



2 mars 2022

NOTICE TECHNIQUE

LES FRANÇAIS ET L'ENVIRONNEMENT DANS LE CADRE DE
LA CAMPAGNE ÉLECTORALE

ARTICLE 2 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Organisme ayant réalisé le sondage	IPSOS
▪ Commanditaires du sondage	France Télévisions
▪ Nombre de personnes interrogées	990 personnes constituant un échantillon représentatif de la population Française âgée de 18 ans et plus
▪ Dates de réalisation des interviews	Les 25 et 26 février 2022
▪ Date de diffusion prévue	Le 3 mars 2022
▪ Questionnaire	Présenté intégralement dans le rapport d'étude ci-après

ARTICLE 3 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Objet du sondage	La perception des Français sur l'environnement, dans le cadre de l'élection présidentielle à venir
▪ Echantillon interrogé	990 personnes, constituant un échantillon représentatif de la population Française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas : sexe, âge, profession de la personne interrogée, catégorie d'agglomération et région.
▪ Mode de recueil	On-line, via l'Access Panel d'Ipsos
▪ Taux de non réponse et ordre du questionnaire	Le taux de non réponse (lorsqu'il est supérieur à 0) est présenté pour chaque question dans le rapport ci-après. Ordre de passation du questionnaire: Inquiétude sur l'environnement, Priorité entre environnement et économie et social, Opinion sur les différentes énergies, Opinion sur l'interdiction de la vente des véhicules thermiques neuf, Opinion sur l'éolien, Opinion sur le nucléaire, Perception politique de la défense de l'environnement, Perception des candidats sur le sujet de l'environnement.
▪ Gratification des personnes interrogées	Chaque répondant a obtenu des points cumulables pour une valeur inférieure à 1 euro.
▪ Critères de redressement	Le redressement a été effectué à partir de la structure sociodémographique de la population Française de 18 ans et plus (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle de la personne interrogée, catégorie d'agglomération et région) et sur le vote à l'élection présidentielle de 2017.

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 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.

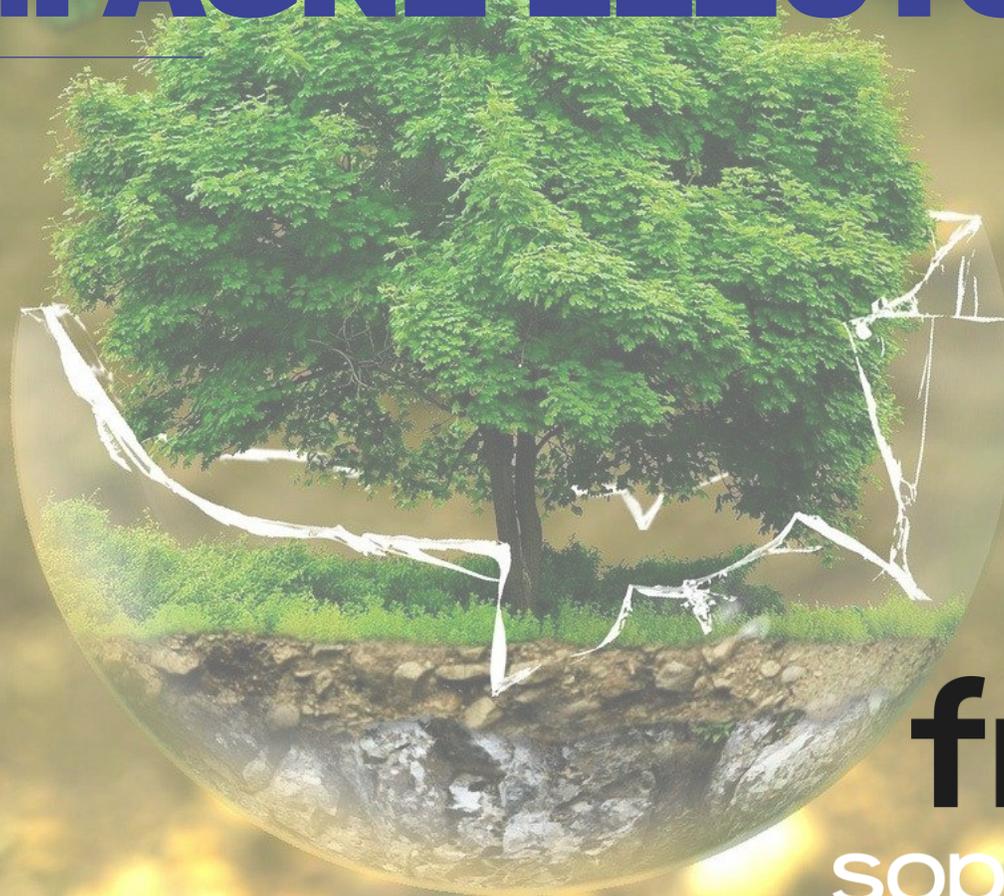
INTERVALLE DE CONFIANCE (avec un niveau de confiance de 95%)											
Taille d'échantillon (N)	SCORES OBTENUS (P)										
	2 ou 98%	5% ou 95%	10% ou 90%	15% ou 85%	20% ou 80%	25% ou 75%	30% ou 70%	35% ou 65%	40% ou 60%	45% ou 55%	50%
300	1,6	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,4	5,5	5,6	5,7
400	1,4	2,1	2,9	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
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
1 500	0,7	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5

Note de lecture : pour un échantillon de 1000 personnes, si le score mesuré est de 20%, il y a 95% de chances que la valeur réelle se situe aujourd'hui entre 17,5 et 22,5 (plus ou moins 2,5 points).

