



21 février 2022

# NOTICE TECHNIQUE

ENQUETE « LES JEUNES ET LA PRÉSIDENTIELLE »

# ARTICLE 2 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Organisme ayant réalisé le sondage	IPSOS
▪ Commanditaires du sondage	La Fage
▪ Nombre de personnes interrogées	2007 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française de 18 à 30 ans.
▪ Dates de réalisation des interviews	DU 11 au 20 janvier 2022.
▪ Date de diffusion prévue	Le 22 février 2022 à 9h
▪ Questionnaire	Présenté intégralement dans le rapport d'étude ci-après

# 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%
100	2,7	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	9,0	9,3	9,6	9,8	9,8
200	1,9	3,0	4,2	4,9	5,5	6,0	6,4	6,6	6,8	6,9	6,9
500	1,2	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4
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
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 2 007 personnes, si le score mesuré est de 20%, il y a 95% de chances pour que la valeur réelle se situe aujourd'hui entre 18,2% et 21,8% (plus ou moins 1,8 point).

# ARTICLE 3 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Objet du sondage	Etat d'esprit, rapport entretenu avec la politique, niveau d'intérêt quant à l'élection présidentielle et aux élections législatives.
▪ Echantillon interrogé	2007 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française de 18 à 30 ans.
▪ Mode de recueil	On-line, via l'Access Panel d'Ipsos
▪ Taux de non réponse	Le taux de non réponse (lorsqu'il est supérieur à 0) est présenté pour chaque question dans le rapport ci-après.
▪ 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 à 30 ans (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle de la personne interrogée, catégorie d'agglomération et région).

# LES JEUNES ET L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

*Quel est leur état d'esprit ?  
Quel rapport entretiennent-ils avec la politique ?  
Quelles sont leurs attentes ?*

**Janvier 2022**

Vos contacts IPSOS France, Public Affairs :

**Etienne MERCIER**

[Etienne.mercier@ipsos.com](mailto:Etienne.mercier@ipsos.com)

**Adeline MERCERON**

[adeline.merceron@ipsos.com](mailto:adeline.merceron@ipsos.com)

**Sophie MORIN**

[sophie.morin@ipsos.com](mailto:sophie.morin@ipsos.com)

**Amélie MARMUSE**

[amelie.marmuse@ipsos.com](mailto:amelie.marmuse@ipsos.com)



# FICHE TECHNIQUE



## ÉCHANTILLON

**2007 personnes** constituant un échantillon représentatif de la population française **de 18 à 30 ans**.



## DATES DE TERRAIN

Du **11 au 20 janvier 2022**.



## MÉTHODOLOGIE

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

### Méthode des quotas :

sexe, âge, statut de la personne interrogée, région, catégorie d'agglomération.

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 Adeline Merceron, Responsable Activité Santé (Ipsos Public Affairs).*

A photograph of four people (two men and two women) standing on a rooftop, looking out over a city skyline at sunset. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The people are seen from behind, and their silhouettes are softened by the light. The city buildings in the background are also bathed in the warm light of the setting sun.

# **RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE**



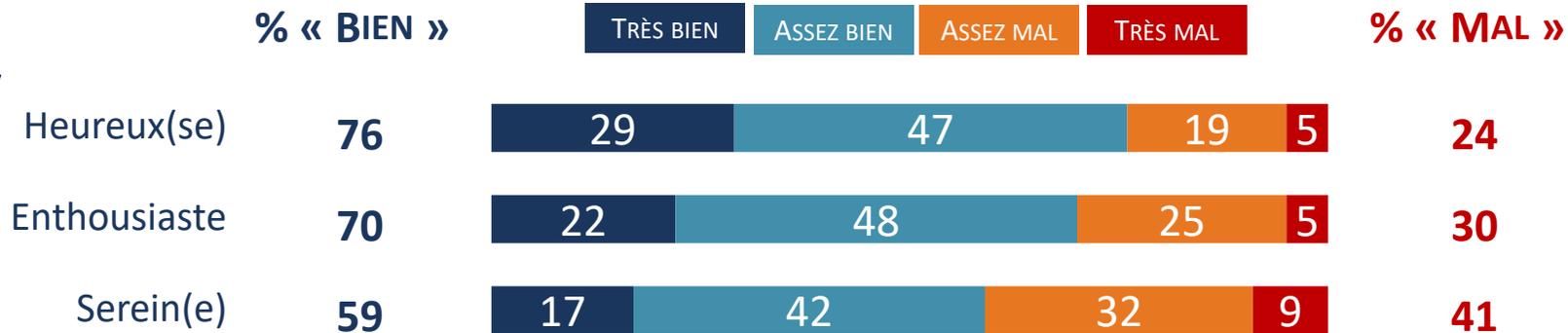
# **ÉTAT D'ESPRIT ET VÉCU DES JEUNES**

**1**

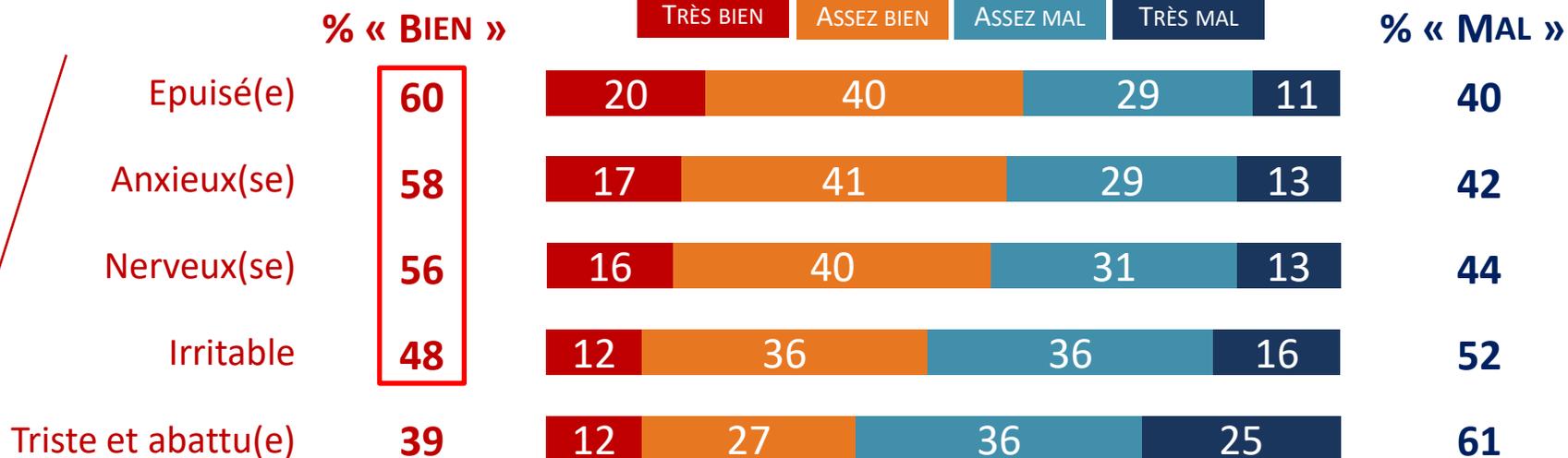
# L'ÉTAT D'ESPRIT ACTUEL DES JEUNES.

« Si vous deviez qualifier votre état d'esprit actuel, pour chacun des qualificatifs suivants, diriez-vous qu'il s'applique très bien, assez bien, assez mal ou très mal à vous ? »

**49%** des jeunes déclarent que tous ces items s'appliquent bien à eux



**20%** des jeunes déclarent que tous ces items s'appliquent bien à eux

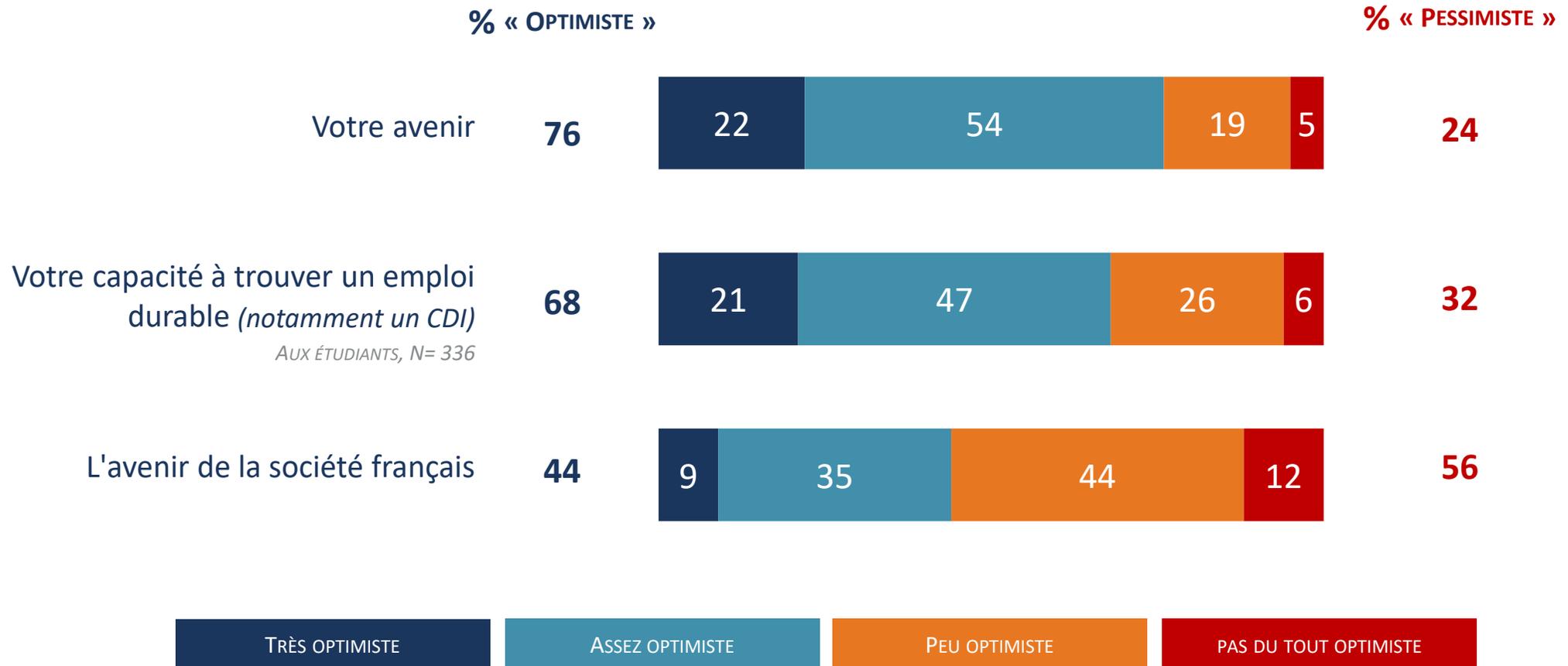


En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

# NIVEAU D'OPTIMISME DES JEUNES : LEUR AVENIR, LA SOCIÉTÉ ET LEUR CAPACITÉ À TROUVER UN EMPLOI.

« Diriez-vous que vous êtes très, assez, peu ou pas du tout optimiste pour... ? »



