SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS ET PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

Election européennes

9 juin 2024

Vos contacts Ipsos :

Brice Teinturier
brice.teinturier@ipsos.com

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

FICHE MÉTHODOLOGIQUE

ÉCHANTILLON

8 923 personnes inscrites sur les listes électorales, constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

DATES DE TERRAIN

Du **6 à 7 juin** 2024.

METHODOLOGIE

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

Méthode des quotas :

Sexe, âge, catégorie socio-professionnelle du répondant, région et catégorie d'agglomération.

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

Enquête Ipsos pour France Télévisions, Radio France, France24/RFI, Public Sénat/LCP Assemblée Nationale

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).*

PRÉCISIONS SUR L'INTERVALLE DE CONFIANCE

L'intervalle de confiance (aussi appelé 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%)
selon la taille d'échantillon interrogée et le score mesuré

	SCORES MESURÉS ↓										
TAILLE DE L'ÉCHANTILLON↓	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 personnes	1,2	1,9	2,6	3,1	3,5	3,6	3,8	4,0	4,3	4,4	4,4
500 personnes	0,9	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1
1000 personnes	0,7	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5
2 000 personnes	0,6	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2
4 000 personnes	0,4	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5
8 000 personnes	0,3	0,5	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1
8 923 personnes*	0,3	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0

Note de lecture : Note de lecture : pour un échantillon de 8 923 personnes, si le score mesuré est de 20%, il y a 95% de chances que la valeur réelle se situe aujourd'hui entre 19,2 et 20,8 (plus ou moins 0,8 point).

*Base ensemble

LA SOCIOLOGIE DE L'ÉLECTORAT

01

4

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LE SEXE & L'ÂGE

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
▪ **Sexe**										
Homme	10	3	4	14	15	7	32	7	8	100
Femme	10	2	7	14	14	7	30	5	11	100
▪ **Âge**										
18-24 ans	33	3	10	5	8	6	25	2	8	100
25-34 ans	20	3	9	12	7	3	30	4	12	100
35-49 ans	11	2	9	12	10	5	34	4	13	100
50-59 ans	7	2	4	14	11	5	40	7	10	100
60-69 ans	6	3	4	16	16	7	34	5	9	100
70 ans et plus	3	2	2	16	24	12	26	8	7	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LA PROFESSION DU RÉPONDANT

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Cadre	12	2	8	20	14	9	20	5	10	100
Profession intermédiaire	10	2	9	15	12	6	29	5	12	100
Employé	17	1	7	11	6	3	39	5	11	100
Ouvrier	8	3	5	7	5	3	53	5	11	100
Retraité	4	3	3	16	22	10	29	6	7	100
dont... Retraité CSP+	4	3	3	19	24	11	21	9	6	*100*
dont... Retraités CSP-	3	2	3	13	20	10	36	4	9	*100*

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LE STATUT DU RÉPONDANT

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Salarié	12	2	7	13	10	5	36	4	11	100
dont... salarié du privé	11	2	7	12	11	6	36	5	10	*100*
dont... salarié du public	12	2	8	16	8	4	34	4	12	*100*
À son compte	10	2	7	12	13	7	26	10	13	100
Au chômage	18	2	8	9	5	5	33	9	11	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LE DERNIER DIPLÔME OBTENU

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Inférieur au bac	4	3	2	10	13	7	47	5	9	100
Baccalauréat	8	2	4	12	14	7	38	4	11	100
Bac +2	12	2	6	13	14	7	29	6	11	100
Bac +3 et plus	15	3	9	18	16	7	16	7	9	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LE NIVEAU DE REVENUS MENSUELS NETS DU FOYER

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Moins de 1 250 €	19	2	5	12	7	4	32	4	15	100
De 1 250 à 2 000 €	12	2	5	14	11	5	35	4	12	100
De 2 000 à 3 000 €	10	3	5	13	16	7	31	6	9	100
Plus de 3000 €	8	2	6	16	16	8	30	6	8	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

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

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Jean-Luc Mélenchon	42	5	9	24	1	1	8	0	10	100
Fabien Roussel	2	37	3	31	3	4	9	1	10	100
Yannick Jadot	1	2	42	32	3	1	2	0	17	100
Anne Hidalgo	2	3	10	79	1	0	0	0	5	100
Emmanuel Macron	2	1	3	17	53	9	7	1	7	100
Valérie Pécresse	1	0	2	2	8	62	18	3	4	100
Marine Le Pen	0	0	0	2	0	1	89	4	4	100
Eric Zemmour	0	0	0	1	1	6	43	43	6	100
Nicolas Dupont-Aignan	0	0	1	1	2	9	36	7	44	100
Jean Lassalle	2	1	2	9	3	10	23	5	45	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LE VOTE AU 1ER TOUR DES ÉLECTIONS EUROPÉENNES 2019

