

Enquête sur les élections européennes et les enjeux écologiques, sociaux et économiques

Avril 2024

VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

Brice Teinturier

brice.teinturier@ipsos.com

Pierre Latrille

pierre.latrille@ipsos.com

Diane Lamotte

diane.lamotte@ipsos.com



**PACTE
DU POUVOIR
DE VIVRE**

FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

1000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



DATES DE TERRAIN

Du 17 au 18 avril 2024



MÉTHODOLOGIE

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

Méthode des quotas :

Sexe, âge, profession de l'interviewé, catégorie d'agglomération, région de résidence.

Ce rapport a été réalisé pour :



PACTE
DU POUVOIR
DE VIVRE

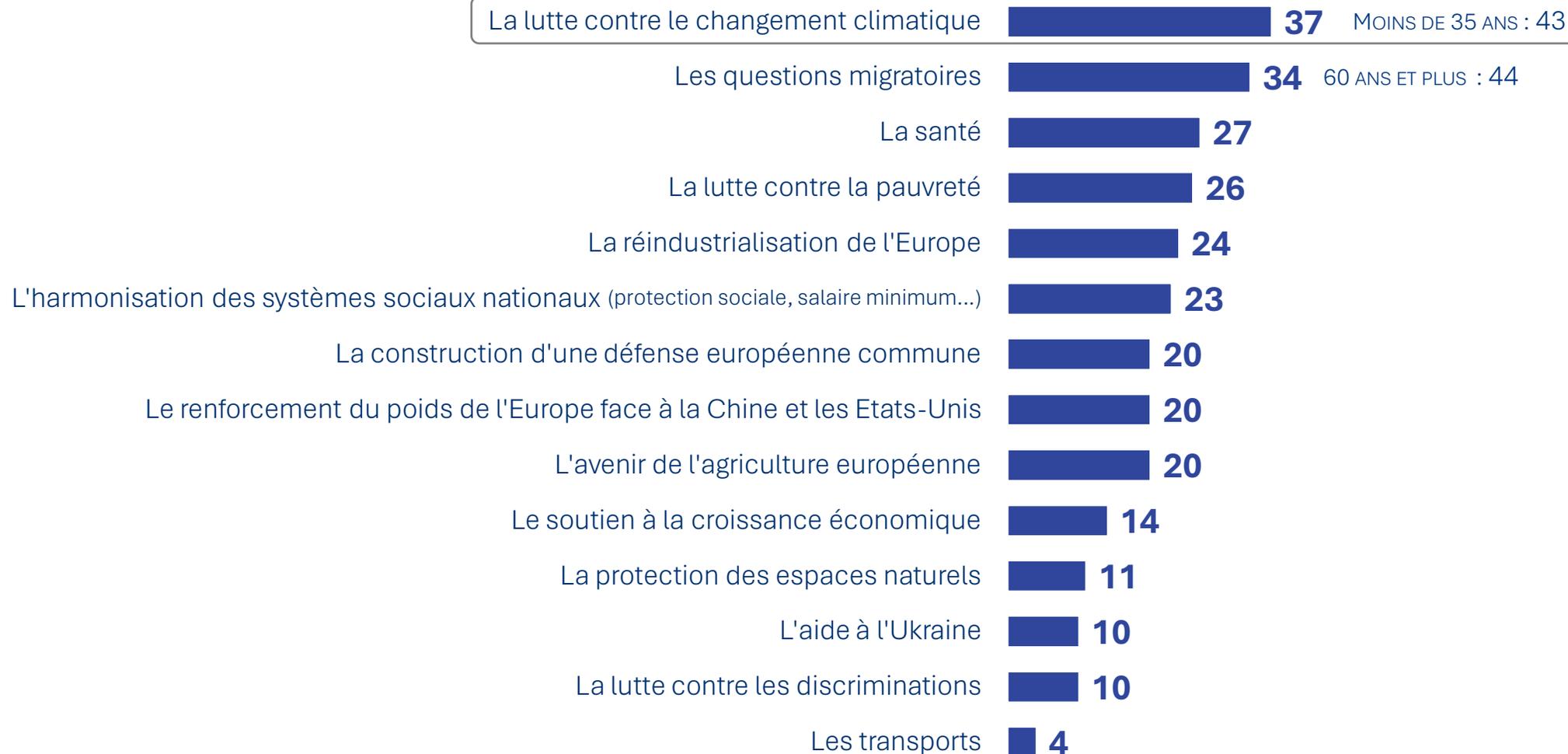


Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».
Ce rapport a été relu par Brice Teinturier, Directeur Général délégué d'Ipsos.