* Base ensemble n = 990)

LES FRANÇAIS ET L'ENVIRONNEMENT DANS LE CADRE DE LA CAMPAGNE ÉLECTORALE

MARS 2022



VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

Brice Teinturier
brice.teinturier@ipsos.com

Jean-François Doridot
jean-francois.doridot@ipsos.com

Pierre Latrille
pierre.latrille@ipsos.com

france.tv

sopra  steria

GAME CHANGERS

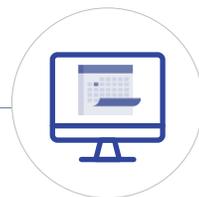


FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

990 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



DATE DE TERRAIN

Les 25 et 26 février 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

france•tv

Note de lecture : tous les résultats sont exprimés en pourcentage (%)



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, département Opinion (Ipsos Public Affairs).



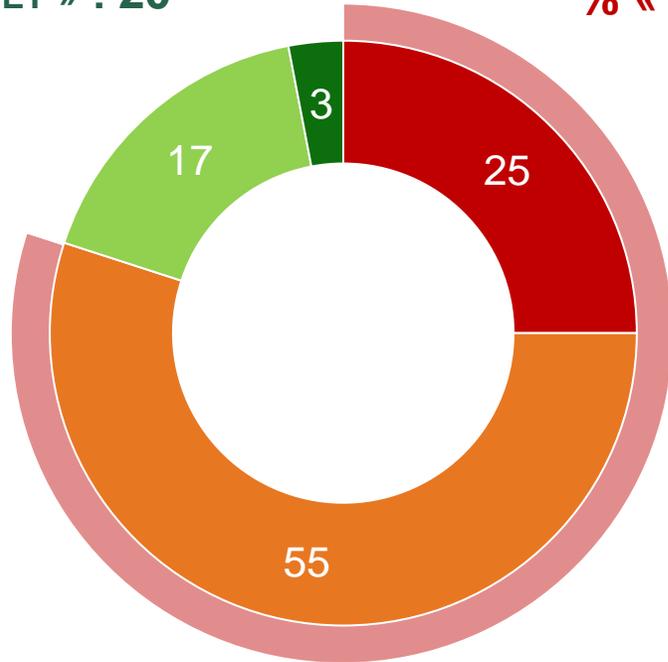
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

L'INQUIÉTUDE VIS-À-VIS DE L'ENVIRONNEMENT ET DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Question : « D'une manière générale, diriez-vous que vous êtes inquiet ou non au sujet de la protection de l'environnement et du changement climatique ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)

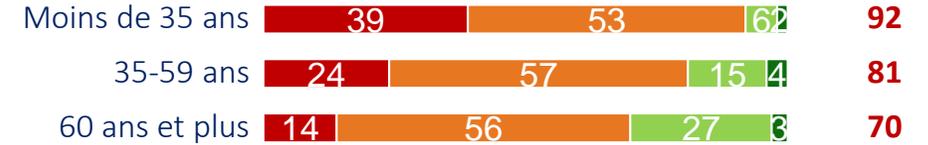
% « PAS INQUIET » : 20

% « INQUIET » : 80

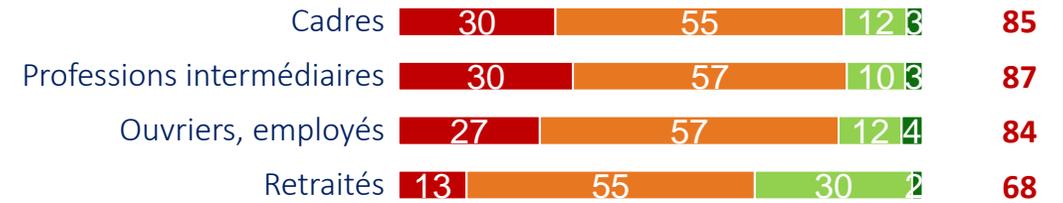


RÉSULTATS SELON L'ÂGE

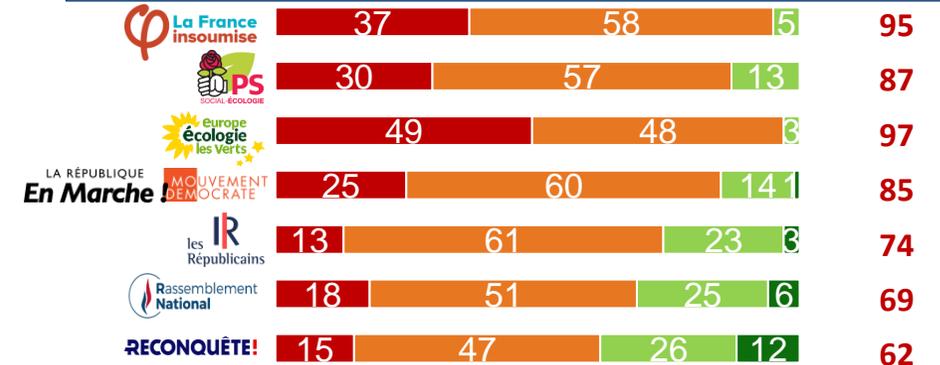
% « INQUIET »



