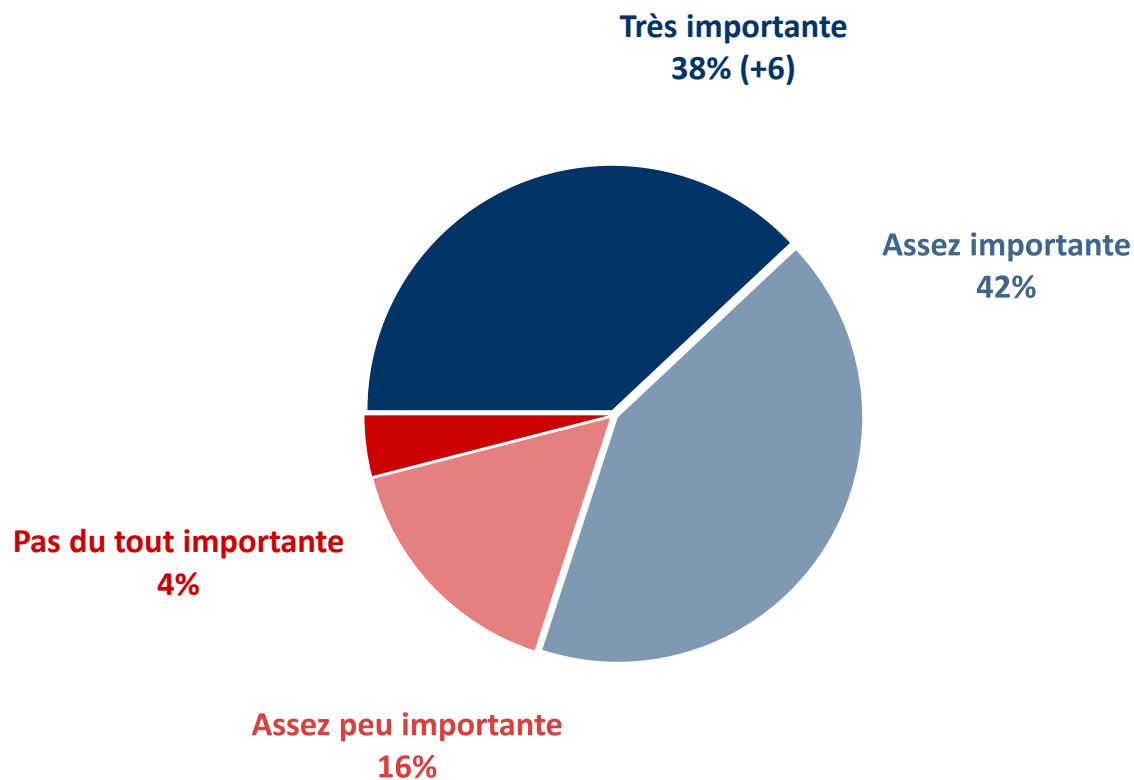
Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
 L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 949 personnes inscrites sur les listes électorales, extrait d'un échantillon de 1 000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.	 La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.	 Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 10 au 13 mars 2017.

2 | Les résultats de l'étude



QUESTION : Pour vous personnellement, la protection des animaux est-elle une cause très importante, assez importante, assez peu importante ou pas importante du tout ?

