

# 2022

## ÉLECTIONS LÉGISLATIVES

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS  
ET PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

### VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier  
[brice.teinturier@ipsos.com](mailto:brice.teinturier@ipsos.com)

Jean-François Doridot  
[jean-francois.doridot@ipsos.com](mailto:jean-francois.doridot@ipsos.com)

france•tv  radiofrance

**LCP**  
ASSEMBLÉE NATIONALE



GAME CHANGERS



sopra  steria  
A European Tech Leader

# FICHE TECHNIQUE

Enquête réalisée pour

**france•tv** **radiofrance**

## ÉCHANTILLON

4000 personnes inscrites sur les listes électorales, constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

## DATE DE TERRAIN

Du 8 au 11 juin 2022



La notice de cette enquête est consultable à la commission des sondages

## 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).*

2

**2022**  
ELECTIONS  
LEGISLATIVES

GAME CHANGERS



**sopra** **steria**  
A European Tech Leader

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

# 1

3

**2022**  
ÉLECTIONS  
LÉGISLATIVES

GAME CHANGERS



sopra **S**steria  
A European Tech Leader

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LE SEXE & L'ÂGE

													% TOTAL
		Extrême Gauche	NUPES	Divers Gauche	Divers Ecologistes	Ensemble!	Divers Centre	Les Républicains-UDI-Divers droite	Divers Souverainistes	Reconquête!	Rassemblement National	Autres	% TOTAL
<b>Ensemble</b>		1,2	25,2	4,1	2,6	25,2	1,5	13,7	1,2	3,9	18,9	2,5	100
<b>Sexe</b>													
	Homme	1	23	4	3	25	1	14	1	5	21	2	100
	Femme	2	27	4	3	25	2	14	2	2	17	2	100
<b>Âge</b>													
	18-24 ans	1	42	3	3	13	0	10	1	5	18	4	100
	25-34 ans	3	38	4	5	19	1	6	2	4	18	0	100
	35-49 ans	1	31	2	3	18	2	11	1	2	26	3	100
	50-59 ans	1	22	4	4	17	1	14	2	3	30	2	100
	60-69 ans	2	26	5	1	28	2	13	1	5	13	4	100
	70 ans et plus	1	15	5	2	38	1	19	1	4	12	2	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LA PROFESSION DE L'INTERVIEWÉ.E

												% TOTAL
	Extrême Gauche	NUPES	Divers Gauche	Divers Ecologistes	Ensemble!	Divers Centre	Les Républicains-UDI-Divers droite	Divers Souverainistes	Reconquête!	Rassemblement National	Autres	% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Cadre	1	28	7	3	22	7	14	0	4	11	3	100
Profession intermédiaire	1	35	3	4	22	0	10	1	2	20	2	100
Employé	2	31	4	3	14	3	10	3	3	25	2	100
Ouvrier	1	18	3	3	11	0	11	1	4	45	3	100
Retraité	1	18	5	2	35	1	18	1	4	12	3	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LE STATUT DE L'INTERVIEWÉ.E

												% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Salarié	1	29	4	4	18	2	11	1	3	25	2	100
<i>dont... salarié du privé</i>	1	27	2	3	19	3	12	1	4	25	3	100
<i>dont... salarié du public</i>	2	33	7	4	16	0	9	3	1	24	1	100
À son compte	2	25	4	2	33	0	10	3	7	14	0	100
Au chômage	4	30	2	1	7	6	11	0	9	27	3	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LE DERNIER DIPLÔME OBTENU

												% TOTAL
	Extrême Gauche	NUPES	Divers Gauche	Divers Écologistes	Ensemble!	Divers Centre	Les Républicains-UDI-Divers droite	Divers Souverainistes	Reconquête!	Rassemblement National	Autres	% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Inférieur au bac	1	17	2	3	27	3	12	1	4	28	2	100
Baccalauréat	1	24	5	2	23	0	15	1	3	22	4	100
Bac +2	1	25	5	3	23	0	16	2	5	18	2	100
Bac +3 et plus	2	32	4	2	27	3	12	1	3	11	3	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



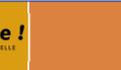
## SELON LE NIVEAU DE REVENUS MENSUELS NETS DU FOYER

												% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Moins de 1 250 €	3	34	2	4	19	0	7	4	4	21	2	100
De 1 250 à 2 000 €	2	28	5	2	19	1	12	2	4	23	2	100
De 2 000 à 3 000 €	1	26	5	2	27	0	11	1	4	21	2	100
Plus de 3000 €	0	22	4	3	28	3	17	1	4	15	3	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LE VOTE AU 1ER TOUR DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE 2022

