

LES FRANÇAIS, LE 14 JUILLET ET LE DÉFILÉ MILITAIRE

Juillet 2026



Note méthodologique



Cette étude a été réalisée via l'omnibus Ipsos.Digital auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans à 75 ans constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de région de résidence.



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne via la plateforme Ipsos.Digital du 7 au 9 juillet 2026. Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Étude Ipsos.Digital ».



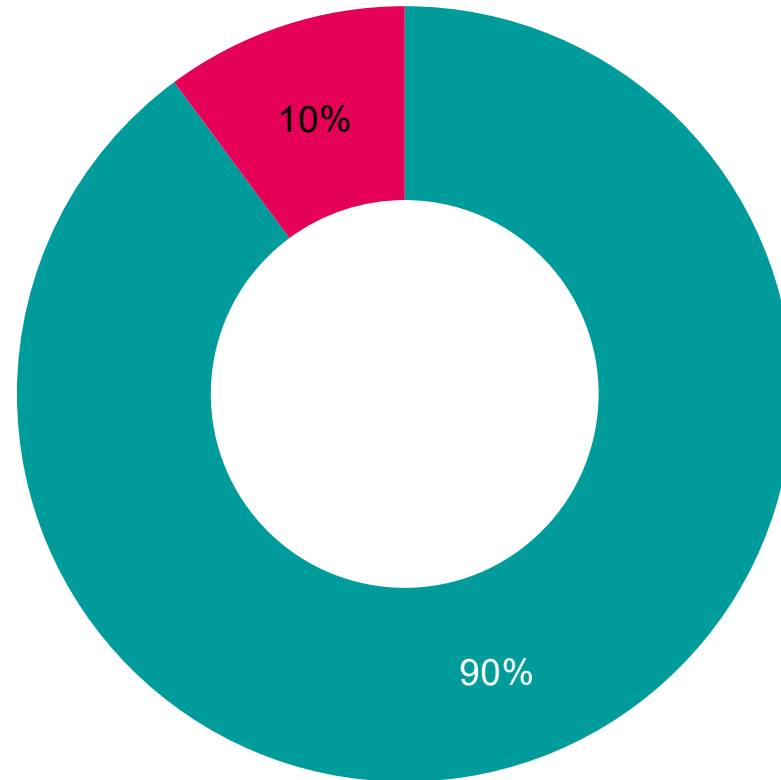
Ipsos rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 0,6 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Ipsos a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252

L'armée française bénéficie d'une image positive auprès de la quasi-totalité des Français (90%) .

De manière générale, avez-vous une bonne ou une mauvaise image de l'armée française ?