Si la lutte contre le réchauffement climatique est identifiée comme une priorité de l'UE, la confiance envers l'institution pour agir est faible

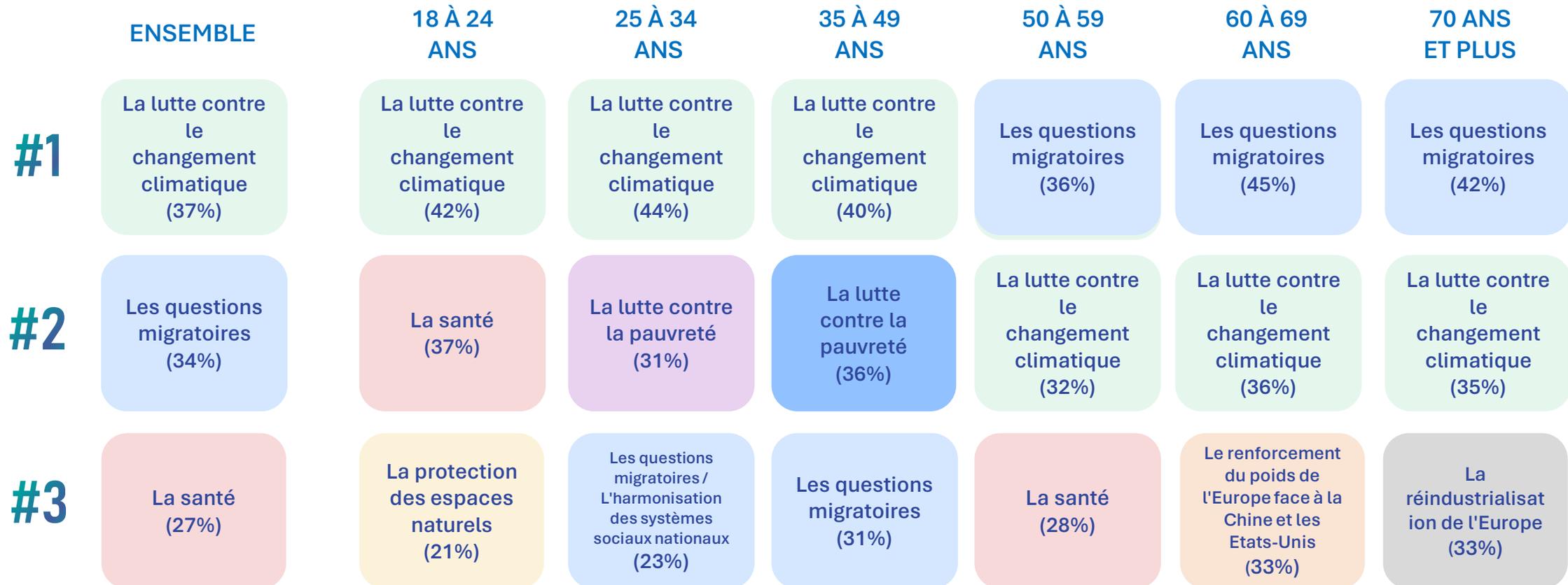
Pour les Français, la lutte contre le réchauffement climatique est le domaine prioritaire d'action de l'Union européenne, suivie des questions migratoires

Question : « Parmi les enjeux suivants, quels sont ceux dont devrait s'occuper en priorité l'Union européenne dans les années à venir ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