RÉSULTATS SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE



RÉSULTATS SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE



OUI, TRÈS INQUIET

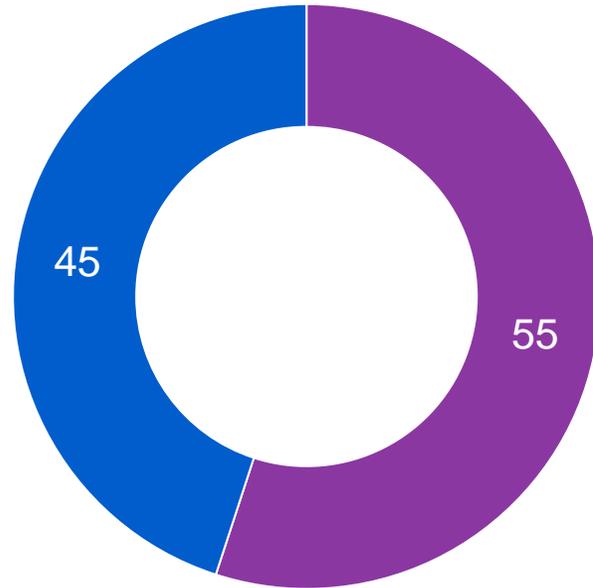
OUI, PLUTÔT INQUIET

NON, PLUTÔT PAS INQUIET

NON, PAS DU TOUT INQUIET

L'ARBITRAGE ENTRE URGENCE ENVIRONNEMENTALE ET SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

Question : « De laquelle des deux opinions suivantes êtes-vous le plus proche ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



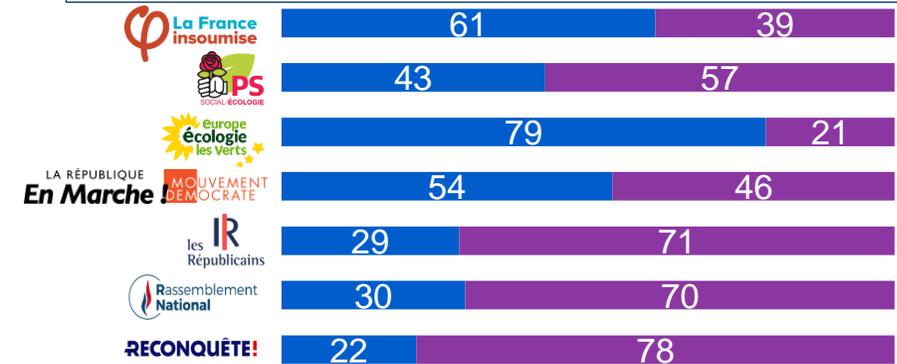
RÉSULTATS SELON L'ÂGE



RÉSULTATS SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE



RÉSULTATS SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE



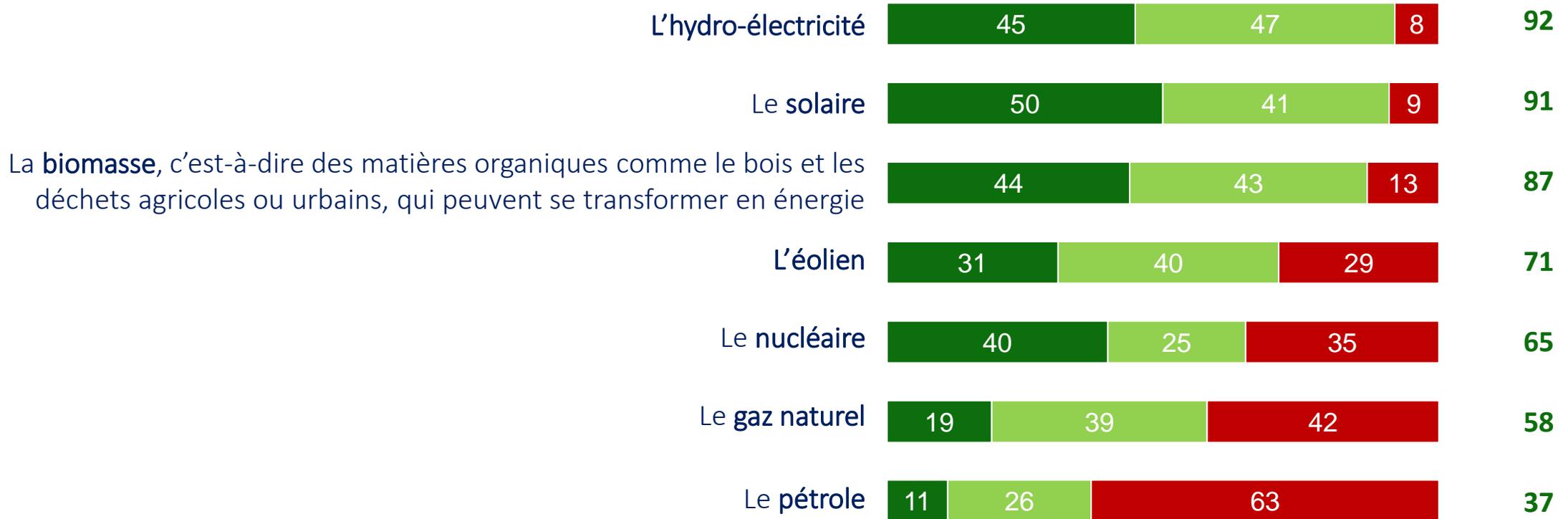
FACE À L'URGENCE ENVIRONNEMENTALE, IL FAUT PRENDRE DES MESURES RAPIDES ET ÉNERGIQUES, MÊME SI CELA SIGNIFIE DE DEMANDER AUX FRANÇAIS DES SACRIFICES FINANCIERS.

FACE À LA SITUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE, IL FAUT PRENDRE DES MESURES RAPIDES ET ÉNERGIQUES, MÊME SI CELA SIGNIFIE DE METTRE LA QUESTION ENVIRONNEMENTALE AU SECOND PLAN POUR L'INSTANT.

