



24 avril 2022

NOTICE TECHNIQUE

COMPRENDRE LE VOTE DES FRANÇAIS

ARTICLE 2 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Organisme ayant réalisé le sondage	IPSOS
▪ Commanditaires du sondage	Le Parisien / Radiofrance / LCP / Public Sénat / rfi / MCD / France 24 / France medias monde
▪ Nombre de personnes interrogées	4000 personnes inscrites sur les listes électorales, constituant un échantillon représentatif de la population Française âgée de 18 ans et plus.
▪ Dates de réalisation des interviews	Du 21 au 23 avril 2022
▪ Date de diffusion prévue	Le 24 avril 2022 – Embargo jusqu'à 20h00
▪ 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 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.

Taille d'échantillon (N)	INTERVALLE DE CONFIANCE (avec un niveau de confiance de 95%)										
	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
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
3 000	0,5	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8
4000*	0,4	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5

Note de lecture : pour un échantillon de 4000 personnes, si le score mesuré est de 20%, il y a 95% de chances que la valeur réelle se situe aujourd'hui entre 18,8 et 21,2 (plus ou moins 1,2 points).

* Base ensemble (questions d'opinion n = 4 000)

ARTICLE 3 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Objet du sondage	Comprendre le vote à l'élection présidentielle
▪ Echantillon interrogé	4000 personnes inscrites sur les listes électorales, 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 identique à l'ordre utilisé pour le rapport.
▪ 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 du souvenir de vote au 1 ^{er} tour de l'élection présidentielle de 2022.



ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

COMPRENDRE LE VOTE DES FRANÇAIS

2ND TOUR

VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier
brice.teinturier@ipsos.com

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

france•tv

Le Parisien



LCP
ASSEMBLÉE NATIONALE
PUBLIC SENAT

radiofrance

GAME CHANGERS



sopra steria
A European Tech Leader

FICHE TECHNIQUE

Enquête réalisée pour

france•tv  radiofrance 

ÉCHANTILLON

4 000 personnes inscrites sur les listes électorales, constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

DATE DE TERRAIN

Du 21 au 23 avril 2022



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

MÉTHODE

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

Méthode des quotas : sexe, âge, profession de la personne interrogée, catégorie d'agglomération, région.



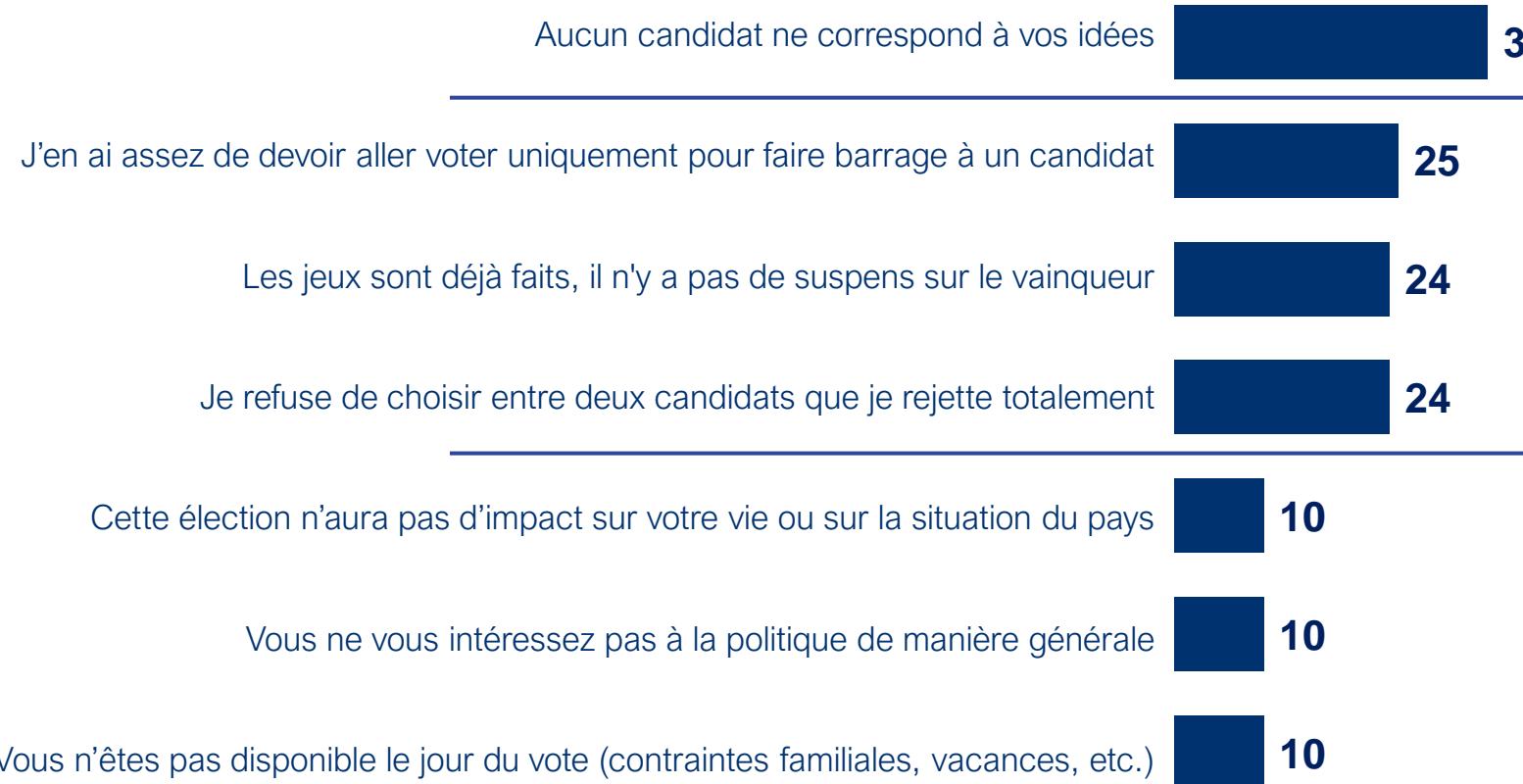
Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». Ce rapport a été relu par Jean-François Doridot, Directeur Général (Ipsos Public Affairs).

LES RAISONS DE L'ABSTENTION ET DU VOTE BLANC OU NUL

LES PRINCIPALES RAISONS DE L'ABSTENTION

Question : « Parmi les raisons suivantes, quelles sont les deux qui expliquent le mieux pourquoi vous envisagez de ne pas voter lors du second tour de l'élection présidentielle ? »
(Base : Aux abstentionnistes)

Total supérieur à 100 car deux réponses possibles



LES PRINCIPALES RAISONS DE L'ABSTENTION – SELON LE VOTE AU PREMIER TOUR

Question : « Parmi les raisons suivantes, quelles sont les deux qui expliquent le mieux pourquoi vous envisagez de ne pas voter lors du second tour de l'élection présidentielle ? »
 (Base : Aux abstentionnistes)

Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

EN %	ENSEMBLE	SELON LE VOTE AU PREMIER TOUR			
					
Aucun candidat ne correspond à vos idées	35	48	58	45	19
J'en ai assez de devoir aller voter uniquement pour faire barrage à un candidat	25	39	17	29	25
Les jeux sont déjà faits, il n'y a pas de suspens sur le vainqueur	24	14	10	23	44
Je refuse de choisir entre deux candidats que je rejette totalement	24	43	36	23	6
Cette élection n'aura pas d'impact sur votre vie ou sur la situation du pays	10	3	10	9	10
Vous ne vous intéressez pas à la politique de manière générale	10	4	6	6	8
Vous n'êtes pas disponible le jour du vote (contraintes familiales, vacances, etc.)	10	4	3	11	16

LA PRINCIPALE RAISON DU VOTE BLANC OU NUL

Question : « Quelle est, parmi les suivantes, la principale raison qui pourrait expliquer que vous votiez blanc ou nul au 2nd tour de l'élection présidentielle dimanche prochain ? »
(Base : A ceux votant blanc ou nul)

Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

Je refuse de choisir entre deux candidats que je rejette totalement  49

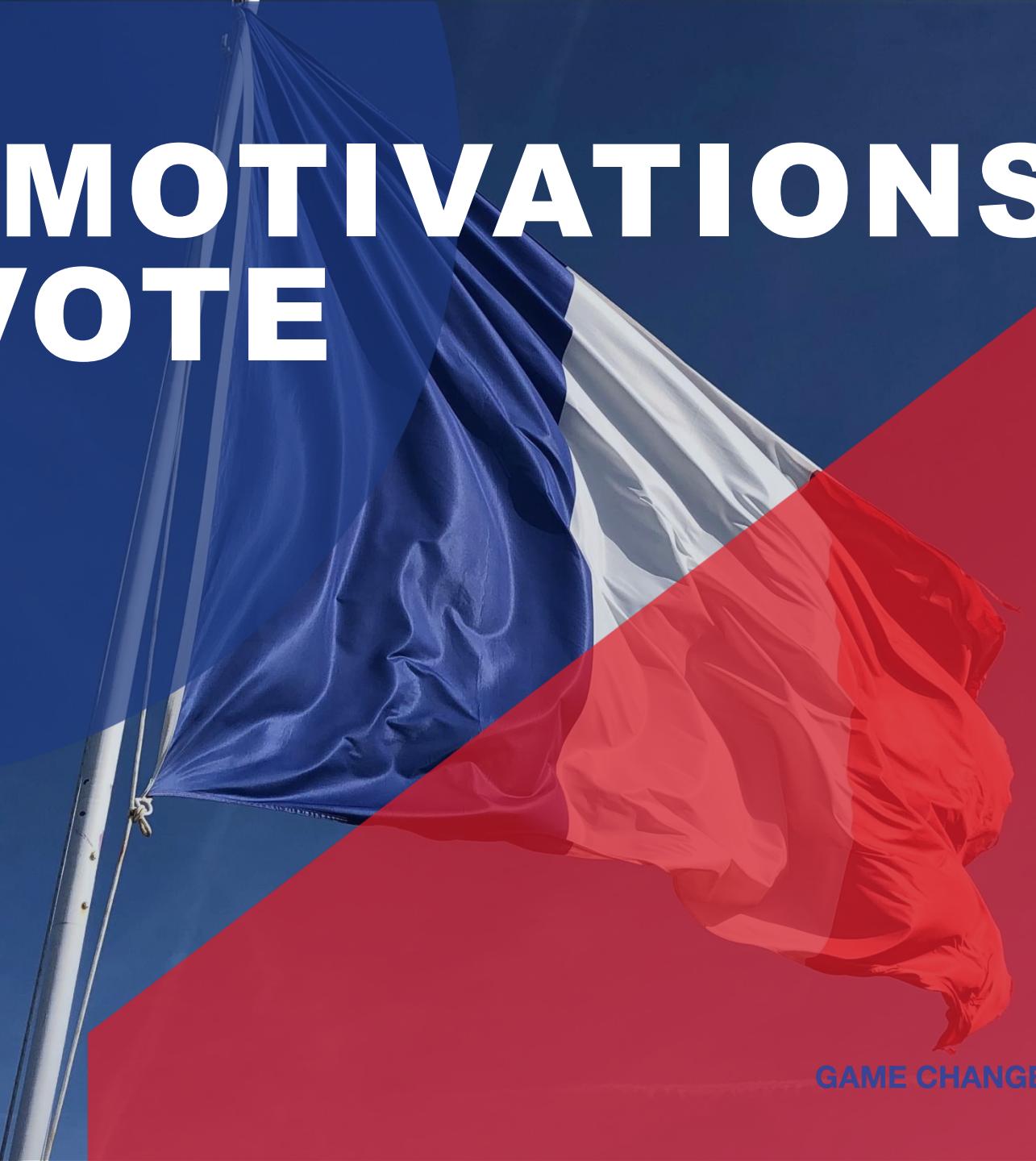
J'en ai assez de voter uniquement pour faire barrage à un candidat  25

Je ne les rejette pas mais aucun des deux candidats ne correspond à mes idées  20

Quel que soit mon vote, cela ne sert à rien, Emmanuel Macron battra Marine Le Pen  6

LES MOTIVATIONS DU VOTE

2



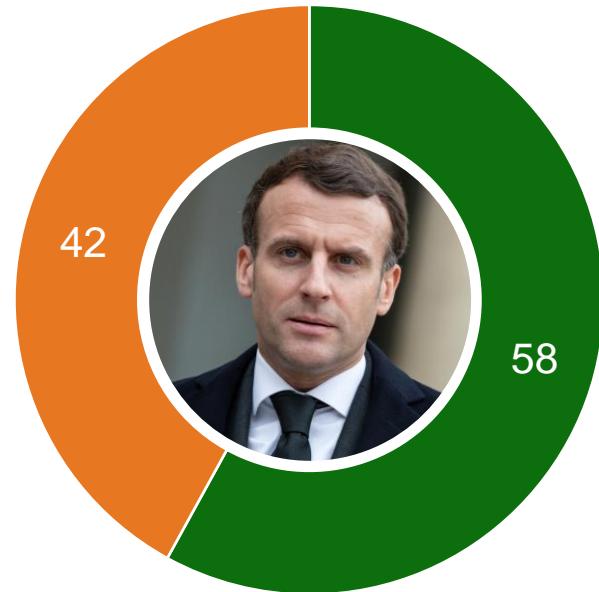
LES MOTIVATIONS DU VOTE POUR EMMANUEL MACRON

Question : « Voterez-vous pour ce candidat... ? »

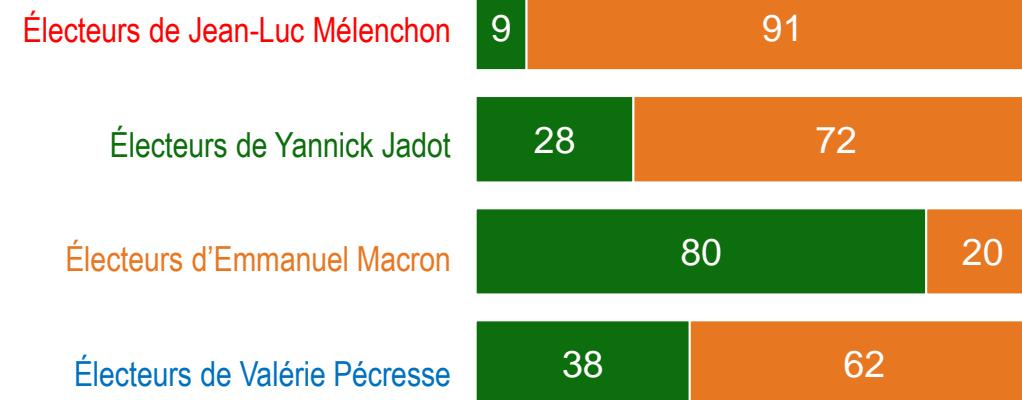
(Base : Aux électeurs d'Emmanuel Macron au second tour)



Emmanuel Macron



SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR



...AVANT TOUT PARCE QU'IL FERAIT UN BON
PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE

... AVANT TOUT POUR FAIRE BARRAGE À MARINE LE PEN

12

2022
ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

GAME CHANGERS



sopra steria
A European Tech Leader

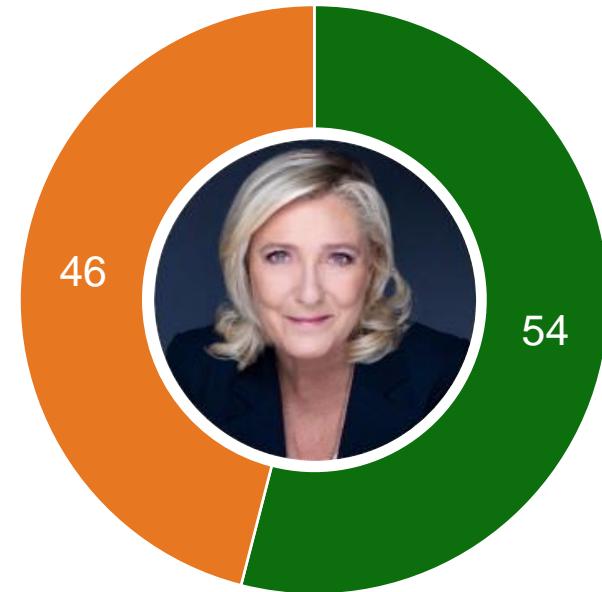
LES MOTIVATIONS DU VOTE POUR MARINE LE PEN

Question : « Voterez-vous pour cette candidate... ? »

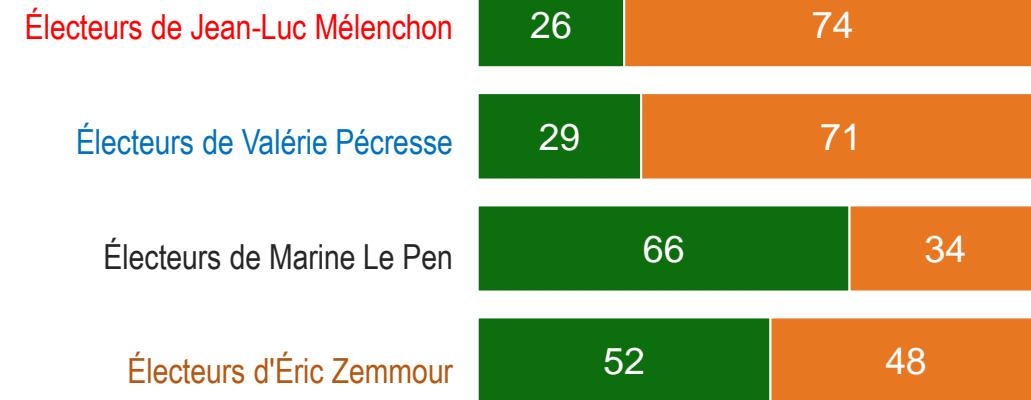


(Base : Aux électeurs de Marine Le Pen au second tour)