■ Bonne image
■ Mauvaise image

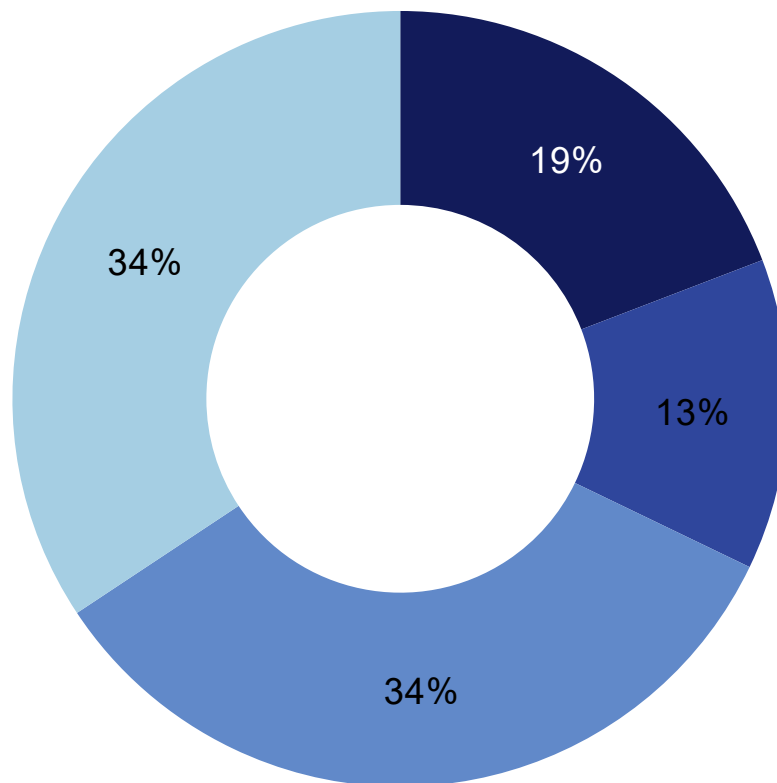


Base=928
A ceux qui ont exprimé une opinion

Plus de 6 Français sur 10 (66%) affirment avoir regardé le défilé militaire du 14 Juillet au moins une fois durant les cinq dernières années à la télévision, en ligne ou sur place.

À quelle fréquence avez-vous suivi le défilé militaire du 14 juillet (à la télévision, sur place ou en ligne) ces cinq dernières années ?

- Chaque année
- 3 à 4 fois
- 1 à 2 fois
- Jamais



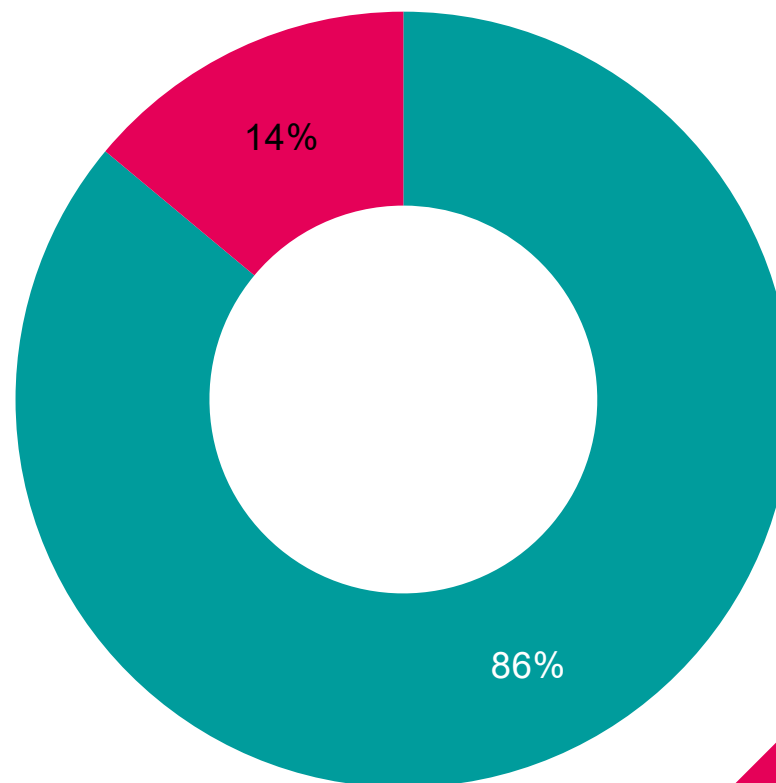
NET au moins une fois durant les 5 dernières années: **66%**
NET jamais: **34%**

Base=1000
A tous les répondants

Un large majorité de Français est favorable à l'organisation du défilé militaire le 14 Juillet.

Êtes-vous favorable ou opposé au principe d'organiser chaque année un défilé militaire le 14 juillet ?