												
	Extrême Gauche	NUPES	Divers Gauche	Divers Ecologistes	Ensemble!	Divers Centre	Les Républicains-UDI-Divers droite	Divers Souverainistes	Reconquête!	Rassemblement National	Autres	% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Jean-Luc Mélenchon 	0	85	5	3	2	0	3	0	0	2	0	100
Yannick Jadot 	5	39	12	11	10	6	6	0	0	0	11	100
Emmanuel Macron 	0	5	3	1	71	4	12	0	1	0	3	100
Valérie Pécresse 	0	3	2	1	9	3	76	0	1	5	0	100
Marine Le Pen 	0	5	0	1	2	0	9	1	2	78	2	100
Eric Zemmour 	0	1	0	3	5	0	24	1	46	18	2	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LA SYMPATHIE PARTISANE

											% TOTAL	
	Extrême Gauche	NUPES	Divers Gauche	Divers Ecologistes	Ensemble!	Divers Centre	Les Républicains-UDI-Divers droite	Divers Souverainistes	Reconquête!	Rassemblement National	Autres	% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
La France Insoumise 	0	93	3	0	0	0	1	0	0	2	1	100
Parti socialiste 	2	43	18	2	24	0	3	1	0	3	4	100
Europe écologie les verts 	1	52	9	11	9	0	7	0	0	2	9	100
La République en Marche - Modem 	0	2	3	1	82	5	6	0	0	0	1	100
Les Républicains – UDI 	0	2	2	2	13	0	70	0	2	8	1	100
Rassemblement National 	0	3	0	1	2	0	3	0	1	87	3	100
Reconquête ! 	0	0	0	0	7	0	8	1	76	8	0	100
Aucun parti	2	25	3	5	21	2	18	1	2	19	2	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LE MOMENT DU CHOIX DE VOTE

												% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Ces dernières semaines	1	29	3	1	28	1	10	1	5	20	1	100
Ces derniers jours	3	19	6	4	20	2	22	2	2	17	3	100
Au dernier moment	2	13	7	8	18	6	20	3	2	12	9	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION

												% TOTAL
	Extrême Gauche	NUPES	Divers Gauche	Divers Ecologistes	Ensemble!	Divers Centre	Les Républicains-UDI-Divers droite	Divers Souverainistes	Reconquête!	Rassemblement National	Autres	% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Moins de 2 000 habitants	1	27	4	2	21	0	12	2	4	22	5	100
2 000 à 9 999 habitants	2	21	5	3	21	1	14	0	2	26	5	100
10 000 à 49 999 habitants	2	22	3	1	29	0	17	1	3	22	0	100
50 000 à 199 999 habitants	2	22	6	2	23	3	13	1	5	22	1	100
200 000 habitants et plus	1	27	4	3	28	2	14	2	4	13	2	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LA RELIGION

												% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Catholique	1	13	4	3	30	1	19	1	5	21	2	100
...dont pratiquant régulier	1	8	8	2	26	3	29	2	7	14	0	100
...dont pratiquant occasionnel	1	12	2	2	27	4	28	0	5	17	2	100
...dont non pratiquant	1	13	4	3	31	1	16	2	4	23	2	100
Autre religion	2	38	7	5	18	0	14	0	3	8	5	100
Sans religion	2	39	4	2	20	2	7	1	3	17	3	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE SA VIE

												% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Très satisfait	2	19	2	4	35	3	9	2	4	15	5	100
Plutôt satisfait	1	24	5	3	31	1	15	0	4	14	2	100
<b>% Satisfait</b>	<b>1</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>32</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>100</b>
Plutôt pas satisfait	3	37	1	4	4	0	9	4	8	28	2	100
Pas du tout satisfait	0	28	6	5	2	0	6	6	10	37	0	100
<b>% Pas satisfait</b>	<b>2</b>	<b>35</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>31</b>	<b>1</b>	<b>100</b>
Ni satisfait, ni insatisfait	1	27	4	1	19	2	14	2	3	24	3	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LE MILIEU SOCIAL AUTO-DÉCLARÉ

												% TOTAL
	Extrême Gauche	NUPES	Divers Gauche	Divers Ecologistes	Ensemble!	Divers Centre	Les Républicains-UDI-Divers droite	Divers Souverainistes	Reconquête!	Rassemblement National	Autres	% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Défavorisés	6	29	3	2	8	0	8	5	6	31	2	100
Catégories populaires	0	32	4	2	19	0	11	2	4	25	1	100
Classes moyennes inférieures	1	25	5	3	25	2	13	1	3	19	3	100
Classes moyennes supérieures	1	21	3	3	31	1	18	1	5	14	2	100
S/T Milieux aisés ou Privilégiés	0	14	2	4	33	4	22	0	3	11	7	100

# SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS



## SELON LA SITUATION FINANCIÈRE

											% TOTAL	
	Extrême Gauche	NUPES	Divers Gauche	Divers Ecologistes	Ensemble!	Divers Centre	Les Républicains-UDI-Divers droite	Divers Souverainistes	Reconquête!	Rassemblement National	Autres	% TOTAL
<b>Ensemble</b>	<b>1,2</b>	<b>25,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>25,2</b>	<b>1,5</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3,9</b>	<b>18,9</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>
Arrive à mettre beaucoup d'argent de côté	5	17	7	6	22	0	19	0	3	16	5	100
Arrive à mettre un peu d'argent de côté	1	22	4	2	34	2	15	0	3	15	2	100
Boucle juste son budget	1	29	3	2	20	0	13	2	5	23	2	100
S/T Vit sur ses économies ou grâce à un ou plusieurs crédits	1	27	5	5	14	2	11	3	5	23	4	100

# LES ABSTENTIONNISTES 2

17

**2022**  
ÉLECTIONS  
LÉGISLATIVES

GAME CHANGERS



sopra **S**steria  
A European Tech Leader

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE SEXE & L'ÂGE				TOTAL
		Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>		<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
<b>▪ Sexe</b>				
	Homme	48	52	100
	Femme	48	52	100
<b>▪ Âge</b>				
	18-24 ans	31	69	100
	25-34 ans	29	71	100
	35-49 ans	41	59	100
	50-59 ans	48	52	100
	60-69 ans	60	40	100
	70 ans et plus	69	31	100

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LA PROFESSION DE L'INTERVIEWÉ.E			TOTAL
	Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
Cadre	47	53	100
Profession intermédiaire	43	57	100
Employé	35	65	100
Ouvrier	38	62	100
Retraité	67	33	100

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE STATUT DE L'INTERVIEWÉ.E			TOTAL
	Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
Salarié	40	60	100
<i>dont... salarié du privé</i>	38	62	100
<i>dont... salarié du public</i>	45	55	100
À son compte	41	59	100
Au chômage	38	62	100

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE DERNIER DIPLÔME OBTENU			TOTAL
	Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
Inférieur au bac	49	51	100
Baccalauréat	44	56	100
Bac +2	47	53	100
Bac +3 et plus	50	50	100

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE NIVEAU DE REVENUS MENSUELS NETS DU FOYER			TOTAL
	Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
Moins de 1 250 €	39	61	100
De 1 250 à 2 000 €	44	56	100
De 2 000 à 3 000 €	50	50	100
Plus de 3000 €	53	47	100

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE VOTE AU 1ER TOUR DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE 2022			TOTAL
	Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
Jean-Luc Mélenchon	50	50	100
Yannick Jadot	52	48	100
Emmanuel Macron	61	39	100
Valérie Pécresse	61	39	100
Marine Le Pen	48	52	100
Eric Zemmour	55	45	100

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LA SYMPATHIE PARTISANE			TOTAL
	Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
La France Insoumise	48	52	100
Parti socialiste	55	45	100
Europe écologie les verts	54	46	100
La République en Marche - Modem	61	39	100
Les Républicains – UDI	62	38	100
Rassemblement National	52	48	100
Reconquête !	52	48	100
Aucun parti	32	68	100

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION			TOTAL
	Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
Moins de 2 000 habitants	48	52	100
2 000 à 9 999 habitants	51	49	100
10 000 à 49 999 habitants	47	53	100
50 000 à 199 999 habitants	50	50	100
200 000 habitants et plus	46	54	100

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE SA VIE			TOTAL
	Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
Très satisfait	68	32	100
Plutôt satisfait	52	48	100
<b>% Satisfait</b>	<b>54</b>	<b>46</b>	<b>100</b>
Plutôt pas satisfait	45	55	100
Pas du tout satisfait	43	57	100
<b>% Pas satisfait</b>	<b>44</b>	<b>56</b>	<b>100</b>
Ni satisfait, ni insatisfait	40	60	100

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE MILIEU SOCIAL AUTO-DÉCLARÉ			TOTAL
	Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
Défavorisés	39	61	100
Catégories populaires	41	59	100
Classes moyennes inférieures	49	51	100
Classes moyennes supérieures	51	49	100
S/T Milieux aisés ou Privilégiés	53	47	100

# PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LA SITUATION FINANCIÈRE			TOTAL
	Votants	Abstentionnistes	
<b>Ensemble</b>	<b>47,7</b>	<b>52,3</b>	<b>100</b>
Arrive à mettre beaucoup d'argent de côté	46	54	100
Arrive à mettre un peu d'argent de côté	51	49	100
Boucle juste son budget	46	54	100
S/T Vit sur ses économies ou grâce à un ou plusieurs crédits	44	56	100

# ANNEXES

29

**2022**  
ÉLECTIONS  
LÉGISLATIVES

GAME CHANGERS



sopra  steria

# 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)), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket 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](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\*** »

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

