

L'ABSTENTION LORS DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

MARS 2022

VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier
brice.teinturier@ipsos.com

Mathieu Gallard
mathieu.gallard@ipsos.com



GAME CHANGERS



sopra  steria
A European Tech Leader

FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

2 000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française inscrite sur les listes électorales âgée de 18 ans et plus.



DATE DE TERRAIN

Les 29 et 30 mars 2022.



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.

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).*



PRÉCISIONS SUR L'INTERVALLE DE CONFIANCE

L'intervalle de confiance (appelé aussi marge d'erreur) est l'intervalle dans lequel se trouve la valeur recherchée avec une probabilité fixée (le niveau de confiance). L'amplitude de cet intervalle dépend du niveau de confiance, de la valeur observée et de la taille de l'échantillon. Le calcul n'est justifié que pour les sondages aléatoires. Il ne peut pas être déterminé dans le cas de sondages par quotas mais on considère qu'il est proche de celui des sondages aléatoires.

INTERVALLE DE CONFIANCE

(avec un niveau de confiance de 95%)

Taille d'échantillon (N)	SCORES OBTENUS (P)										
	2 ou 98%	5% ou 95%	10% ou 90%	15% ou 85%	20% ou 80%	25% ou 75%	30% ou 70%	35% ou 65%	40% ou 60%	45% ou 55%	50%
300	1,6	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,4	5,5	5,6	5,7
400	1,4	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,7	4,8	4,9	4,9
500	1,2	1,9	2,6	3,1	3,5	3,6	3,8	4,0	4,3	4,4	4,4
600	1,1	1,7	2,4	2,9	3,2	3,5	3,7	3,8	3,9	4,0	4,0
700	1,0	1,6	2,2	2,6	3,0	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7
800	1,0	1,5	2,1	2,5	2,8	3,0	3,2	3,3	3,4	3,4	3,5
900*	0,9	1,4	2,0	2,3	2,6	2,8	3,0	3,1	3,2	3,3	3,3
1 000**	0,9	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1
1 100***	0,8	1,3	1,8	2,1	2,4	2,6	2,7	2,8	2,9	2,9	3,0
1 500	0,7	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5
2 000****	0,6	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2

Note de lecture : pour un échantillon de 1 103 personnes (*Base intentions de vote présidentielle premier tour*), si le score mesuré est de 20%, il y a 95% de chances pour que la valeur réelle se situe aujourd'hui entre 17,6% et 22,4% (plus ou moins 2,4 points).

**** Base ensemble (questions d'opinion / n = 2 000)

*** Base intention de vote pour le premier tour de l'élection présidentielle de 2022 : certains d'aller voter ayant exprimé une intention de vote (n = 1 103)

Bases intention de vote, certains d'aller voter ayant exprimé une intention de vote pour le second tour de l'élection présidentielle de 2022 :

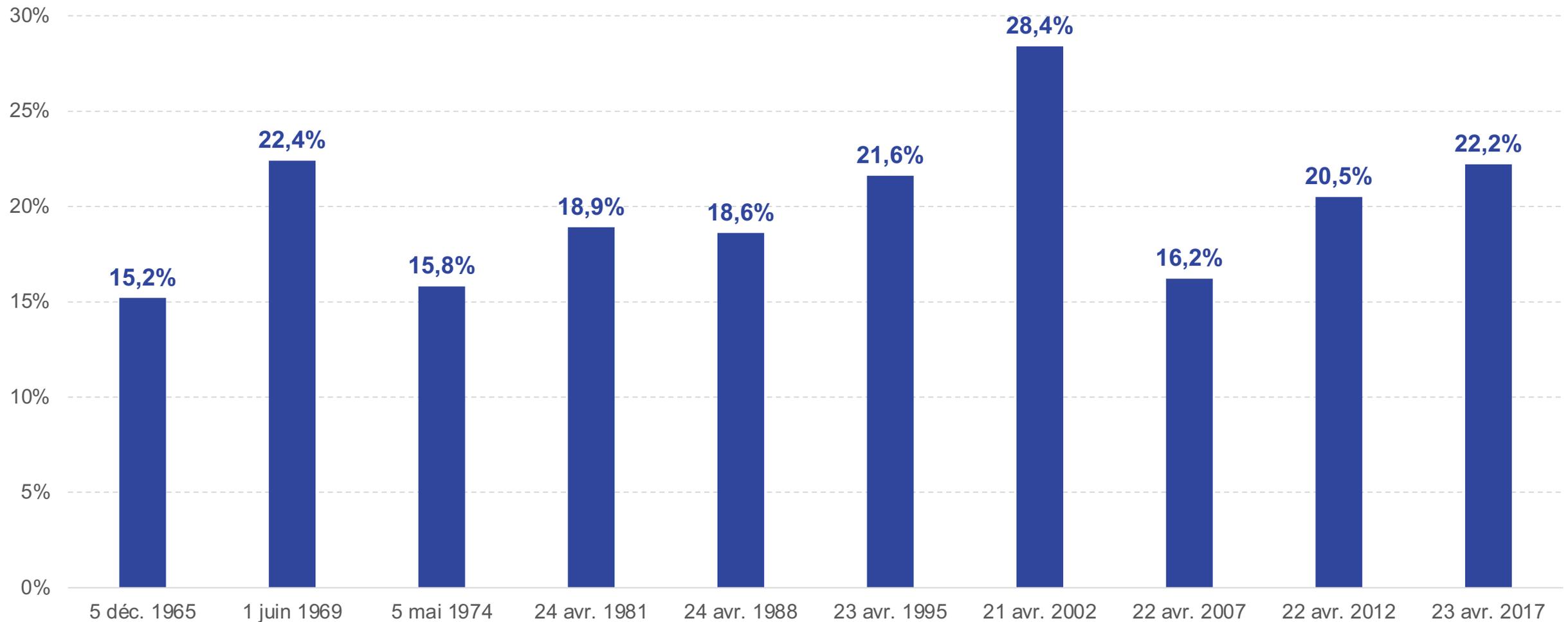
** avec l'hypothèse E. Macron / M. Le Pen (n = 988)