■ Favorable
■ Pas favorable

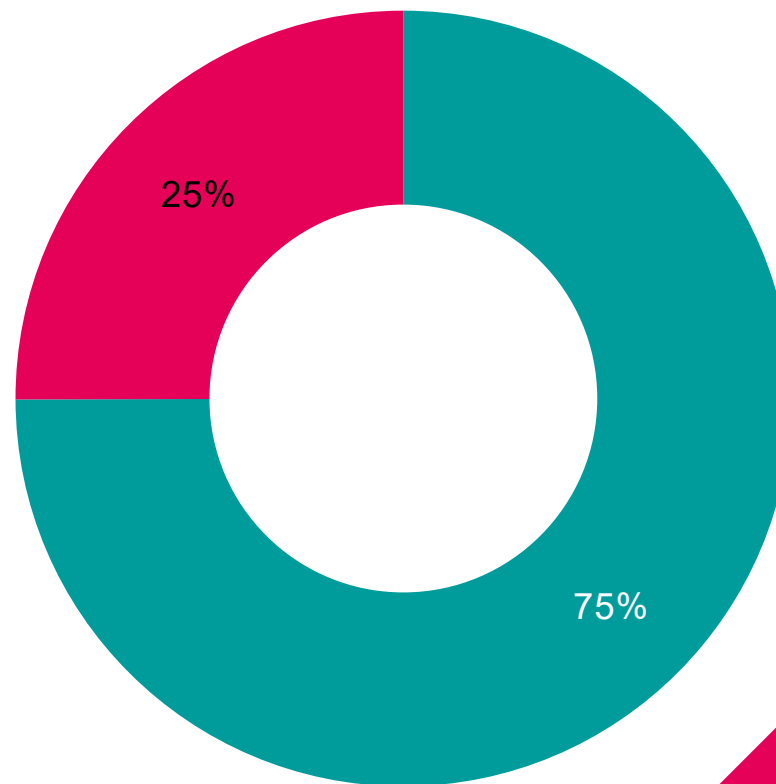


Base=794
A ceux qui ont exprimé une opinion

Une large majorité des Français exprime son attachement au défilé du 14 Juillet.

Et dans l'ensemble, appréciez-vous le défilé militaire du 14 juillet ?

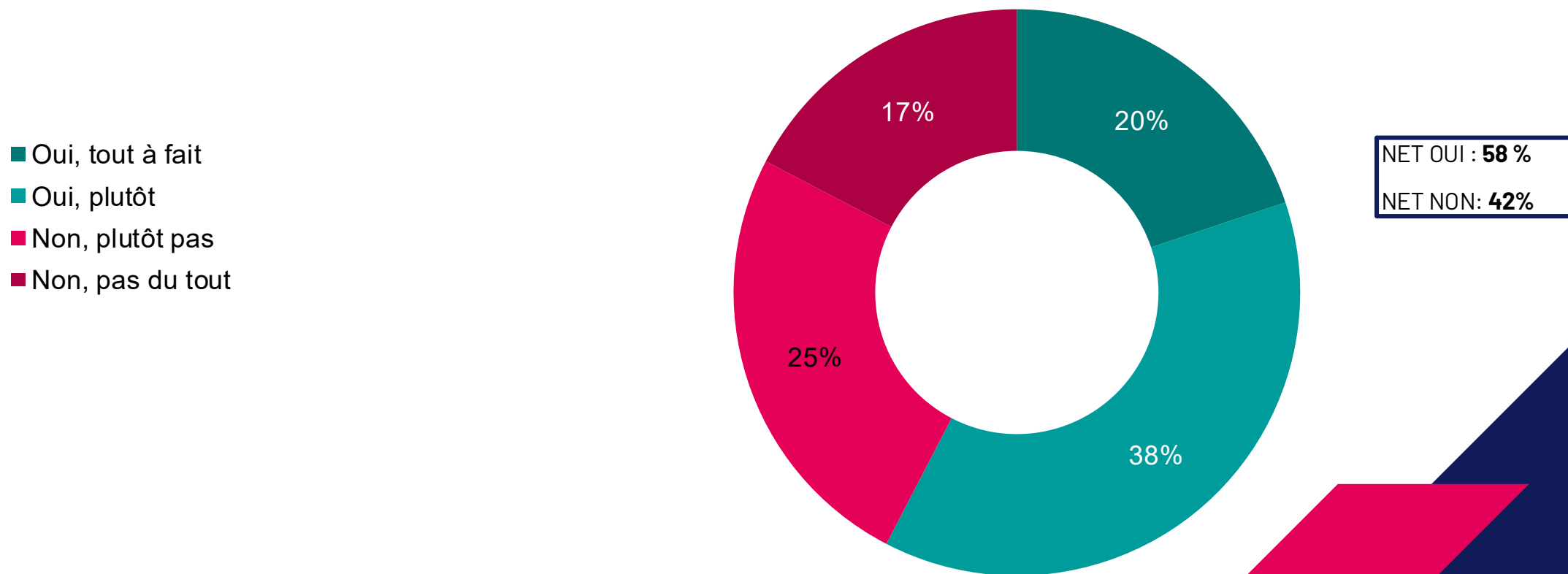
■ Oui
■ Non



Base=1000
A tous les répondants

Une confortable majorité de Français approuve la mise à l'honneur de l'Ukraine et de la coopération européenne lors du défilé du 14 Juillet 2026.