Base : Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales

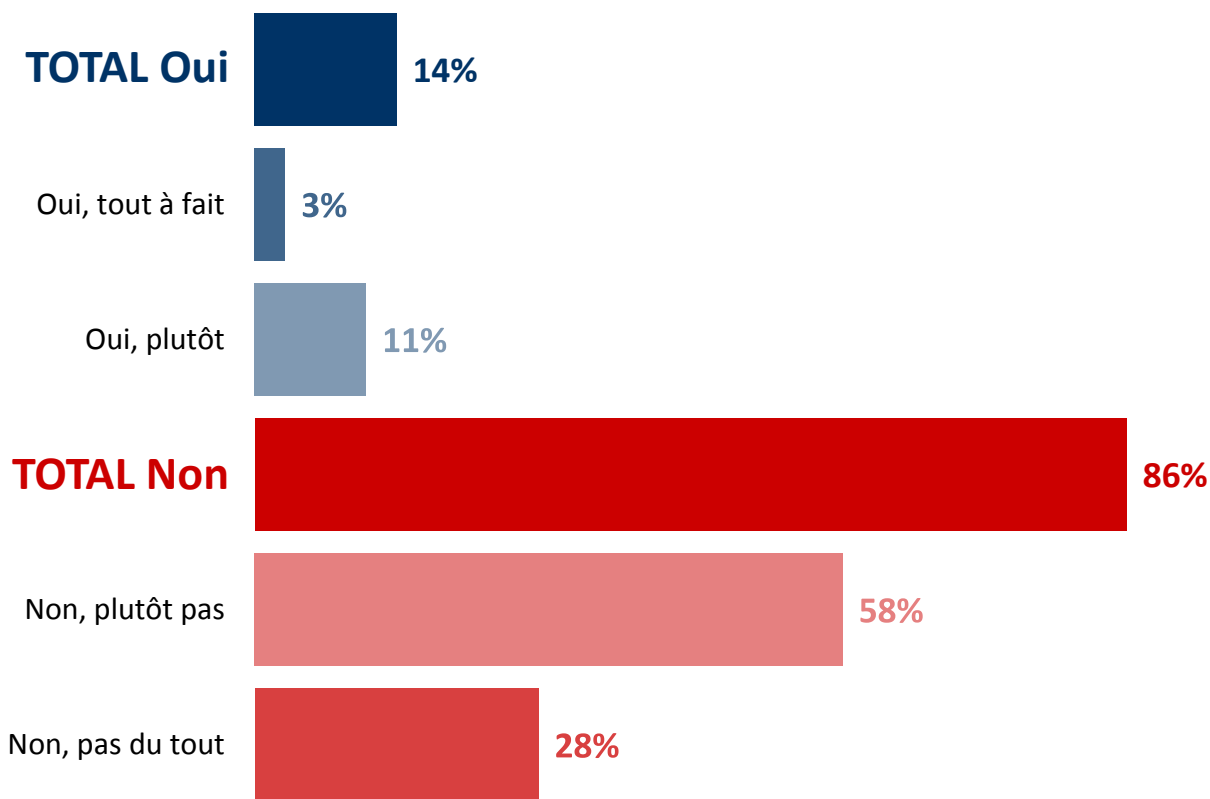


¹Sondage Ifop pour la Fondation 30 Millions d'Amis réalisé par questionnaire auto-administré en ligne du 20 au 22 décembre 2011 auprès d'un échantillon de 953 personnes inscrites sur les listes électorales, extrait d'un échantillon de 1 008 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Le sentiment sur l'importance accordée à la cause animale par les différents candidats à l'élection présidentielle

QUESTION : Selon vous, les différents candidats déclarés ou potentiels à l'élection présidentielle accordent-ils de l'importance à la cause animale dans leurs programmes ?