* avec l'hypothèse E. Macron / J-L. Mélenchon (n = 881)

L'ABSTENTION ET L'INTENTION DE VOTE POUR LE PREMIER TOUR DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

1

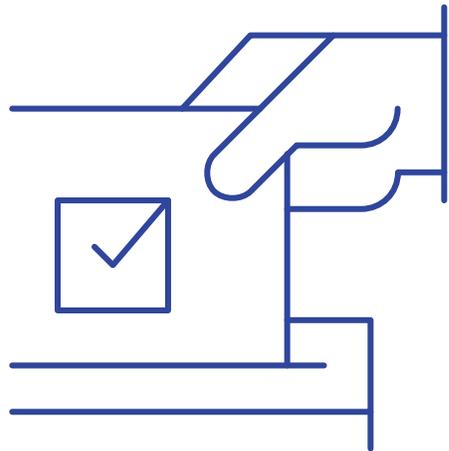
L'ÉVOLUTION DU NIVEAU DE L'ABSTENTION LORS DU PREMIER TOUR DES ÉLECTIONS PRÉSIDENTIELLES DE LA V^ÈME RÉPUBLIQUE



L'INTENTION DE S'ABSTENIR AU PREMIER TOUR À 12 JOURS DU SCRUTIN



Question : « Si le premier tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, pouvez-vous donner une note de 0 à 10 sur votre intention d'aller voter lors de cette élection présidentielle ? 0 signifiant que vous êtes vraiment tout à fait certain de ne pas aller voter et 10 que vous êtes vraiment tout à fait certain d'aller voter. » (base: Ensemble de l'échantillon)



28% à 32%

Poids moyen : 30%

L'ÉVOLUTION DU PROFIL DES ABSTENTIONNISTES 1/2



	2022*	2017**	2012**
ENSEMBLE	30%	22,2%	20,5%
Selon le GENRE			
Homme	28	22	21
Femme	32	23	20
Selon l'ÂGE			
18-24 ans	39	29	27
25-34 ans	43	28	26
35-49 ans	35	26	25
50-59 ans	27	23	17
60-69 ans	26	16	14
70 ans et plus	15	12	13

	2022*	2017**	2012**
ENSEMBLE	30%	22,2%	20,5%
Selon la CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE			
Cadre	29	21	19
Prof. intermédiaire	31	22	25
Employé	35	28	23
Ouvrier	36	29	29
Retraité	18	13	12
Selon le NIVEAU DE DIPLÔME			
Inférieur au bac.	33	25	20
Niveau bac.	33	24	22
Bac. +2	26	20	18
Bac. +3 et plus	28	18	23