Marine Le Pen



SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR



...AVANT TOUT PARCE QU'ELLE FERA UNE BONNE
PRÉSIDENTE DE LA RÉPUBLIQUE

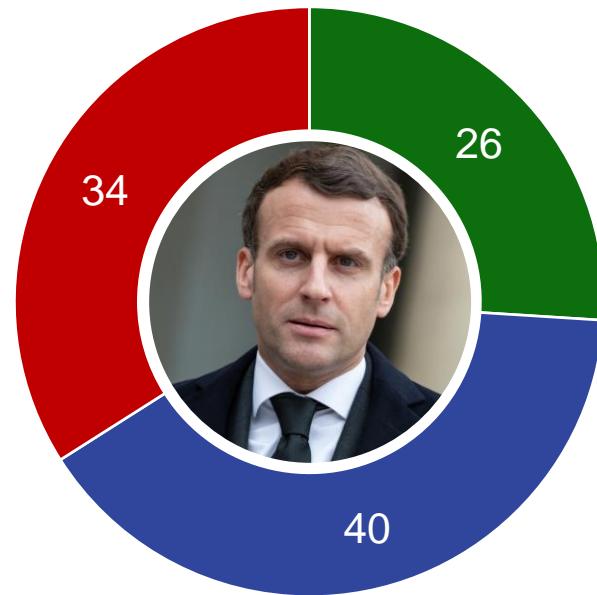
... AVANT TOUT POUR FAIRE BARRAGE À EMMANUEL MACRON

LA PERCEPTION DE LA CAMPAGNE ÉLECTORALE

3

L'OPINION SUR LA CAMPAGNE MENÉE PAR EMMANUEL MACRON

Question : « Pour chacun des candidats suivants, diriez-vous qu'il a mené, entre les deux tours de l'élection présidentielle, plutôt une bonne ou plutôt une mauvaise campagne ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR

Électeurs de Jean-Luc Mélenchon	13	43	44
Électeurs de Yannick Jadot	23	53	24
Électeurs d'Emmanuel Macron	59	36	5
Électeurs de Valérie Pécresse	25	47	28
Électeurs de Marine Le Pen	10	34	56
Électeurs d'Éric Zemmour	11	31	58

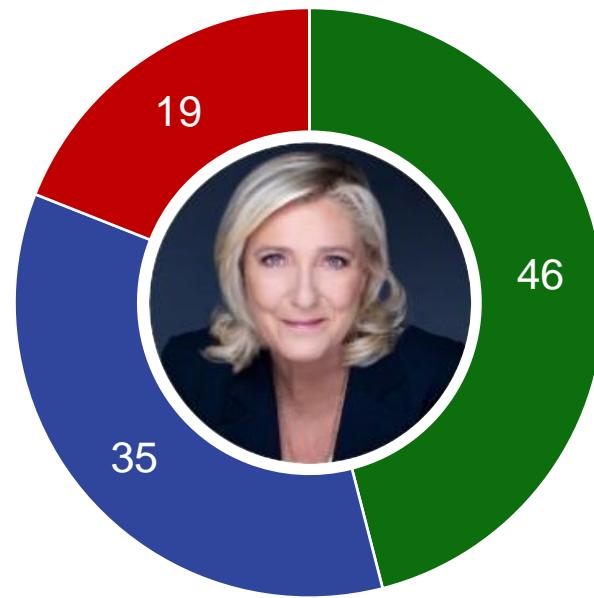
PLUTÔT UNE BONNE CAMPAGNE

UNE CAMPAGNE NI BONNE, NI MAUVAISE

PLUTÔT UNE MAUVAISE CAMPAGNE

L'OPINION SUR LA CAMPAGNE MENÉE PAR MARINE LE PEN

Question : « Pour chacun des candidats suivants, diriez-vous qu'il / elle a mené, entre les deux tours de l'élection présidentielle, plutôt une bonne ou plutôt une mauvaise campagne ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR

Électeurs de Jean-Luc Mélenchon	33	37	30
Électeurs de Yannick Jadot	33	41	26
Électeurs d'Emmanuel Macron	30	44	26
Électeurs de Valérie Pécresse	54	32	14
Électeurs de Marine Le Pen	80	17	3
Électeurs d'Éric Zemmour	67	29	4

PLUTÔT UNE BONNE CAMPAGNE

UNE CAMPAGNE NI BONNE, NI MAUVAISE

PLUTÔT UNE MAUVAISE CAMPAGNE

LE DÉBAT DE L'ENTRE-DEUX- TOURS DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

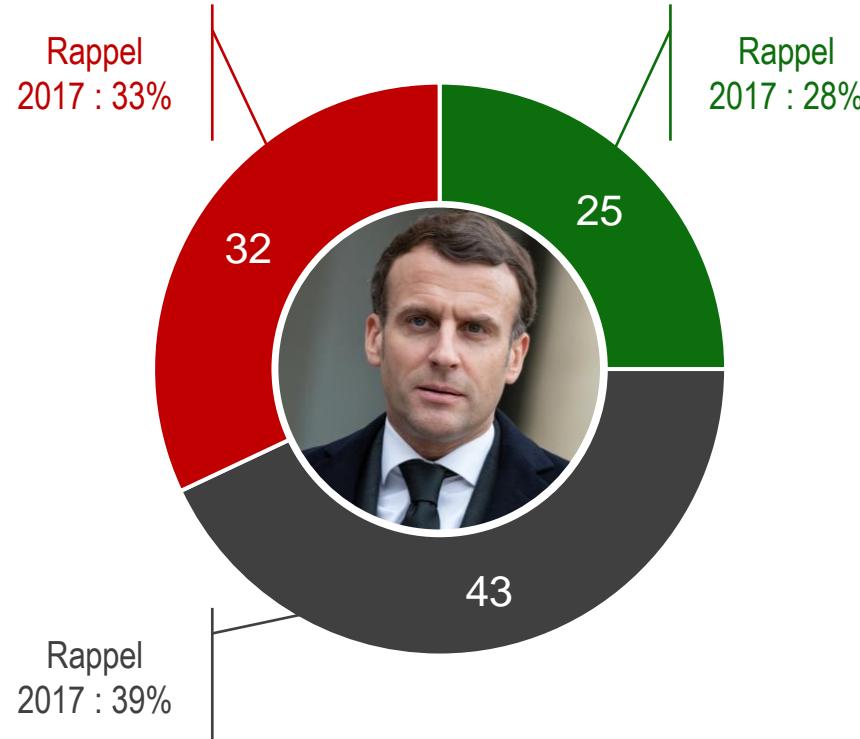
4



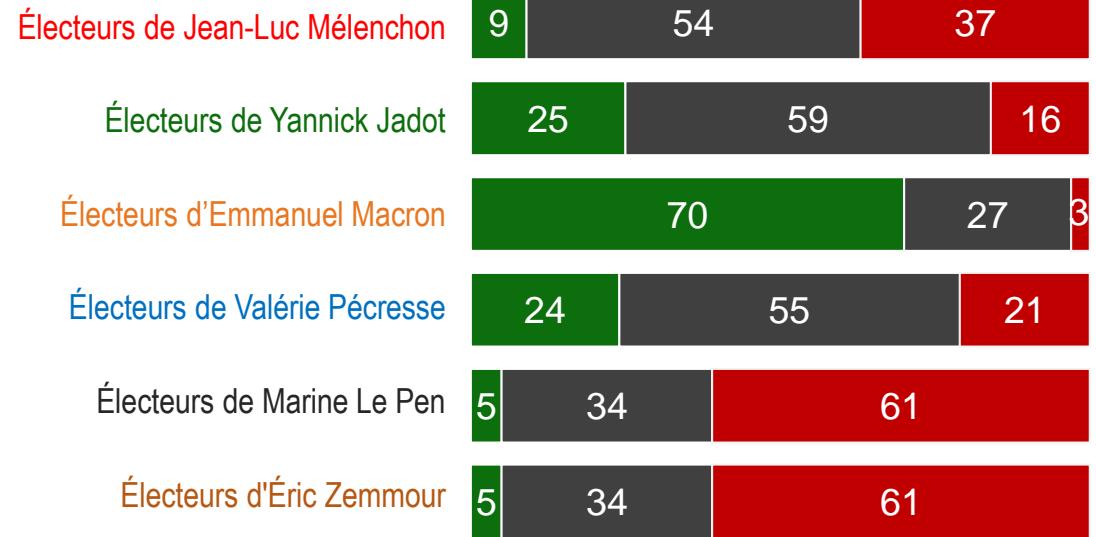
L'OPINION SUR LA PERFORMANCE D'EMMANUEL MACRON LORS DU DÉBAT

Question : « Durant ce débat télévisé du mercredi 20 avril qui a opposé les deux candidats, diriez-vous qu'Emmanuel Macron... ? »

