



HAL
open science

‘C’est quand qu’on va où ?’ Indécision et moment du choix de vote en 2022

François Briatte, Camille Kelbel

► To cite this version:

François Briatte, Camille Kelbel. ‘C’est quand qu’on va où ?’ Indécision et moment du choix de vote en 2022. Citoyens et partis après 2022. Éloignement, fragmentation, Presses Universitaires de France, pp.285-302, 2024, 978-2-13-086702-9. ⟨halshs-04580725⟩

HAL Id: halshs-04580725

<https://hal.science/halshs-04580725v1>

Submitted on 23 May 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire HAL, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

« C'est quand qu'on va où ? » : Indécision et moment du choix de vote au cours de la présidentielle 2022

Introduction

La séquence électorale de 2022 a donné à voir un certain paradoxe en ce que si les qualifiés du second tour semblent avoir été connus des mois voire des années à l'avance, les électeurs, eux, n'ont semble-t-il jamais été aussi indécis. Principal marqueur comportemental de cette indécision, le moment auquel les électeurs arrêtent ce qui sera leur choix de vote serait de plus en plus tardif, en France comme ailleurs (Dalton *et al.* 2000, Cautrès et Jadot 2007, Irwin et Van Holsteyn 2008, Dupoirier et Frogner 2009, Schmitt-Beck 2009). Il va par ailleurs sans dire que l'indécision a pour corollaire la volatilité électorale, voire même la préfigure ; se décider tard, c'est avant tout avoir des préférences politiques incertaines et potentiellement mouvantes. Dès lors, toute tentative de délinéation des reconfigurations de l'espace politique et de ses logiques ne peut faire l'impasse sur la compréhension du phénomène du moment du choix électoral.

La nécessaire prise en compte de la temporalité des choix électoraux a été maintes fois soulignée par la littérature (voir par exemple Fournier *et al.* 2004, Cautrès et Muxel 2009, Blumenstiel et Plischke 2015). Au niveau individuel, celui des électeurs, deux pistes parallèles s'offrent à l'analyse. La première, contextuelle, interroge les reports de voix et donc les effets supposés de la campagne. La seconde, ayant davantage trait à la sociologie électorale, se propose, sous couvert des modèles explicatifs du vote, de questionner le profil des électeurs selon le stade de la campagne à laquelle ils ont arrêté leur choix de vote.

Ce chapitre propose d'explorer ces deux pistes en utilisant les données issues de l'enquête post-électorale PEOPLE 2022, menée auprès d'un échantillon représentatif d'électeurs français quelques jours après le second tour des élections présidentielles de 2022¹. Cette enquête nous permettra, dans un premier temps, de distinguer plusieurs groupes d'électeurs en fonction du moment où ils ont arrêté leur choix de vote, et dans un second, de modéliser le moment du choix de vote en fonction des caractéristiques socio-économiques et politiques des électeurs.

Revue de littérature

Tout l'intérêt des campagnes électorales reposant précisément sur l'idée que les choix des électeurs peuvent évoluer au cours de celles-ci, comprendre les attitudes, prédispositions et émotions qui façonnent cette hésitation ouvre des perspectives intéressantes pour saisir les dynamiques

¹ L'enquête post-électorale PEOPLE2022 (« Pratiques Électorales et OPinions Lors des Élections de 2022 ») a été réalisée par Dynata France auprès d'un échantillon de 1 978 individus âgés de 18 ans et plus, inscrits sur les listes électorales et résidents en France métropolitaine. L'échantillon, constitué selon la méthode des quotas, a été interrogé en ligne. Tous les résultats exposés ici utilisent une pondération de l'échantillon selon l'âge, le sexe, le niveau de diplôme, la catégorie socio-professionnelle et le vote au premier tour de l'élection présidentielle de 2022. [\[renvoi vers notice en fin d'ouvrage\]](#)

électorales. Si assez clairement, les systèmes électoraux et les logiques de vote différenciées qui en découlent constituent un point de départ intéressant (l'hésitation stratégique ne pouvant exister que dans les systèmes majoritaires), force est de constater que d'autres facteurs explicatifs davantage structurels ou conjoncturels (liés notamment à l'offre politique) ne sont pas pour autant à négliger. Notons au passage qu'il existe en fait deux grands types d'indécision: une hésitation sur le choix d'un(e) candidat(e) parmi plusieurs, mais également une difficulté de choisir entre voter et ne pas voter, ou voter blanc ou nul (Schmitt-Beck 2009). A cet égard, le moment du choix peut bien être celui de ne pas se déplacer ou de voter blanc ou nul (voire de ne pas s'inscrire si il intervient suffisamment tôt).