L'OPINION DÉTAILLÉE SUR LES DIFFÉRENTS TYPES D'ÉNERGIE

Question : « Concernant les sources d'énergie suivantes, diriez-vous que dans les années à venir, il serait souhaitable et possible, souhaitable mais difficile ou pas souhaitable d'en faire des sources d'énergie majeures pour la France ? »
 (base: Ensemble de l'échantillon)

%
« SOUHAITABLE »



CE SERAIT SOUHAITABLE ET FACILE D'EN FAIRE UNE SOURCE D'ÉNERGIE MAJEURE POUR LA FRANCE

CE SERAIT SOUHAITABLE MAIS DIFFICILE D'EN FAIRE UNE SOURCE D'ÉNERGIE MAJEURE POUR LA FRANCE

CE NE SERAIT PAS SOUHAITABLE D'EN FAIRE UNE SOURCE D'ÉNERGIE MAJEURE POUR LA FRANCE

L'OPINION DÉTAILLÉE SUR LES DIFFÉRENTS TYPES D'ÉNERGIE - DÉTAILS

Question : « Concernant les sources d'énergie suivantes, diriez-vous que dans les années à venir, il serait souhaitable et possible, souhaitable mais difficile ou pas souhaitable d'en faire des sources d'énergie majeures pour la France ? »

(base: Ensemble de l'échantillon)

RÉSULTATS SELON L'ÂGE

RÉSULTATS SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

Ensemble de l'échantillon

EN % « SOUHAITABLE »	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
L'hydro-électricité	92	93	92	89	96	96	91	89
Le solaire	91	92	89	92	86	93	88	93
La biomasse, c'est-à-dire des matières organiques comme le bois et les déchets agricoles ou urbains, qui peuvent se transformer en énergie	87	88	89	84	89	92	85	85
L'éolien	71	87	67	64	75	70	72	66
Le nucléaire	65	56	66	72	55	65	63	73
Le gaz naturel	58	70	58	50	47	51	67	50
Le pétrole	37	50	37	28	27	31	45	26

L'OPINION DÉTAILLÉE SUR LES DIFFÉRENTS TYPES D'ÉNERGIE - DÉTAILS

Question : « Concernant les sources d'énergie suivantes, diriez-vous que dans les années à venir, il serait souhaitable et possible, souhaitable mais difficile ou pas souhaitable d'en faire des sources d'énergie majeures pour la France ? »

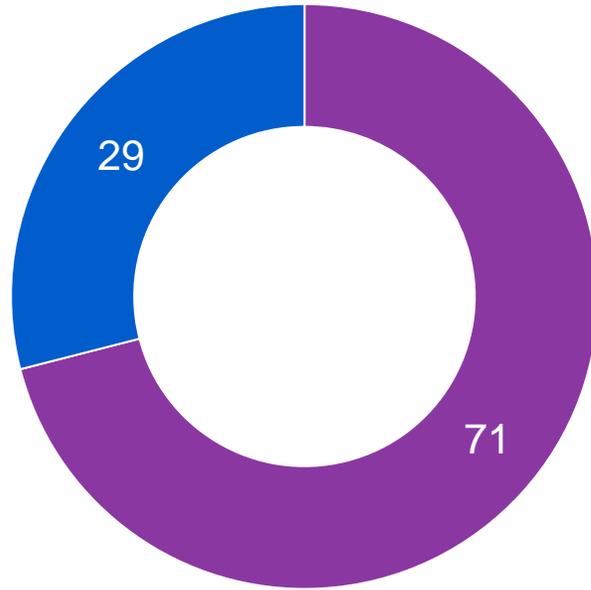
(base: Ensemble de l'échantillon)

RÉSULTATS SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

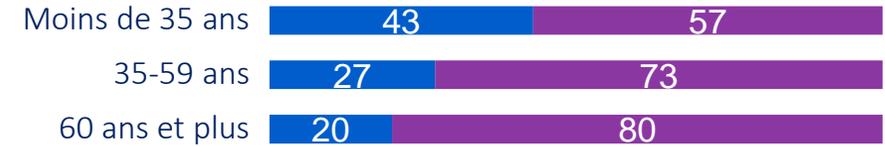
EN % « SOUHAITABLE »		ENSEMBLE	 La France insoumise	 PS SOCIAL ÉCOLOGIE	 Europe Écologie les Verts	 LA RÉPUBLIQUE En Marche! MOUVEMENT DÉMOCRATE	 les Républicains	 Rassemblement National	 RECONQUÊTE!
Ensemble de l'échantillon	L'hydro-électricité	92	94	97	97	94	89	90	96
	Le solaire	91	93	94	98	93	89	90	85
	La biomasse, c'est-à-dire des matières organiques comme le bois et les déchets agricoles ou urbains, qui peuvent se transformer en énergie	87	92	73	91	94	83	89	95
	L'éolien	71	81	87	88	79	60	63	18
	Le nucléaire	65	60	65	34	69	81	70	87
	Le gaz naturel	58	50	70	52	60	41	66	66
	Le pétrole	37	37	32	26	33	44	47	35