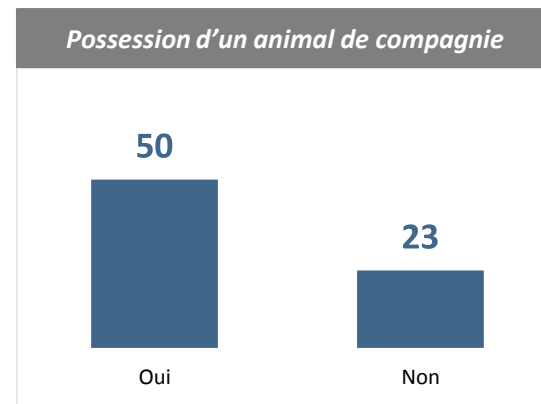
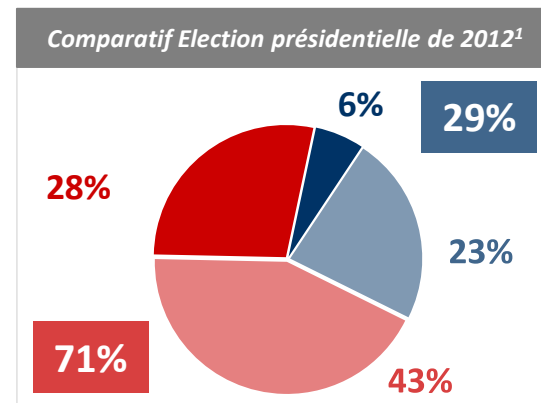
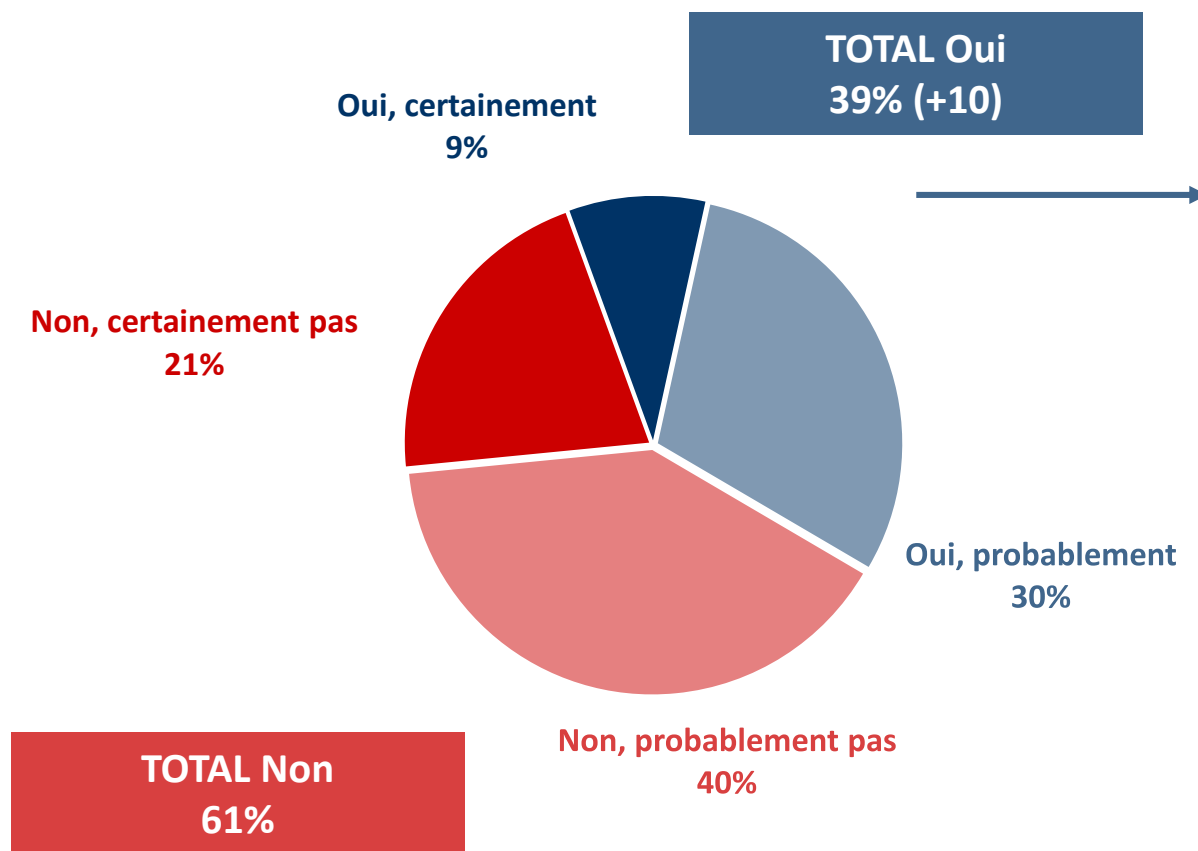
Base : Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales



L'influence des propositions des candidats en matière de protection animale sur le vote à l'élection présidentielle

QUESTION : Au moment de voter à l'élection présidentielle, en avril 2017, les propositions des candidats en matière de protection animale pourraient-elles influencer votre vote ?