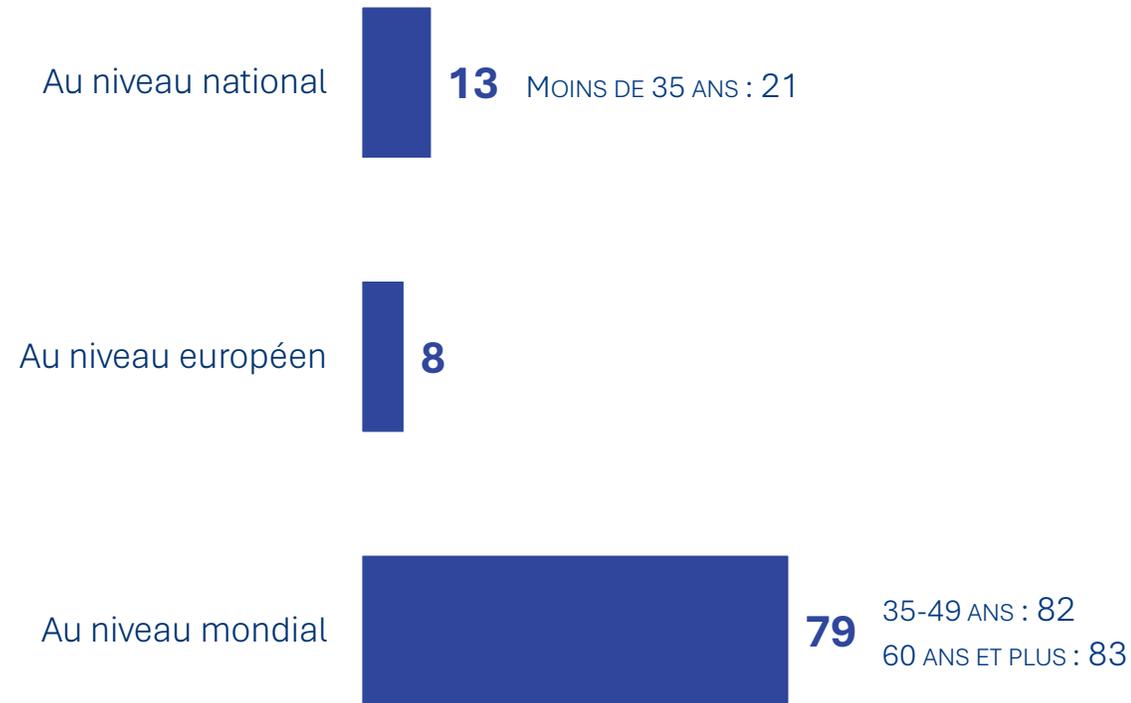
Les trois enjeux prioritaires identifiés varient fortement selon l'âge. Toutefois, la lutte contre le changement climatique est le premier ou deuxième sujet parmi toutes les catégories d'âge.

Question : « Parmi les enjeux suivants, quels sont ceux dont devrait s'occuper en priorité l'Union européenne dans les années à venir ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