L'OPINION SUR L'INTERDICTION DE LA VENTE DE VÉHICULES THERMIQUES NEUFS

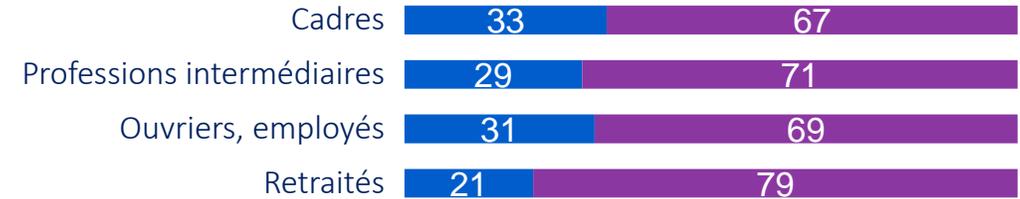
Question : « Et à propos de l'interdiction de la vente de véhicules thermiques neufs (essence, diesel) en 2035, de laquelle des deux opinions suivantes êtes-vous le plus proche ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



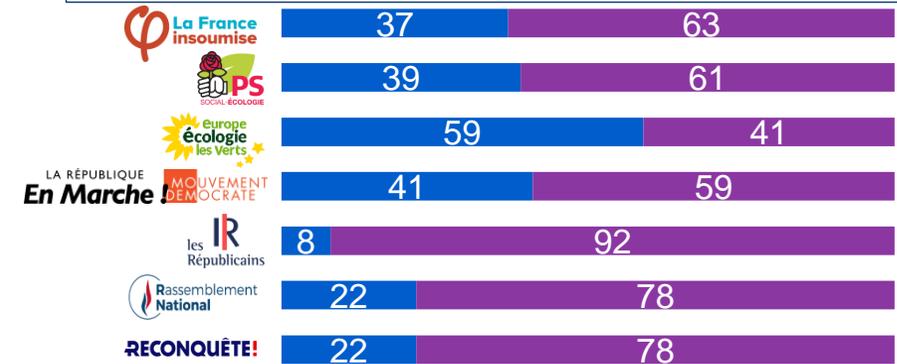
RÉSULTATS SELON L'ÂGE



RÉSULTATS SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE



RÉSULTATS SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

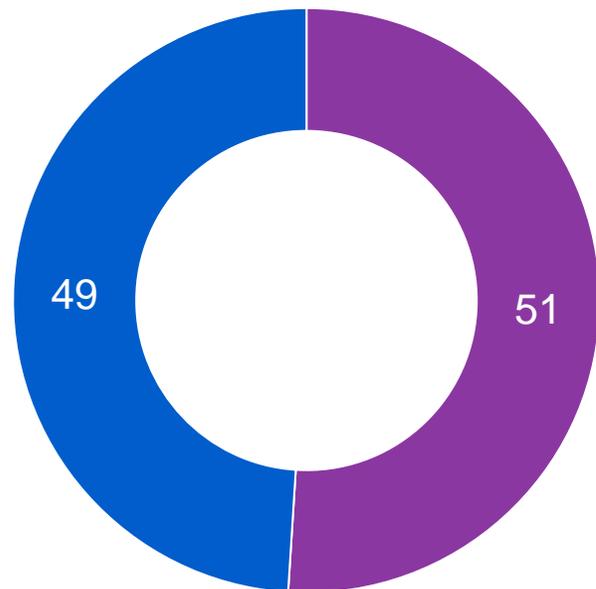


VOUS Y ÊTES FAVORABLE CAR ILS SONT UNE SOURCE IMPORTANTE DE POLLUTION PAR RAPPORT AUX VÉHICULES ÉLECTRIQUES

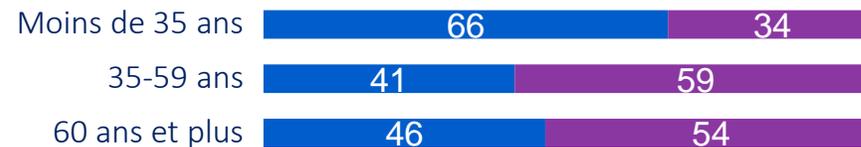
VOUS Y ÊTES OPPOSÉ CAR LES VÉHICULES ÉLECTRIQUES SONT TROP CHERS ET PAS ASSEZ EFFICACES (AUTONOMIE, TEMPS DE RECHARGE, ETC.)

L'OPINION SUR LA CONSTRUCTION D'ÉOLIENNES

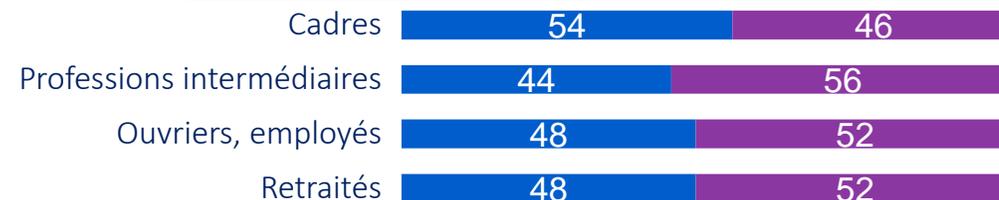
Question : « De laquelle des deux opinions suivantes êtes-vous le plus proche ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