L'effet des campagnes électorales dans la décision de vote, et donc du temps court, du contexte particulier de l'élection reste sujet à caution. Tout au plus peut-on affirmer que les électeurs se décidant tardivement peuvent davantage faire entrer les événements et messages de campagne dans l'équation de leurs choix électoraux. Cela n'est pas sans rappeler par ailleurs les études précurseuses en sociologie électorale, lesquelles avaient, dès les années 1950, mis en exergue que les campagnes jouaient plutôt en faveur d'une consolidation des choix que d'un changement de ce choix (voir à ce sujet les travaux de l'école de Columbia : Berelson *et al.* 1954, Lazarsfeld *et al.* 1948), soulignant toutefois leur impact potentiel sur un ralliement en faveur du parti ou candidat choisi au préalable (Lazarsfeld *et al.* 1948, p. 87). Cette « activation des préférences » (Vitiello 2018) aurait toutefois l'intérêt de conduire au vote plutôt qu'à l'abstention.

Au niveau individuel, le processus du choix de vote et de sa temporalité est réputé s'inscrire dans la dichotomie traditionnelle entre « électeur stratège » et « électeur sincère ». Il y aurait d'un côté, tout un pan de l'électorat votant « avec leur cœur », attaché à un parti ou un programme, et qui n'aurait guère besoin de la campagne pour arrêter sa décision, et de l'autre, des stratèges qui se décideraient logiquement beaucoup plus tardivement puisque basant leur choix sur les chances effectives des différents candidats - et donc sur les décisions supposées davantage précoces, des autres électeurs (Irwin et van Holsteyn 2008, Blumenstiel et Plischke 2015, Willocq 2019).

Le contexte de l'élection présidentielle française permet d'interroger ces dynamiques dans la mesure où le « vote utile » y est réputé particulièrement prégnant (Weber 2012, Allison et Brisset 2014), ce qui n'est bien sûr pas sans lien avec le système électoral majoritaire qui y prévaut (Frognier et Dupoirier 2009). Dans la mesure où seuls deux candidats - et historiquement, seul un candidat de chacun des deux blocs - peuvent se qualifier pour le second tour, l'électorat des « petits » candidats se délite en faveur des plus grands au fur et à mesure que leur « petitesse » est avérée. Autrement dit, la campagne révèle quels candidats auront une chance effective d'accéder au second tour, les électeurs se détournant alors des autres pour se rallier au vainqueur pressenti de leur camp, même si celui-ci n'est pas leur premier choix. S'il est indéniable que la tripartition de la vie politique française (Grunberg et Schweisguth 1997, Gougou et Labouret 2013) complexifie ce choix, elle pose surtout la question du « vote utile » sous un angle nouveau.

Pour autant, si le choix de vote relève d'un processus de prise de décision, celui-ci ne peut se départir des trajectoires individuelles des électeurs et du poids des variables dites « lourdes » (Cautrès et Muxel 2009). Concernant les attitudes, deux profils pourtant opposés peuvent mener à une forte indécision et partant, à un choix tardif : d'une part des électeurs très politisés, versant

du fait de leur bonnes connaissances des enjeux dans des comportements stratégiques, et d'autre part, des électeurs plus « dilettantes », méfiants, voire même « hors du jeu » de la politique (Muxel 2007). En effet, des électeurs dits peu « sophistiqués » (manière dont on désigne parfois les répondants peu compétents et avec peu d'intérêt pour la politique) peuvent avoir du mal à identifier les tenants et aboutissants de l'offre électorale (Cautrès et Jadot 2007, Willocq 2019), et partant, du mal à se décider rapidement.

Il reste toutefois généralement admis que des électeurs davantage intéressés par la politique, et qui appartiendraient donc potentiellement à la première catégorie de « décideurs tardifs », ont des préférences politiques davantage ancrées, les amenant à se décider rapidement. De manière extrême, les membres ou sympathisants de partis politiques sont par exemple à même de se décider même avant le début de la campagne ou indépendamment du candidat de leur camp. Bien d'autres facteurs sont également à même d'expliquer le moment auquel un électeur, pris à titre individuel, effectue son choix. Au-delà des variables socio-démographiques et des attitudes politiques, le profil de l'électeur indécis se dessine également autour du contexte particulier qui prévaut lors d'un scrutin. Ainsi, des élections annoncées comme très serrées pourront être facteurs d'indécision.

Enfin, pour tenter de cerner l'indécision qui s'exprime dans le moment du choix de vote, encore faut-il s'entendre sur sa définition. La plupart des études sur le moment du choix s'accordent pour distinguer trois ou quatre moments schématiques auquel le choix de vote peut s'effectuer : avant le début de la campagne, c'est-à-dire plusieurs mois avant l'élection ; au cours de la campagne ; et dans les derniers jours avant le scrutin, voire même dans l'isoloir. Nous reprenons cette schématisation temporelle ci-dessous.