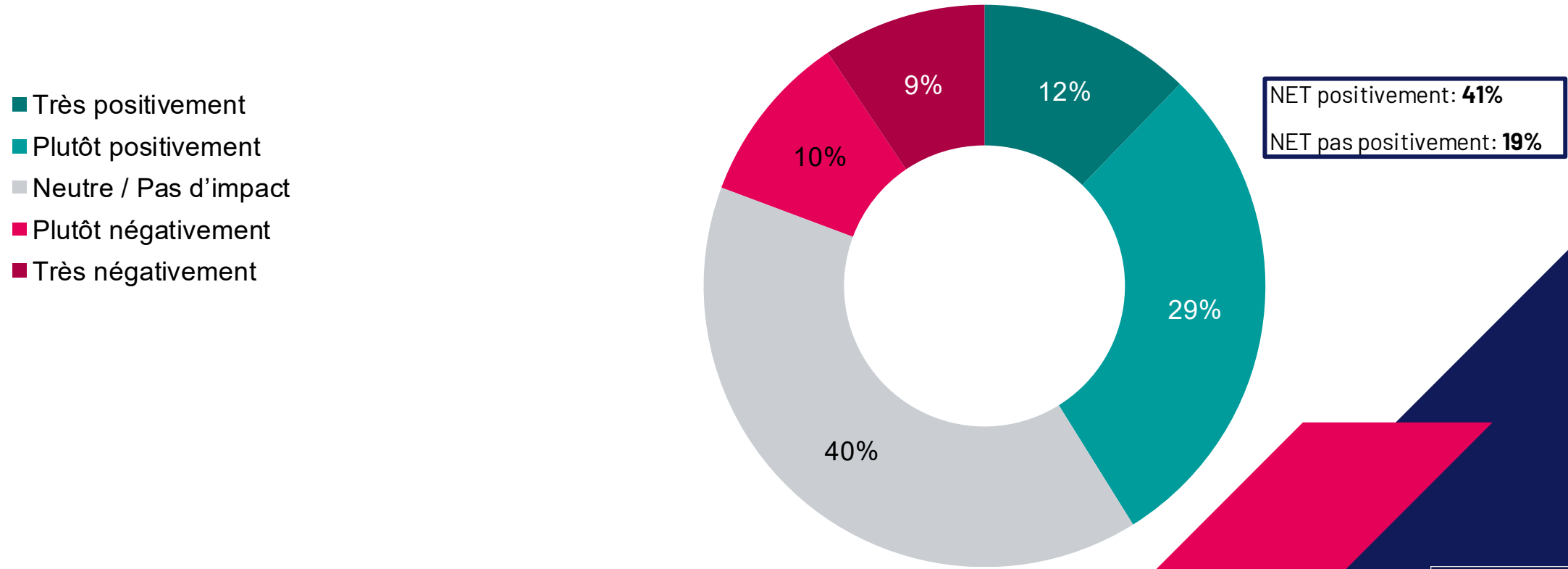
L'édition 2026 du défilé militaire du 14 juillet met à l'honneur l'Ukraine et la coopération européenne. Approuvez-vous ou non cette décision ?



Base=1000
A tous les répondants

Plus de 4 Français sur 10 considèrent que l'édition 2026 "Réveil stratégique de l'Europe" du défilé du 14 Juillet renforce le rayonnement international de la France et de ses armées.

Pensez-vous que cette édition 2026 (thème "Réveil stratégique de l'Europe", mise à l'honneur de l'Ukraine et des 35 nations de la Coalition des volontaires mise en place par la France et le Royaume-Uni) renforce le rayonnement international de la France et de son armée ?