(Base : A ceux qui ont vu ou ont entendu parler du débat)



SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR



Vous a PLUTÔT RASSURÉ

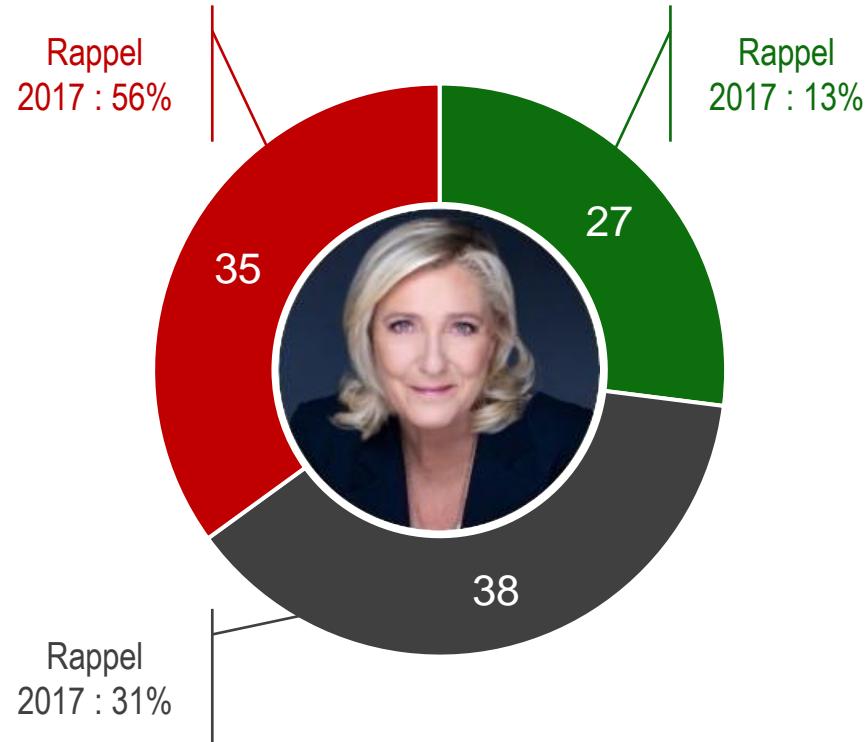
Ni l'un, ni l'autre

Vous a PLUTÔT INQUIÉTÉ

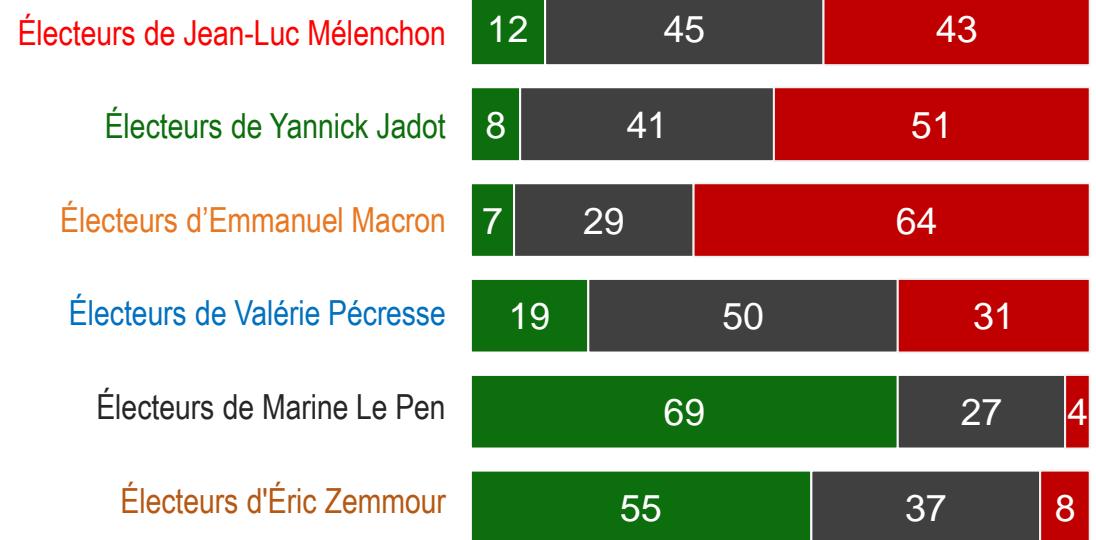
L'OPINION SUR LA PERFORMANCE DE MARINE LE PEN LORS DU DÉBAT

Question : « Durant ce débat télévisé du mercredi 20 avril qui a opposé les deux candidats, diriez-vous que Marine Le Pen... ? »

(Base : A ceux qui ont vu ou ont entendu parler du débat)



SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR



LE DÉBUT DU QUINQUENNAT



5

20

2022
ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

GAME CHANGERS

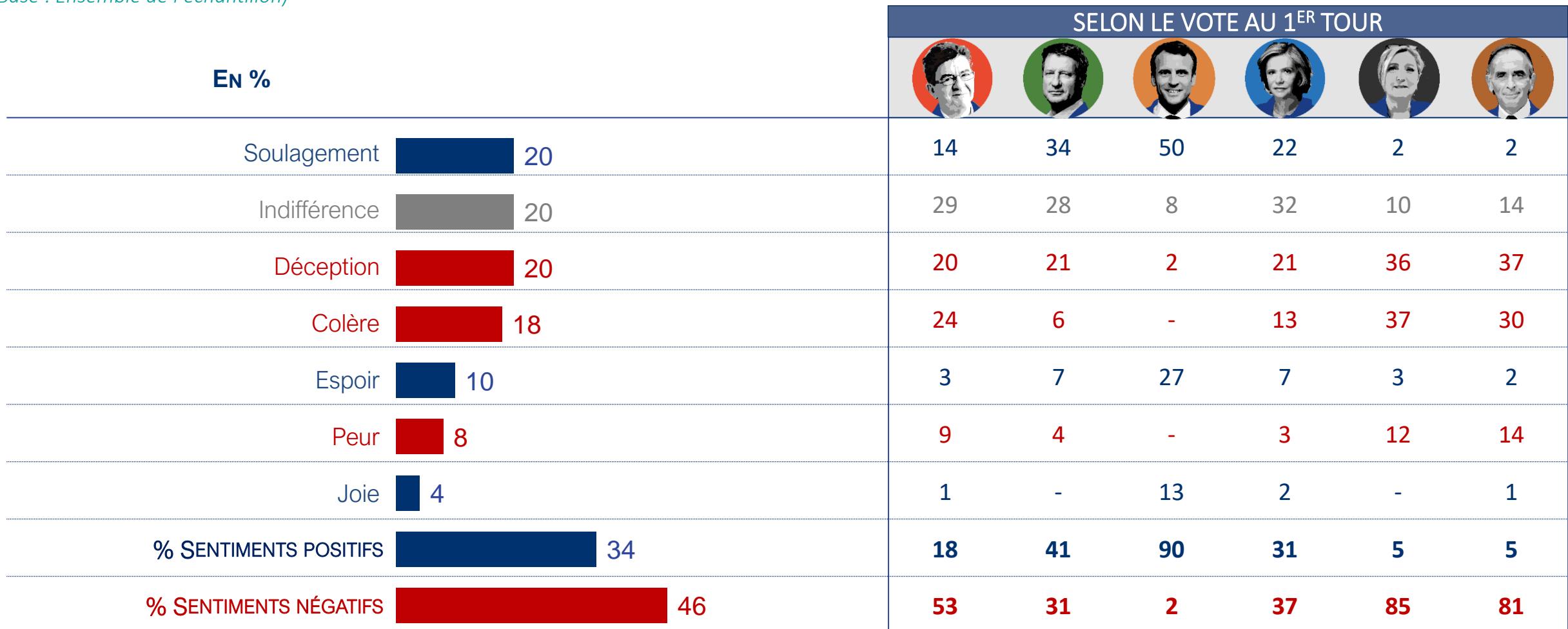


sopra  steria
A European Tech Leader

LE RESENTI FACE À LA RÉELECTION D'EMMANUEL MACRON

Question : « Si Emmanuel Macron est réélu, lequel des sentiments suivants sera le plus proche de ce que vous ressentirez ? »