Le moment du choix de vote en 2022

Si l'on en vient désormais à l'étude des résultats de l'enquête PEOPLE 2022, on peut y distinguer, sur la base des réponses apportées à l'une des questions de l'enquête, trois types d'électeurs en fonction de leur moment du choix de vote :

- Un premier groupe conséquent d'électeurs (40,6 %) y rapporte avoir effectué son choix de manière « **précoce** », plus de deux mois avant le scrutin, soit avant même le début de la campagne électorale. Inversement, le reste des électeurs étaient encore indécis quant à leur vote en début de campagne.
- Viennent ensuite ceux s'étant décidés entre un et deux mois avant le premier tour (11,7 %), puis ceux l'ayant fait entre une semaine et un mois avant (15,0 %). Ces électeurs, dont le moment du choix de vote coïncide avec la **campagne** électorale, représentent environ un électeur sur quatre.
- Enfin, le reste des électeurs s'est décidé au cours de la dernière semaine avant l'élection (14,4 %), voire le jour même du premier tour du scrutin présidentiel (18,2 %). Ce dernier tiers d'électeurs forme le groupe des décideurs les plus « **tardifs** » dans notre tripartition.

Tableau 1. Moment du choix de vote au premier tour de l'élection présidentielle 2022

	Moment de choix de vote tardif		Choix pendant la campagne		Choix précoce	Total
	Jour du 1 ^{er} tour	Moins d'une semaine avant	Entre une semaine et un mois avant	Entre un et deux mois avant	Plus de deux mois avant	
Ensemble des enquêtés	18.2	14.4	15.0	11.7	40.6	100

Enquête PEOPLE 2022, question Q9 ; N = 1 740.

À qui bénéficie la décision tardive ?

Le Tableau 2 décline les trois profils d'électeurs identifiés ci-dessus en fonction de leur vote au premier tour. Ce niveau de détail permet d'observer que les électeurs de Marine Le Pen et d'Eric Zemmour se sont décidés de manière très précoce, plus de 50 % (53,2 %) l'ayant fait avant même le début de la campagne, ce qui bat quelque peu en brèche l'idée d'électeurs hésitant entre ces deux candidats et se décidant tardivement en faveur de l'un ou l'autre. Emmanuel Macron est dans une situation comparable sur ce point, plus de la moitié (52,2 %) de ses électeurs ayant également choisi de voter pour lui avant même le début de la campagne.

Tableau 2. Moment du choix de vote selon le candidat retenu (premier tour)

	Moment du choix			Total
	Tardif (0-7 jours)	Campagne (7-60 jours)	Précoce (> 60 jours)	
Macron	24.6	23.1	52.2	100
Le Pen	29.8	18.4	51.8	100
Zemmour	14.6	32.2	53.2	100
Mélenchon	38.3	37.1	24.6	100
Pécresse	28.0	36.2	35.8	100
Blanc/Nul	61.7	16.6	21.7	100
Autres	49.0	27.5	23.5	100
<u>Ensemble</u>	<u>32.7</u>	<u>26.7</u>	<u>40.6</u>	100

Enquête PEOPLE 2022, questions Q8 et Q9 ; $N = 1\,740$. Pourcentages en lignes. Exemple de lecture : seuls 14,6 % des électeurs d'Éric Zemmour ont choisi de voter pour lui dans les sept jours précédant l'élection, alors que 32,7 % de l'ensemble des électeurs ont décidé de leur vote à ce moment. La catégorie « Autres » contient tous les candidats pour lequel le nombre d'observations dans l'enquête est faible voire très faible.

Les électeurs des autres candidats affichent un profil bien distinct : plus du tiers de ceux ayant voté pour Jean-Luc Mélenchon ou Valérie Pécresse (37,1 % et 36,2 % respectivement) déclarent en effet avoir décidé de leur vote pendant la campagne, contre 26,7 % pour l'ensemble de l'échantillon. Enfin, les électeurs des autres candidats, ainsi que ceux ayant voté blanc ou nul, ont été beaucoup plus nombreux à ne décider de leur vote qu'à quelques jours du scrutin (49 % et 61,7 % respectivement), même s'il est intéressant d'observer qu'un vote blanc ou nul sur cinq (21,7 %) est issu d'une décision de long terme, effectuée avant même le début de la campagne électorale².

² Cette observation est à tempérer par le faible nombre d'observations ($N = 84$) représentant cette catégorie d'électeurs dans l'enquête. Sur les usages du vote blanc et nul, voir : Moualek (2017).