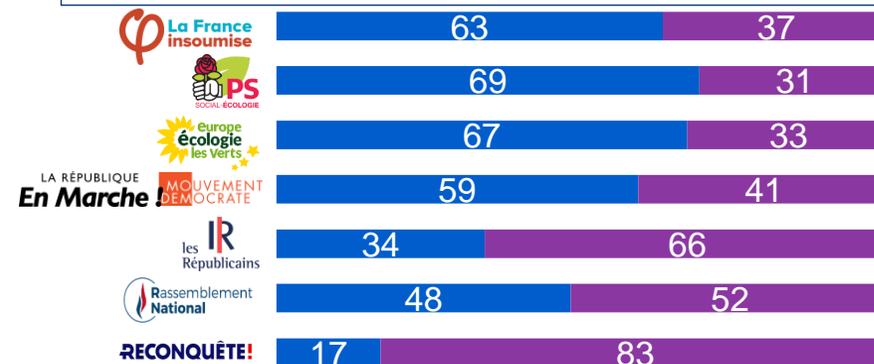
RÉSULTATS SELON L'ÂGE



RÉSULTATS SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE



RÉSULTATS SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

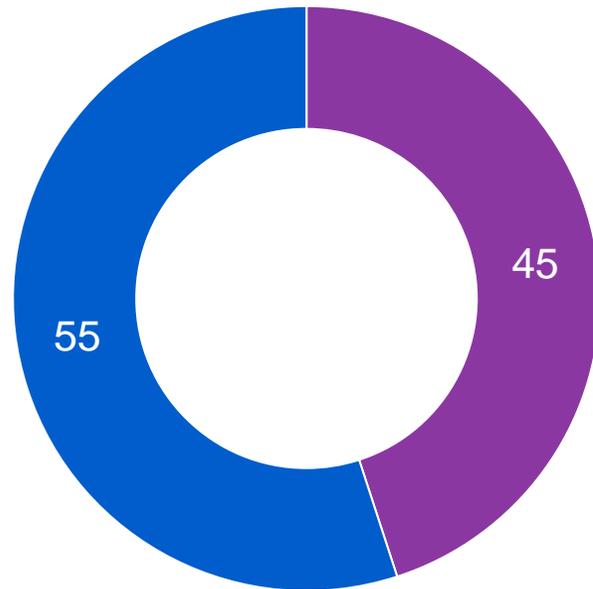


IL FAUT CONSTRUIRE D'AVANTAGE D'ÉOLIENNES EN FRANCE, CAR C'EST UNE ÉNERGIE PROPRE ET DURABLE, INDISPENSABLE À LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

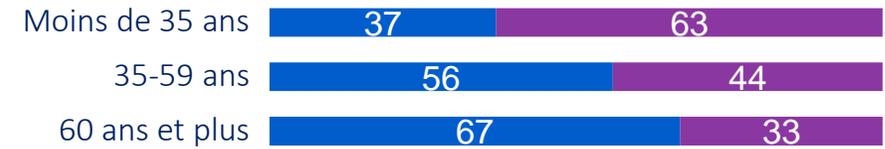
IL FAUT ARRÊTER LA CONSTRUCTION D'ÉOLIENNES EN FRANCE CAR ELLES ABÎMENT LE PAYSAGE ET NE SONT PAS EFFICACES POUR PRODUIRE DE L'ÉNERGIE

L'OPINION SUR LA RELANCE DE L'ÉNERGIE NUCLÉAIRE

Question : « Et de laquelle des deux opinions suivantes êtes-vous le plus proche ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



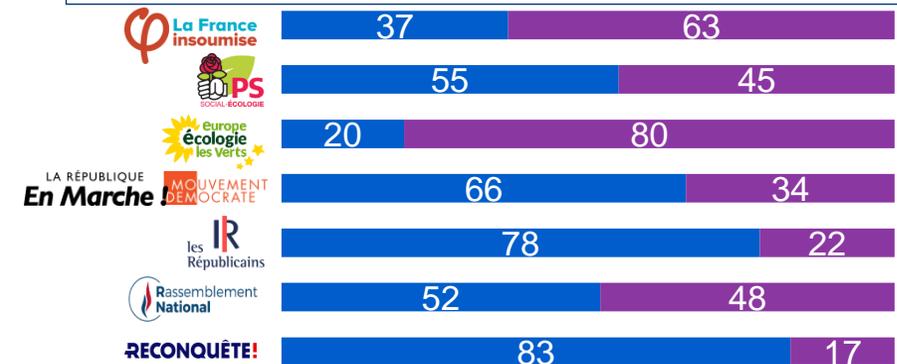
RÉSULTATS SELON L'ÂGE



RÉSULTATS SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE



RÉSULTATS SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

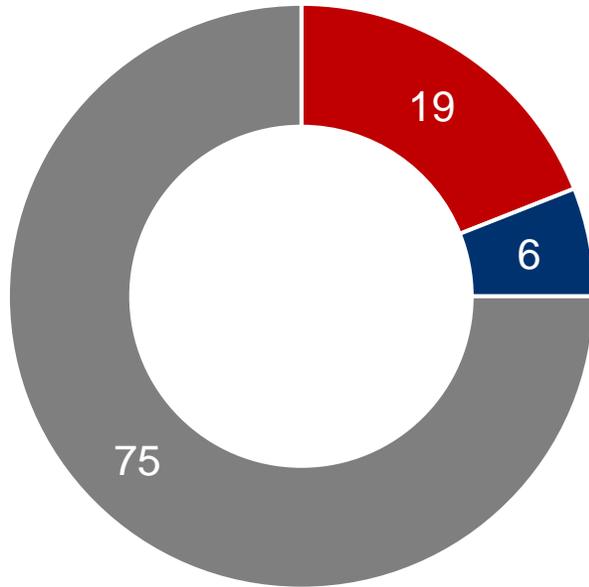


IL FAUT RELANCER L'ÉNERGIE NUCLÉAIRE EN FRANCE EN CONSTRUISANT DE NOUVEAUX RÉACTEURS, CAR C'EST UNE ÉNERGIE BON MARCHÉ POUR LES CONSOMMATEURS