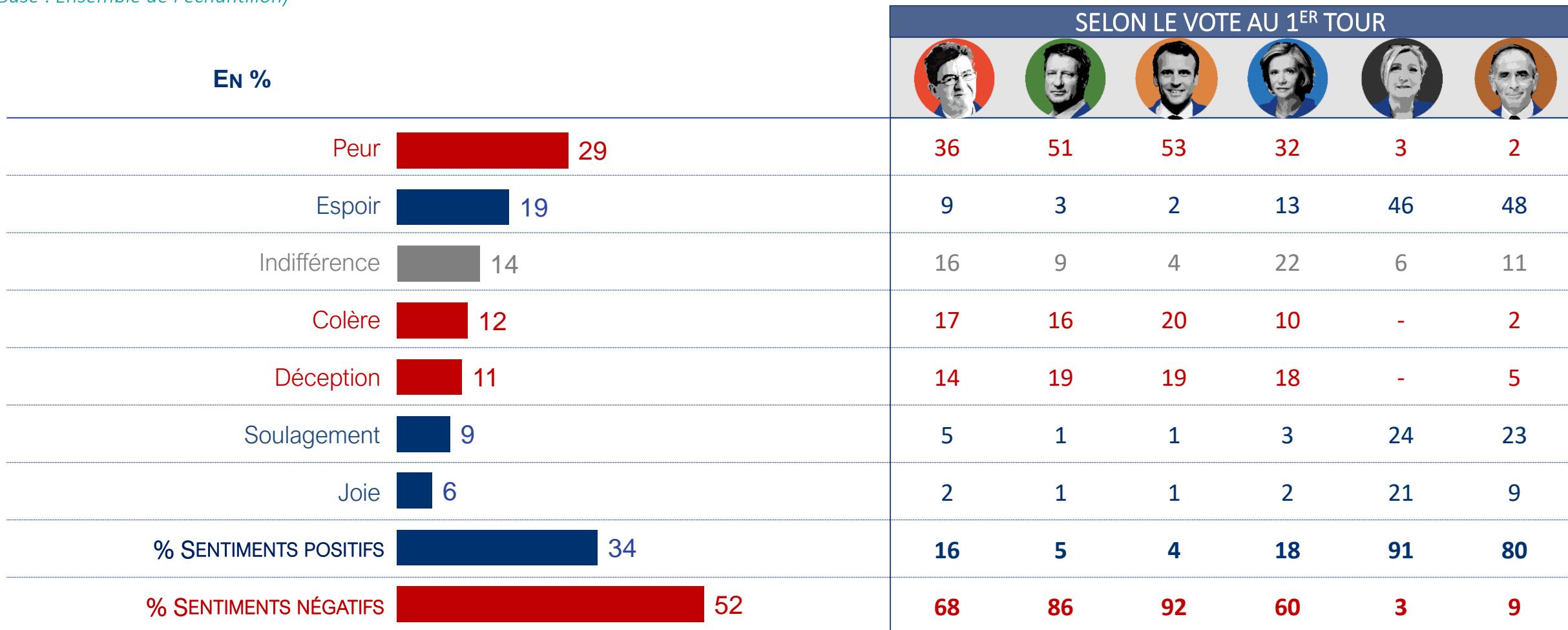
(Base : Ensemble de l'échantillon)



LE RESENTI SI MARINE LE PEN ÉTAIT ÉLUE

Question : « Si Marine Le Pen est élue, lequel des sentiments suivants sera le plus proche de ce que vous ressentirez ? »

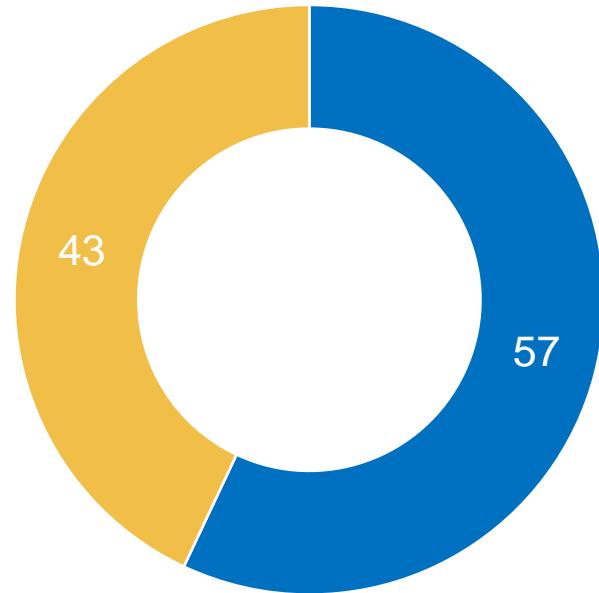
(Base : Ensemble de l'échantillon)



LES ATTENTES À L'ÉGARD DU PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE LORS DES PREMIERS MOIS DU QUINQUENNAT

Question : « Qu'attendez-vous en priorité du prochain président de la République lors des premiers mois de son quinquennat ? »

(Base : Ensemble de l'échantillon)



SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR

Électeurs de Jean-Luc Mélenchon	74	26
Électeurs de Yannick Jadot	64	36
Électeurs d'Emmanuel Macron	48	52
Électeurs de Valérie Pécresse	47	53
Électeurs de Marine Le Pen	53	47
Électeurs d'Éric Zemmour	34	66

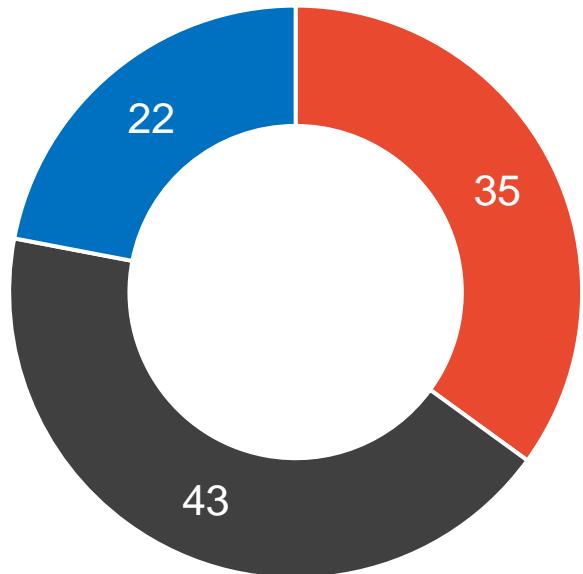
QU'IL RASSEMBLE LES FRANÇAIS, MÊME SI CELA SIGNIFIE DE REMETTRE
À PLUS TARD CERTAINES RÉFORMES IMPORTANTES MAIS CLIVANTES

QU'IL RÉFORME LE PAYS EN PROFONDEUR, MÊME SI CELA PEUT
PROVOQUER DES MOUVEMENTS SOCIAUX DE GRANDE AMPLÉUR

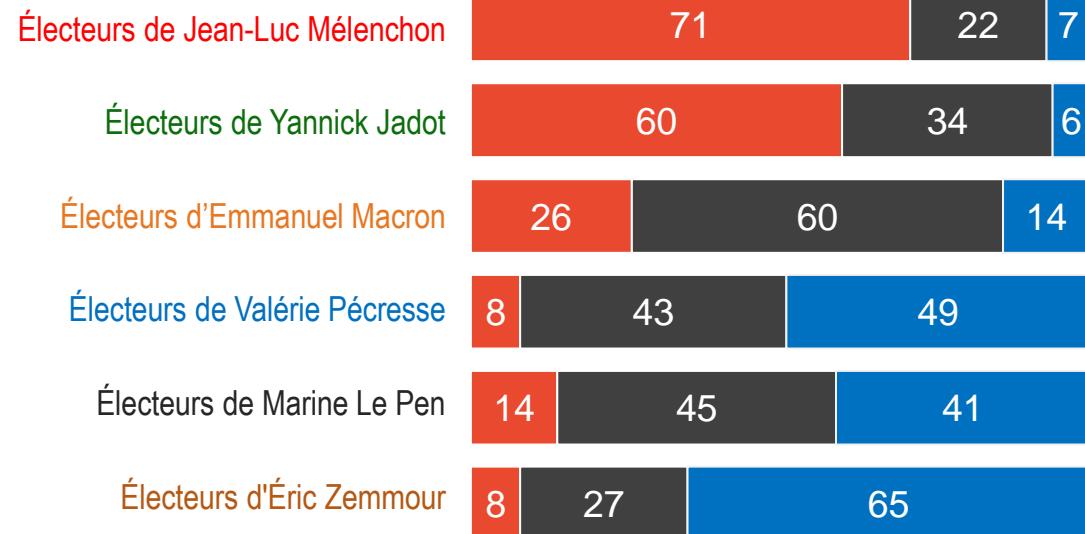
L'ORIENTATION POLITIQUE À DONNER AU PROCHAIN QUINQUENNAT

Question : « Si Emmanuel Macron est réélu, souhaitez-vous que la politique menée lors du prochain quinquennat soit... ? »

(Base : Ensemble de l'échantillon)