En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

# FOCUS - NIVEAU D'OPTIMISME DES JEUNES : LEUR AVENIR, LA SOCIÉTÉ ET LEUR CAPACITÉ À TROUVER UN EMPLOI.

« Diriez-vous que vous êtes très, assez, peu ou pas du tout optimiste pour... ? »

## SEULS 37% SE DÉCLARENT OPTIMISTES POUR :

- LEUR AVENIR
- LEUR CAPACITÉ À TROUVER UN EMPLOI DURABLE
- L'AVENIR DE LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE



ÉTUDIANTS

37%



JEUNES AYANT UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

40%

- En CDI : 43



JEUNES À LA RECHERCHE D'UN EMPLOI

23%

- Depuis moins d'un an : 25
- Depuis plus d'un an : 14

- Hommes: 41 – Femmes: 32
- Satisfaits de tous les aspects de leur vie : 57
- Mécontents de tous les aspects de leur vie : 12
- Ceux qui considèrent que les responsables se préoccupent de leur génération : 56
- Ceux qui considèrent que les responsables ne se préoccupent pas de leur génération : 27

### ENGAGEMENT ASSOCIATIF :

- Ceux qui font partie d'au moins une association : 43
- Ceux qui ne font partie d'aucune association : 31

### NIVEAU DE DIPLÔME :

- Jusqu'au bac : 31
- Supérieur au bac : 48

### PROXIMITÉ PARTISANE :

- ST centre : 55
- ST droite radicale : 26

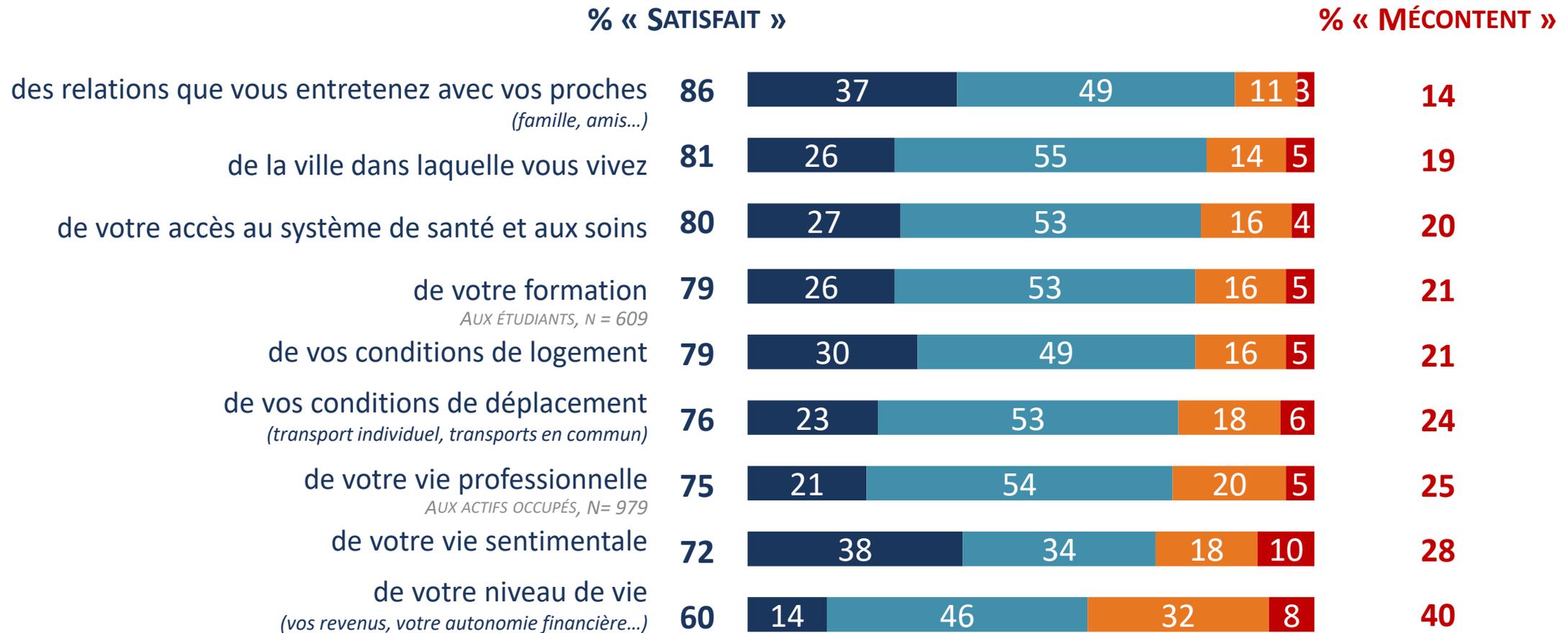


En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

# NIVEAU DE SATISFACTION À L'ÉGARD DE CERTAINS ASPECTS DE LEUR VIE.

« De manière générale, diriez-vous que vous êtes aujourd'hui très satisfait, plutôt satisfait, plutôt mécontent ou très mécontent ... ? »



En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007



# FOCUS - NIVEAU DE SATISFACTION À L'ÉGARD DE CERTAINS ASPECTS DE LEUR VIE.

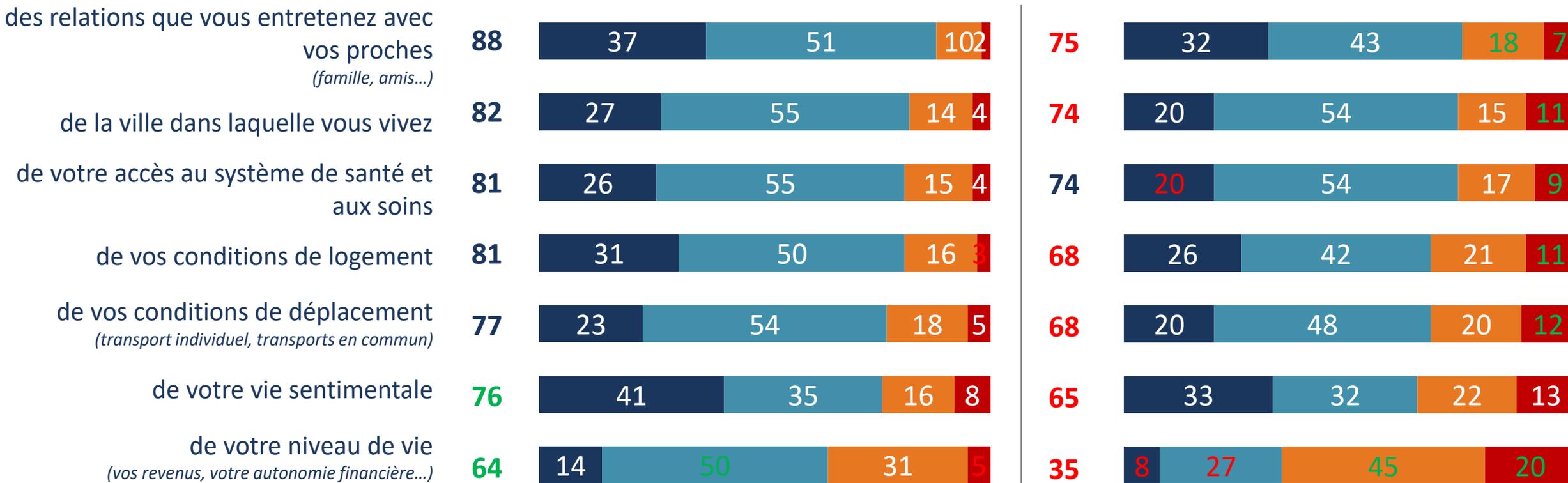
« De manière générale, diriez-vous que vous êtes aujourd'hui très satisfait, plutôt satisfait, plutôt mécontent ou très mécontent ... ? »



JEUNES AYANT UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE



JEUNES À LA RECHERCHE D'UN EMPLOI



En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

TRÈS SATISFAIT

PLUTÔT SATISFAIT

PLUTÔT MÉCONTENT

TRÈS MÉCONTENT

# LES DIFFICULTÉS FINANCIÈRES RENCONTRÉES CES 12 DERNIERS MOIS.

« Depuis les douze derniers mois, vous est-il arrivé de rencontrer des difficultés financières pour faire les choses suivantes ? »

**% « OUI »**

Rappel enquête 2012

Vous procurer une alimentation saine et équilibrée  
*N= 1884*

**58** ↗ (47)



Accéder à des biens ou à des activités culturelles et de loisirs  
*N= 1858*

**58** ↘ (66)



Vous acheter des vêtements convenables  
*N= 1881*

**55** ↗ (52)



Payer votre loyer, les charges de votre logement, rembourser votre emprunt immobilier  
*N= 1625*