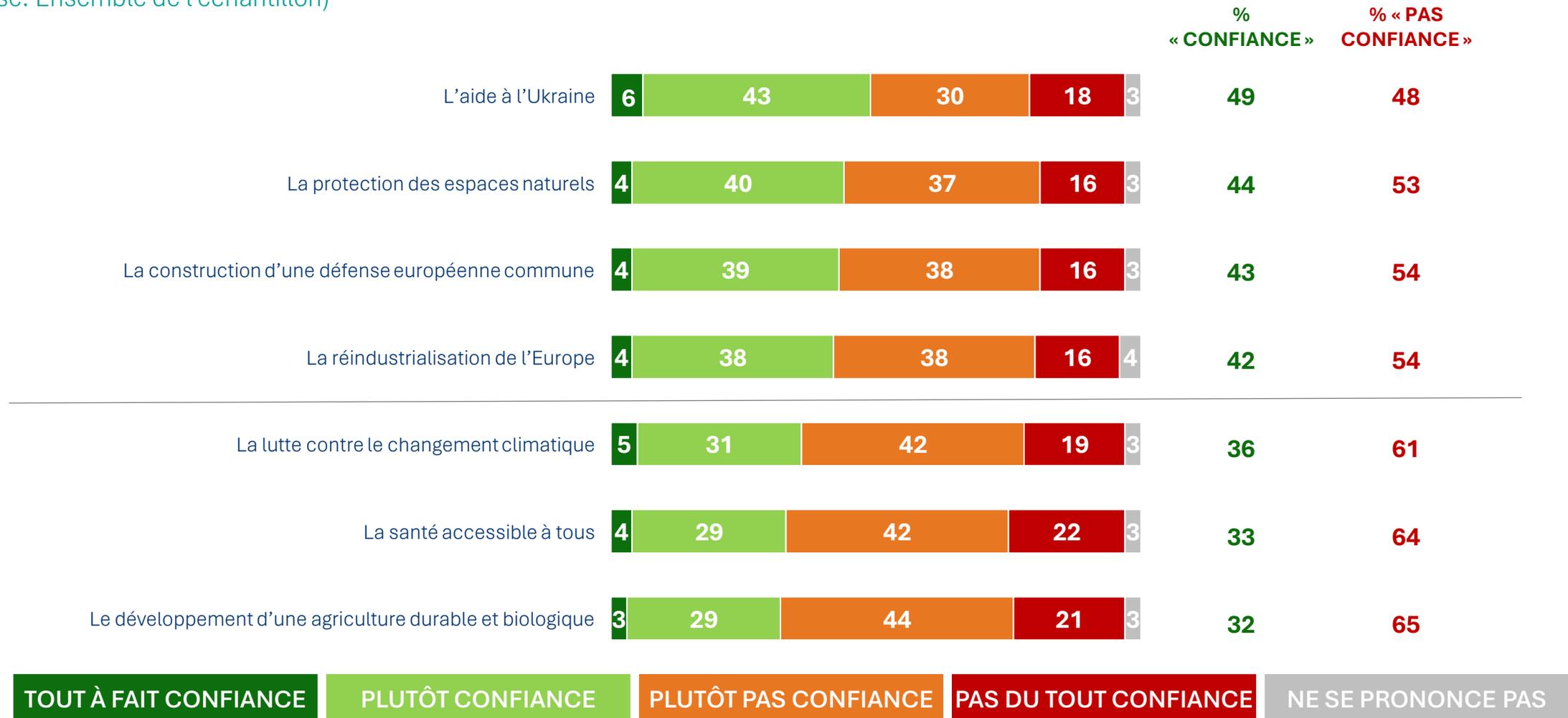
Pour lutter contre le réchauffement climatique, le niveau mondial est de loin le niveau identifié par les Français comme le plus efficace

Question : « Plus précisément, à quel niveau faut-il agir en priorité selon vous pour lutter efficacement contre le réchauffement climatique ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



Les Français se montrent défiants quant à la capacité de l'UE à agir dans la lutte contre le changement climatique

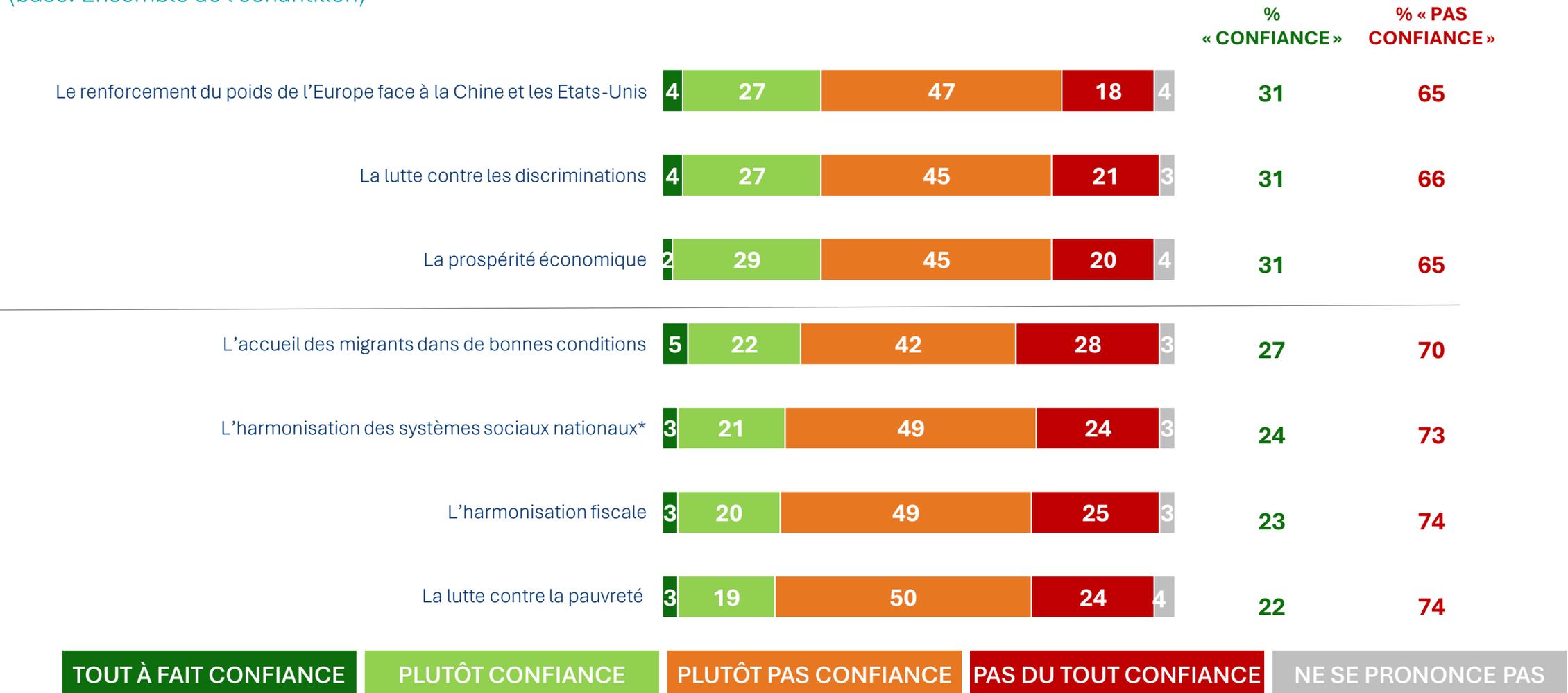
Question : « Avez-vous confiance ou non dans l'Union européenne pour agir sur chacun des domaines suivants ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