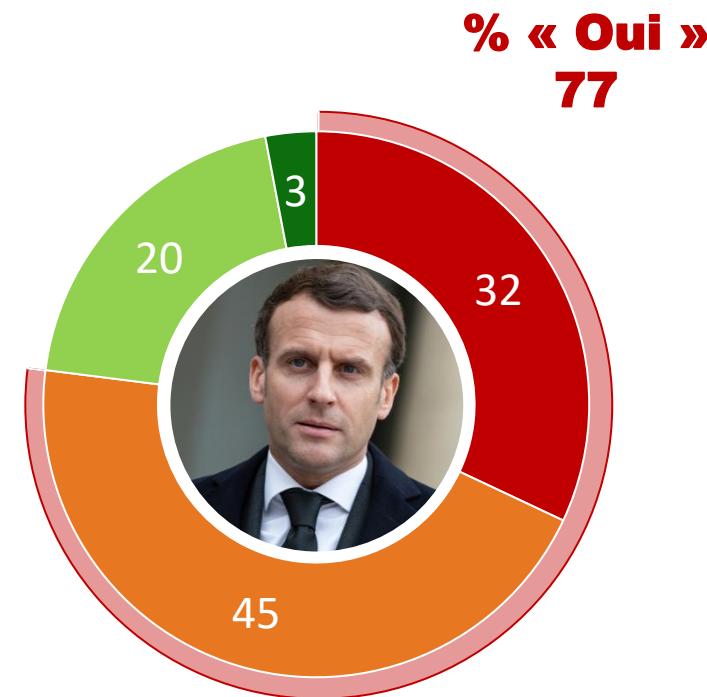


SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR



L'OPINION SUR LE CLIMAT SOCIAL DANS LE PAYS DANS LES PROCHAINS MOIS

Question : « Si Emmanuel Macron est réélu, pensez-vous qu'il y aura des troubles et des tensions dans le pays au cours des prochains mois ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

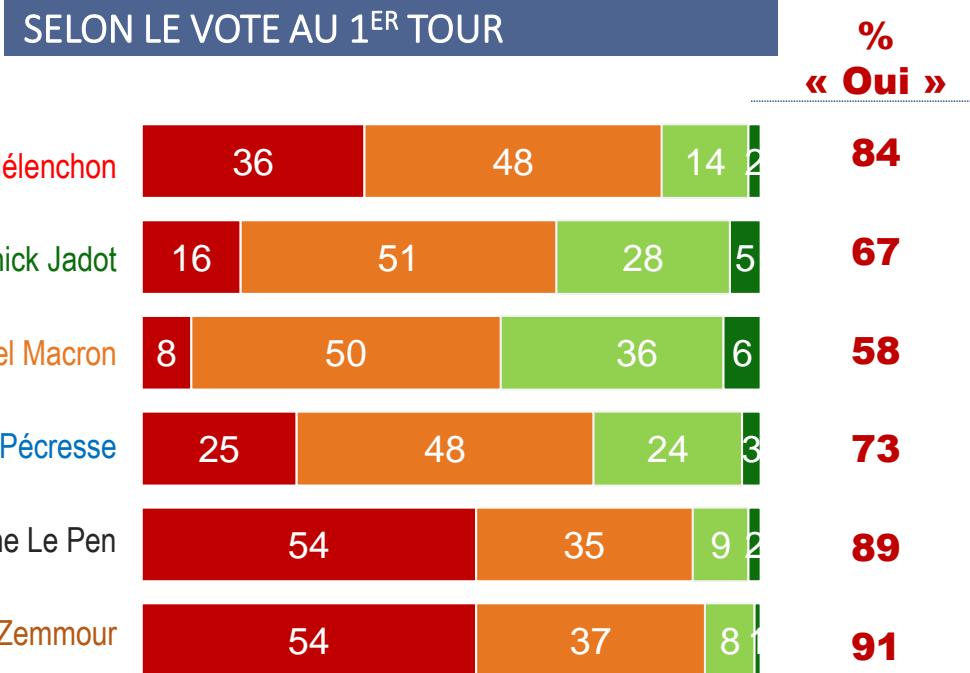


OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

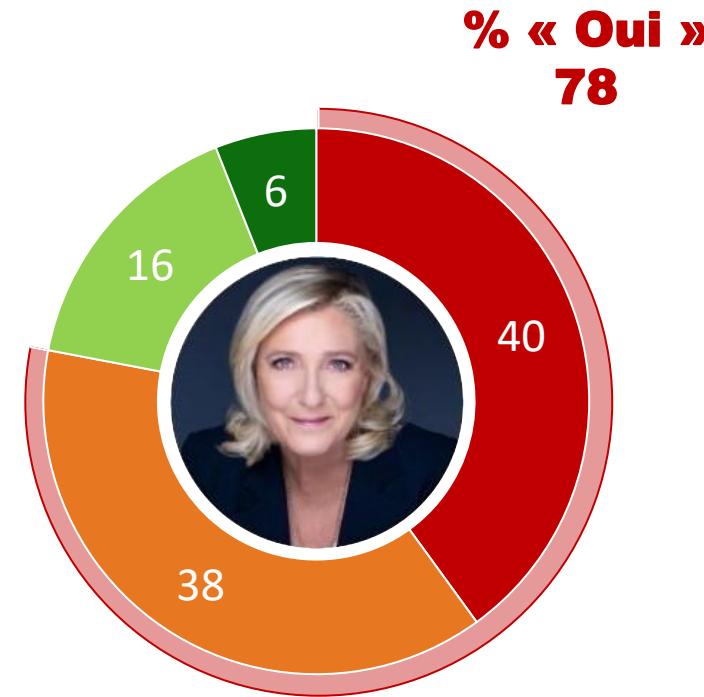
NON, PLUTÔT PAS

NON, PAS DU TOUT



L'OPINION SUR LE CLIMAT SOCIAL DANS LE PAYS DANS LES PROCHAINS MOIS

Question : « Si Marine Le Pen est élue, pensez-vous qu'il y aura des troubles et des tensions dans le pays au cours des prochains mois ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR

	%				« Oui »
Électeurs de Jean-Luc Mélenchon	52	31	13	4	83
Électeurs de Yannick Jadot	54	38	4	4	92
Électeurs d'Emmanuel Macron	65	31	3	1	96
Électeurs de Valérie Pécresse	37	47	15	1	84
Électeurs de Marine Le Pen	12	43	31	14	55
Électeurs d'Éric Zemmour	14	41	34	11	55

OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

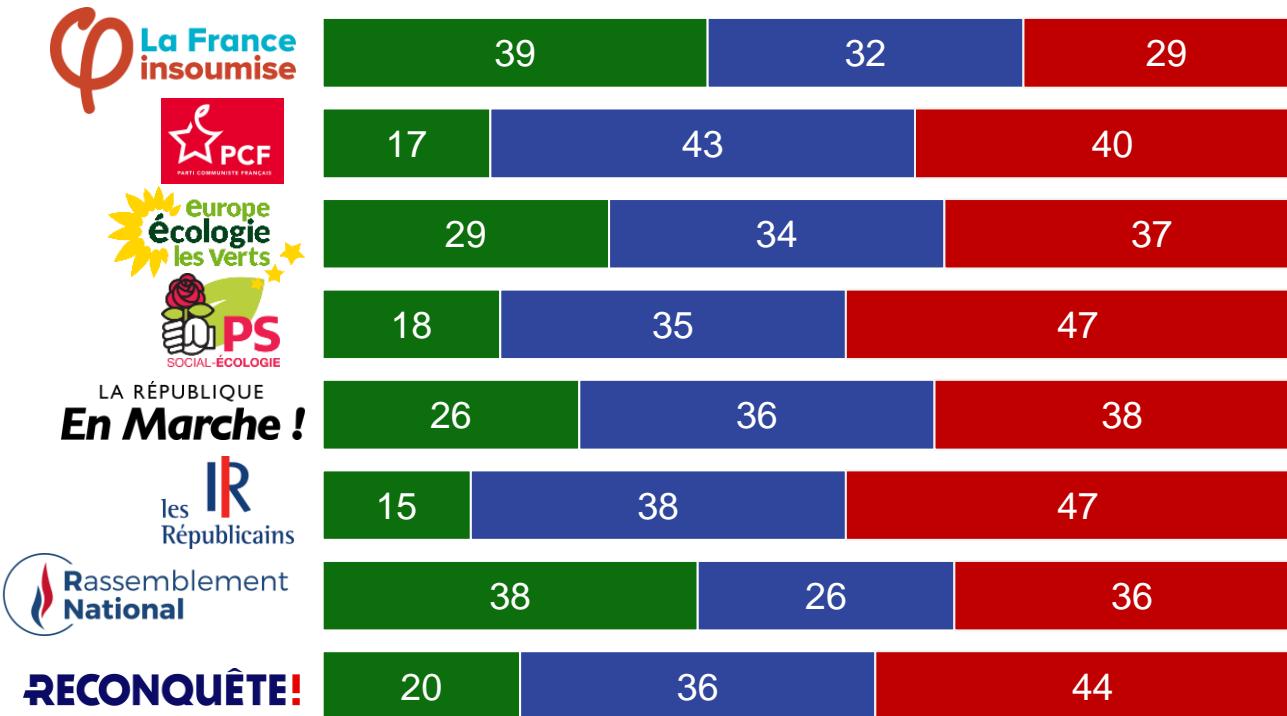
NON, PAS DU TOUT

LES ÉLECTIONS LÉGISLATIVES

6

LE SOUHAIT POUR LES PARTIS POLITIQUES SUITE AUX ÉLECTIONS LÉGISLATIVES

Question : « Souhaitez-vous que les partis suivants sortent renforcés, affaiblis ou ni renforcés, ni affaiblis à l'issue des élections législatives de juin prochain qui permettront d'élire les députés à l'Assemblée nationale ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