**50** ↗ (40)



Payer certains actes médicaux  
*N= 1766*

**46** ↗ (39)



Rembourser un crédit à la consommation ou un emprunt étudiant  
*N= 1238*

**46** ↗ (37)



OUI, SOUVENT

OUI, QUELQUES FOIS

NON, JAMAIS



En %

BASE : CONCERNÉS PAR CES SITUATIONS

# FOCUS - LES DIFFICULTÉS FINANCIÈRES RENCONTRÉES CES 12 DERNIERS MOIS.

« Depuis les douze derniers mois, vous est-il arrivé de rencontrer des difficultés financières pour faire les choses suivantes ? »

## 73% DES JEUNES ONT ÉTÉ CONFRONTÉS À AU MOINS UN DE CES PROBLÈMES :

- VOUS PROCURER UNE ALIMENTATION SAINES ET ÉQUILIBRÉE
- ACCÉDER À DES BIENS OU À DES ACTIVITÉS CULTURELLES ET DE LOISIRS
- VOUS ACHETER DES VÊTEMENTS CONVENABLES
- PAYER VOTRE LOYER, LES CHARGES DE VOTRE LOGEMENT, REMBOURSER VOTRE EMPRUNT IMMOBILIER
- PAYER CERTAINS ACTES MÉDICAUX
- REMBOURSER UN CRÉDIT À LA CONSOMMATION OU UN EMPRUNT ÉTUDIANT



Aucun problème :	<b>27%</b>
ST OUI à 1 problème :	<b>9%</b>
ST OUI à 2 problèmes :	<b>11%</b>
ST OUI à 3 problèmes :	<b>14%</b>
ST OUI à 4 problèmes :	<b>14%</b>
ST OUI à 5 problèmes :	<b>12%</b>
ST OUI à 6 problèmes :	<b>13%</b>



En %

BASE : CONCERNÉS PAR CES SITUATIONS

# FOCUS SUR CEUX QUI ONT UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE ET SUR CEUX QUI CHERCHENT UN EMPLOI.

« Depuis les douze derniers mois, vous est-il arrivé de rencontrer des difficultés financières pour faire les choses suivantes ? »



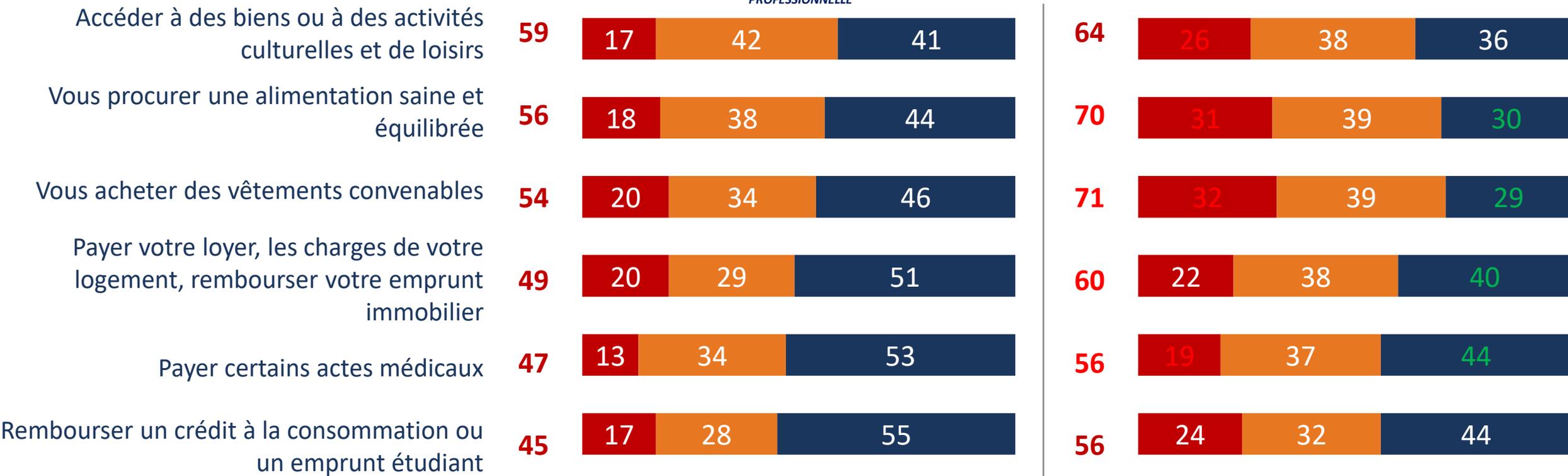
JEUNES AYANT UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE



JEUNES À LA RECHERCHE D'UN EMPLOI

% « OUI »

% « OUI »



En %

BASE : CONCERNÉS PAR CES SITUATIONS

A blurred background of a city street with a French flag in the foreground. The flag is partially visible on the left side, showing the blue, white, and red stripes. The street is lined with buildings, and a street lamp is visible in the center. The overall scene is bright and slightly out of focus.

# **LE RAPPORT DES JEUNES À LA SOCIÉTÉ**

# **2**

# PERCEPTION DES PRINCIPAUX DÉFAUTS DE LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE.

« Selon vous, quels sont les principaux défauts de la société française actuelle ? »



En %

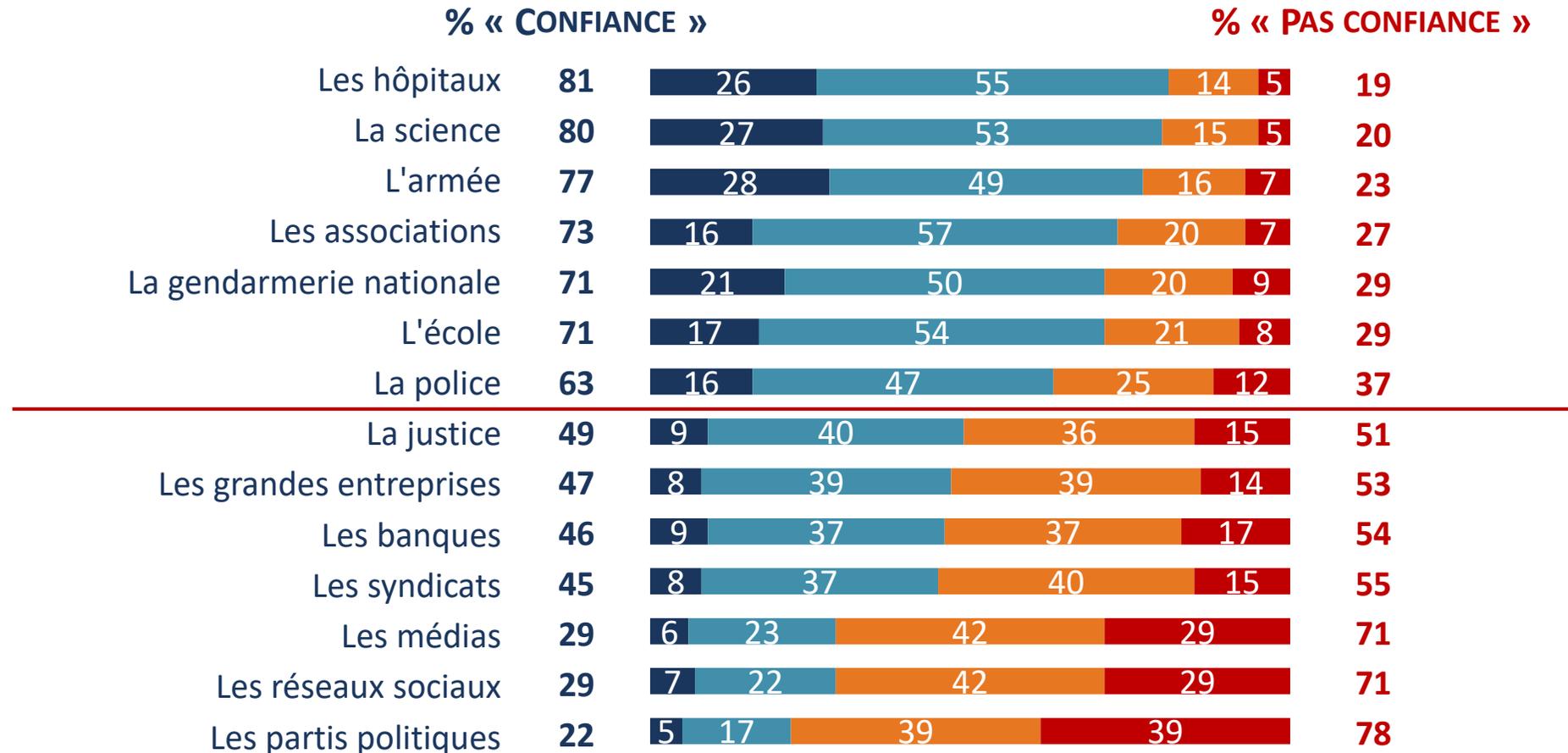
BASE : ENSEMBLE N = 2007

18

Total supérieur à 100, trois réponses possibles

# NIVEAU DE CONFIANCE DANS LES CORPS INTERMÉDIAIRES ET LES ACTEURS DE LA SOCIÉTÉ CIVILE.

« Diriez-vous que vous avez confiance ou non dans chacune des organisations suivantes ? »



En %  
BASE : ENSEMBLE N = 2007



**LES SUJETS QUI LES  
PRÉOCCUPENT LE PLUS**

**3**

# LES PRÉOCCUPATIONS ACTUELLES DES JEUNES.

« Des questions suivantes, quelles sont les trois qui vous semblent les plus préoccupantes aujourd'hui pour vous personnellement ? »



