

# ENQUÊTE AUPRÈS DES JEUNES DANS LA PERSPECTIVE DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE DE 2022

## VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier  
brice.teinturier@ipsos.com

Mathieu Gallard  
mathieu.gallard@ipsos.com

Jean Dartout  
jean.dartout@ipsos.com



sopra  steria  
GAME CHANGERS



# FICHE TECHNIQUE



## ÉCHANTILLON

500 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans à 29 ans.



## DATE DE TERRAIN

24 au 28 septembre 2021



## MÉTHODE

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

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

Enquête réalisée pour



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 Mathieu Gallard, Directeur de clientèle (Ipsos Public Affairs).*

# L'OPTIMISME CONCERNANT SON AVENIR ET CELUI DU PAYS

Question : « Diriez-vous que vous êtes plutôt optimiste ou plutôt pessimiste quand vous pensez... ? »

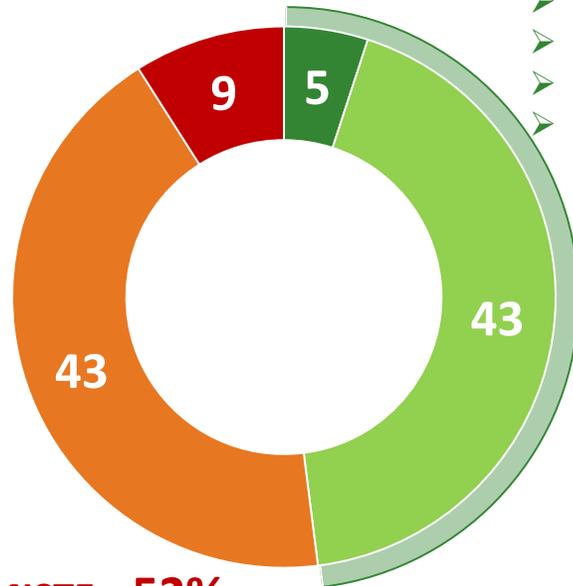