* A 12 jours du scrutin

** Sondages veille du vote Ipsos pour France Télévisions et Radio France

L'ÉVOLUTION DU PROFIL DES ABSTENTIONNISTES 2/2



	2022*	2017**	2012**
ENSEMBLE	30%	22,2%	20,5%
Selon le NIVEAU DE REVENU MENSUEL DU FOYER			
Moins de 1 250€	38	30	34
De 1 250€ à 2 000€	36	24	21
De 2 000€ à 3 000€	27	20	19
Plus de 3 000€	24	15	14
Selon la CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION			
Rural	29	20	21
Moins de 20 000 habs.	30	23	17
20 000 à 100 000 habs.	31	26	23
Plus de 100 000 habs.	31	22	21
Agglo. parisienne	30	23	22

	2022*	2017**	2012**
ENSEMBLE	30%	22,2%	20,5%
Selon la PROXIMITÉ POLITIQUE			
FG puis FI	29	16	11
PS	26	17	13
EELV	28	33	19
LREM-Modem	13	13	-
UMP puis LR	22	11	9
FN puis RN	23	15	19
Reconquête!	15	-	-
Aucun parti	50	42	35

* A 12 jours du scrutin

** Sondages veille du vote Ipsos pour France Télévisions et Radio France



LES PRINCIPALES RAISONS DE L'ABSTENTION

« Parmi les raisons suivantes, quelles sont les deux qui expliquent le mieux pourquoi vous pourriez vous abstenir lors du premier tour de l'élection présidentielle ? »
(base: ensemble des abstentionnistes) – Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

SELON L'INTENTION DE PARTICIPATION

		Abstentionnistes probables (0 à 5/10)	Abstentionnistes potentiels (6 à 8/10)	Presque certains d'aller voter (9/10)
Les candidats disent les mêmes choses que lors des élections précédentes, il n'y a rien de nouveau dans leurs propositions	24	20	25	25
Les jeux sont déjà faits, il n'y a pas de suspens sur le résultat	24	24	24	23
Les candidats ne parlent pas assez des sujets qui vous préoccupent	21	13	21	25
Les candidats ne sont pas à la hauteur de la fonction	19	16	21	18
Aucun candidat ne correspond à vos idées	17	20	17	16
Cette élection n'aura pas d'impact sur votre vie ou sur la situation du pays	12	14	12	12
Vous ne vous intéressez pas à la politique de manière générale	11	17	11	8
Une autre raison	14	18	10	17



LES PRINCIPALES RAISONS DE L'ABSTENTION - DÉTAILS

« Parmi les raisons suivantes, quelles sont les deux qui expliquent le mieux pourquoi vous pourriez vous abstenir lors du premier tour de l'élection présidentielle ? »
(base: ensemble des abstentionnistes) – Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