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
France Insoumise	62	6	2	13	1	0	10	1	5	100
Générations	11	5	12	47	4	5	5	0	11	100
Europe écologie les verts	8	2	34	27	6	3	5	1	14	100
Parti socialiste et Place publique	6	2	2	73	4	1	6	0	6	100
La République en Marche	2	1	1	11	65	6	6	2	6	100
Les Républicains	1	1	1	1	8	44	26	14	4	100
Debout la France	0	0	0	1	2	6	48	26	17	100
Rassemblement National	0	0	0	1	0	1	85	10	3	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LA SYMPATHIE PARTISANE

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
La France Insoumise	91	0	2	2	1	0	2	0	2	100
Parti communiste français	9	71	1	10	1	0	3	0	5	100
Parti socialiste	3	2	2	83	4	0	2	0	4	100
Europe écologie les verts	1	1	65	15	1	0	2	0	15	100
SOUS-TOTAL - GAUCHE	30	7	15	37	2	0	2	0	7	100
Renaissance – Modem - Horizons	0	0	2	6	79	4	3	1	5	100
Les Républicains	0	1	1	0	4	64	20	5	5	100
Rassemblement National	0	0	0	0	0	1	96	2	1	100
Reconquête !	0	0	0	0	0	1	7	88	4	100
Aucun parti	6	2	6	12	12	7	30	3	22	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LE MOMENT DU CHOIX DE VOTE

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Il y a plusieurs mois	9	2	4	8	16	5	45	6	5	100
Il y a un ou deux mois	9	3	4	26	14	5	24	6	9	100
SOUS-TOTAL - AU MOINS UN MOIS	9	2	4	11	16	5	41	6	6	100
Ces dernières semaines	15	3	5	21	14	11	15	6	10	100
Ces derniers jours	10	3	9	18	12	8	14	6	20	100
SOUS-TOTAL - DERNIERS JOURS/SEMAINES	13	3	7	20	13	9	14	6	15	100
Juste avant le week-end des élections	7	1	12	14	16	14	12	4	20	100
Au dernier moment, le jour du scrutin ou la veille	6	4	9	14	9	16	14	5	23	100
SOUS-TOTAL - AU DERNIER MOMENT	7	3	10	14	12	15	14	4	21	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Moins de 2 000 habitants	8	1	4	13	13	7	37	5	12	100
2 000 à 9 999 habitants	6	2	5	13	15	6	38	6	9	100
10 000 à 49 999 habitants	6	3	6	16	14	7	33	6	9	100
50 000 à 199 999 habitants	7	3	6	14	15	8	32	4	11	100
200 000 habitants et plus	14	3	6	14	15	8	25	6	9	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LA RELIGION

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Catholique	4	2	3	11	17	10	37	7	9	100
...dont pratiquant régulier	4	3	2	7	21	16	26	12	9	100
...dont pratiquant occasionnel	3	1	6	9	16	12	35	7	11	100
...dont non pratiquant	4	2	3	12	18	9	38	6	8	100
Sans religion	14	4	8	18	12	4	27	4	9	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE SA VIE

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Très satisfait	10	2	11	15	26	6	17	4	9	100
Plutôt satisfait	9	2	6	15	19	9	26	5	9	100
SOUS-TOTAL - SATISFAIT	8	2	7	15	20	9	25	5	9	100
Plutôt pas satisfait	12	3	4	13	6	5	41	6	10	100
Pas du tout satisfait	13	3	3	7	1	2	53	6	12	100
SOUS-TOTAL – PAS SATISFAIT	12	3	3	12	5	4	44	6	11	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LE MILIEU SOCIAL AUTO-DÉCLARÉ

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Défavorisés	19	1	1	10	3	3	50	4	9	100
Catégories populaires	13	3	3	13	8	4	38	5	13	100
Classes moyennes inférieures	9	2	5	14	15	7	33	6	9	100
Classes moyennes supérieures	8	2	8	15	20	11	22	6	8	100
Milieux aisés ou Privilégiés	7	2	9	16	25	10	18	7	6	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LA SITUATION FINANCIÈRE

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Arrive à mettre beaucoup d'argent de côté	14	3	11	11	23	10	14	4	10	100
Arrive à mettre un peu d'argent de côté	8	2	7	16	18	9	25	6	9	100
Boucle juste son budget	10	2	4	12	11	6	40	5	10	100
Vit sur ses économies ou grâce à un ou plusieurs crédits	14	4	3	11	7	4	39	6	12	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON LE SENTIMENT D'APPARTENANCE À UNE FRANCE...