RENFORCÉ

NI L'UN, NI L'AUTRE

AFFAIBLI

LE SOUHAIT POUR LES PARTIS POLITIQUES SUITE AUX ÉLECTIONS LÉGISLATIVES

Question : « Souhaitez-vous que les partis suivants sortent renforcés, affaiblis ou ni renforcés, ni affaiblis à l'issue des élections législatives de juin prochain qui permettront d'élire les députés à l'Assemblée nationale ? »
 (Base : Ensemble de l'échantillon)

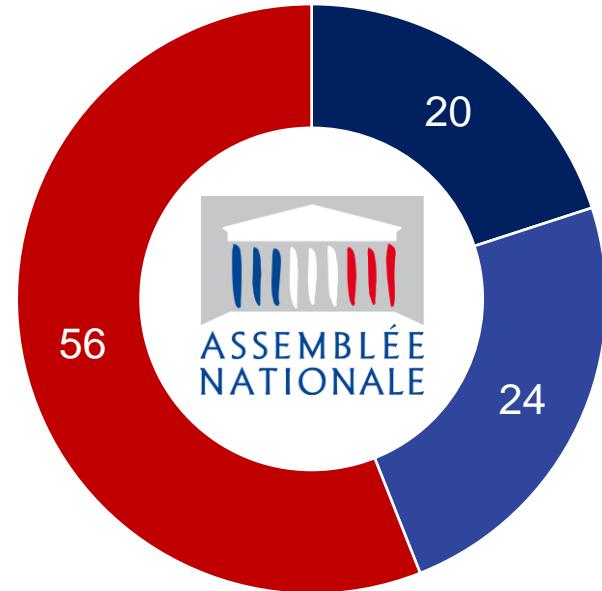
% « RENFORCÉ » / % « AFFAIBLI »

SELON LE VOTE AU 1ER TOUR

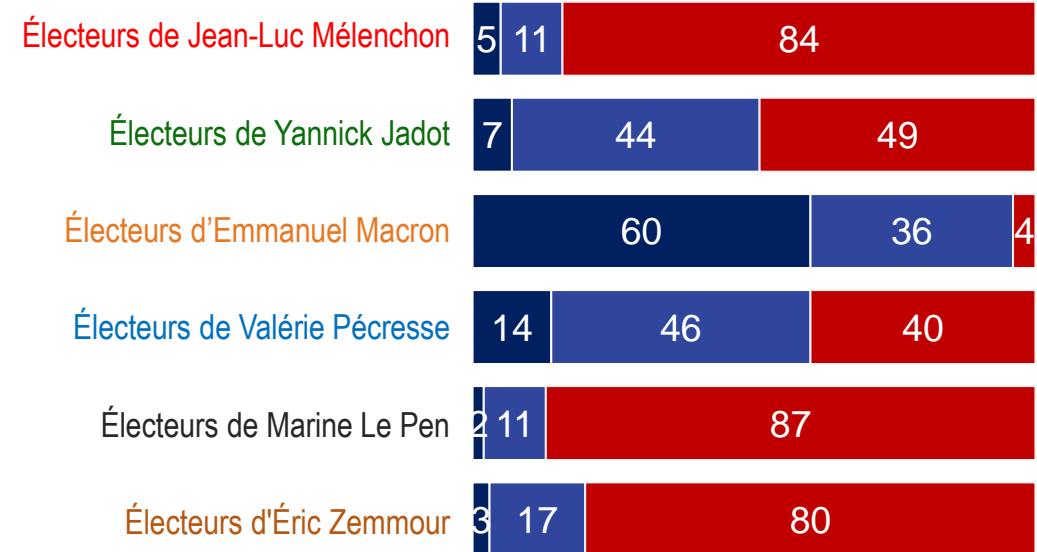
	ENSEMBLE		Électeurs de Jean-Luc Mélenchon		Électeurs de Yannick Jadot		Électeurs d'Emmanuel Macron		Électeurs de Valérie Pécresse		Électeurs de Marine Le Pen		Électeurs d'Eric Zemmour		
 La France Insoumise	39	29	82	5	51	13	30	33	25	46	23	41	18	64	
		17	40	31	26	27	28	12	42	8	56	8	51	8	71
		29	37	42	30	76	14	33	31	16	48	16	47	11	69
		18	47	26	39	38	31	21	43	12	62	8	58	5	78
		26	38	13	53	19	30	66	5	21	36	8	58	5	74
		15	47	5	64	10	49	18	39	60	27	15	49	18	50
		38	36	21	54	15	58	17	59	35	32	82	3	77	8
	RECONQUÊTE!	20	44	10	59	7	57	8	61	22	44	30	29	82	6

LE SOUHAIT POUR LA FUTURE ASSEMBLÉE NATIONALE

Question : « Si Emmanuel Macron est réélu, dans la perspective des élections législatives de juin, de laquelle des opinions suivantes êtes-vous le plus proche ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR



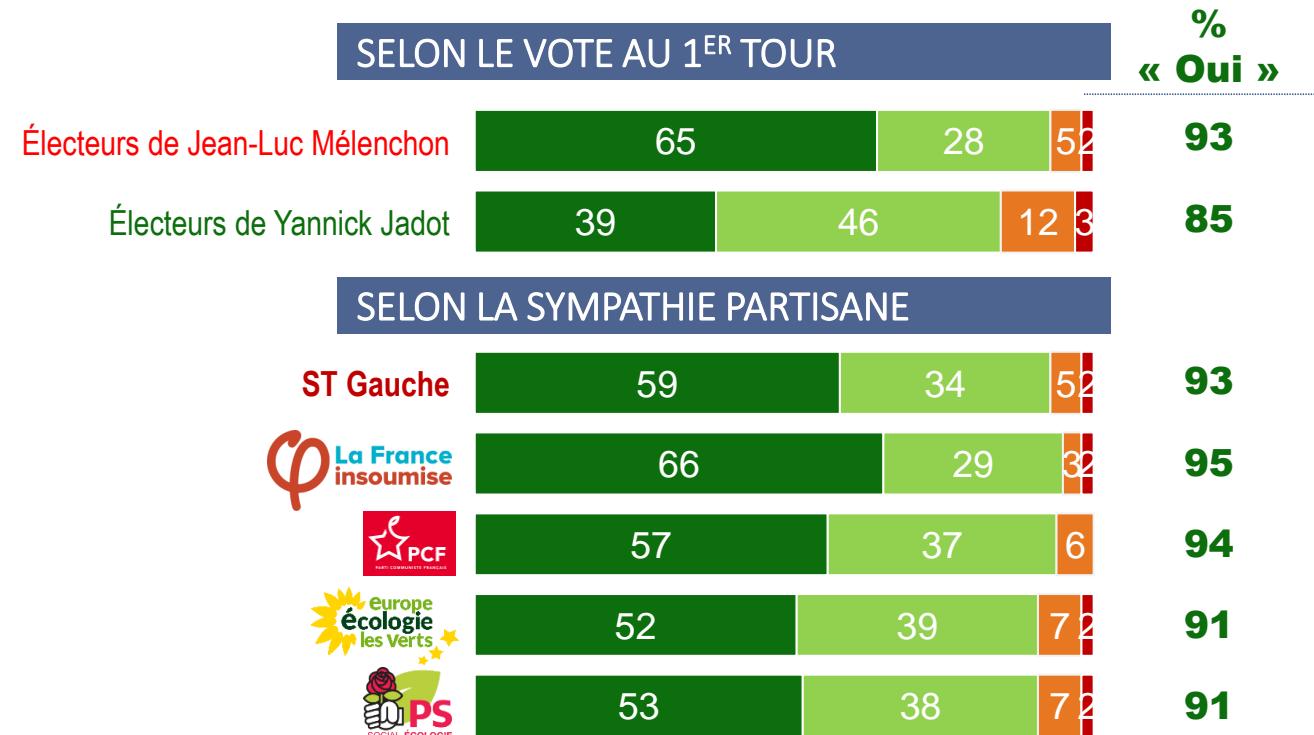
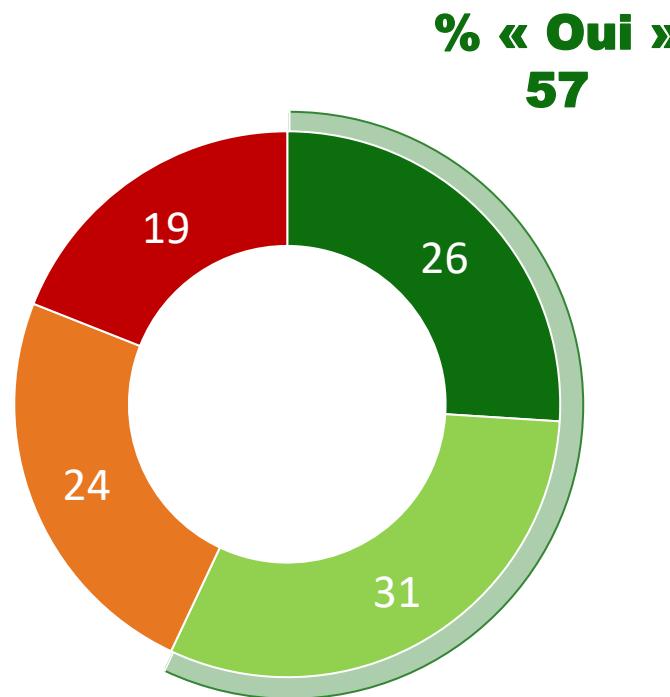
VOUS SOUHAITEZ QU'EMMANUEL MACRON OBTIENNE UNE MAJORITÉ À L'ASSEMBLÉE NATIONALE AFIN QU'IL PUISSE METTRE EN ŒUVRE SON PROGRAMME