Si l'on observe, enfin, le vote en fonction du moment du choix de vote (Tableau 3), la surreprésentation du vote pour Emmanuel Macron (34,7 %, contre 27 % dans l'ensemble de l'échantillon) et Marine Le Pen (29,4 %, contre 23,1 % dans l'ensemble de l'échantillon) parmi les électeurs s'étant décidé de manière très précoce apparaît à nouveau clairement, ce qui témoigne de l'ancrage électoral de ces candidats³. À l'inverse, Jean-Luc Mélenchon est le candidat ayant le plus bénéficié de la période de campagne, et tout particulièrement de sa dernière ligne droite : près d'un quart (24,6 %) des électeurs s'étant décidés la dernière semaine, et surtout près de 30 % (29,1 %) de ceux et celles s'étant décidé entre une semaine et un mois avant le scrutin, l'ont fait en sa faveur.

Tableau 3. Vote au premier tour selon le moment du choix de vote

	Macron	Le Pen	Zem-mour	Mélen-chon	Pécre-ss-e	Blanc/N-ul	Autres	Total
Tardif (0-7 jours)	20.3	21.1	3.1	24.6	4.0	4.5	22.4	100
Campagne (7-60 jours)	23.4	15.9	8.4	29.1	6.4	1.5	15.3	100
Précoce (> 60 jours)	34.7	29.4	9.1	12.7	4.1	1.3	8.6	100
Ensemble	<u>27.0</u>	<u>23.1</u>	<u>7.0</u>	<u>21.0</u>	<u>4.7</u>	<u>2.4</u>	<u>14.9</u>	100

Enquête PEOPLE 2022, questions Q8 et Q9 ; N = 1 740. Pourcentages en lignes. Exemple de lecture : 34,7 % des électeurs ayant décidé de leur vote « précocément » (plus de deux mois avant l'élection) ont voté pour Emmanuel Macron, contre 27,0 % pour l'ensemble des électeurs.

Qui se décide quand ?

Il apparaît clairement que tandis que certains candidats bénéficient d'un ancrage électoral fort, pour d'autres, c'est la campagne qui leur a permis d'engranger les voix. Toutefois, si le moment du choix électoral et le degré d'incertitude de ce choix varient en fonction des électorats, ils ne nous disent rien, ou presque, de la sociologie des électeurs.

Pour explorer cet aspect de la question, la stratégie retenue dans la suite de notre analyse consiste à estimer deux modèles statistiques dont la forme fonctionnelle est celle d'une régression logistique multinomiale⁴. Ces modèles sont couramment utilisés pour modéliser le choix du vote

³ Un résultat similaire apparaît par ailleurs dans l'enquête Harris Interactive x Toluna du 10 avril 2022 ; cf. https://harris-interactive.fr/opinion_polls/presidentielle-2022-1er-tour-sondage-jour-du-vote/.

⁴ Par définition, ces modèles produisent des résultats sous la forme de variations marginales de probabilités assignées à chaque variable (ou prédicteur). De plus, la plupart des variables utilisées dans ces modèles requièrent l'utilisation d'une « modalité de référence » : les hommes *par rapport* aux femmes, par exemple.

pour un(e) candidat(e) *plutôt qu'un(e) autre* : par exemple, Emmanuel Macron *plutôt que* Marine Le Pen. Dans le cas présent, ces modèles serviront à modéliser le moment du choix de vote :

- Le premier modèle, « Tardif », modélise la probabilité moyenne, au sein de l'échantillon, d'avoir effectué un choix de vote tardif *plutôt que* précocement (soit, pour rappel, avant la campagne électorale, deux mois ou plus avant l'élection).
- Le second modèle, « Campagne », modélise quant à lui la probabilité moyenne d'avoir effectué un choix de vote lors de la campagne *plutôt que* précocement.

Les prédicteurs figurant dans nos deux modèles renvoient, pour partie d'entre eux, aux caractéristiques socio-économiques des électeurs : nous avons ainsi inclus le genre (modalité de référence : hommes), le groupe d'âge (modalité de référence : 18-25 ans), la taille de l'agglomération de résidence (modalité de référence : moins de 2 000 habitants), le niveau de diplôme (modalité de référence : baccalauréat), le statut professionnel (modalité de référence : salariés du secteur privé), et enfin le revenu subjectif⁵ des électeurs.

D'autre part, nos modèles incluent également des variables se rapportant à la socialisation et à l'orientation politique des électeurs, lesquelles sont également susceptibles d'affecter le moment du choix de vote. Ces facteurs mesurent l'intérêt pour la politique en général et pour la campagne électorale en particulier⁶, l'orientation politique à partir du placement sur une échelle gauche-droite⁷, et enfin le vote au premier tour de l'élection présidentielle de 2022⁸. Cette dernière variable étant susceptible d'être sur-déterminante du fait de sa forte association au moment du choix de vote (*cf.* tableaux de la section précédente), on a estimé chaque modèle avec et sans ce prédicteur.

