



15 MARS 2018

L'ÉMISSION POLITIQUE
INVITÉ : GÉRALD DARMANIN

Quel regard portent les Français ayant regardé l'émission sur l'intervention de Gérald Darmanin ?

Préparé pour France Télévisions

Par Brice Teinturier et Jean-François Doridot

brice.teinturier@ipsos.com

jean-francois.doridot@ipsos.com

FICHE TECHNIQUE

ÉCHANTILLON

1007 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, ayant regardé l'émission.

DATE DE TERRAIN

Le **15** mars 2018.

MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos.

Méthode des quotas : sexe, âge, profession de la personne interrogée, catégorie d'agglomération, région.



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». *Ce rapport a été relu par Jean-François Doridot, Directeur général (Ipsos Public Affairs).*



L'INVITÉ : GÉRALD DARMANIN

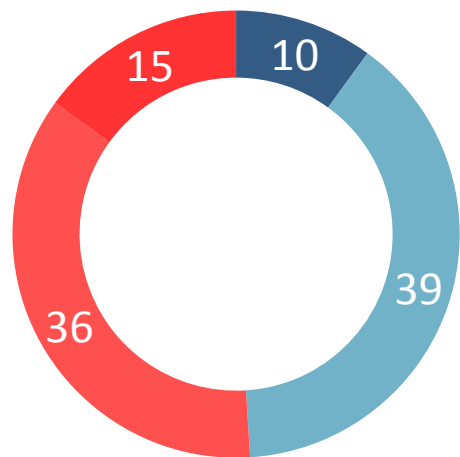
GAME CHANGERS



Gérald Darmanin a-t-il été convaincant ?

RÉSULTATS D'ENSEMBLE

- Très convaincant
- Plutôt convaincant
- Plutôt pas convaincant
- Pas du tout convaincant



CONVAINCANT

49%

PAS CONVAINCANT

51%



SELON LA PROXIMITÉ POLITIQUE



CONVAINCANT



La France
insoumise

32%



PS
SOCIAL-ÉCOLOGIE

54%

LA RÉPUBLIQUE
En Marche !

74%

les
IR
Républicains

48%



Front
National

34%



QUESTION D'ACTUALITÉ

GAME CHANGERS



Les bénéficiaires de l'action du gouvernement

RÉSULTATS D'ENSEMBLE

Aux catégories populaires

6%

Aux classes moyennes

10%

Aux catégories aisées

71%

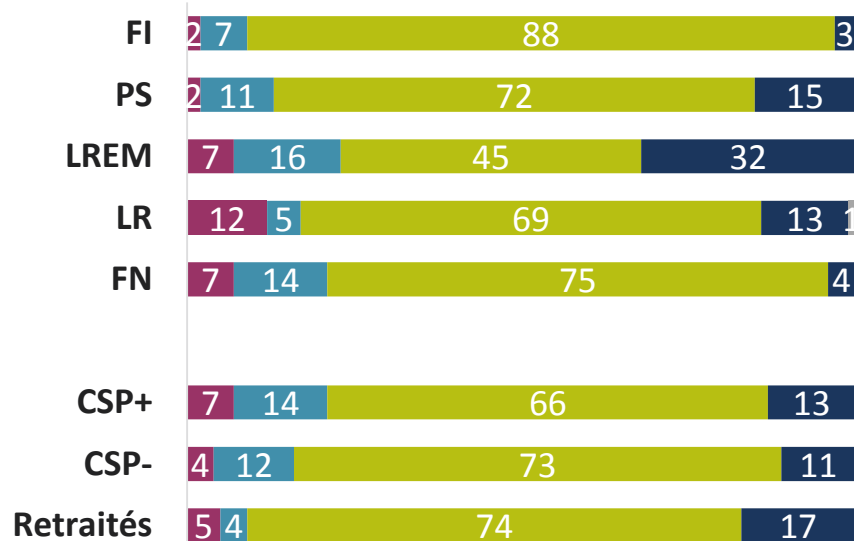
À l'ensemble des Français

13%

Ne se prononce pas 0%

SELON LA PROXIMITÉ POLITIQUE ET LA CSP

■ Aux catégories populaires ■ Aux classes moyennes
■ Aux catégories aisées ■ À l'ensemble des Français
■ (Nsp)



L'impact de la politique du Gouvernement sur l'augmentation du pouvoir d'achat des Français

RÉSULTATS D'ENSEMBLE

« ...augmenter le pouvoir d'achat des français »