## ST SUJETS ÉCONOMIQUES :

63%

- 18-24 ans : 58 – 25-30 ans : 68

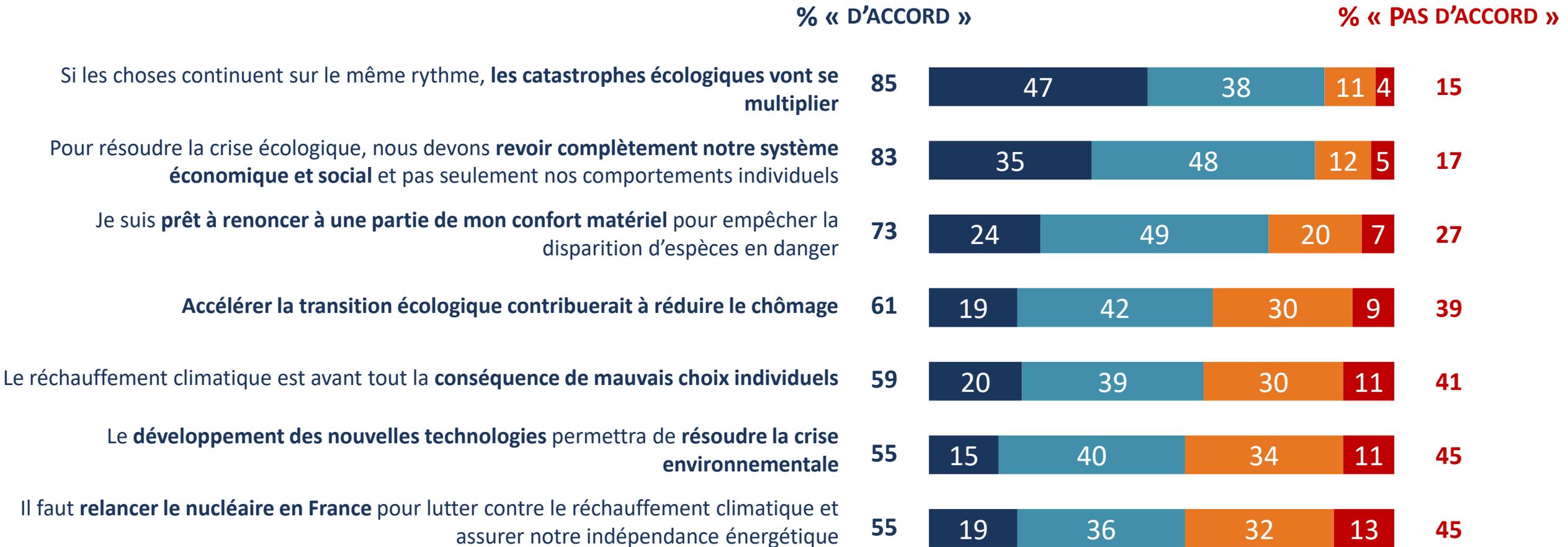


En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

# LE POSITIONNEMENT DES JEUNES SUR LES GRANDS ENJEUX DE L'ÉCOLOGIE.

« Et concernant les questions environnementales pour chacune des affirmations suivantes, indiquez si vous êtes d'accord ou non ? »



En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

TOUT À FAIT D'ACCORD

PLUTÔT D'ACCORD

PLUTÔT PAS D'ACCORD

PAS DU TOUT D'ACCORD

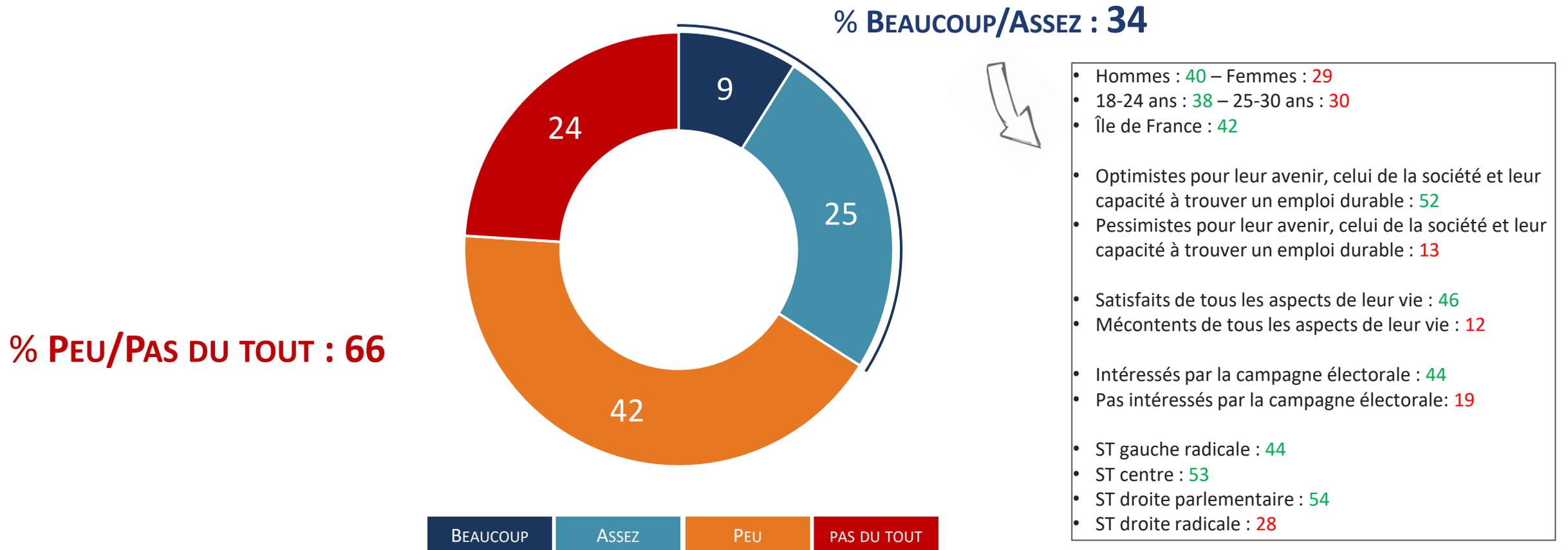


# L'ELECTION PRÉSIDENTIELLE

# 4

# LE SENTIMENT D'INTÉRÊT DES RESPONSABLES POLITIQUES POUR LES PRÉOCCUPATIONS DES JEUNES.

« A votre avis, est-ce que les responsables politiques, en général, se préoccupent beaucoup, assez, peu ou pas du tout de ce que pensent les gens de votre génération ? »

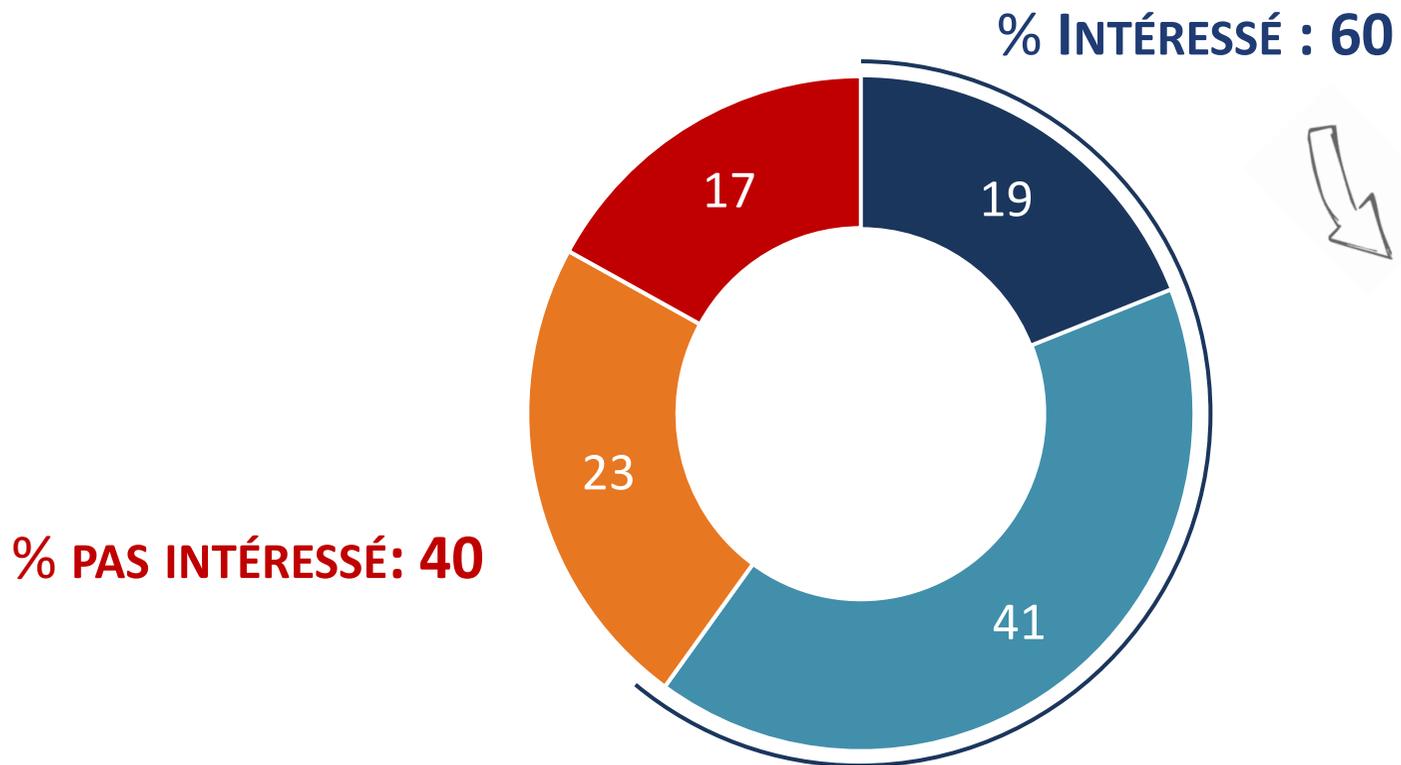


En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

# L'INTÉRÊT POUR LA CAMPAGNE ÉLECTORALE DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE.

« Nous sommes actuellement en période de campagne électorale pour l'élection présidentielle de 2022. Personnellement, diriez-vous que vous êtes intéressé par cette campagne électorale ? »