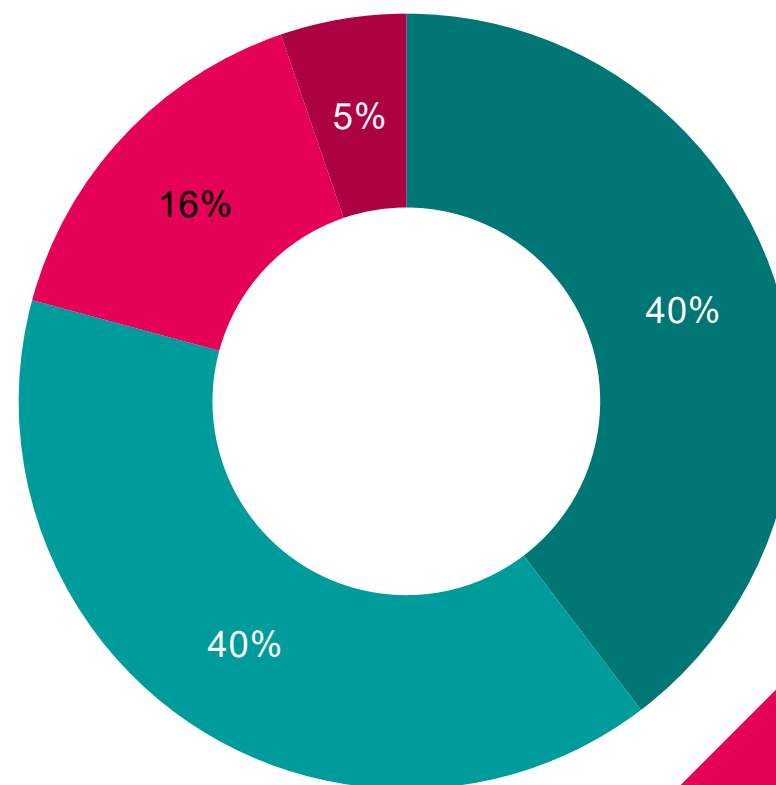


Base=1000
A tous les répondants

Pour une écrasante majorité de Français (80%) le défilé militaire demeure un pilier important de l'identité nationale,,

À quel point le défilé militaire est-il, selon vous, un symbole important de l'identité nationale française ?

- Très important
- Assez important
- Peu important
- Pas important du tout

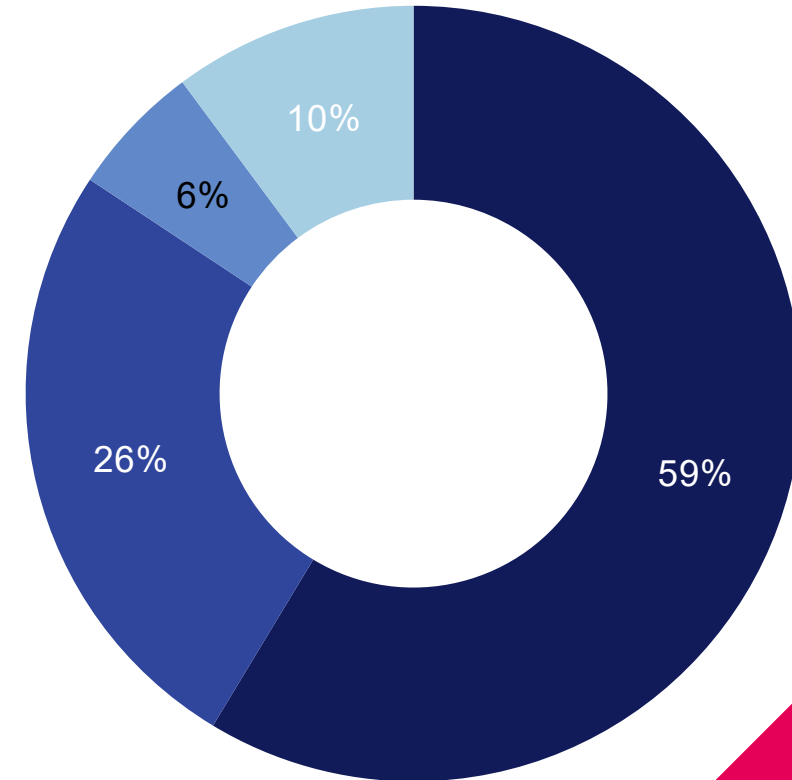


Base=1000
A tous les répondants

Le 14 Juillet est considéré par une majorité de Français comme une fête nationale essentielle qui doit être célébrée avec fierté.