Base : Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales

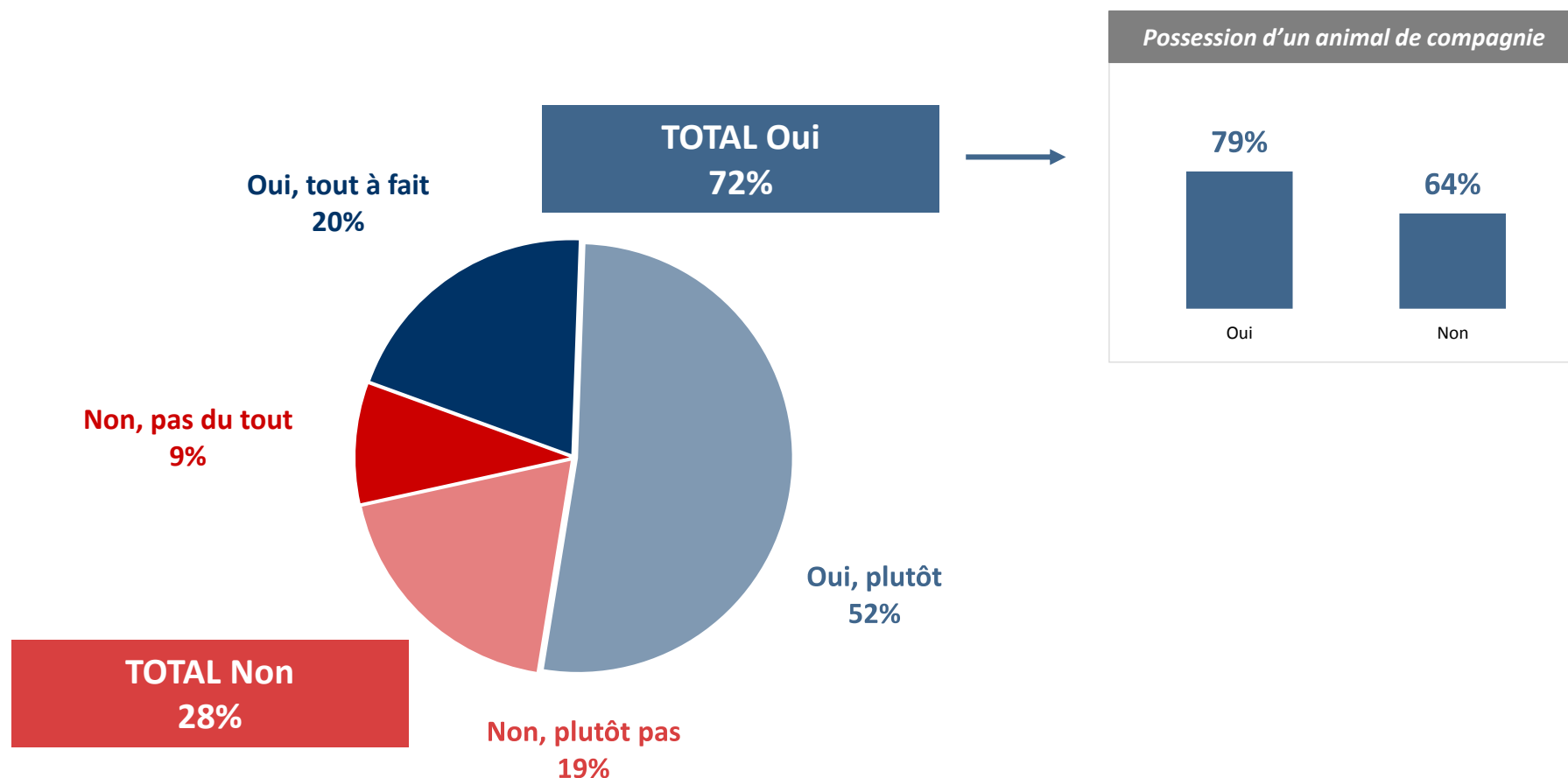


¹Sondage Ifop pour la Fondation 30 Millions d'Amis réalisé par questionnaire auto-administré en ligne du 20 au 22 décembre 2011 auprès d'un échantillon de 953 personnes inscrites sur les listes électorales, extrait d'un échantillon de 1 008 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Le souhait d'engagement des candidats sur des mesures concrètes en matière de protection animale

QUESTION : Souhaitez-vous que les différents candidats à l'élection présidentielle s'engagent sur des mesures concrètes en matière de protection animale ?

Base : Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales



3 | Les principaux enseignements



Dans une campagne pour l'élection présidentielle qui peine à démarrer et dans laquelle les électeurs ne sont pas encore pleinement entrés, l'Ifop et le collectif AnimalPolitique se sont intéressés aux attentes des Français en matière de protection animale. Il ressort de cette étude – qui reprend un certain nombre d'indicateurs déjà évalués lors de l'élection présidentielle de 2012 dans le cadre d'un partenariat entre l'Ifop et la Fondation 30 Millions d'Amis – une attention forte de la population vis-à-vis de la question animale, qui pourrait avoir un impact non négligeable sur la décision électorale en avril et mai 2017.