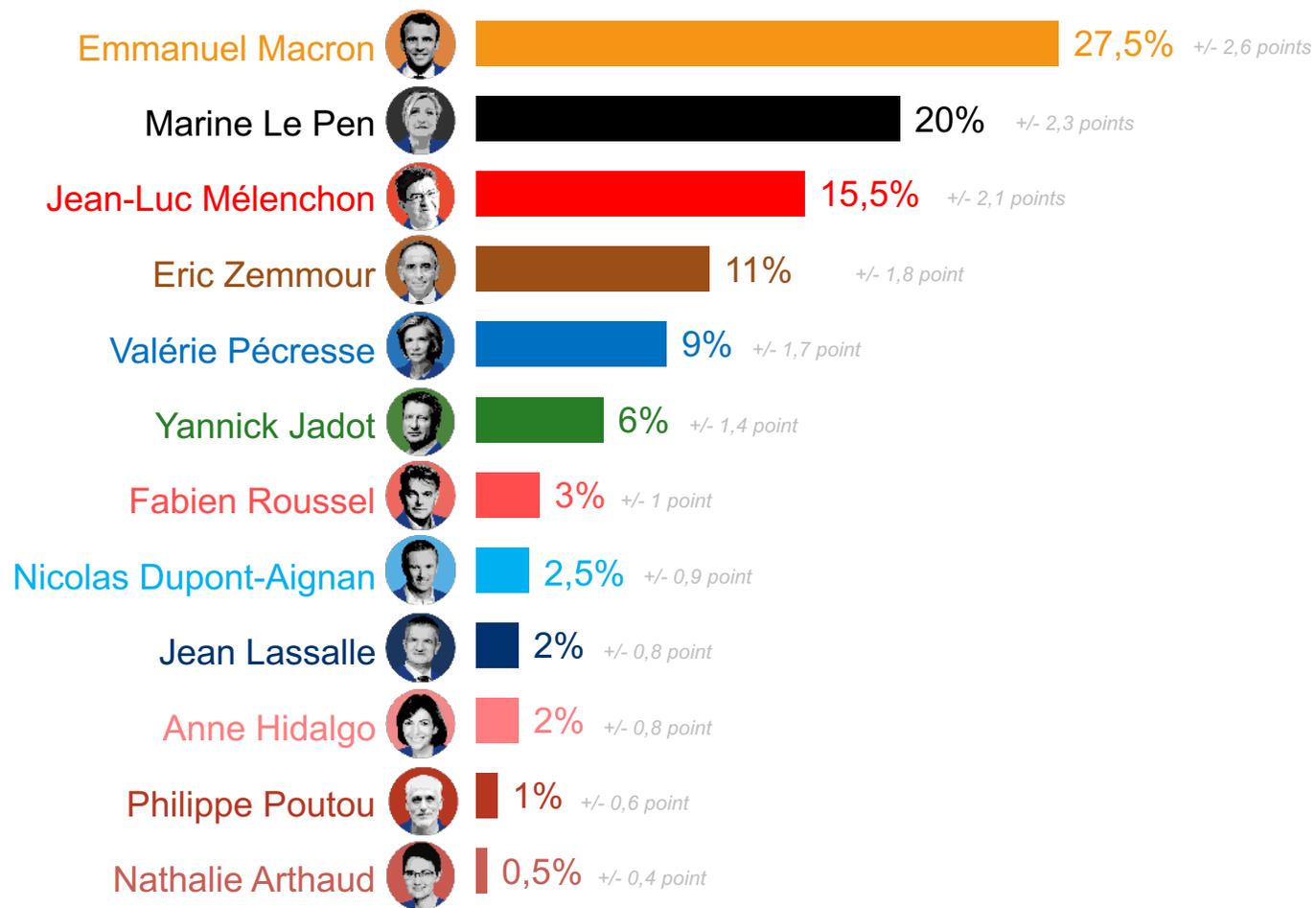
EN %	ENSEMBLE	RÉSULTATS SELON L'ÂGE			RÉSULTATS SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE			
		Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	Cadres	Professions intermédiaires	Ouvriers, employés	Retraités
Les candidats disent les mêmes choses que lors des élections précédentes, il n'y a rien de nouveau dans leurs propositions	24	24	23	24	18	23	28	26
Les jeux sont déjà faits, il n'y a pas de suspens sur le résultat	24	23	23	25	28	22	21	23
Les candidats ne parlent pas assez des sujets qui vous préoccupent	21	18	24	19	22	24	23	16
Les candidats ne sont pas à la hauteur de la fonction	19	19	19	17	29	17	14	20
Aucun candidat ne correspond à vos idées	17	17	20	14	17	20	16	16
Cette élection n'aura pas d'impact sur votre vie ou sur la situation du pays	12	12	13	12	4	10	15	11
Vous ne vous intéressez pas à la politique de manière générale	11	15	9	11	6	9	12	12
Une autre raison	14	11	13	19	14	18	11	20



L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR

« Si le 1er tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, quel est le candidat pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez au 1er tour ? »
(Base : certains d'aller voter, exprimés)

Marges d'erreur



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 5%



LES TRANSFERTS DE VOTES ENTRE 2017 ET 2022

« Si le 1er tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, quel est le candidat pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez au 1er tour ? » (Base : inscrits)