Base : Ensemble de l'échantillon, en %

## ... À L'AVENIR DE LA FRANCE

**OPTIMISTE : 48%**

- SYMPATHISANTS LREM-MODEM : 73%
- DIPLÔME BAC.+3 ET PLUS : 59%
- CADRES : 58%
- HABITANTS DES GRANDES MÉTROPOLIS : 57%



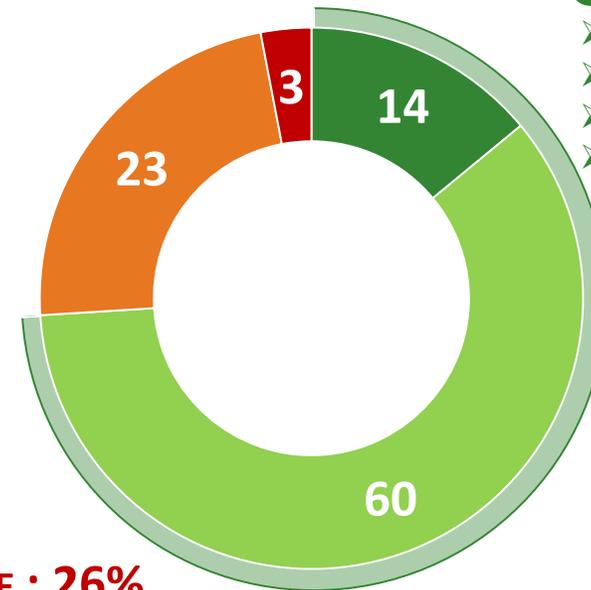
**PESSIMISTE : 52%**

- SYMPATHISANTS RN : 80%
- FEMMES : 58%
- CATÉGORIES POPULAIRES: 57%

## ... À VOTRE PROPRE AVENIR

**OPTIMISTE : 74%**

- SYMPATHISANTS LR-UDI : 91%
- CADRES : 83%
- SYMPATHISANTS LREM-MODEM : 81%
- DIPLÔME BAC.+3 ET PLUS : 78%



**PESSIMISTE : 26%**

- EN RECHERCHE D'EMPLOI : 35%
- DIPLÔME INFÉRIEUR AU BAC. : 33%
- HABITANTS DU PÉRIURBAIN : 32%

TRÈS OPTIMISTE

ASSEZ OPTIMISTE

ASSEZ PESSIMISTE

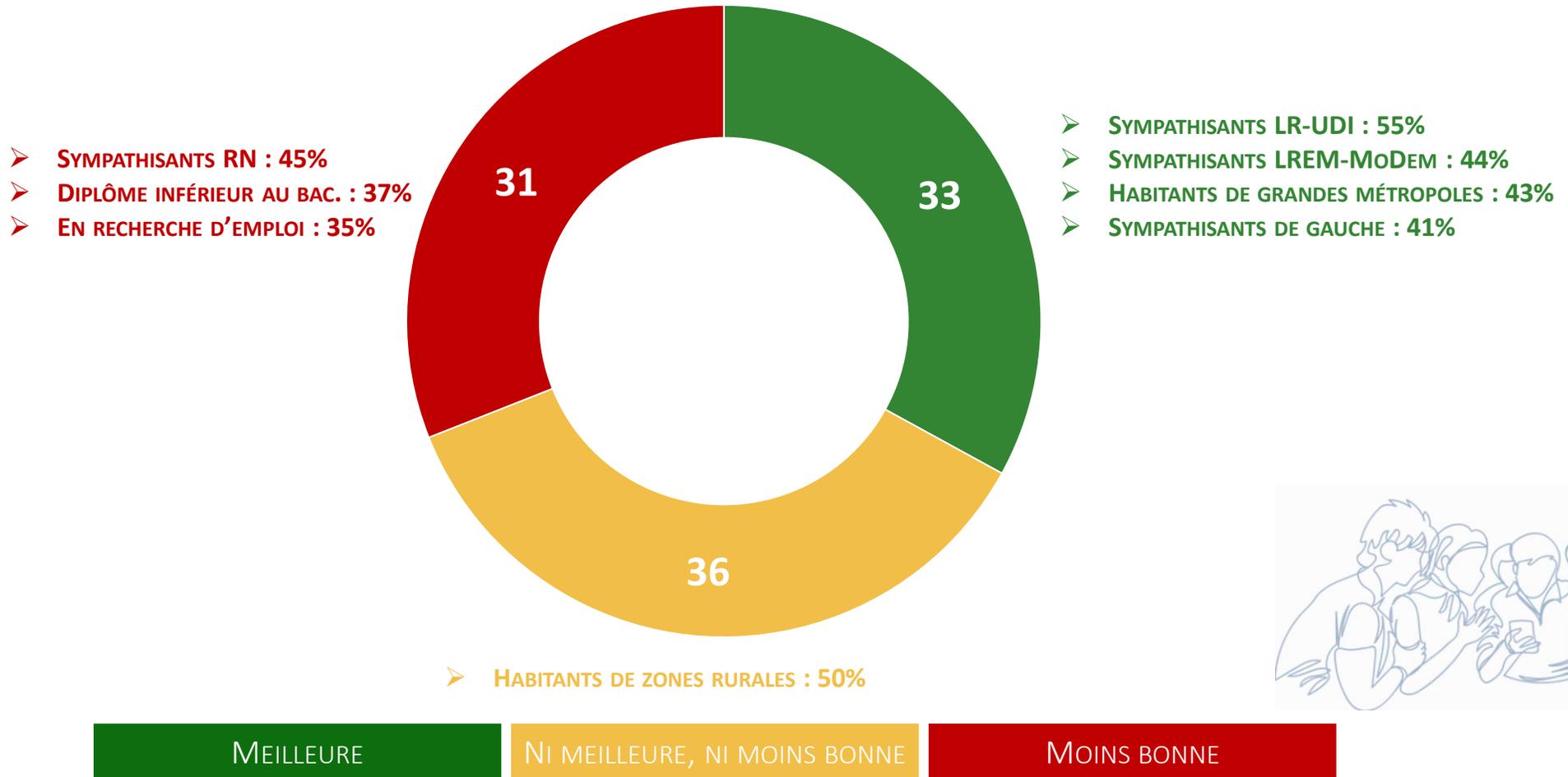
TRÈS PESSIMISTE

# LA COMPARAISON ENTRE SA VIE ET CELLE DE SES PARENTS

Question : « Et quand vous pensez à votre avenir, avez-vous le sentiment que vous aurez une vie meilleure ou moins bonne que celle de vos parents ? »