La sensibilité à la cause animale concerne 4 Français sur 5 et dépasse les clivages sociétaux et partisans

80% des personnes interrogées considèrent que la protection des animaux est une cause très importante ou assez importante. La proportion d'interviewés estimant qu'il s'agit d'une préoccupation « très importante » croît de son côté de 6 points par rapport à 2012 (38%).

Les débats sur la réforme du statut juridique de l'animal dans le Code civil et les différentes révélations sur les conditions de détention et les cas de maltraitance de certains animaux ont semble-t-il activé la vigilance d'un grand nombre de Français. La sensibilité à la protection des animaux est majoritaire dans l'ensemble des segments qui composent la population, chez les plus jeunes (80% des moins de 35 ans) comme chez les plus anciens (80% des 35 ans et plus, chez les plus aisés (73% des hauts revenus / catégories aisées) comme chez les plus modestes (87% des catégories pauvres). Elle ne fait pas non plus l'objet de clivages partisans, étant majoritaire parmi les électeurs de Jean-Luc Mélenchon (85%) ou de Marine Le Pen (80%), en passant par ceux de Benoît Hamon (83%), d'Emmanuel Macron (79%) et de François Fillon (77%).

La protection des animaux apparaît comme un enjeu insuffisamment pris en compte par les candidats à l'élection présidentielle

A moins de deux mois du premier tour de l'élection présidentielle, seuls 14% des Français estiment que les candidats en quête de l'accession de la Présidence du pays accordent de l'importance à la cause animale dans leurs programmes. Malgré un résultat en hausse de 6 points par rapport à 2012, le sentiment demeure très minoritairement partagé.

Les attentes de réponses de la part des différents candidats à l'élection présidentielle sont pourtant très fortes

Corollaire de la forte attention portée à cet enjeu, 39% des personnes interrogées déclarent que les propositions des candidats en matière de protection des animaux pourraient les influencer au moment de voter en avril 2017, représentant une proportion de personnes loin d'être négligeable, et en hausse de 10 points par rapport à 2012.

De surcroît, 72% des électeurs déclarent souhaiter un engagement des candidats sur des mesures concrètes en matière de protection animale. Cette attente est formulée majoritairement dans chacun des différents électorats, à 80% parmi les électeurs de Jean-Luc Mélenchon, à 75% parmi les soutiens de Benoît Hamon, à 68% parmi ceux d'Emmanuel Macron et enfin à 69% chez les partisans de François Fillon et à 74% dans les rangs des électeurs de Marine Le Pen. Au sein des possesseurs d'animaux de compagnie, le souhait de mesures concrètes est partagé parmi 79% d'entre eux.



iOS - iPhone & iPad

Android



www.ifop.com



[@ifopopinion](https://twitter.com/ifopopinion)

[Ifop Opinion](https://www.facebook.com/ifopopinion)

A propos du Groupe Ifop :

Précurseur sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing depuis 75 ans, l'Ifop est aujourd'hui l'un des leaders de son secteur. Structuré autour de 6 expertises (Opinion & Stratégies d'Entreprise, Consumer & Beauty, Services, Médias & Numérique, Santé et Luxe), l'Ifop crée de la valeur pour ses clients en sécurisant la qualité de l'information recueillie et en lui donnant du sens et de la perspective. Il les accompagne dans la définition et le pilotage de leur stratégie d'entreprise en leur fournissant une vision opérationnelle et prospective qui leur permet d'anticiper les mutations sociétales et les tendances des marchés. C'est aussi dans cet esprit pionnier que l'Ifop développe de nouvelles expertises transversales (Planning Stratégique, Grandes Enquêtes). Entreprise proche de ses clients, l'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses cinq implantations : Paris, Buenos Aires, Shanghai et Hong-Kong. Il réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros et emploie plus de 200 collaborateurs.

Présent lors de toutes les campagnes présidentielles et municipales de la Cinquième République, l'Ifop est reconnu comme un acteur majeur dans le domaine électoral et de l'analyse de l'opinion.

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...