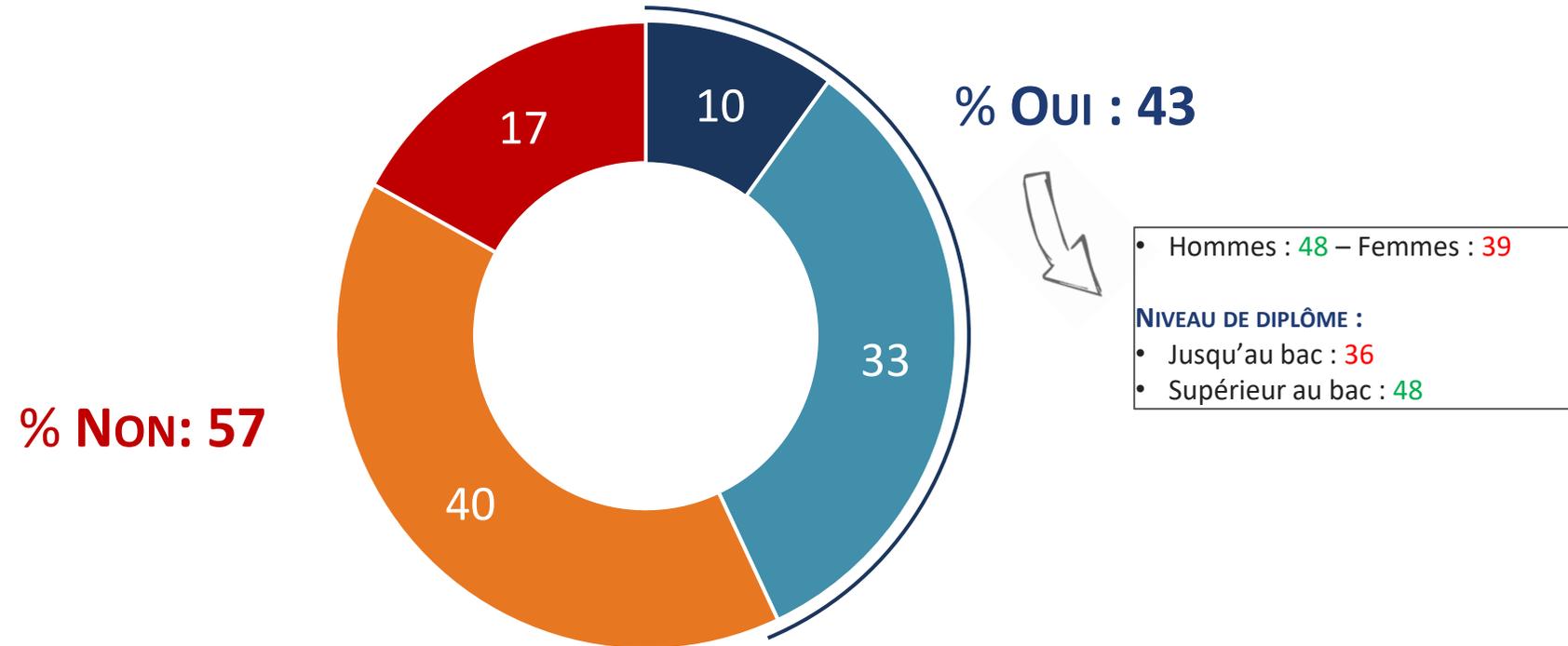
- Hommes : 64 – Femmes : 57
  - Île de France : 67
  - Etudiants : 65
- NIVEAU DE DIPLÔME :**
- Jusqu'au bac : 49
  - Supérieur au bac : 66
- Inscrits sur les listes électorales : 64
  - Non inscrits sur les listes électorales : 51
- Satisfaits de tous les aspects de leur vie : 69
  - Mécontents de tous les aspects de leur vie : 31
- Savaient que les élections législatives se dérouleront en juin : 75
  - Ne savaient pas que les élections législatives se dérouleront en juin : 43



En %  
BASE : ENSEMBLE N = 2007

# LE SENTIMENT DE PRISE EN COMPTE DES PRÉOCCUPATIONS DES JEUNES DANS LA CAMPAGNE PRÉSIDENTIELLE.

« Avez-vous le sentiment que vos préoccupations, les sujets qui vous inquiètent sont évoqués dans cette campagne, qu'ils sont présents dans le débat ? »



En %

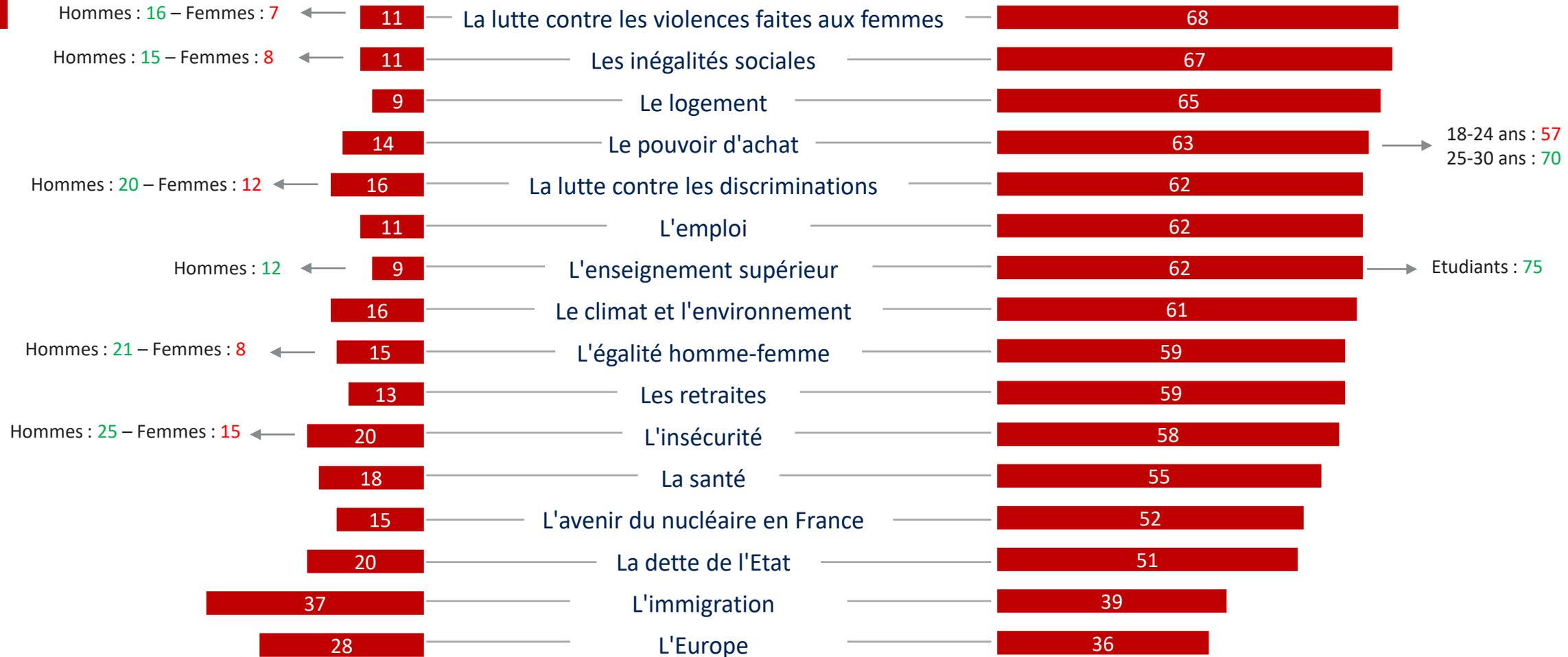
BASE : ENSEMBLE N = 2007

# LE SENTIMENT DE PRISE EN COMPTE DES PRÉOCCUPATIONS DES JEUNES DANS LE DÉBAT PUBLIC.

« Pour chacun de ces sujets, diriez-vous qu'ils sont trop, pas assez ou suffisamment présents dans le débat public (médiatique et politique) à votre goût ? »

% TROP

% PAS ASSEZ



En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

27 Total inférieur à 100, la modalité « suffisamment » n'étant pas affichée

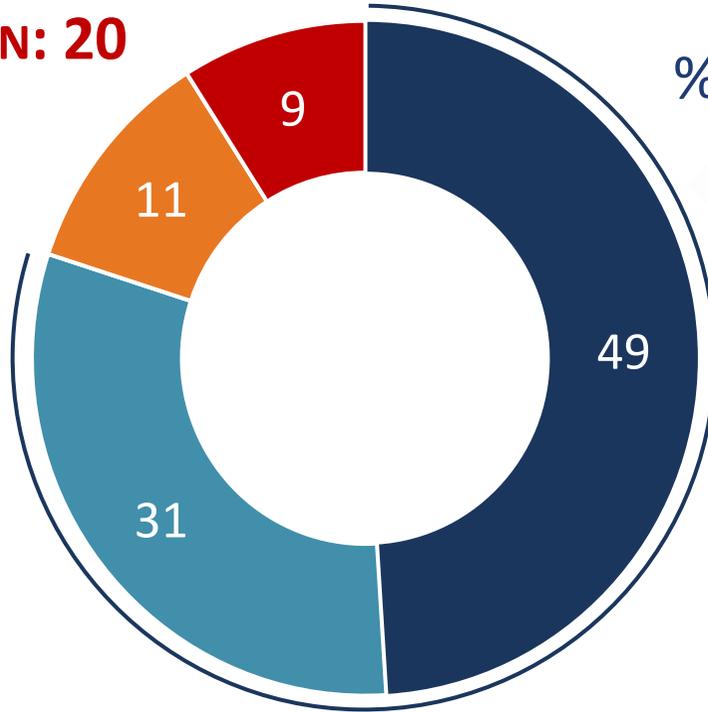
\*(racisme, homophobie...)