Base : Ensemble de l'échantillon, en %

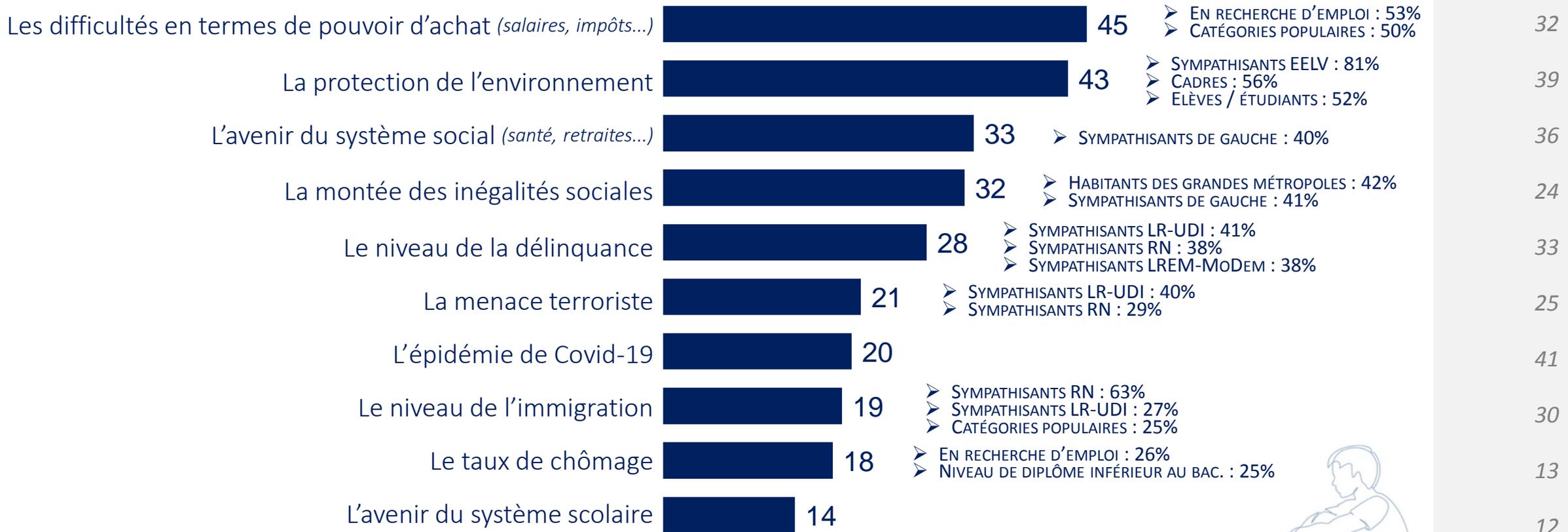


# LES PRÉOCCUPATIONS DES JEUNES

Question : « Parmi les enjeux suivants, quels sont les trois qui vous préoccupent le plus à titre personnel ? »