PAR COHÉRENCE, VOUS JUGEZ QU'IL EST PRÉFÉRABLE QU'EMMANUEL MACRON OBTIENNE UNE MAJORITÉ À L'ASSEMBLÉE NATIONALE AFIN D'ÉVITER UNE COHABITATION TOUT DE SUITE APRÈS SON ÉLECTION

VOUS SOUHAITEZ QU'EMMANUEL MACRON PERDE LES ÉLECTIONS LÉGISLATIVES ET QU'IL Y AIT UNE COHABITATION AVEC UN GOUVERNEMENT DE L'OPPOSITION QUI L'EMPÈCHE DE METTRE EN ŒUVRE SON PROGRAMME

LE SOUHAIT QUE LES PRINCIPAUX PARTIS DE GAUCHE S'ALLIENT POUR LES ÉLECTIONS LÉGISLATIVES

Question : « Dans la perspective des élections législatives de juin, souhaitez-vous que les principaux partis de gauche (la France insoumise, Europe Ecologie-Les Verts, le Parti communiste, le Parti socialiste...) forment une alliance et présentent des candidats communs dans les circonscriptions ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



OUI, TOUT À FAIT

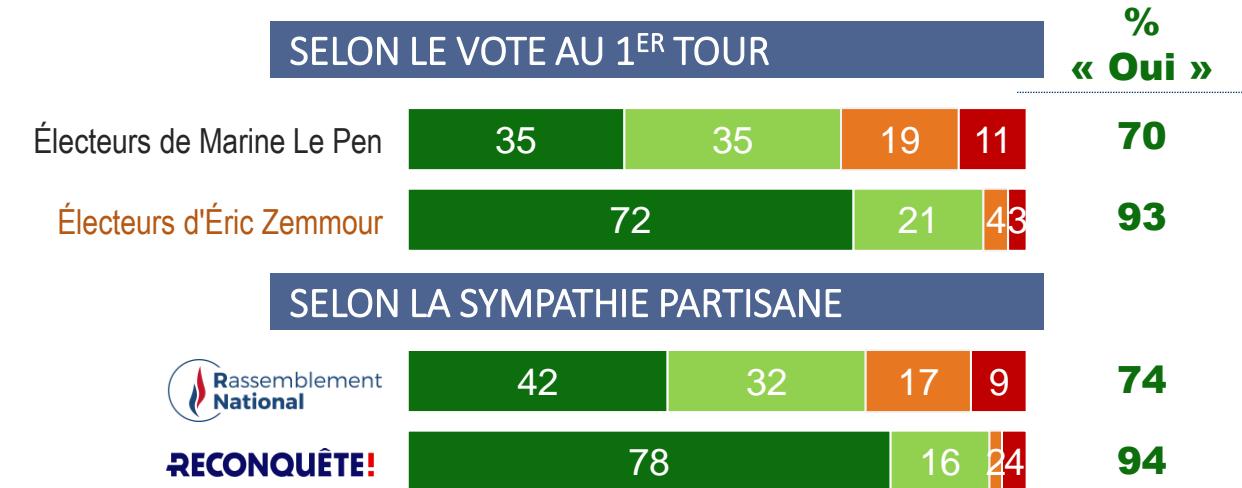
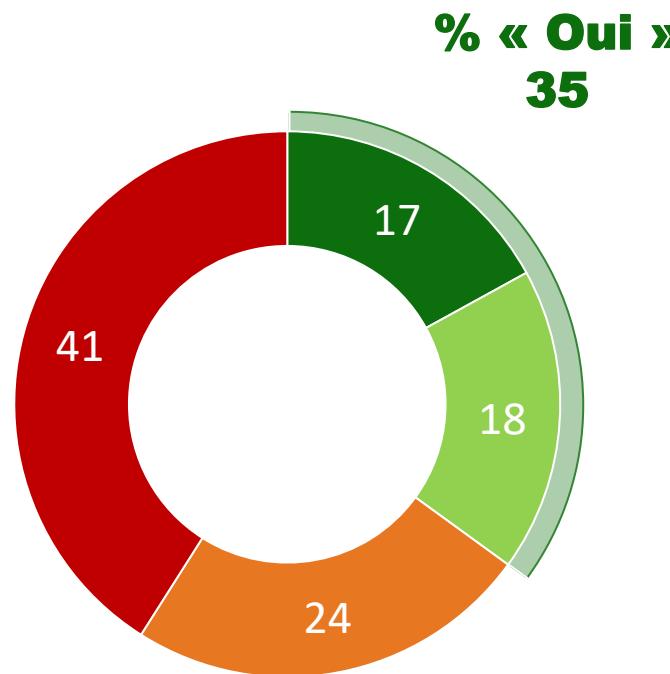
OUI, PUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

NON, PAS DU TOUT

LE SOUHAIT QUE LE RASSEMBLEMENT NATIONAL ET RECONQUÊTE ! S'ALLIENT POUR LES ÉLECTIONS LÉGISLATIVES

Question : « Dans la perspective des élections législatives de juin, souhaitez-vous que le Rassemblement national de Marine Le Pen et Reconquête ! d'Eric Zemmour forment une alliance et présentent des candidats communs dans les circonscriptions ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



OUI, TOUT À FAIT

OUI, PUTÔT

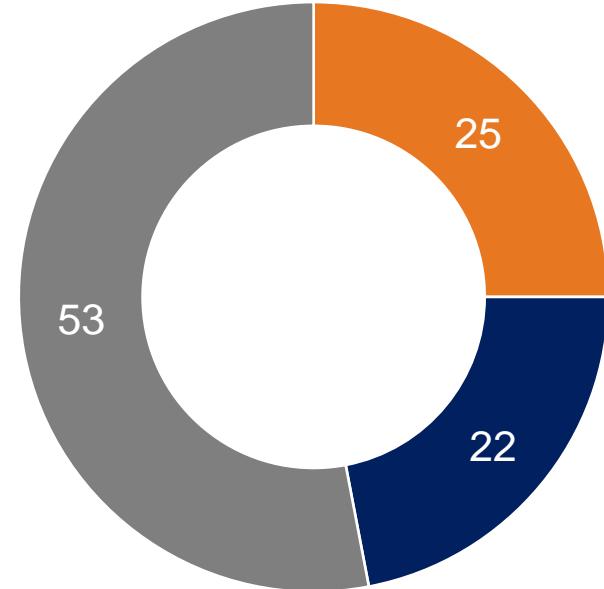
NON, PLUTÔT PAS

NON, PAS DU TOUT

LE SOUHAIT D'ALLIANCE POUR LES RÉPUBLICAINS EN VUE DES ÉLECTIONS LÉGISLATIVES

Question : « Dans la perspective des élections législatives de juin, souhaitez-vous que Les Républicains... ? »

(Base : Ensemble de l'échantillon)



SELON LE VOTE AU 1^{ER} TOUR

Électeurs d'Emmanuel Macron	62	3	35
Électeurs de Valérie Pécresse	32	17	51
Électeurs de Marine Le Pen	8	49	43
Électeurs d'Éric Zemmour	4	73	23

SELON LA SYMPATHIE PARTISANE

LA RÉPUBLIQUE En Marche !	70	3	27
les Républicains	37	23	40
Rassemblement National	5	55	40
RECONQUÊTE!	4	80	16

... SE RAPPROCHENT DE LA RÉPUBLIQUE EN MARCHE ET DE LA MAJORITÉ PRÉSIDENTIELLE

... SE RAPPROCHENT DU RASSEMBLEMENT NATIONAL ET DE RECONQUÊTE !

... NE SE RAPPROCHENT NI DE L'UN, NI DE L'AUTRE

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), European Society for Opinion and Market 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*** »

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

GAME CHANGERS



sopra  steria
A European Tech Leader