# INTENTION D'ALLER VOTER À L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE.

« Envisagez-vous d'aller voter pour cette élection présidentielle ? »

**% NON: 20**



**% OUI : 80**

Comparatif Ipsos « sociologie des électorats », mesuré au soir du 1<sup>er</sup> tour de l'élection présidentielle :

Moyenne- 78% votants

18-24 ans : 71%

25-34 ans : 72%



ÉTUDIANTS

**% OUI : 84**



JEUNES AYANT UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

**% OUI : 83**



JEUNES À LA RECHERCHE D'UN EMPLOI

**% OUI : 71**

- Inscrits sur les listes électorales : **89**
- Non inscrits sur les listes électorales : **56**
- Ceux qui déclarent que leur génération n'est pas prise en compte par les responsables politiques : **77**
- Ceux qui déclarent que les sujets qui les inquiètent ne sont pas évoqués dans la campagne : **72**



En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

OUI, CERTAINEMENT

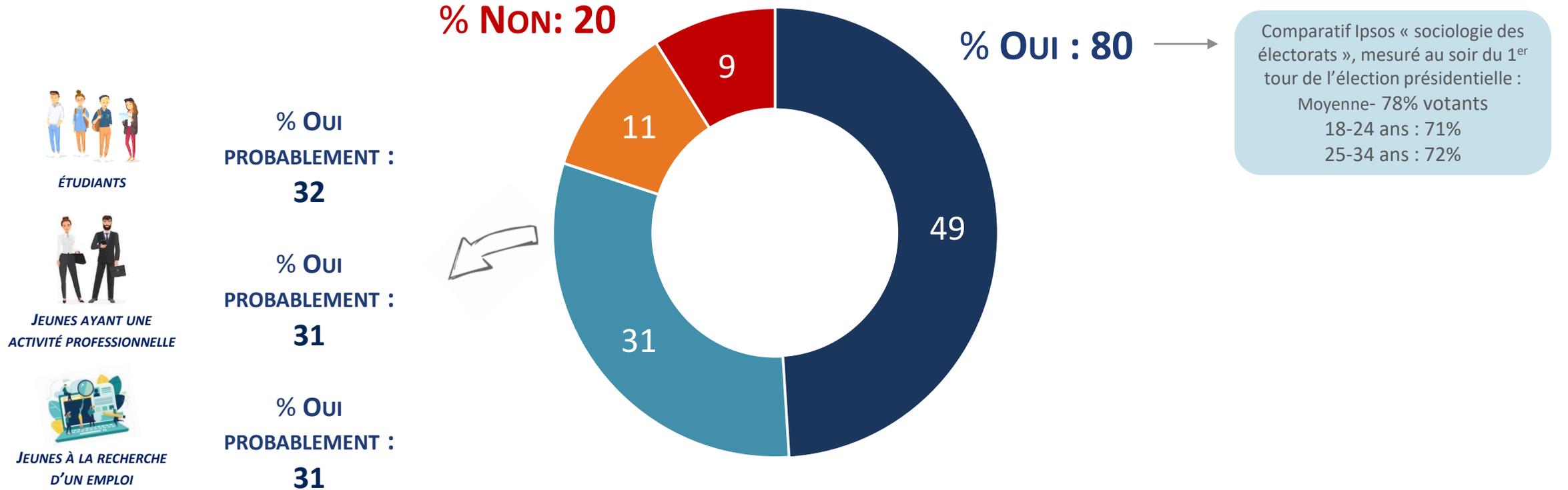
OUI, PROBABLEMENT

NON, PROBABLEMENT PAS

NON, CERTAINEMENT PAS

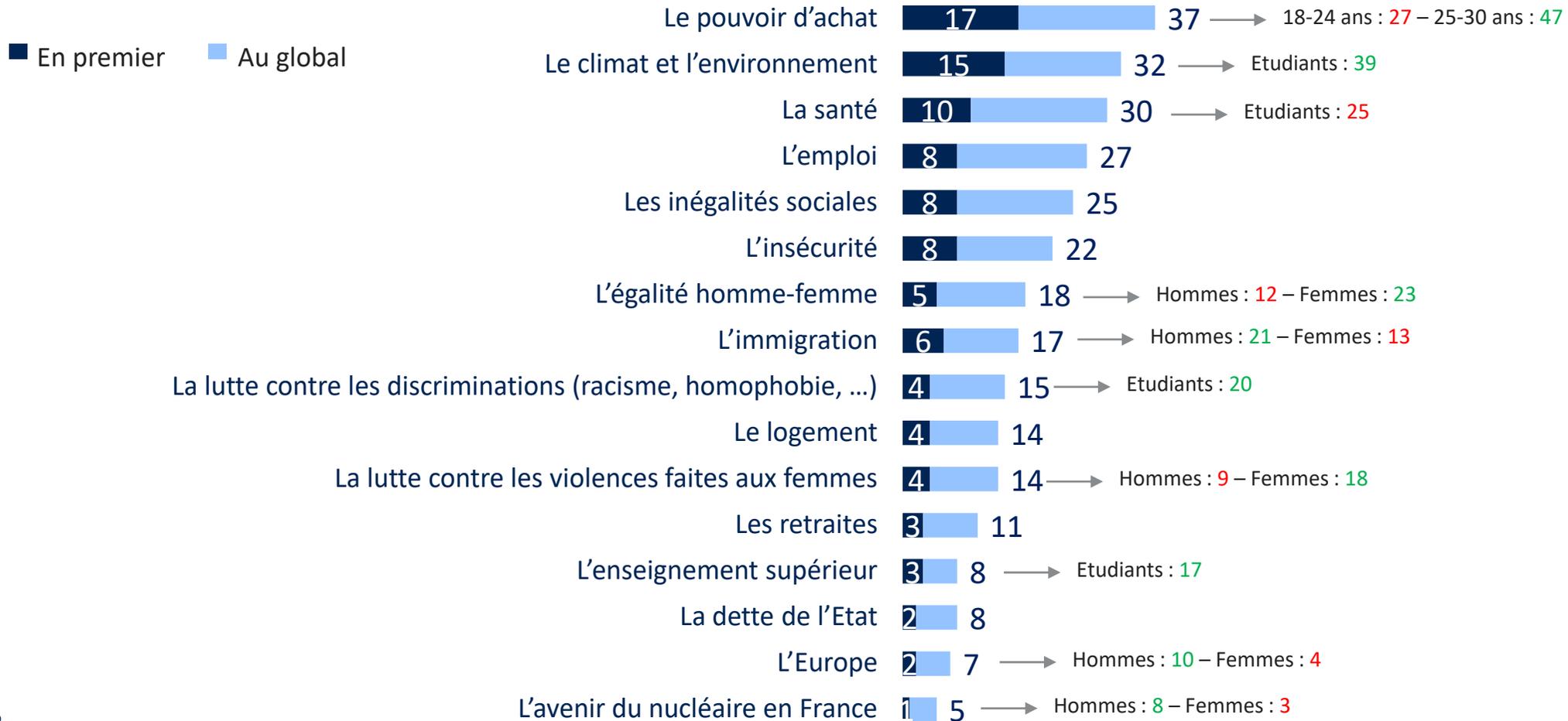
# INTENTION D'ALLER VOTER À L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE.

« Envisagez-vous d'aller voter pour cette élection présidentielle ? »



# LES THÈMES LES PLUS IMPORTANTS AUX YEUX DES JEUNES, QUI POURRAIENT LES INCITER À CHOISIR UN CANDIDAT PLUTÔT QU'UN AUTRE.

« Au moment de voter pour cette prochaine élection présidentielle, quelles sont les thématiques les plus importantes pour vous, celles qui vont vous inciter à choisir un candidat plus qu'un autre ? En 1er ? En 2ème ? En 3ème ? »



En %

BASE : A CEUX QUI ENVISAGENT D'ALLER VOTER N = 1622, SOIT 80 % DE L'ÉCHANTILLON

30 Total supérieur à 100, trois réponses possibles





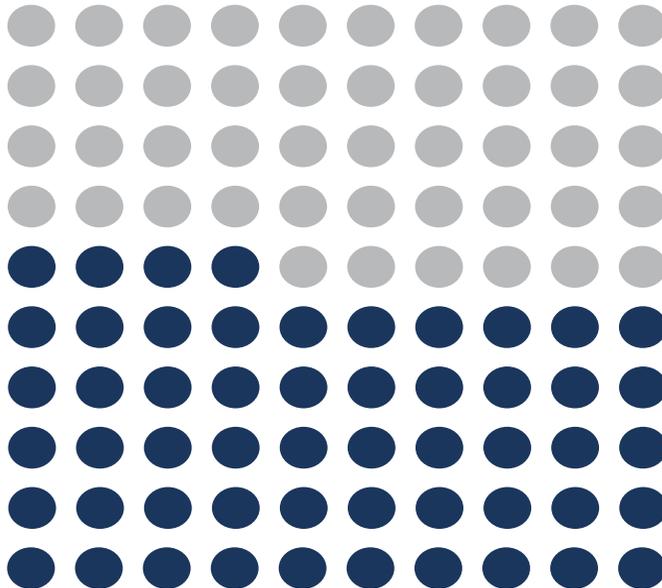
# LES ÉLECTIONS LÉGISLATIVES

5

# NOTORIÉTÉ DE LA TENUE DES ÉLECTIONS LÉGISLATIVES EN JUIN 2022.

« En juin 2022 se dérouleront en France les élections législatives qui permettent d'élire les députés à l'Assemblée Nationale. Le saviez-vous ? »

## 54% DES JEUNES DÉCLARENT SAVOIR QUE LES ÉLECTIONS LÉGISLATIVES SE DÉROULERONT EN JUIN 2022.



ÉTUDIANTS

% OUI : 53



JEUNES AYANT UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

% OUI : 57



JEUNES À LA RECHERCHE D'UN EMPLOI

% OUI : 49

- Hommes : 63 – Femmes : 47
- 25-30 ans : 58
- Île de France : 61

### NIVEAU DE DIPLÔME :

- Jusqu'au bac : 46
- Supérieur au bac : 62



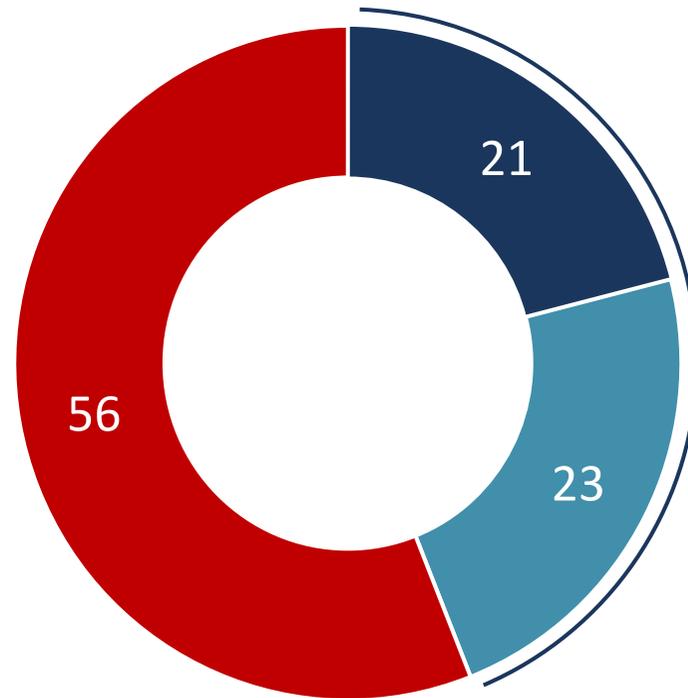
En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