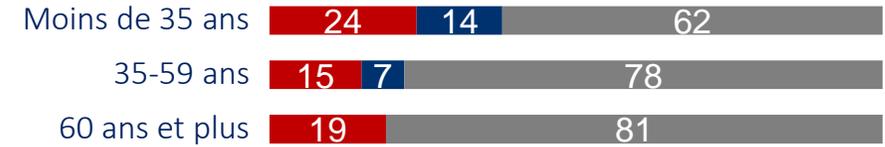
IL FAUT SORTIR PROGRESSIVEMENT DU NUCLÉAIRE CAR C'EST UNE ÉNERGIE PEU SÛRE ET DONT LA PRODUCTION EST COUTEUSE POUR L'ÉTAT

LA PERCEPTION POLITIQUE DE LA DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT

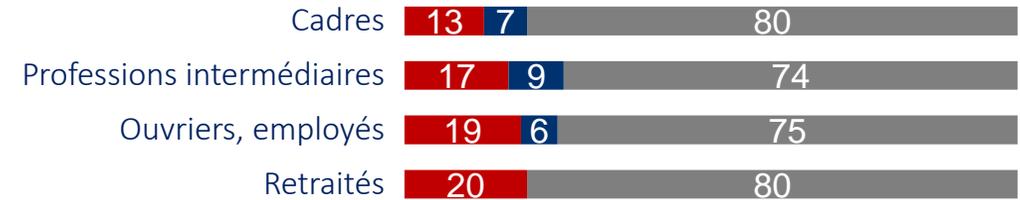
Question : « Diriez-vous que la défense de l'environnement et de la nature est avant tout... ? » (base: Ensemble de l'échantillon)