Base : Ensemble de l'échantillon, en %



COMPARAISON  
« FRACTURES FRANÇAISES –  
LE MONDE » SEPTEMBRE  
2021

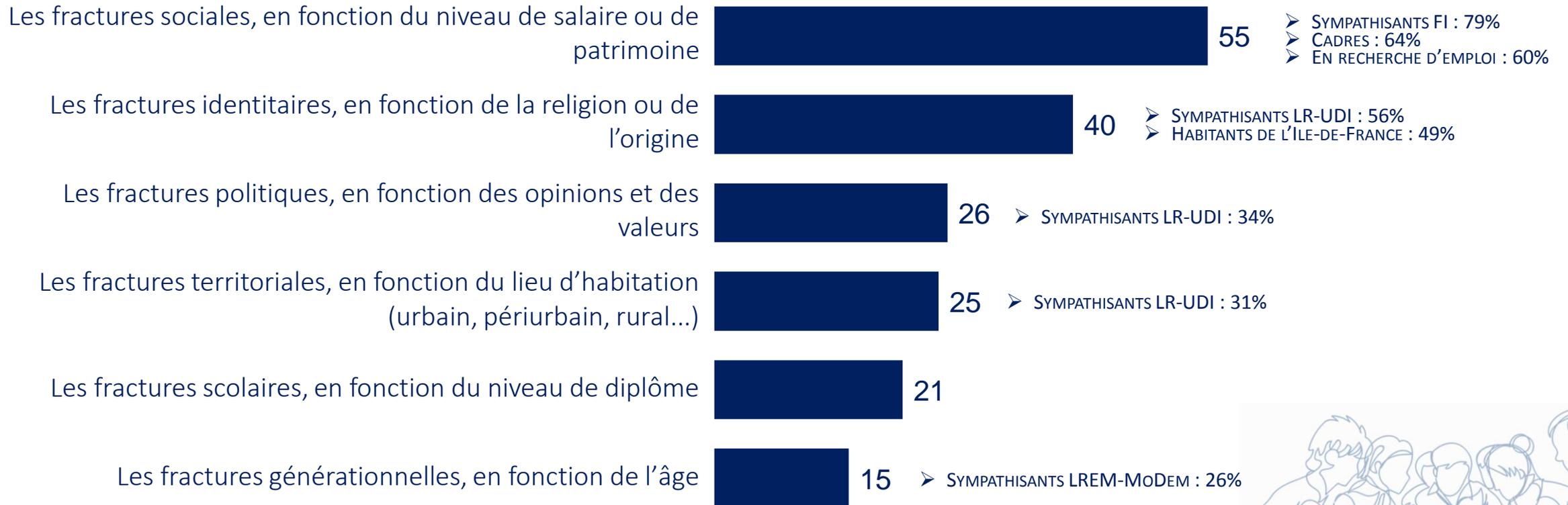


# LES FRACTURES AU SEIN DE LA SOCIÉTÉ AUX YEUX DES JEUNES

Question : « Quelles sont, selon vous, les deux principales fractures qui existent aujourd'hui au sein de la population en France ? »



Base : Ensemble de l'échantillon, en %



# LA PRISE EN COMPTE DES CATÉGORIES DE LA POPULATION FRAGILES PAR LE GOUVERNEMENT DURANT LA CRISE SANITAIRE

Question : « Durant la crise sanitaire, quelles sont les catégories de la population qui, selon vous, ont été les moins prises en compte par le gouvernement dans son action ? »



Base : Ensemble de l'échantillon, en %



# LE SENTIMENT VIS-À-VIS DE L'EXISTENCE D'UNE « GÉNÉRATION » PARMIS LES JEUNES

Question : « Aujourd'hui, on parle beaucoup de l'existence de générations (Génération Z, Millenials, etc.), qui partageraient certaines valeurs et certaines expériences. A ce propos, de laquelle des deux opinions suivantes êtes-vous le plus proche ? »



Base : Ensemble de l'échantillon, en %

Aujourd'hui en France, **il y a une vraie proximité entre les jeunes** au niveau de leurs conditions de vie comme de leurs valeurs



- SYMPATHISANTS LREM : 53%
- CADRES : 44%
- HABITANTS DES GRANDES MÉTROPOLIS : 38%
- DIPLÔMÉ DE BAC.+3 ET PLUS : 38%

Aujourd'hui en France, **il y a des différences très profondes entre les jeunes** au niveau de leurs conditions de vie comme de leurs valeurs



- HABITANTS DE ZONES RURALES : 78%
- SYMPATHISANTS RN : 72%

# LES ATTENTES ENVERS L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

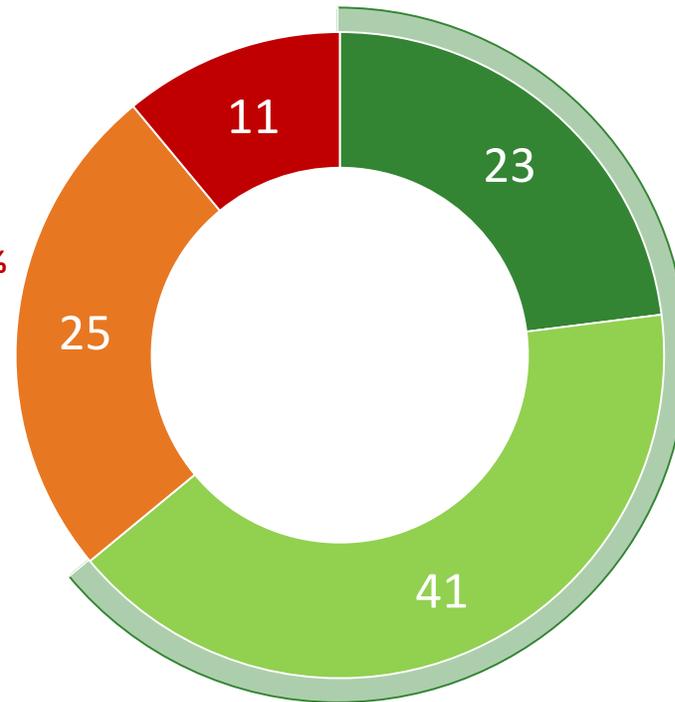
Question : « De manière générale, diriez-vous que vous avez des attentes fortes vis-à-vis de l'élection présidentielle de l'an prochain pour améliorer la situation du pays et celle des gens comme vous »