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
France en colère et très contestataire	16	3	3	8	2	3	47	8	10	100
France mécontente mais pas forcément en colère	6	2	7	19	18	10	23	5	10	100
France satisfaite et apaisé	1	0	11	10	60	7	4	0	7	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON L'ÉTAT D'ESPRIT

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Révolte	15	3	4	10	2	3	46	8	9	100
Colère	11	3	3	8	3	5	47	10	10	100
Déprime	16	3	5	13	7	5	35	4	12	100
Angoisse	11	3	4	11	9	6	40	6	10	100
Fatigue	11	2	7	17	14	7	28	3	11	100
Incertitude	9	2	6	17	16	9	28	4	9	100
Inquiétude	8	2	5	14	12	8	35	7	9	100
Bien être	10	2	9	13	21	7	23	4	11	100
Bonheur	5	4	12	13	21	6	26	4	9	100
Sérénité	8	1	7	15	27	10	18	4	10	100
Espoir	9	2	6	16	25	8	21	5	8	100
Confiance	7	2	5	15	33	10	18	2	8	100
Enthousiasme	10	1	11	14	23	11	18	3	9	100

SOCIOLOGIE DES ÉLECTORATS

SELON L'APPRÉCIATION D'EMMANUEL MACRON

	LFI M.Aubry	PCF L.Deffontaines	Les Ecologistes M.Toussaint	PS et Place Publique R.Glucksmann	Renaissance, MoDem, Horizons, UDI V.Hayer	LR F-X.Bellamy	RN J.Bardella	Reconquête M.Maréchal	Une autre liste	% TOTAL
Ensemble	**9,9**	**2,4**	**5,5**	**13,8**	**14,6**	**7,2**	**31,4**	**5,5**	**9,7**	**100**
Vous appréciez son action et sa personnalité	1	1	5	10	64	8	4	1	6	100
Vous appréciez son action, mais pas sa personnalité	5	1	4	22	32	14	9	2	11	100
Vous appréciez sa personnalité, mais pas son action	9	2	7	21	7	11	27	5	11	100
Vous n'appréciez ni sa personnalité ni son action	14	3	5	12	1	5	43	7	10	100
SOUS-TOTAL - APPRÉCIE SON ACTION	3	1	5	14	52	10	6	1	8	100
SOUS-TOTAL - N'APPRÉCIE PAS SON ACTION	12	3	6	14	2	6	40	7	10	100
SOUS-TOTAL - APPRÉCIE SA PERSONNALITÉ	5	2	6	15	37	9	15	3	8	100
SOUS-TOTAL - N'APPRÉCIE PAS SA PERSONNALITÉ	12	3	5	13	5	6	39	7	10	100

LE SOCIOLOGIE DE L'ABSTENTION

02

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LE SEXE & L'ÂGE	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
▪ **Sexe**			
Homme	52	48	100
Femme	51	49	100
▪ **Âge**			
18-24 ans	40	60	100
25-34 ans	35	65	100
35-49 ans	45	55	100
50-59 ans	51	49	100
60-69 ans	61	39	100
70 ans et plus	71	29	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LA PROFESSION DE L'INTERVIEWÉ.E	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Cadre	49	51	100
Profession intermédiaire	46	54	100
Employé	42	58	100
Ouvrier	44	56	100
Retraité	68	32	100
dont... Retraité CSP+	74	26	*100*
dont... Retraités CSP-	63	37	*100*