Globalement, le 14 Juillet est pour vous... Choisissez l'option la plus proche de votre opinion

- Une fête nationale essentielle qui doit être célébrée avec fierté
- Une tradition agréable, mais sans enjeu majeur
- Une journée comme une autre
- Un événement dépassé ou trop coûteux

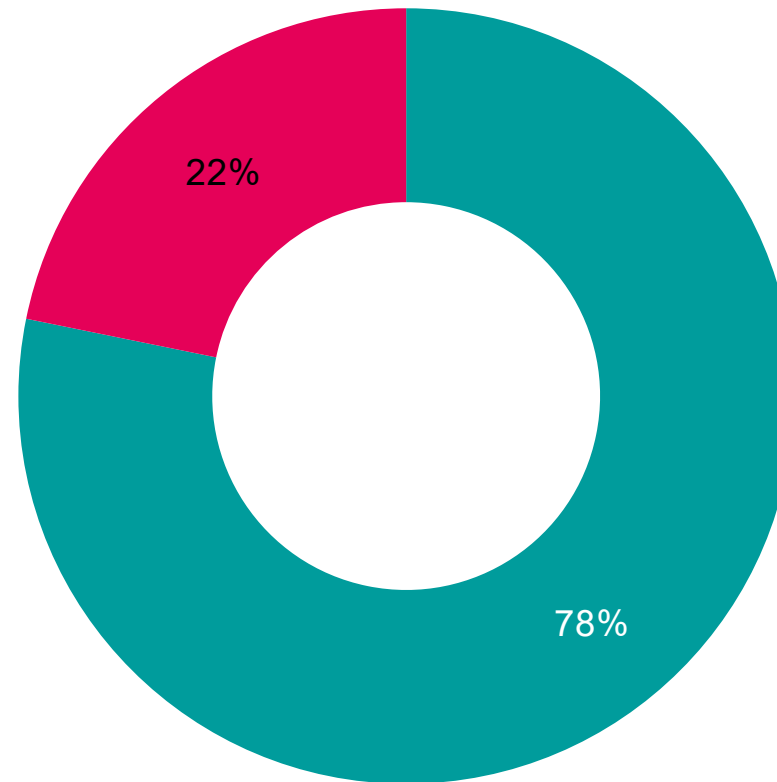


Base=1000
A tous les répondants

Près de 8 Français sur 10 (78%) affirment se sentir fiers d'être Français lors du défilé militaire du 14 Juillet.

Le défilé militaire du 14 Juillet vous rend-il fier/fière d'être Français(e) ?

■ Fier ■ Pas fier



Base=830
A ceux qui ont exprimé une opinion

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** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France ; www.Syntec-etudes.Com)
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, www.Esomar.Org)



**Ipsos France est certifiée ISO 20252 :
Market Research - version 2019
par AFNOR CERTIFICATION**

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

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 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'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

A ce titre, 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.