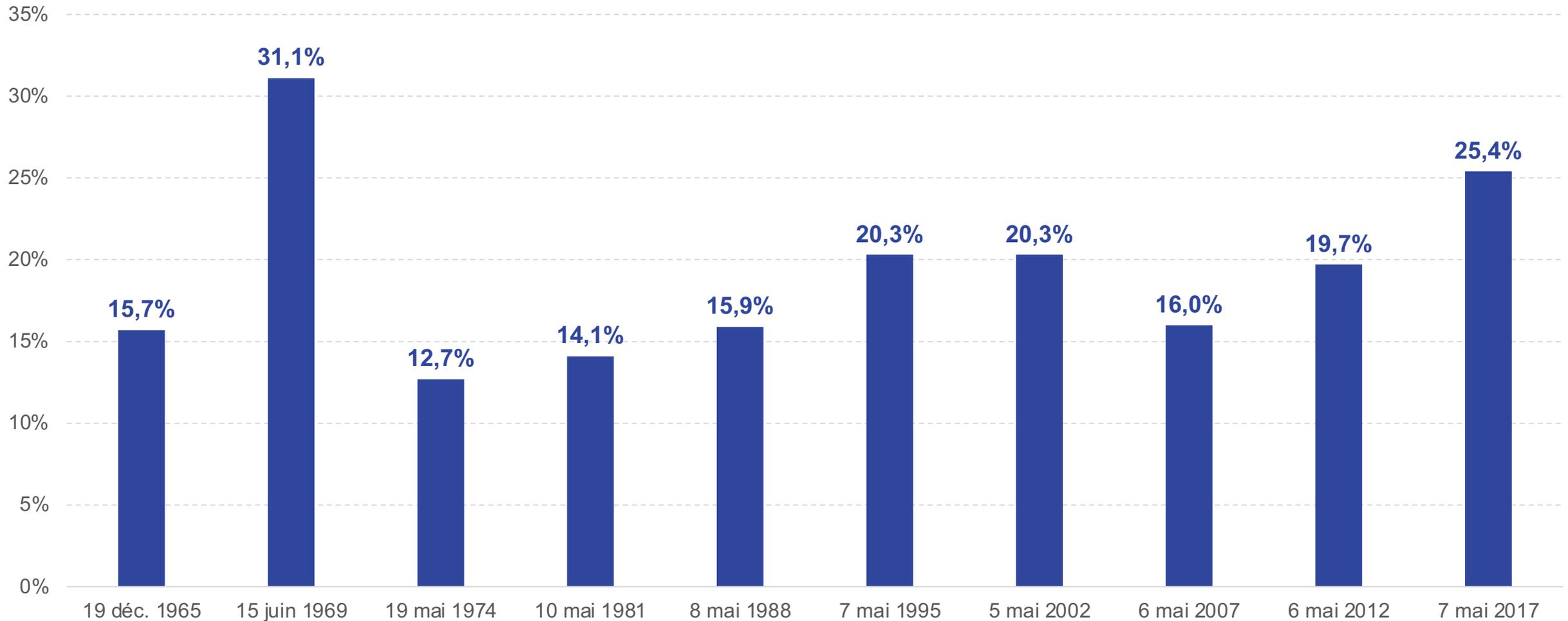
INTENTION DE VOTE 1 ^{ER} TOUR 2022 ►	Jean-Luc Mélenchon	Fabien Roussel	Yannick Jadot	Emmanuel Macron	Valérie Pécresse	Marine Le Pen	Eric Zemmour	Abstentions, blancs/nuls, non exprimés
▼ <u>VOTE 1^{ER} TOUR 2017</u>								
Jean-Luc Mélenchon	41	9	5	4	2	4	2	30
Benoît Hamon	15	4	21	9	1	4	0	31
Emmanuel Macron	4	1	6	60	5	2	2	20
François Fillon	2	0	0	25	23	11	18	17
Marine Le Pen	2	0	0	4	0	53	13	24

Note de lecture : Parmi les Français qui ont voté pour Jean-Luc Mélenchon au 1^{er} tour de l'élection présidentielle de 2017, 5% ont l'intention de voter pour Yannick Jadot.

**L'ABSTENTION ET
L'INTENTION DE VOTE
POUR LE SECOND TOUR
DE L'ÉLECTION
PRÉSIDENTIELLE**

2

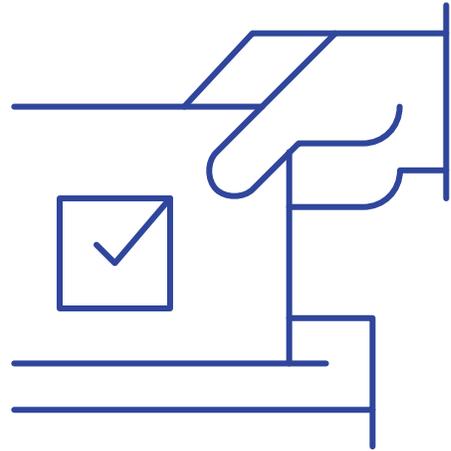
L'ÉVOLUTION DU NIVEAU DE L'ABSTENTION LORS DU SECOND TOUR DES ÉLECTIONS PRÉSIDENTIELLES DE LA V^ÈME RÉPUBLIQUE



L'INTENTION DE S'ABSTENIR AU SECOND TOUR EN CAS DE DUEL ENTRE E. MACRON ET M. LE PEN



Question : « Si le second tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain et s'il opposait Emmanuel Macron et Marine Le Pen, pouvez-vous donner une note de 0 à 10 sur votre intention d'aller voter lors de ce second tour ? 0 signifiant que vous êtes vraiment tout à fait certain de ne pas aller voter et 10 que vous êtes vraiment tout à fait certain d'aller voter. » (base: ensemble de l'échantillon)