Les Français font preuve de peu de confiance vis-à-vis de l'Union européenne pour agir sur les domaines sociaux

Question : « Avez-vous confiance ou non dans l'Union européenne pour agir sur chacun des domaines suivants ? »

(base: Ensemble de l'échantillon)



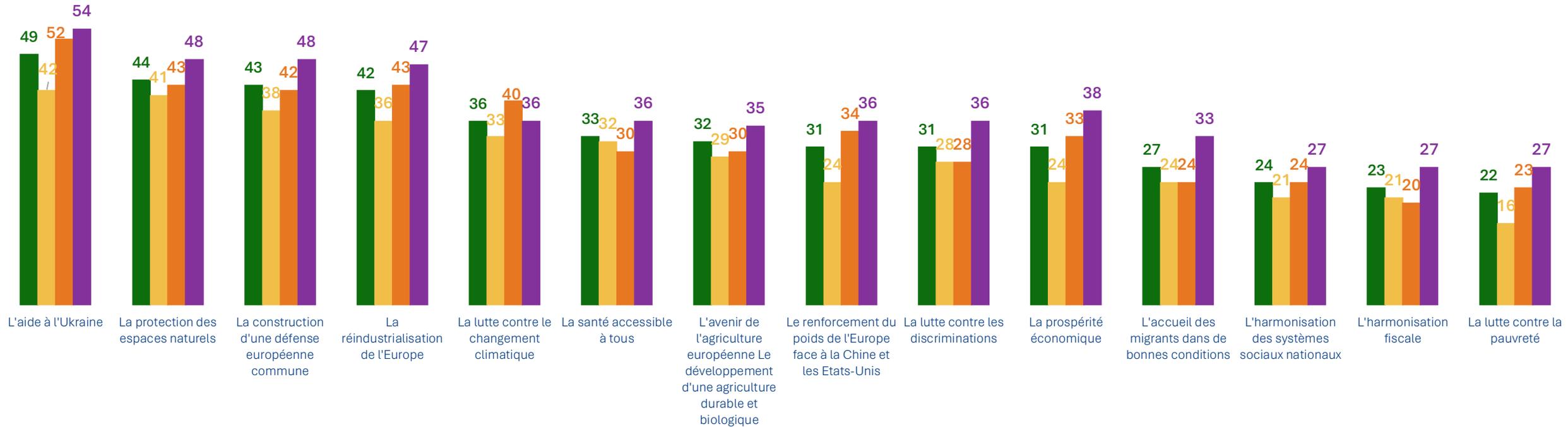
Dans le détail, la confiance envers l'Union européenne est plus forte chez les plus diplômés, à l'exception du sujet du changement climatique