En conséquence, dans ces modèles, une variation positive sur la variable « sexe » désignera une probabilité plus élevée chez les femmes que chez les hommes à avoir effectué un choix de vote tardif (pour le premier modèle) ou pendant la campagne (pour le second), « toutes choses égales par ailleurs », c'est-à-dire indépendamment des autres prédicteurs inclus dans le modèle.

⁵ Le revenu subjectif est une mesure indirecte du niveau d'aisance financière des électeurs, produite sur une échelle allant de 1 (« j'arrive à mettre de l'argent de côté »), à 3 (« je n'arrive pas à m'en sortir »). La modalité de référence utilisée est la 2 (« je boucle tout juste mon budget »).

⁶ Cet indicateur est le produit de plusieurs variables mesurant l'intérêt général pour la politique ainsi que le suivi de la campagne électorale à travers différents moyens (médias, réseaux sociaux). La fiabilité de cet indicateur a été vérifiée au moyen du coefficient de Cronbach ($\alpha = 0,82$).

⁷ La question mesurant cette variable laissait la possibilité aux répondants de ne pas se placer sur cette échelle, soit en refusant de le faire (« Ni-Ni », 19 % des réponses), soit en déclarant ne pas savoir (« NSP », 10 % des réponses). La modalité de référence est le placement au centre.

⁸ Cette variable est limitée au vote pour quatre candidats pour lesquels on dispose d'un nombre suffisant d'observations (Emmanuel Macron, Marine Le Pen, Jean-Luc Mélenchon et Valérie Pécresse), le vote pour les autres candidats étant agrégé dans la catégorie « Autres » ; on inclut également le vote blanc ou nul. La modalité de référence est le vote pour Emmanuel Macron. Les tests de robustesse des modèles, en annexe, ne montrent aucune variation dans les résultats selon que l'on rajoute à cette liste Éric Zemmour et/ou Yannick Jadot, ou bien que l'on retire les électeurs ayant choisi de voter blanc ou nul.

Le Graphique 1, qui reprend les résultats de nos modèles, permet de formuler les observations suivantes en ce qui concerne les différences de moment du choix de vote :

Tout d'abord, en rapport aux caractéristiques socio-économiques des électeurs, notre étude tend à montrer que les femmes se décident plus tardivement que les hommes. Peu d'études ont conclu à une différence à cet égard, mais celles qui l'ont fait ont davantage souligné un vote tardif des femmes (Cautrès et Jadot 2007 ; Dupoirier et Frognier 2009). De manière davantage probante, l'âge est un facteur important dans le moment du choix de vote : toutes choses égales par ailleurs, la probabilité d'avoir effectué un vote tardif diminue après 45 ans, et diminue fortement chez les 65 ans et plus. Sur ce point aussi, nos résultats recourent les études précédentes ayant conclu à un choix de vote plus tardif chez les électeurs jeunes (Cautrès et Jadot 2007, Dupoirier et Frognier 2009, Fournier et al. 2004). Enfin, les chômeurs se décident davantage tardivement, ce qui corrobore l'idée que ces derniers échappent aux schémas de socialisation politique disponibles dans l'environnement professionnel, et qui permettent de « fixer » le choix de vote en amont de l'élection⁹. À l'inverse, les électeurs issus de certaines catégories socio-professionnelles (indépendants et salariés du public) semblent avoir été marginalement plus enclins à effectuer leur choix de vote pendant la campagne électorale plutôt qu'avant celle-ci.

Cette première série de résultats renvoie à certains « fondamentaux » du comportement électoral : le genre, et surtout l'âge, influent fortement sur le moment du choix de vote, les femmes et les jeunes décidant de ce choix plus tardivement, de même que les individus se situant à l'extérieur du marché du travail. Ces comportements ne sont ni nouveaux, ni limités au seul moment de la décision électorale : ils renvoient, dans leur ensemble, aux inégalités de socialisation politique qui structurent l'activité politique des individus en général.

Toutefois, ces résultats sont à associer à ceux que produisent nos modèles en fonction, cette fois-ci, des attitudes politiques des électeurs. Nos modèles du choix de vote tardif font clairement apparaître l'effet de l'intérêt pour la politique (et pour la campagne électorale) sur le choix de vote : lorsque celui-ci est faible ou très faible, la probabilité d'un choix de vote tardif augmente nettement, ce qui revient à observer que les électeurs se décidant tardivement figurent parmi les électeurs les plus faiblement politisés, indépendamment de leurs autres caractéristiques¹⁰.