# LE NIVEAU DE CONNAISSANCE DU DÉPUTÉ DE LEUR CIRCONSCRIPTION PAR LES JEUNES.

« Connaissez-vous le député de votre circonscription ? »

- OUI, JE VOIS BIEN DE QUI IL S'AGIT
- OUI, MAIS JE NE VOIS PAS VRAIMENT DE QUI IL S'AGIT
- NON, VOUS NE LE CONNAISSEZ PAS



**% OUI : 44**



ÉTUDIANTS

**% OUI : 43**



JEUNES AYANT UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

**% OUI : 47**



JEUNES À LA RECHERCHE D'UN EMPLOI

**% OUI : 41**

• Hommes : 50 – Femmes : 38



En %

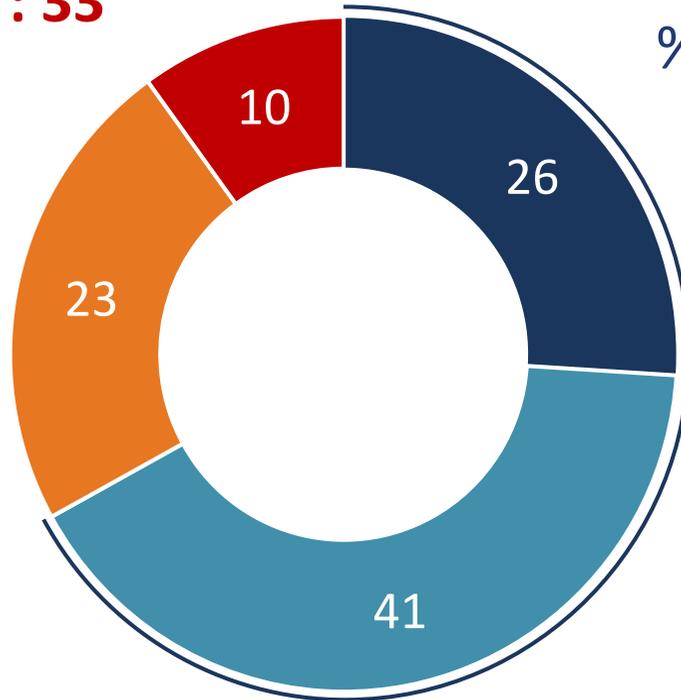
BASE : ENSEMBLE N = 2007

# LE SENTIMENT D'ÊTRE BIEN REPRÉSENTÉ PAR LEUR DÉPUTÉ.

« Vous sentez-vous bien représenté par votre député ? »

**% NON : 33**

**% OUI : 67**



ÉTUDIANTS

**% OUI : 57**



JEUNES AYANT UNE ACTIVITÉ  
PROFESSIONNELLE

**% OUI : 70**



JEUNES À LA RECHERCHE D'UN EMPLOI

**% OUI : 63**



En %

BASE : A CEUX QUI VOIENT TRÈS BIEN QUI EST LEUR DÉPUTÉ,  
N = 444, SOIT 21% DE L'ÉCHANTILLON

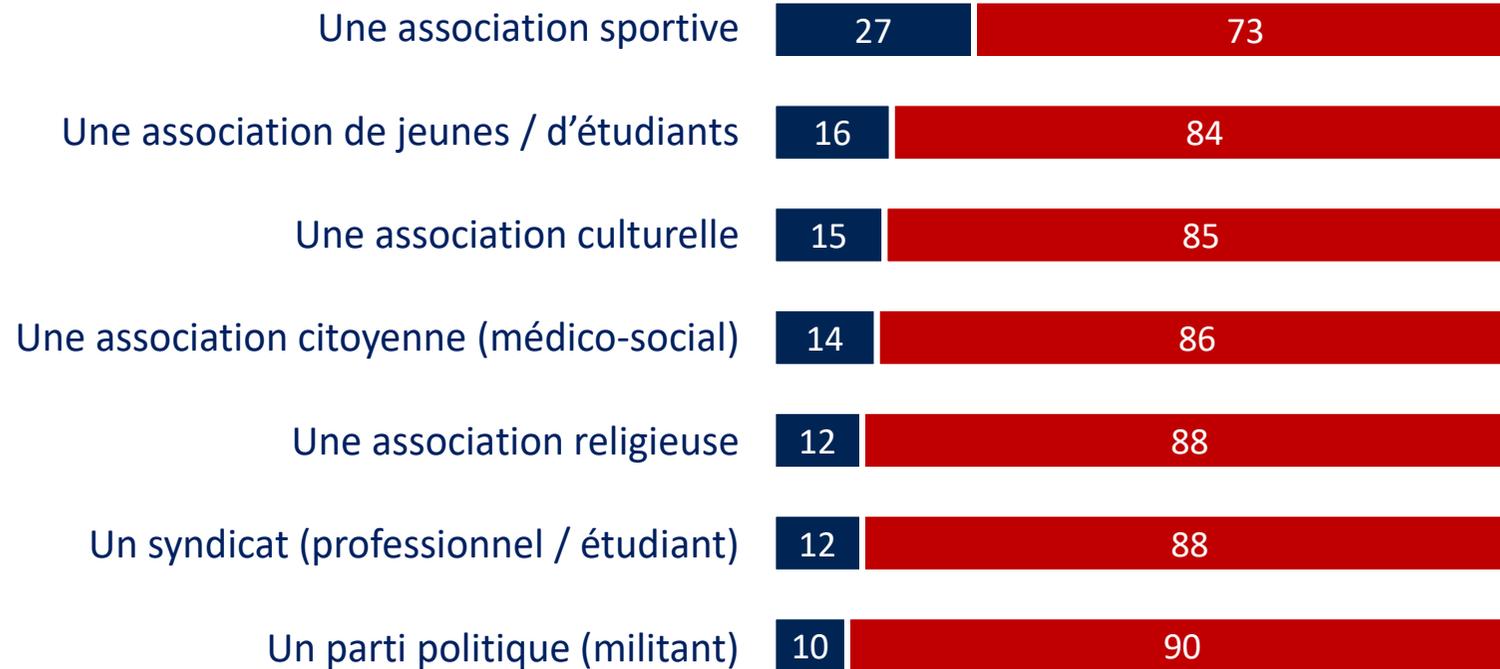


# L'ENGAGEMENT DES JEUNES

6

# L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF DES JEUNES.

« Actuellement êtes-vous engagé dans ... ? »



En %

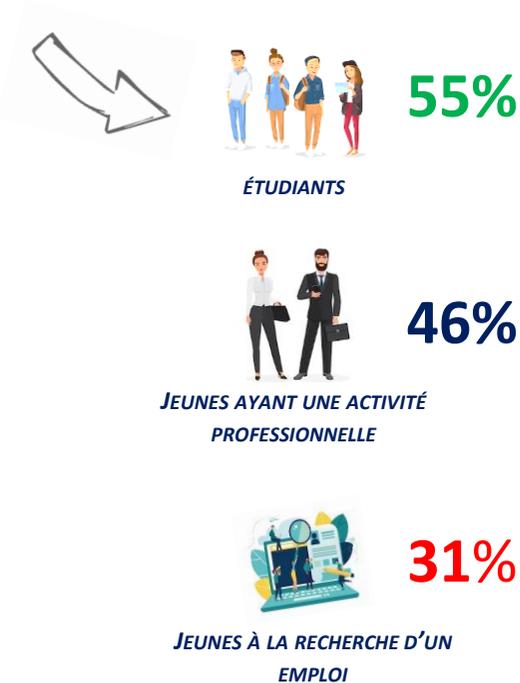
BASE : ENSEMBLE N = 2007

# L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF, SYNDICAL ET POLITIQUE DES JEUNES.

« Actuellement êtes-vous engagé dans ... ? »

## 45% DES JEUNES SONT ENGAGÉS DANS AU MOINS UNE ASSOCIATION.

- Une association sportive*
- Une association de jeunes / d'étudiants*
- Une association culturelle*
- Une association citoyenne (médico-social)*
- Une association religieuse*
- Un syndicat (professionnel / étudiant)*
- Un parti politique (militant)*