Question : « Avez-vous confiance ou non dans l'Union européenne pour agir sur chacun des domaines suivants ? »

(base: Ensemble de l'échantillon)

% Selon le niveau de diplôme

■ Ensemble ■ Inférieur au BAC ■ BAC ■ BAC +2 ou plus



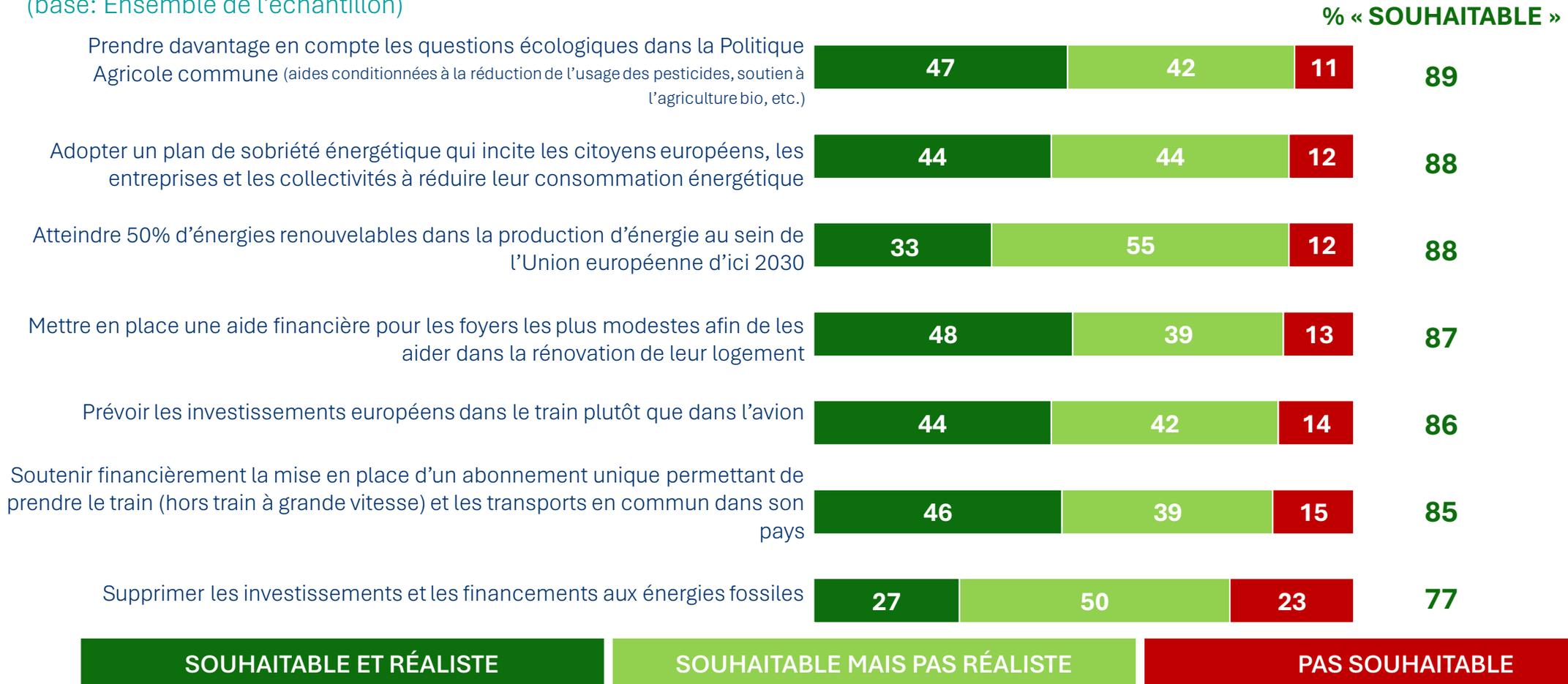
Test des mesures



Les mesures en faveur de l'environnement sont perçues comme souhaitables mais la plupart peu réalistes

Question : « Pour chacune des mesures suivantes, diriez-vous qu'elles sont souhaitables et réalistes, souhaitables mais pas réalistes ou pas souhaitables ? »