Les électeurs ne sont toutefois pas tous égaux dans cet ordre des choses : l'orientation politique est fortement susceptible d'influer sur le moment du choix de vote. En effet, toutes choses égales par ailleurs, la probabilité d'un choix de vote tardif est nettement plus faible chez les électeurs se situant à droite et à l'extrême-droite, semblant indiquer un ancrage partisan important de ces catégories d'électeurs, et la probabilité d'un choix de vote lors de la campagne est plus forte chez

⁹ Ce résultat recoupe celui observé au niveau de l'aisance financière : toutes choses égales par ailleurs, un budget élevé diminue la probabilité d'avoir effectué un choix de vote tardif. Ce résultat est toutefois peu probant, dans la mesure où la direction de l'effet estimé pour les budgets faibles est identique, bien que non statistiquement significative.

¹⁰ Ce résultat permet par conséquent de rejeter l'hypothèse d'un choix de vote tardif qui serait motivé par une plus *grande* attention à l'offre électorale et aux différents événements de la campagne. Rien, dans nos résultats, ne pointe vers l'existence d'électeurs « hyper-attentifs », et aussi potentiellement « hyper-volatils », de ce type.

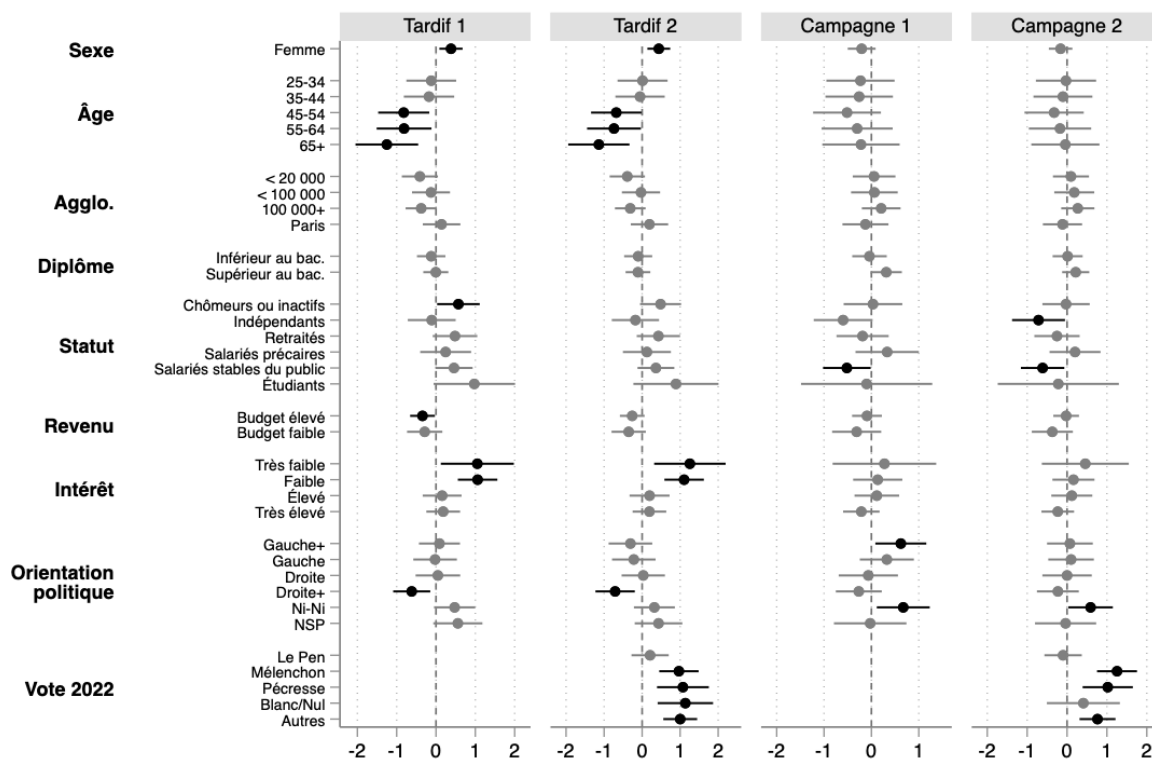
les électeurs se situant le plus à gauche, ou hors de l'échelle idéologique gauche-droite (« Ni-Ni »).