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LE STATUT DE L'INTERVIEWÉ.E	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Salarié	44	56	100
dont… salarié du privé	43	57	*100*
dont… salarié du public	47	53	*100*
À son compte	49	51	100
Au chômage	45	55	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LE DERNIER DIPLÔME OBTENU	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Inférieur au bac	53	47	100
Baccalauréat	52	48	100
Bac +2	49	51	100
Bac +3 et plus	51	49	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LE NIVEAU DE REVENUS MENSUELS NETS DU FOYER	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Moins de 1 250 €	43	57	100
De 1 250 à 2 000 €	49	51	100
De 2 000 à 3 000 €	54	46	100
Plus de 3000 €	54	46	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LE VOTE AU 1ER TOUR DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE 2022	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Jean-Luc Mélenchon	53	47	100
Fabien Roussel	58	42	100
Yannick Jadot	62	38	100
Anne Hidalgo	58	42	100
Emmanuel Macron	54	46	100
Valérie Pécresse	64	36	100
Marine Le Pen	60	40	100
Eric Zemmour	69	31	100
Nicolas Dupont-Aignan	51	49	100
Jean Lassalle	45	55	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LE VOTE AU 1ER TOUR DES ÉLECTIONS EUROPÉENNES 2019	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
France Insoumise	58	42	100
Générations	62	38	100
Europe écologie les verts	63	37	100
Parti socialiste et Place publique	65	35	100
La République en Marche	68	32	100
Les Républicains	69	31	100
Debout la France	59	41	100
Rassemblement National	71	29	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LA SYMPATHIE PARTISANE	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
La France Insoumise	54	46	100
Parti communiste français	57	43	100
Parti socialiste	60	40	100
Europe écologie les verts	53	47	100
SOUS-TOTAL - GAUCHE	56	44	100
Renaissance – Modem - Horizons	59	41	100
Les Républicains	57	43	100
Rassemblement National	60	40	100
Reconquête !	73	27	100
Aucun parti	34	66	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Moins de 2 000 habitants	52	48	100
2 000 à 9 999 habitants	54	46	100
10 000 à 49 999 habitants	51	49	100
50 000 à 199 999 habitants	53	47	100
200 000 habitants et plus	50	50	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LA RELIGION	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Catholique	55	45	100
...dont pratiquant régulier	53	47	100
...dont pratiquant occasionnel	61	39	100
...dont non pratiquant	54	46	100
Sans religion	50	50	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE SA VIE	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Très satisfait	56	44	100
Plutôt satisfait	51	49	100
SOUS-TOTAL - SATISFAIT	51	49	100
Plutôt pas satisfait	51	49	100
Pas du tout satisfait	53	47	100
SOUS-TOTAL - PAS SATISFAIT	51	49	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LE MILIEU SOCIAL AUTO-DÉCLARÉ	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Défavorisés	48	52	100
Catégories populaires	47	53	100
Classes moyennes inférieures	53	47	100
Classes moyennes supérieures	53	47	100
S/T Milieux aisés ou Privilégiés	52	48	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LA SITUATION FINANCIÈRE	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Arrive à mettre beaucoup d'argent de côté	50	50	100
Arrive à mettre un peu d'argent de côté	53	47	100
Boucle juste son budget	50	50	100
S/T Vit sur ses économies ou grâce à un ou plusieurs crédits	50	50	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON LE SENTIMENT D'APPARTENANCE À UNE FRANCE...	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
France en colère et très contestataire	53	47	100
France mécontente mais pas forcément en colère	50	50	100
France satisfaite et apaisé	50	50	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON L'ÉTAT D'ESPRIT	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Révolte	59	41	100
Colère	57	43	100
Déprime	43	57	100
Angoisse	53	47	100
Fatigue	45	55	100
Incertitude	52	48	100
Inquiétude	55	45	100
Bien être	46	54	100
Bonheur	41	59	100
Sérénité	48	52	100
Espoir	56	44	100
Confiance	52	48	100
Enthousiasme	44	56	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

SELON L'APPRÉCIATION D'EMMANUEL MACRON	Votants	Abstentionnistes	TOTAL
Ensemble	**51,5**	**48,5**	**100**
Vous appréciez son action et sa personnalité	52	48	100
Vous appréciez son action, mais pas sa personnalité	39	61	100
Vous appréciez sa personnalité, mais pas son action	48	52	100
Vous n'appréciez ni sa personnalité ni son action	55	45	100
SOUS-TOTAL - APPRÉCIE SON ACTION	46	54	100
SOUS-TOTAL - N'APPRÉCIE PAS SON ACTION	53	47	100
SOUS-TOTAL - APPRÉCIE SA PERSONNALITÉ	50	50	100
SOUS-TOTAL - N'APPRÉCIE PAS SA PERSONNALITÉ	52	48	100

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), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **Mar**ket 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 de l'étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon :** structure et représentativité selon les données le plus récentes de l'Insee
- **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.

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 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (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 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.