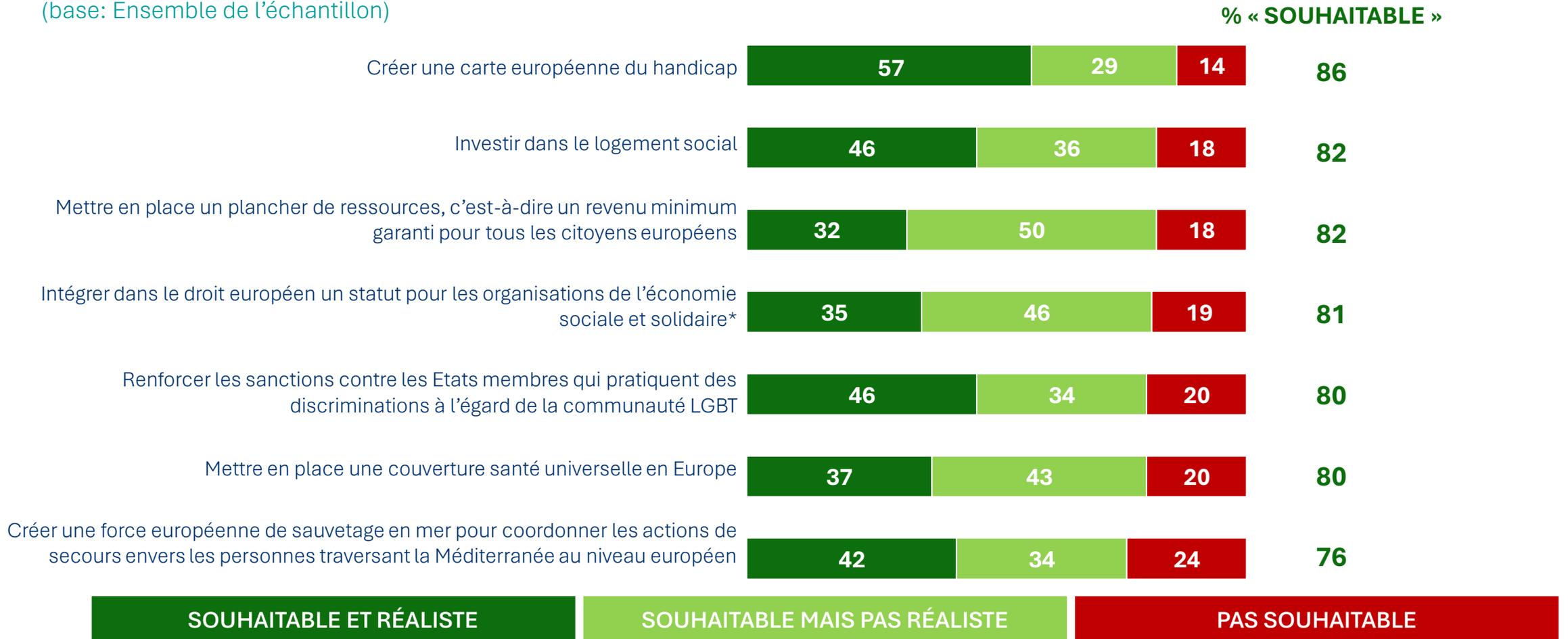
(base: Ensemble de l'échantillon)



De même pour les mesures sociales, une majorité juge ces mesures souhaitables mais beaucoup de Français ne les voient pas comme réalistes

Question : « Pour chacune des mesures suivantes, diriez-vous qu'elles sont souhaitables et réalistes, souhaitables mais pas réalistes ou pas souhaitables ? »