Base : Ensemble de l'échantillon, en %

## NON : 36%

- PROCHE D'AUCUN PARTI : 51%
- DIPLÔME INFÉRIEUR AU BAC. : 43%
- FEMMES : 41%
- HABITANTS DE ZONES RURALES : 41%
- CATÉGORIES POPULAIRES : 40%



## OUI : 64%

- HABITANTS DES GRANDES MÉTROPOLES : 79%
- CATÉGORIES MOYENNES/SUPÉRIEURES : 70%
- DIPLÔME DE BAC.+3 ET PLUS : 70%
- HOMMES : 70%



OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

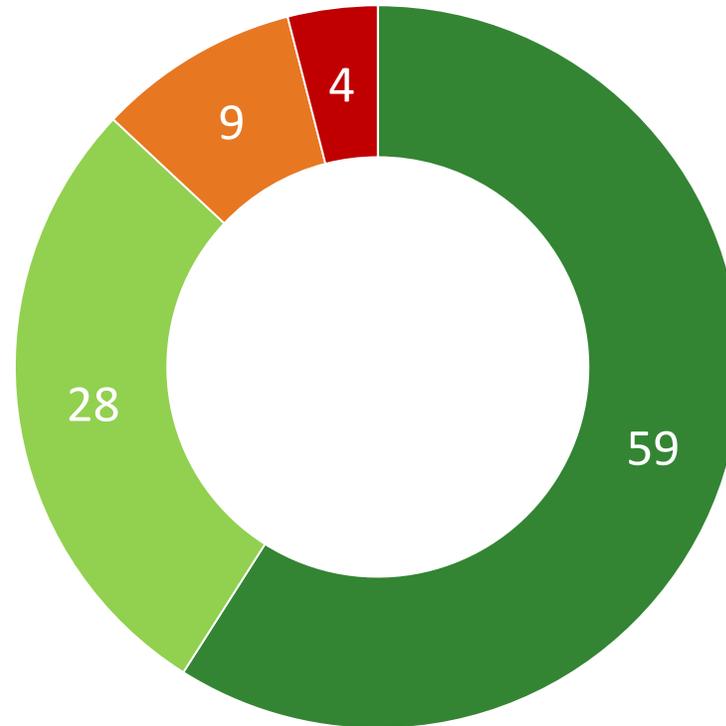
NON, PAS DU TOUT

# L'INTENTION DE PARTICIPER À L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

Question : « Pensez-vous que vous irez voter lors du premier tour de l'élection présidentielle qui se déroulera l'an prochain en France ? »



Base : Ensemble de l'échantillon, en %



C'EST TOUT À FAIT CERTAIN

IL Y A DE GRANDES CHANCES POUR QUE VOUS ALLIEZ VOTER, MAIS CE N'EST PAS CERTAIN

IL Y A PEU DE CHANCE POUR QUE VOUS ALLIEZ VOTER

VOUS N'IREZ PAS VOTER

# LA CAPACITÉ DES CANDIDATS DE RÉPONDRE AUX ATTENTES DES JEUNES

Question : « Pour chacun des candidats déclarés ou potentiels suivants à l'élection présidentielle de 2022, pouvez-vous dire, sur cette échelle de 0 à 10, si selon vous il sera capable de répondre aux attentes et aux aspirations de votre génération ? (0 signifie qu'il ne sera pas du tout capable d'y répondre, 10 qu'il sera parfaitement capable d'y répondre, les notes intermédiaires vous permettant de nuancer votre jugement) »