30% à 34%

Poids moyen : 32%



L'INTENTION DE VOTE AU SECOND TOUR EN CAS DE DUEL ENTRE E. MACRON ET M. LE PEN

Question : « Si le second tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, quel est le candidat pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez ? »

(Base : certains d'aller voter, exprimés)



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 14%

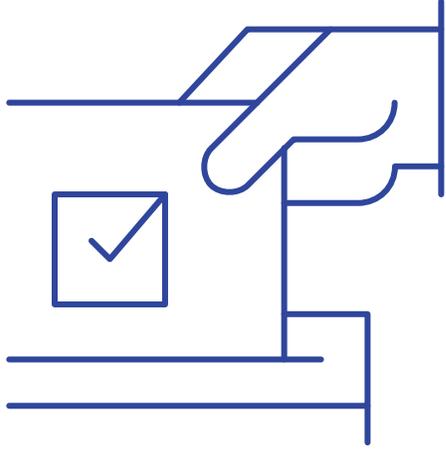
REPORT DE VOIX				
INTENTION DE VOTE 1 ^{ER} TOUR ▼	En %, « ensemble de l'échantillon »			Total
	E. MACRON	M. LE PEN	ABSTENTIONS, BLANCS/NULS, NON EXPRIMÉS	
Jean-Luc Mélenchon	30	17	53	100
Fabien Roussel	26	15	59	100
Yannick Jadot	57	8	35	100
Emmanuel Macron	97	1	2	100
Valérie Pécresse	47	24	29	100
Marine Le Pen	1	97	2	100
Eric Zemmour	10	67	23	100

Note de lecture : Parmi les Français qui comptent voter pour J-L. Mélenchon au premier tour à l'élection présidentielle de 2022, 30% voteraient pour E. Macron en cas de second tour face à M. Le Pen.

L'INTENTION DE S'ABSTENIR AU SECOND TOUR EN CAS DE DUEL ENTRE J.-L. MÉLENCHON ET E. MACRON



Question : « Si le second tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain et s'il opposait Jean-Luc Mélenchon et Emmanuel Macron, pouvez-vous donner une note de 0 à 10 sur votre intention d'aller voter lors de ce second tour ? 0 signifiant que vous êtes vraiment tout à fait certain de ne pas aller voter et 10 que vous êtes vraiment tout à fait certain d'aller voter. » (base: ensemble de l'échantillon)



34% à 38%

Poids moyen : 36%



L'INTENTION DE VOTE AU SECOND TOUR EN CAS DE DUEL ENTRE J.-L. MÉLENCHON ET E. MACRON

Question : « Si le second tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, quel est le candidat pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez ? »
(Base : certains d'aller voter, exprimés)

Emmanuel Macron



58%

+/-3,3 point

J.L Mélenchon



42%

+/-3,3 point

Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 19%

REPORT DE VOIX

En %, « ensemble de l'échantillon »

INTENTION DE VOTE 1 ^{ER} TOUR ▼	E. MACRON	J.L MÉLENCHON	ABSTENTIONS, BLANCS/NULS, NON EXPRIMÉS	Total
Jean-Luc Mélenchon	3	94	3	100
Fabien Roussel	21	58	21	100
Yannick Jadot	30	50	20	100
Emmanuel Macron	98	1	1	100
Valérie Pécresse	45	15	40	100
Marine Le Pen	19	25	56	100
Eric Zemmour	26	8	66	100

Note de lecture : Parmi les Français qui comptent voter pour J.-L. Mélenchon au premier tour à l'élection présidentielle de 2022, **94%** voteraient pour J.-L. Mélenchon en cas de second tour face à E. Macron.