Enfin, lorsque l'on inclut le choix de vote dans les modèles (Graphique n°1, colonnes « Tardif 2 » et « Campagne 2»), on s'aperçoit qu'à part le vote en faveur de Marine Le Pen, tous les autres choix de vote sont significativement associés à un choix davantage tardif que celui pour le président sortant, Emmanuel Macron. Ce résultat, de même que le précédent, montre l'effet crucial de l'offre électorale sur le moment du choix de vote : dans l'ensemble, et indépendamment du reste de leurs caractéristiques, les électeurs ayant choisi de voter dès le premier tour pour les candidats les plus à même de figurer au second ont décidé de leur vote plus tôt que le reste de l'électorat¹¹. Dans ce contexte, le vote pour Jean-Luc Mélenchon est bien un vote éminemment stratégique.

Cette seconde série de résultats montre que les clientèles électorales des candidats qui avaient le plus de chances d'accéder au second tour de l'élection leur étaient plus souvent acquises avant même le début de la campagne ; l'intérêt stratégique de mener campagne pour ces candidats était conséquemment plus faible, ce qui s'est effectivement illustré dans les semaines précédant l'élection présidentielle de 2022. L'indécision quant au choix de vote, et son reflet dans le moment du choix de vote, était plus importante pour le reste de l'offre électorale.

¹¹ Inversement, il est logique d'observer que le choix de vote blanc ou nul est prédictif d'un choix de vote survenu tardivement, notamment si l'on pose l'hypothèse que ce vote est en large partie déterminé par une plus faible politisation ; voir, à nouveau, Moualek (2017).

Graphique 1. Modélisation du moment du choix du vote (tardif ou pendant la campagne)



Les modèles « Tardif 1 » et « Tardif 2 » estiment la probabilité d’avoir effectué un choix de vote tardif plutôt que précoce (avant la campagne électorale), et les modèles « Campagne 1 » et « Campagne 2 » estiment la probabilité d’avoir effectué un choix de vote pendant la campagne électorale plutôt qu’avant la campagne. Les coefficients, qui mesurent les variations marginales de ces probabilités sur une échelle logarithmique, correspondent aux résultats de régressions multinomiales pondérées sur $N = 1\,719$ observations. Les coefficients statistiquement significatifs à $p < 0.05$ apparaissent en noir, les autres en gris, de même que leurs intervalles de confiance à 95 %. Voir le texte pour la construction des variables, le choix des modalités de référence, et la lecture des effets observés.

Conclusion

L’analyse du moment du choix de vote permet de tirer des conclusions sur l’importance relative de la campagne pour les différents profils de candidats à l’élection présidentielle. En effet, lorsque la campagne commence, les dés sont déjà largement jetés pour les candidats les plus susceptibles d’accéder au second tour. La demande électorale apparaît moins consolidée à l’avance pour les autres candidats, ce qui permet à la campagne de conserver son importance, mais ces candidats ne sont pas pour autant tous égaux dans cette période, du fait de la taille, de l’ancienneté et de la réception médiatique très différentes des différents appareils partisans qui s’y expriment.

Ces résultats, qui demandent à être étoffés par de plus amples recherches et par un support empirique plus étendu que la seule enquête utilisée ici, ont été également observés dans d'autres contextes électoraux. La vie politique française, ses candidats et ses électeurs ne font pas ici exception : l'hésitation sur le choix de vote, ou à l'inverse, l'anticipation de ce choix bien avant la campagne électorale, sont des phénomènes bien étudiés et persistants à travers le temps et les configurations politiques.

Ces résultats sont enfin à mettre en rapport aux analyses qui cherchent à exprimer la compétition politique en France sous la forme d'axes fortement structurants (*cf.* en particulier Gougou et Persico 2017). Ces axes renvoient à des lignes de fracture idéologiques, mais aussi institutionnelles et comportementales, comme l'illustre le moment du choix de vote et la segmentation en différents profils qu'il permet d'opérer parmi les électeurs. Ces comportements restent ancrés dans des profils socio-démographiques et socio-économiques bien connus (Haute *et al.* 2023), et qui restent entièrement pertinents pour l'analyse de l'ensemble du comportement électoral [[renvois vers chapitres jeunesse et genre](#)].

En corollaire, se pose nécessairement la question de la fermeté de la décision: à partir de quand une décision, *a fortiori* précoce, peut-elle être considérée comme définitive ? La plupart des sondages pré-électoraux s'attachent désormais à interroger l'électeur sur le degré de fermeté de sa décision, alors même qu'historiquement on demandait « si l'élection avait lieu aujourd'hui... », formulation qui niait le degré d'indécision.

Annexe

Les résultats intégraux des modèles documentés dans ce texte, ainsi que le code permettant de les reproduire, sont disponibles à l'adresse suivante : [[lien vers le dépôt HAL-SHS du preprint du texte, avec annexe et code Stata de répliation](#)].

Références

Allisson, François et Brisset, Nicolas. 2014. « Une approche stratégique du vote », *Revue économique*, vol. 65, n°3, p. 681-686.