Base : Ensemble de l'échantillon, en %

NOTES MOYENNES : \_\_\_\_\_

**Nathalie Arthaud**



3,3 / 10

Ne connaît pas assez : 39%

**Jean-Luc Mélenchon**



3,9 / 10

Ne connaît pas assez : 10%

**Arnaud Montebourg**



3,6 / 10

Ne connaît pas assez : 37%

**Anne Hidalgo**



3,5 / 10

Ne connaît pas assez : 16%

**Xavier Bertrand**



3,9 / 10

Ne connaît pas assez : 29%

**Michel Barnier**



3,3 / 10

Ne connaît pas assez : 49%

**Marine Le Pen**



3,8 / 10

Ne connaît pas assez : 7%

**Philippe Poutou**



2,9 / 10

Ne connaît pas assez : 29%

**Fabien Roussel**



3,2 / 10

Ne connaît pas assez : 50%

**Yannick Jadot**



3,8 / 10

Ne connaît pas assez : 37%

**Emmanuel Macron**



4,2 / 10

Ne connaît pas assez : 6%

**Valérie Pécresse**



3,6 / 10

Ne connaît pas assez : 28%

**Nicolas Dupont-Aignan Éric Zemmour**



3,2 / 10

Ne connaît pas assez : 20%



2,6 / 10

Ne connaît pas assez : 13%

# LA CAPACITÉ DES CANDIDATS DE RÉPONDRE AUX ATTENTES DES JEUNES (DÉTAILS)

Question : « Pour chacun des candidats déclarés ou potentiels suivants à l'élection présidentielle de 2022, pouvez-vous dire, sur cette échelle de 0 à 10, si selon vous il sera capable de répondre aux attentes et aux aspirations de votre génération ? (0 signifie qu'il ne sera pas du tout capable d'y répondre, 10 qu'il sera parfaitement capable d'y répondre, les notes intermédiaires vous permettant de nuancer votre jugement) »



Base : Ensemble de l'échantillon, en %

	NE SERA PAS CAPABLE D'Y RÉPONDRE (0 À 3)	NI CAPABLE, NI INCAPABLE (4 À 6)	SERA CAPABLE D'Y RÉPONDRE (7 À 10)	NOTES MOYENNES	NE SAIS PAS
Nathalie Artaud	32	20	9	3,3	39
Philippe Poutou	43	21	7	2,9	29
Jean-Luc Mélenchon	42	27	21	3,9	10
Fabien Roussel	27	18	5	3,2	50
Arnaud Montebourg	29	25	9	3,6	37
Yannick Jadot	27	26	10	3,8	37
Anne Hidalgo	41	30	13	3,5	16
Emmanuel Macron	42	26	26	4,2	6
Xavier Bertrand	30	28	13	3,9	29
Valérie Pécresse	33	28	11	3,6	28
Michel Barnier	25	20	6	3,3	49
Nicolas Dupont-Aignan	43	26	11	3,2	20
Marine Le Pen	47	20	26	3,8	7
Eric Zemmour	58	14	15	2,6	13

# LA CAPACITÉ DES CANDIDATS DE RÉPONDRE AUX ATTENTES DES JEUNES (DÉTAILS PAR PROXIMITÉ PARTISANE)

Question : « Pour chacun des candidats déclarés ou potentiels suivants à l'élection présidentielle de 2022, pouvez-vous dire, sur cette échelle de 0 à 10, si selon vous il sera capable de répondre aux attentes et aux aspirations de votre génération ? (0 signifie qu'il ne sera pas du tout capable d'y répondre, 10 qu'il sera parfaitement capable d'y répondre, les notes intermédiaires vous permettant de nuancer votre jugement) »