LA PERCEPTION DU DROIT DE VOTE ET DE L'ABSTENTION

3

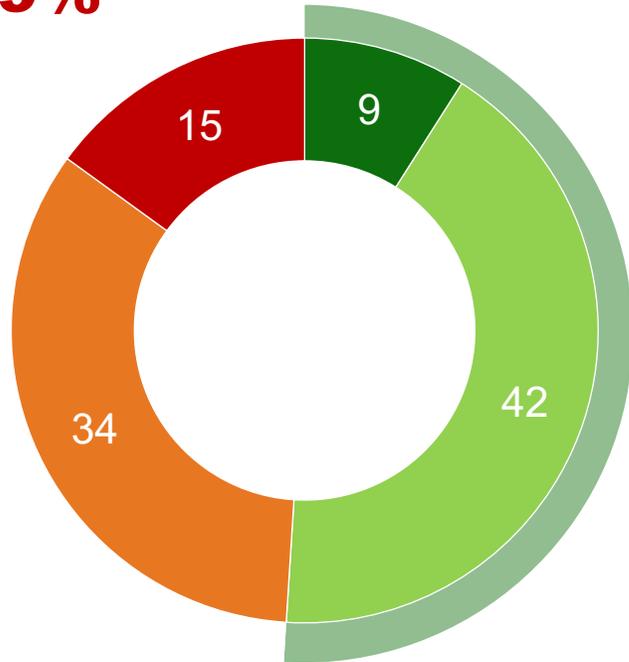
LE JUGEMENT SUR LE FONCTIONNEMENT DE LA DÉMOCRATIE

Question : « Vous personnellement, avez-vous le sentiment qu'en France, la démocratie fonctionne bien ou mal ? »
 (base: Ensemble de l'échantillon)

% BIEN

MAL : 49%

BIEN : 51%



RÉSULTATS SELON L'ÂGE

Moins de 35 ans	13	41	34	12	54
35-59 ans	6	40	36	18	46
60 ans et plus	8	46	33	13	54

RÉSULTATS SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

Cadres	15	46	29	10	61
Professions intermédiaires	9	57	36	12	52
Ouvriers, employés	7	39	37	17	46
Retraités	9	48	31	12	57

RÉSULTATS SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

La France insoumise	6	35	40	19	41
PS	7	58	23	12	65
Europe écologie les Verts	6	54	33	7	60
LA RÉPUBLIQUE En Marche!	25	66	8	1	91
les Républicains	12	43	37	8	55
Rassemblement National	4	22	50	24	26
RECONQUÊTE!	3	20	49	28	23
Sans préférence partisane	4	40	38	18	44

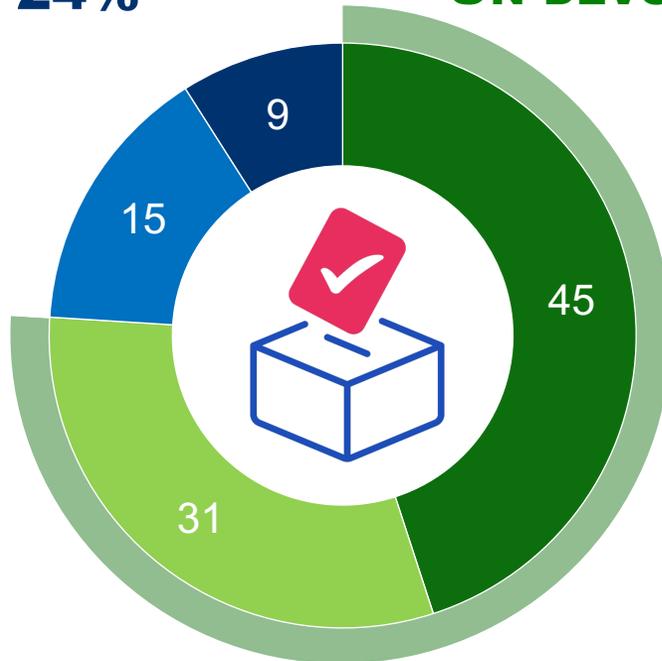


LA PERCEPTION DU DROIT DE VOTE

Question : «Vous personnellement, diriez-vous que le fait de voter aux élections doit être plutôt un devoir ou plutôt un droit ?»
(base: Ensemble de l'échantillon)

UN DROIT : 24%

UN DEVOIR : 76%



RÉSULTATS SELON L'ÂGE

Âge	Vraiment un devoir	Plutôt un devoir	Plutôt un droit	Vraiment un droit	% UN DEVOIR
Moins de 35 ans	40	34	16	10	74
35-59 ans	41	33	16	10	74
60 ans et plus	52	26	15	7	78

RÉSULTATS SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

Catégorie	Vraiment un devoir	Plutôt un devoir	Plutôt un droit	Vraiment un droit	% UN DEVOIR
Cadres	37	38	15	10	75
Professions intermédiaires	41	57	14	8	78
Ouvriers, employés	41	32	18	9	73
Retraités	54	25	13	8	79