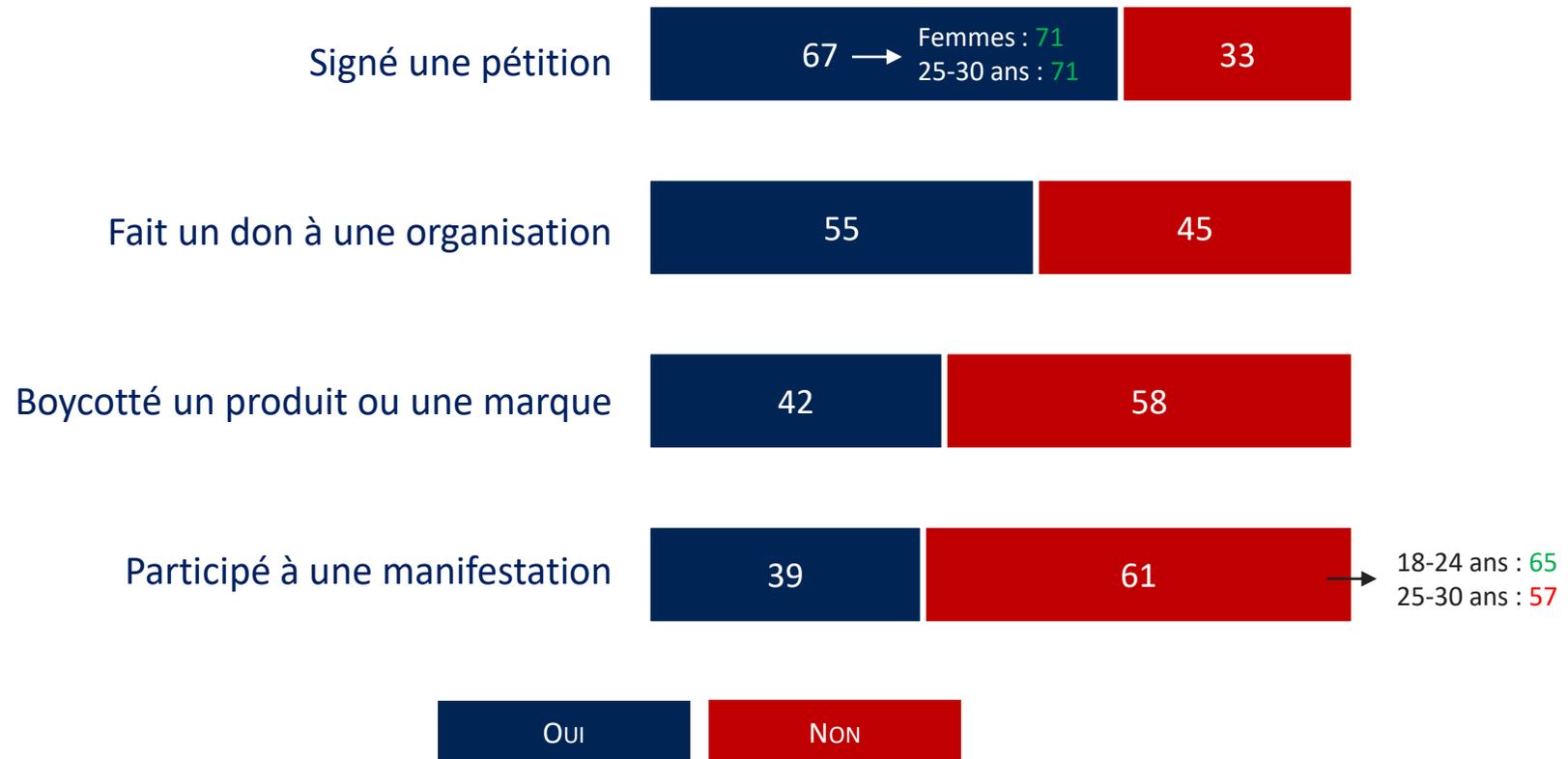


- Hommes: 52 – Femmes: 38
- 18-24 ans : 53 – 25-30 ans : 37

# LE NIVEAU D'ENGAGEMENT DES JEUNES DANS DES ACTIONS CITOYENNES ET POLITIQUES.

« Et avez-vous déjà ... ? »

## 84% DES JEUNES ONT DÉJÀ FAIT AU MOINS UNE DE CES ACTIONS.

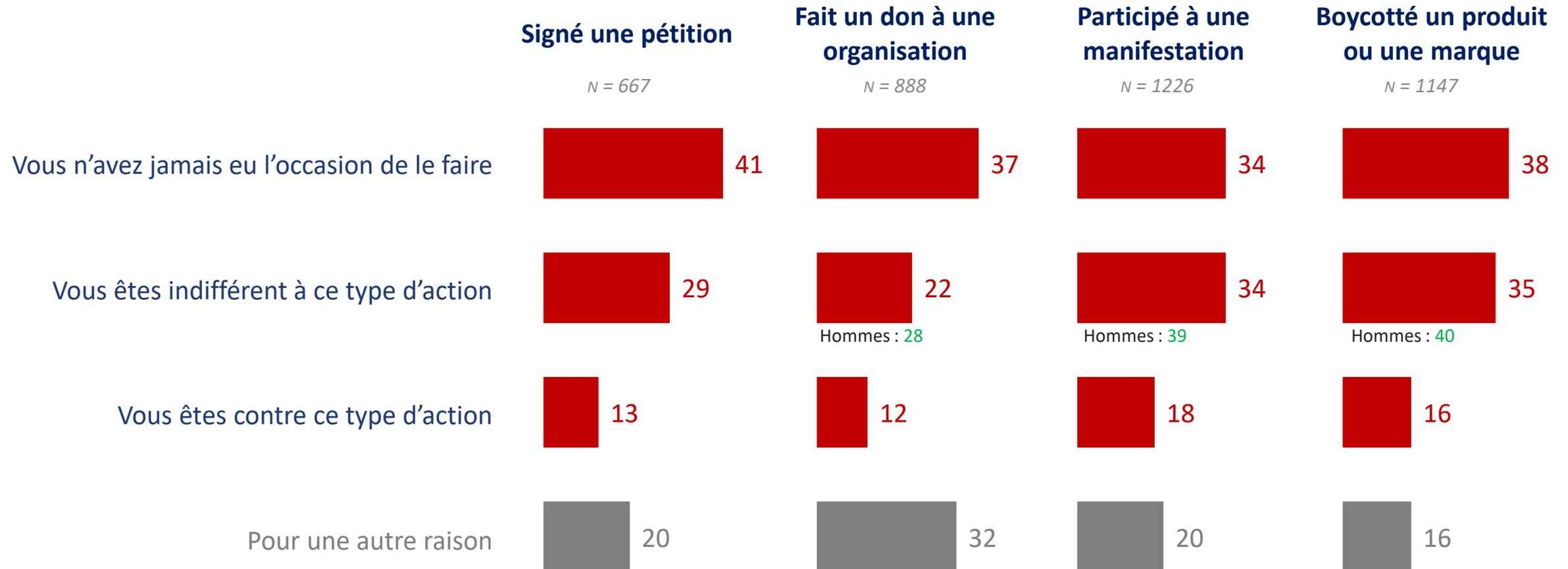


En %

BASE : ENSEMBLE N = 2007

# RAISONS POUR LESQUELLES LES JEUNES NE S'ENGAGENT PAS DANS DES ACTIONS CITOYENNES ET POLITIQUES.

« Pour quelles raisons n'avez-vous jamais ... ? »



En %

BASE : A CEUX QUI NE L'ONT JAMAIS FAIT

A photograph of four people standing on a rooftop, looking out at a city skyline during sunset. The scene is bathed in warm, golden light. The people are seen from behind, and their silhouettes are softened by the bright light. The city buildings in the background are also silhouetted against the bright sky.

# **ANNEXES**

# **FICHE TECHNIQUE**

# FICHE TECHNIQUE

## Étude CAWI sur panel IIS



### ÉCHANTILLON

- **Population cible** : Jeunes de 18-30 ans
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge sur 2 tranches, régions, CSP (données INSEE)



### COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : Du 11 au 20 janvier 2022
- **Taille de l'échantillon final** : 2007 individus
- **Mode de recueil** : Recueil On line
- **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.



### TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : sexe, âge, régions (UDA5), CSP, catégorie d'agglomération

### LE QUESTIONNAIRE



Fichier PDF

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS

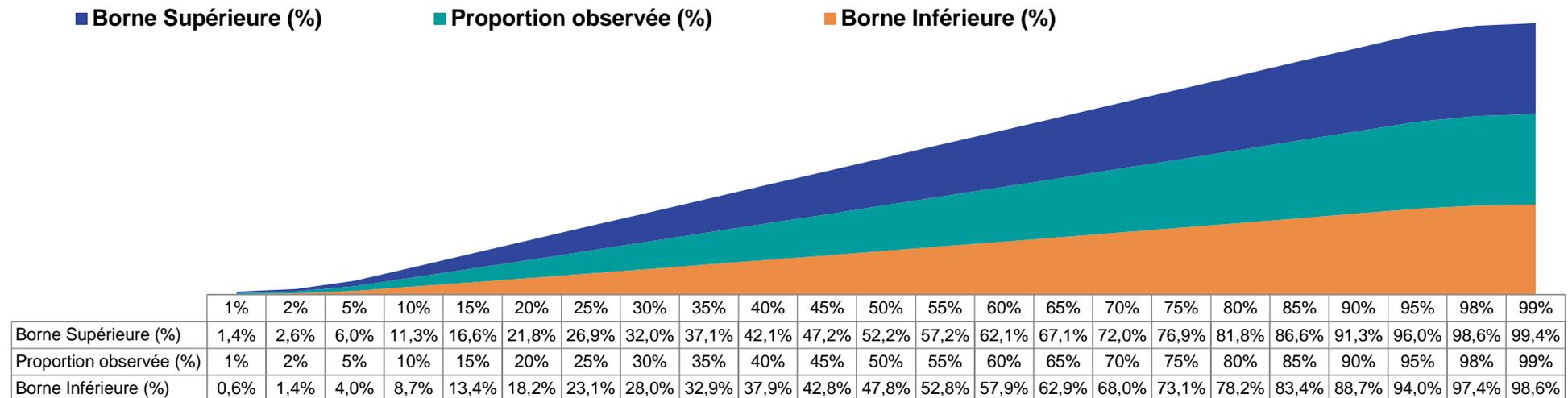


## Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **N=2007**

Les proportions observées sont comprises entre :



# 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.

# FICHE TECHNIQUE

## Organisation (Étude sur panel online)



### LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Présentation orale
- Analyses et synthèse



### LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Scripting
- Echantillonnage
- Emailing
- Collecte des données

# 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



## A PROPOS D'IPSOS

---

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. 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)

### Syndicated studies

© 2020 Ipsos. ALL RIGHTS RESERVED.

*This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos.*

### Ad hoc studies

© 2020 Ipsos. ALL RIGHTS RESERVED.

*This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos.*

## GAME CHANGERS

---

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.

Nous sommes des Game Changers.

## RETROUVEZ-NOUS

---



[www.ipsos.fr](http://www.ipsos.fr)



[facebook.com/ipsos.fr](https://facebook.com/ipsos.fr)



[vimeo.com/ipsos](https://vimeo.com/ipsos)



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