Berelson, Bernard R., Lazarsfeld, Paul F. et McPhee William, N. 1954. *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago: University of Chicago Press.

Blumenstiel, Jan Eric et Plischke, Thomas. 2015. « Changing Motivations, Time of the Voting Decision, and Short-Term Volatility—The Dynamics of Voter Heterogeneity », *Electoral Studies*, vol. 37, n°1, p.28-40.

Cattelani, Patrizia et Alberici, Augusta I. 2012. « Does the Candidate Matter? Comparing the Voting Choice of Early and Late Deciders », *Political Psychology*, vol. 33, n°5, p. 619-634.

Cautrès, Bruno et Jadot, Anne. 2007. « L'(in)décision électorale et la temporalité du vote. Le moment du choix pour le premier tour de l'élection présidentielle 2007 », *Revue française de science politique* vol. 57, n°3-4, p. 293-314.

- Cautrès, Bruno et Muxel, Anne. 2009. « Le processus de la décision électorale », in Cautrès, Bruno et Muxel, Anne (dir.), *Comment les électeurs font-ils leur choix ? Le Panel électoral français 2007*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 27-43.
- Chaffee, Steven H. et Choe, Sun Yuel. 1980. « Time of Decision and Media Use During the Ford-Carter Campaign », *Public Opinion Quarterly* vol. 44, n°1, p. 53-69.
- Chaffee, Steven H. et Rimal, Rajiv N. 1996. « Time of Vote Decision and Openness to Persuasion », in Mutz, Diana, Sniderman, Paul et Brody, Richard (eds) *Political Persuasion and Attitude Change*, Ann Arbor, The University of Michigan Press, p. 267-291.
- Dalton, Russell J., McAllister, Ian et Wattenberg, Martin P. 2000. « The Consequences of Partisan Dealignment », in Russell J. Dalton et Wattenberg, Martin P. (dir.), *Parties Without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*, Oxford, Oxford University Press, p. 37-59.
- Dupoirier, Elisabeth et Frogner, André-Paul. 2009. « Les temporalités de la décision électorale. Approche comparée de la France et de la Belgique (Wallonie) », *Revue française de science politique*, vol. 59, n°3, p. 507-533.
- Fournier, Patrick *et al.*. 2004. « Time-of-Voting Decision and Susceptibility to Campaign Effects », *Electoral Studies*, vol. 23, n°4, p. 661-681.
- Gougou, Florent et Labouret, Simon. 2013. « La fin de la tripartition ? Les recompositions de la droite et la transformation du système partisan », *Revue française de science politique*, vol. 63, n°2, p. 279-302.
- Gougou, Florent et Persico, Simon. 2017. « A New Party System in the Making? The 2017 French Presidential Election », *French Politics*, vol. 15, n°3, p. 303-321.
- Grunberg, Gérard et Schweisguth, Étienne. 1997. « Vers une tripartition de l'espace politique », in Daniel Boy, Nonna Mayer (dir.), *L'électeur a ses raisons*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 179-218.
- Haute, Tristan *et al.* 2023. « Saisir les “variables lourdes” des votes et les effets de voisinage : retours sur une enquête à la sortie des urnes à Roubaix », *Revue française de science politique*, à paraître.
- Irwin, Galen A. et Van Holsteyn, Joop J. M. 2008. « What are they Waiting for? Strategic Information for Late Deciding Voters », *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 20, n°4, p. 483-493.
- Lazarsfeld, Paul F., Berelson, Bernard R, et Gaudet, Hazel. 1948. *The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Moualek, Jérémie. 2017. « Des voix (vraiment) pas comme les autres ? Les usages pluriels du vote blanc et nul ». *Revue française de science politique*, vol. 67, n°6, p.1153-1166.

Muxel, Anne. 2007. « L'abstention : déficit démocratique ou vitalité politique ? », *Pouvoirs*, n°120, p. 43-55.

Schmitt-Beck, Rüdiger. 2009. « Better Late Than Never: Campaign Deciders at the 2005 German Parliamentary Election ». Communication à la 5e ECPR General Conference, Potsdam, 10-12 septembre.

Vitiello, Thomas. 2018. *Peeking on the Campaign: Online Voting Advice Applications: Challenges and Prospects for Electoral Studies in the Digital Era*. Thèse, Institut d'études politiques de Paris - Sciences Po.

Weber, Louis. 2012. « Présidentielle 2012 : bipolarisation et vote utile », *Savoir/Agir*, vol. 19, n°1, p. 93-98.

Willocq, Simon. 2019. « Explaining Time of Vote Decision: The Socio-Structural, Attitudinal, and Contextual Determinants of Late Deciding », *Political Studies Review*, vol.17, n°1, p. 53-64.