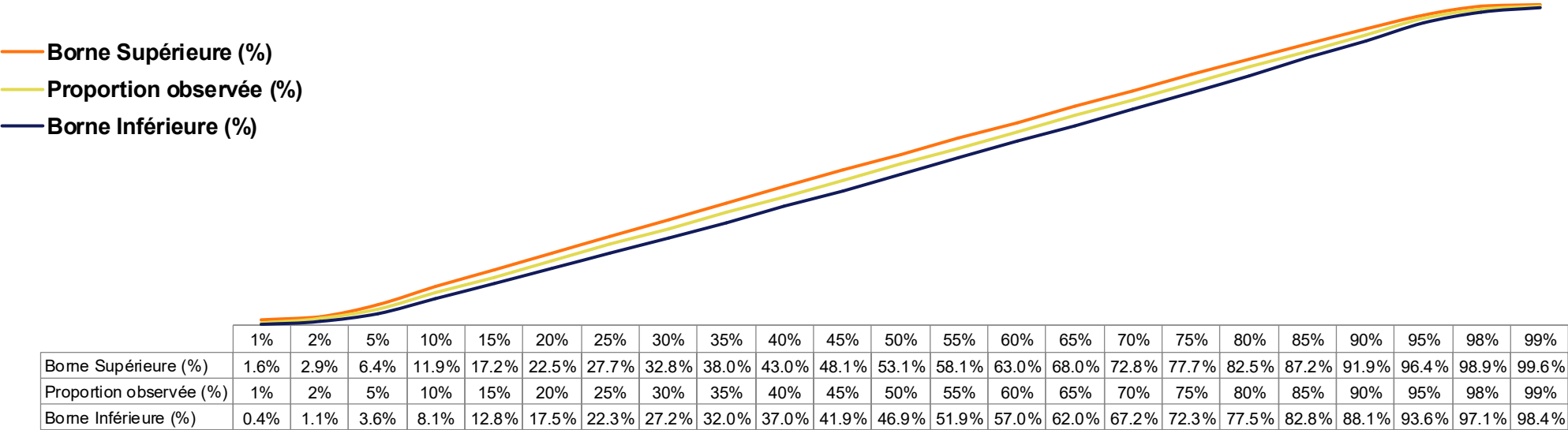
FIABILITÉ DES RÉSULTATS

Feuille de calcul

En l’occurrence s’agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : 95%
- Taille d’échantillon : 1000

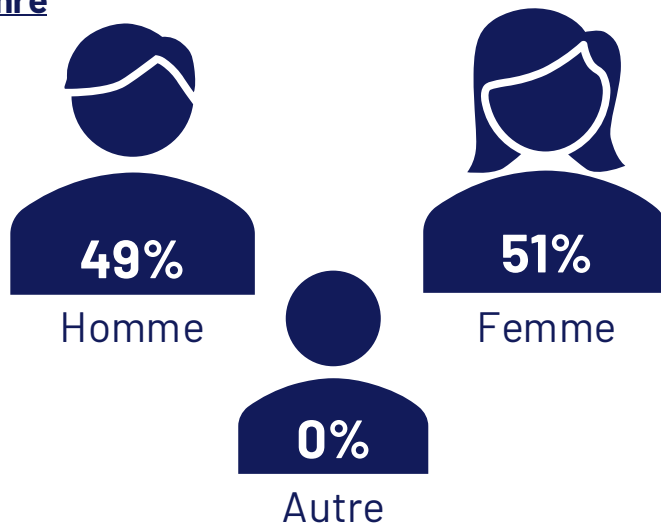
Les proportions observées sont comprises entre :