PLUTÔT DANS LE BON SENS

33%

PLUTÔT DANS LE MAUVAIS SENS

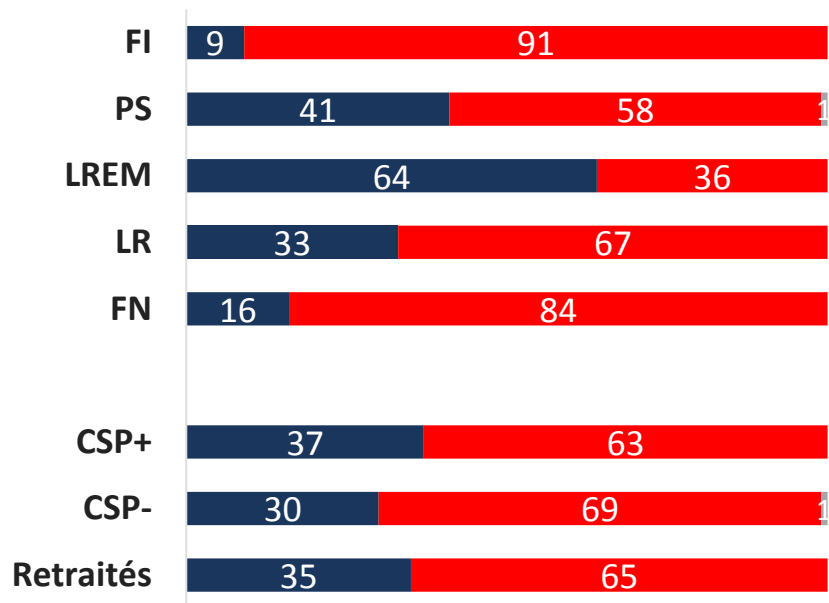
67%



Ne se prononce pas 0%

SELON LA PROXIMITÉ POLITIQUE ET LA CSP

■ Plutôt dans le bon sens ■ Plutôt dans le mauvais sens ■ (Nsp)



L'impact de la politique du Gouvernement sur l'amélioration des services publics

RÉSULTATS D'ENSEMBLE

« ... améliorer les services publics »



PLUTÔT DANS LE BON SENS

43%

PLUTÔT DANS LE MAUVAIS SENS

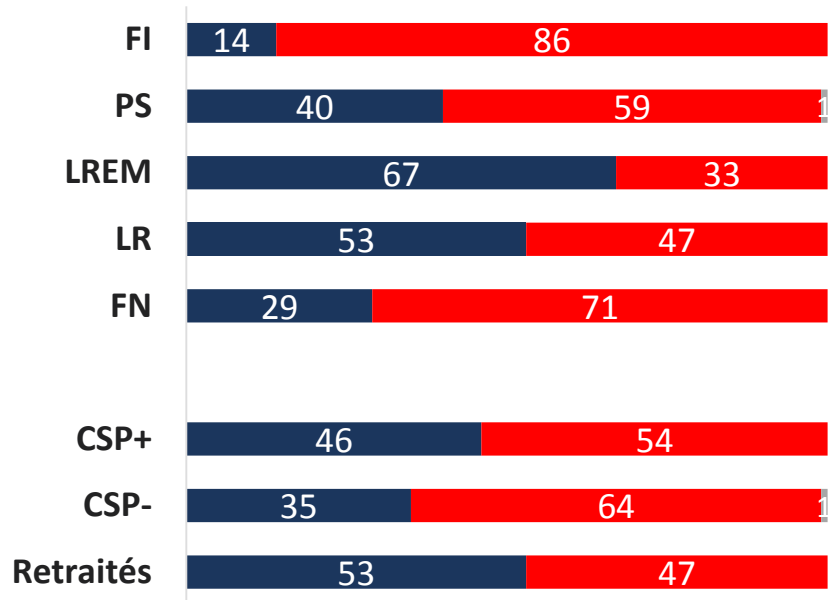
57%



Ne se prononce pas 0%

SELON LA PROXIMITÉ POLITIQUE ET LA CSP

■ Plutôt dans le bon sens ■ Plutôt dans le mauvais sens ■ (Nsp)



L'opinion sur la méthode d'Emmanuel Macron et du Gouvernement pour la mise en place des réformes

RÉSULTATS D'ENSEMBLE

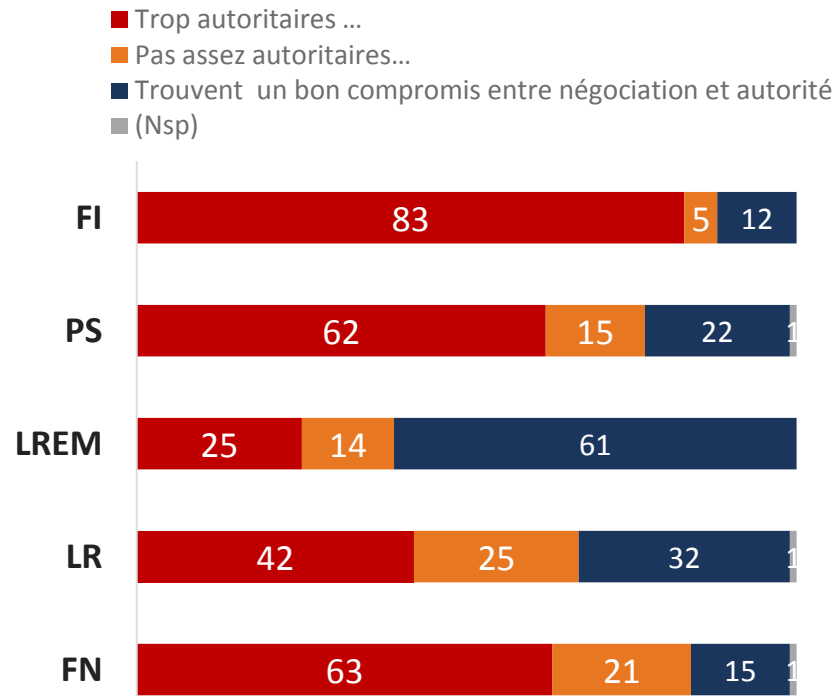
...sont trop autoritaires, ils ne laissent pas assez de temps à la négociation **55%**

...ne sont pas assez autoritaires, il faut aller plus vite dans la mise en place des réformes **16%**

...trouvent généralement un bon compromis entre négociation et rapidité **29%**

Ne se prononce pas **0%**

SELON LA PROXIMITÉ POLITIQUE



A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

© 2017 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

GAME CHANGERS

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.
Nous sommes des Game Changers

RETROUVEZ-NOUS



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



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

GAME CHANGERS