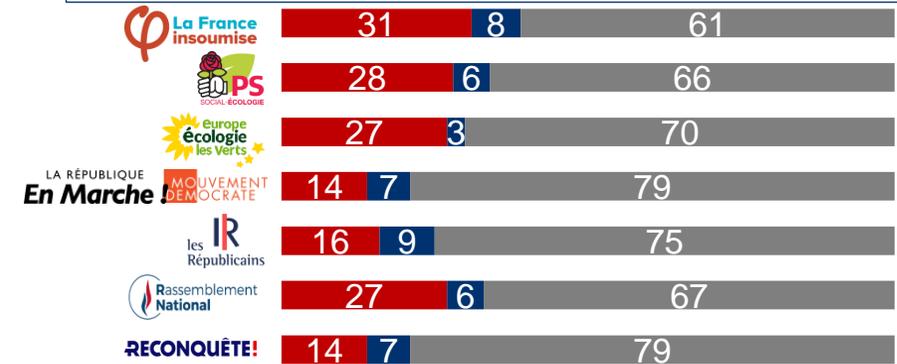
RÉSULTATS SELON L'ÂGE



RÉSULTATS SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE



RÉSULTATS SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE



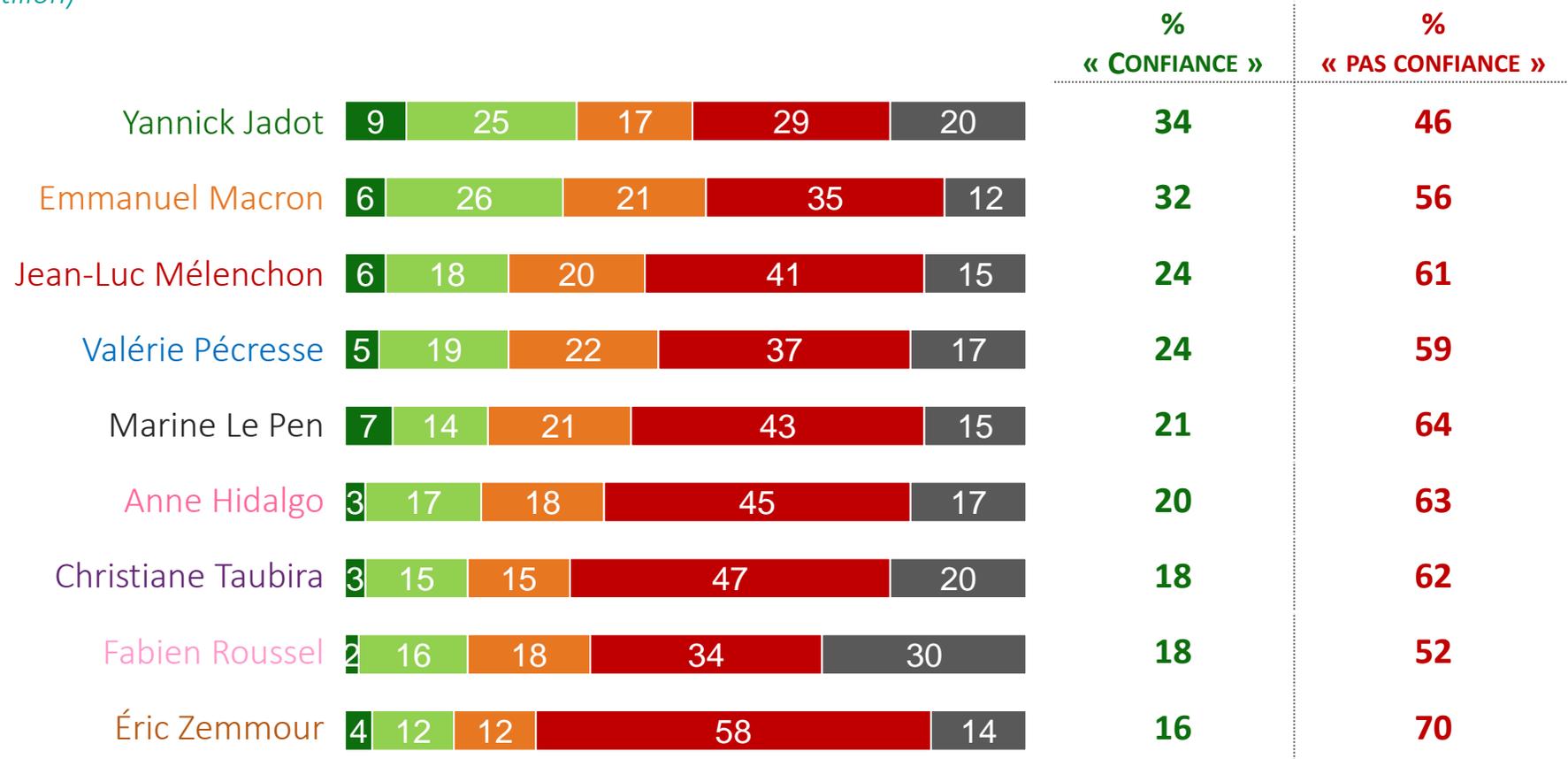
... UNE IDÉE DE GAUCHE

... UNE IDÉE DE DROITE

... UNE IDÉE QUI N'EST NI DE GAUCHE NI DE DROITE

LA PERCEPTION DES CANDIDATS SUR LE SUJET DE L'ENVIRONNEMENT

Question : « En matière d'environnement, faites-vous confiance ou non à chacun des candidats suivants ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



TOUT À FAIT CONFIANCE

PLUTÔT CONFIANCE

PLUTÔT PAS CONFIANCE

PAS DU TOUT CONFIANCE

VOUS NE SAVEZ PAS VRAIMENT

LA PERCEPTION DES CANDIDATS SUR LE SUJET DE L'ENVIRONNEMENT - DÉTAILS

Question : « En matière d'environnement, faites-vous confiance ou non à chacun des candidats suivants ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)

% « CONFIANCE »	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
Yannick Jadot	34	31	34	36	39	36	31	38
Emmanuel Macron	32	36	27	35	33	30	28	36
Jean-Luc Mélenchon	24	38	21	17	29	18	26	19
Valérie Pécresse	24	24	19	30	27	24	18	30
Marine Le Pen	21	28	22	15	14	12	30	15
Anne Hidalgo	20	21	19	20	20	19	18	21
Christiane Taubira	18	23	18	16	19	22	16	16
Fabien Roussel	18	22	16	19	24	21	16	17
Éric Zemmour	16	20	16	15	21	11	17	15

LA PERCEPTION DES CANDIDATS SUR LE SUJET DE L'ENVIRONNEMENT - DÉTAILS

Question : « En matière d'environnement, faites-vous confiance ou non à chacun des candidats suivants ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)

RÉSULTATS SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

% « CONFIANCE »	ENSEMBLE	 La France insoumise	 PS	 Europe Écologie les Verts	 LA RÉPUBLIQUE En Marche !	 les Républicains	 Rassemblement National	RECONQUÊTE!
Yannick Jadot	34	42	52	75	37	37	21	7
Emmanuel Macron	32	17	42	18	72	54	17	7
Jean-Luc Mélenchon	24	81	36	41	14	11	16	11
Valérie Pécresse	24	19	16	23	27	55	14	24
Marine Le Pen	21	16	9	10	15	12	71	51
Anne Hidalgo	20	25	44	38	20	22	11	1
Christiane Taubira	18	28	41	39	18	12	12	2
Fabien Roussel	18	33	29	28	13	21	11	9
Éric Zemmour	16	16	9	7	5	20	38	58

ANNEXES

FIABILITÉ DES RÉSULTATS

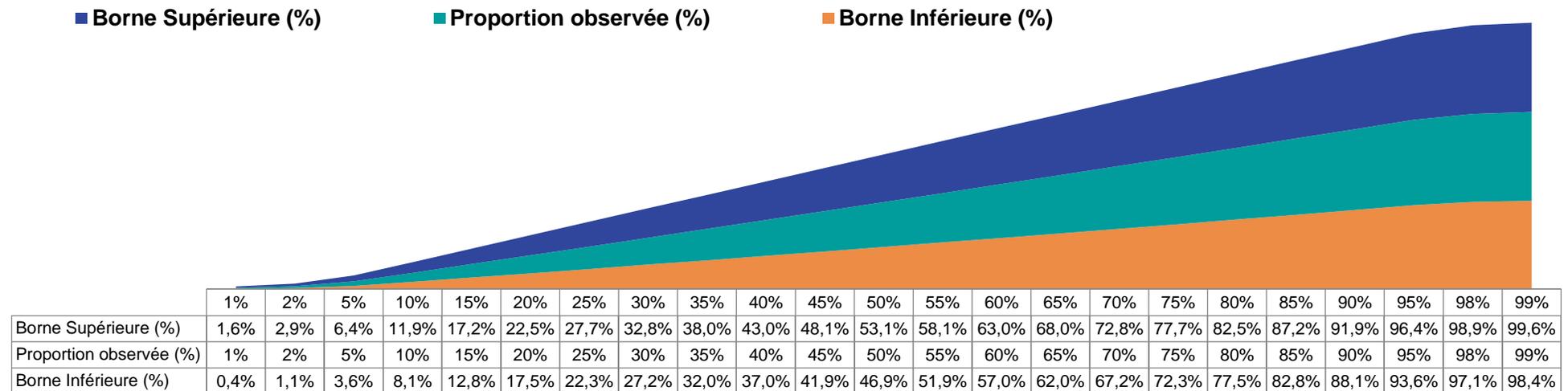


Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **990**

Les proportions observées sont comprises entre :



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), **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

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*** »