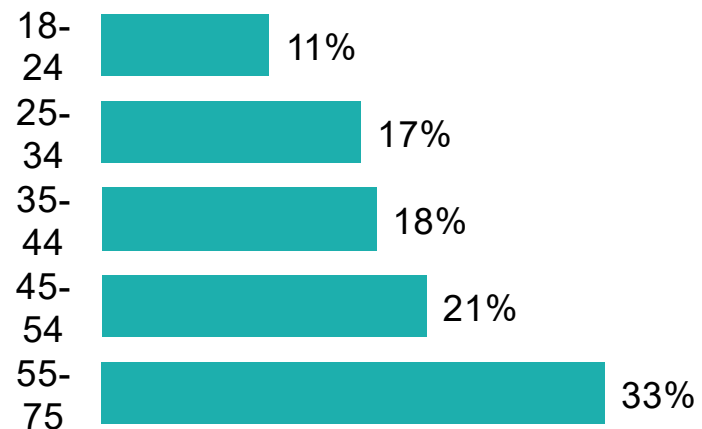
Structure de l'échantillon

Base=1000

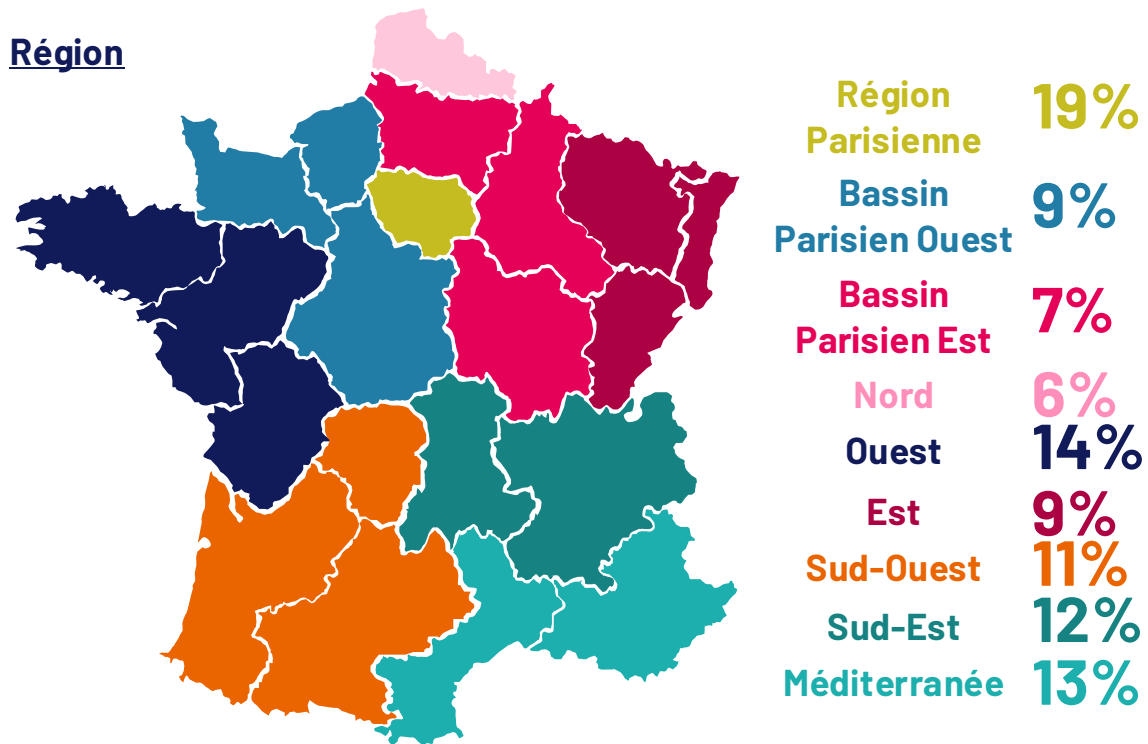
Genre



Âge



Région



CSP



FICHE TECHNIQUE ÉTUDE IPSOS.DIGITAL

Fiche technique

Étude Ipsos.Digital

ÉCHANTILLON

- **Population cible** : 1000 Français âgés de 18 ans à 75 ans représentatifs selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle de l'individu et de région de résidence
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- Le cas échéant, tirage raisonné permettant de sur représenter les cibles présentant systématiquement des taux de participation inférieurs à la moyenne
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge sur 5 tranches, catégorie socioprofessionnelle de l'individu, zones UDA (données INSEE)

COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : 07/07/2026-09/07/2026
- **Taille de l'échantillon final** : 1000 individus
Détailler les boosts le cas échéant
- **Mode de recueil** : Recueil Online Panel Ipsos
- **Outil** : Omnibus Digital : plusieurs clients se partagent un même terrain)
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses** : surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans

TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : sexe, âge sur 5 tranches, catégorie socioprofessionnelle de l'individu, zones UDA

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 de l'étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process 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

- **Echantillonnage** : 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 (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, 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.

Fiche technique

Organisation (Étude sur panel online)

LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS bva

- Design et méthodologie
- Analyses et synthèse
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Scripting
- Echantillonnage
- Collecte des données en France
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Elaboration du rapport d'étude
- Mise en forme des résultats

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00

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 Individus.

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.