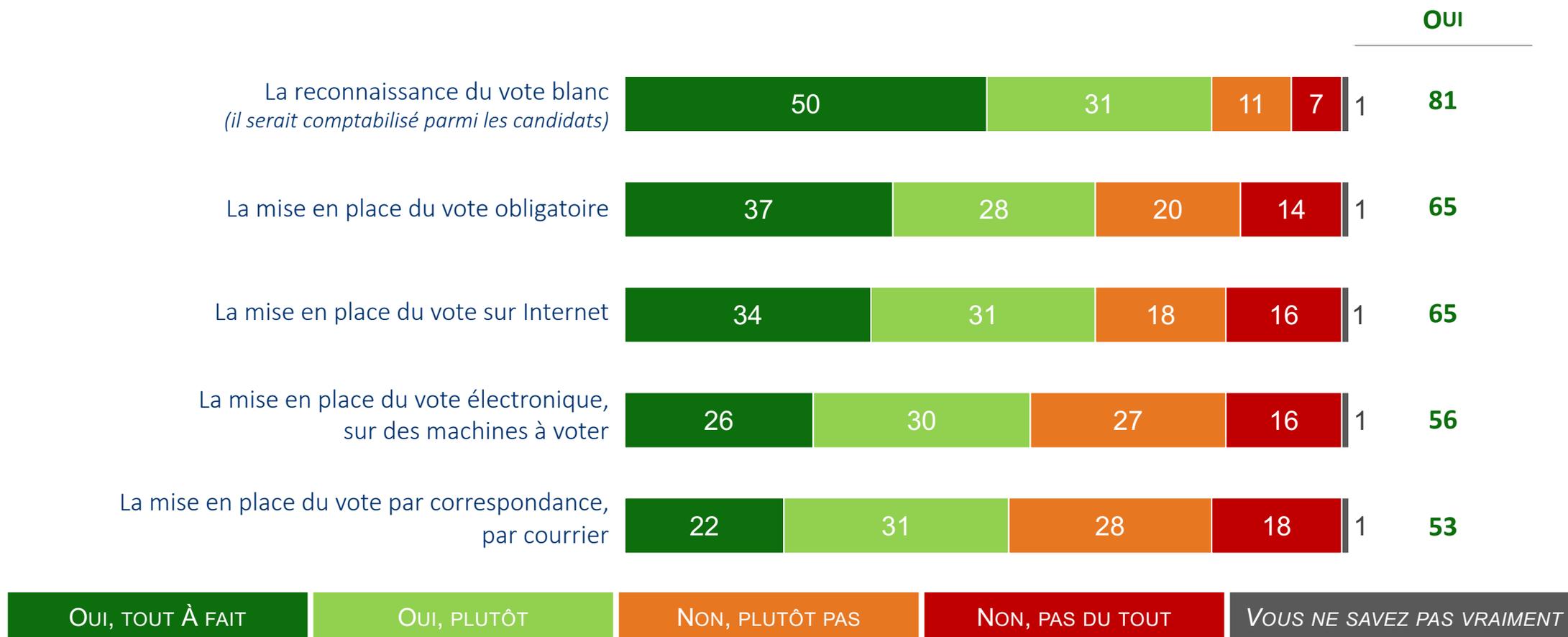
RÉSULTATS SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

Parti	Vraiment un devoir	Plutôt un devoir	Plutôt un droit	Vraiment un droit	% UN DEVOIR
La France insoumise	38	34	17	11	72
PS	53	25	16	6	78
Europe Écologie Les Verts	34	36	21	9	70
LA RÉPUBLIQUE En Marche!	61	28	6	5	89
les Républicains	49	35	11	5	84
Rassemblement National	52	25	14	9	77
RECONQUÊTE!	58	20	13	9	78
Sans préférence partisane	30	36	22	12	66



LES MESURES QUI POURRAIENT CONDUIRE LES ABSTENTIONNISTES À VOTER

Question : « Pour chacune des mesures suivantes, diriez-vous que si elle était mise en place, elle pourrait conduire une partie des abstentionnistes à voter ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



LES MESURES QUI POURRAIENT CONDUIRE LES ABSTENTIONNISTES À VOTER - DÉTAILS

Question : « Pour chacune des mesures suivantes, diriez-vous que si elle était mise en place, elle pourrait conduire une partie des abstentionnistes à voter ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)

	SELON L'INTENTION DE PARTICIPATION				
	Ensemble	Ensemble des abstentionnistes	Abstentionnistes probables (0 à 5/10)	Abstentionnistes potentiels (6 à 8/10)	Presque certains d'aller voter (9/10)
La reconnaissance du vote blanc <i>(il serait comptabilisé parmi les candidats)</i>	81	78	74	80	79
La mise en place du vote obligatoire	65	59	42	62	68
La mise en place du vote sur Internet	65	67	57	70	71
La mise en place du vote électronique, sur des machines à voter	56	59	53	61	60
La mise en place du vote par correspondance, par courrier	53	58	52	58	63

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), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (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.

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

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*** »

*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.