Base : Ensemble de l'échantillon, en %

	NOTES MOYENNES	NOTE MOYENNE AUPRÈS DES SYMPATHISANTS EXG, FI ET PCF	NOTE MOYENNE AUPRÈS DES SYMPATHISANTS PS ET EELV	NOTE MOYENNE AUPRÈS DES SYMPATHISANTS LREM ET MODEM	NOTE MOYENNE AUPRÈS DES SYMPATHISANTS LR ET UDI	NOTE MOYENNE AUPRÈS DES SYMPATHISANTS RN ET DLF	NOTE MOYENNE AUPRÈS DES PERSONNES PROCHES D'AUCUN PARTI
Nathalie Artaud	3,3	5,2	3,3	3,8	3,5	1,4	2,6
Philippe Poutou	2,9	4,6	2,9	2,6	2,9	1,6	2,9
Jean-Luc Mélenchon	3,9	6,9	4,1	3,6	3,2	1,9	3,5
Fabien Roussel	3,2	4,7	3,5	3,5	3,4	1,6	2,4
Arnaud Montebourg	3,6	4,9	4,0	3,8	3,8	1,9	3,2
Yannick Jadot	3,8	5,0	5,1	3,8	3,9	1,6	2,8
Anne Hidalgo	3,5	4,3	4,9	4,1	3,6	1,3	3,0
Emmanuel Macron	4,2	4,0	4,0	6,9	5,6	2,1	3,6
Xavier Bertrand	3,9	3,7	3,7	5,0	5,9	2,0	3,6
Valérie Pécresse	3,6	3,8	3,4	4,6	5,5	1,8	3,3
Michel Barnier	3,3	4,2	3,6	4,9	4,3	1,4	2,5
Nicolas Dupont-Aignan	3,2	3,9	2,4	3,1	4,2	3,6	2,9
Marine Le Pen	3,8	2,9	2,1	2,8	5,1	8,2	3,0
Eric Zemmour	2,6	2,2	1,5	2,5	4,7	4,7	1,6

# ANNEXES

# NOS ENGAGEMENTS



## Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** ([www.syntec-etudes.com](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), European Society for Opinion and Market Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS : ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

## EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

## LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

## EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS



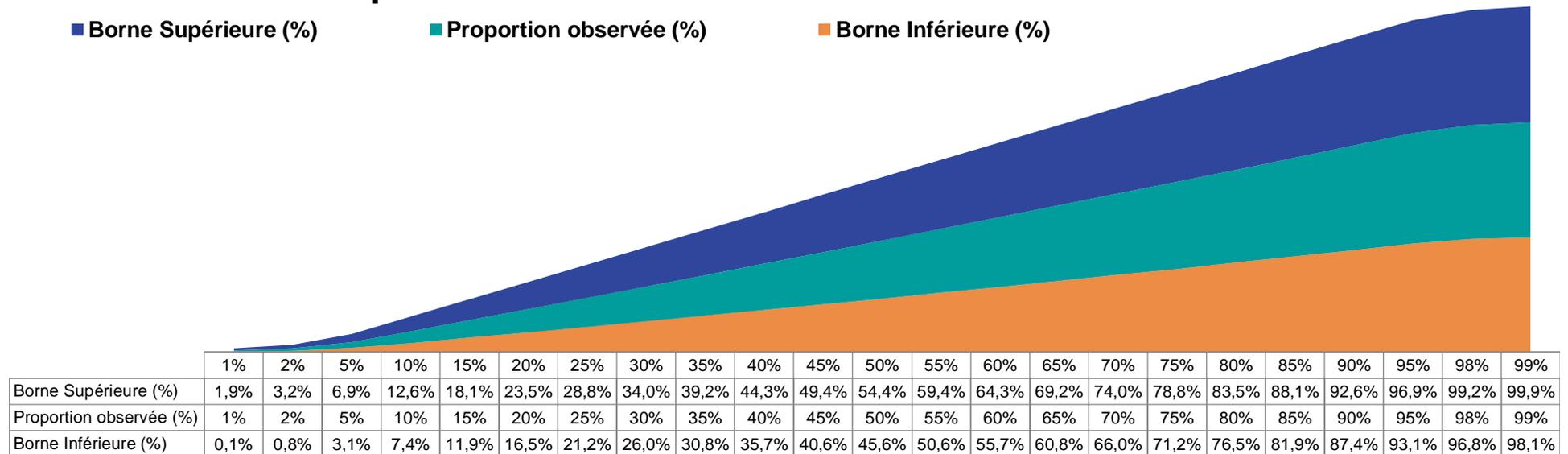
## Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **500**

Les proportions observées sont comprises entre :

■ Borne Supérieure (%)    ■ Proportion observée (%)    ■ Borne Inférieure (%)



# A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. 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](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :  
« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE\*** »