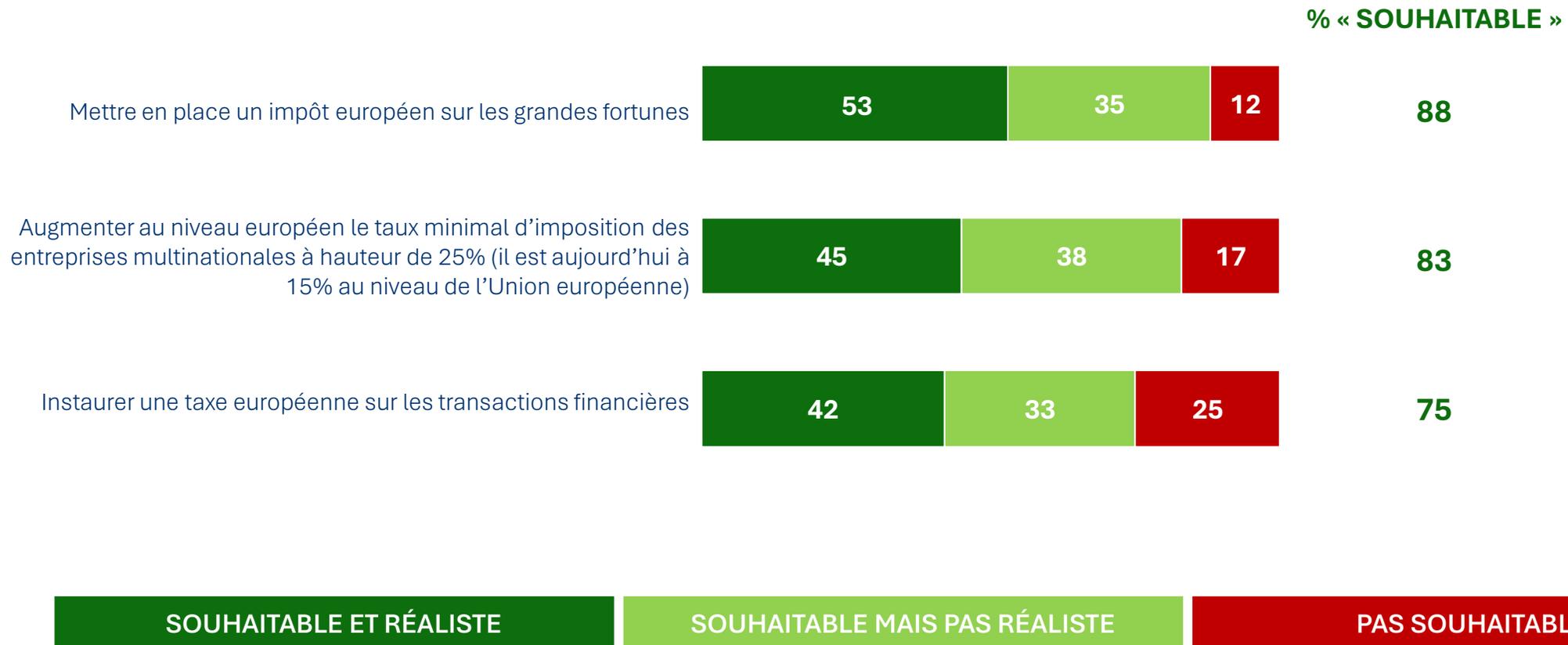
(base: Ensemble de l'échantillon)



Concernant les mesures fiscales, une majorité de Français pense souhaitable et réaliste la mise en place d'un impôt européen sur les grandes fortunes

Question : « Pour chacune des mesures suivantes, diriez-vous qu'elles sont souhaitables et réalistes, souhaitables mais pas réalistes ou pas souhaitables ? »

(base: Ensemble de l'échantillon)

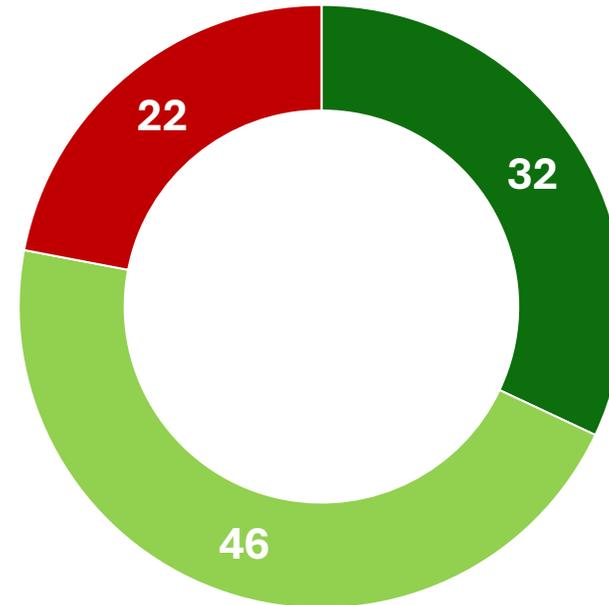


A propos des conventions citoyennes européennes, près de la moitié estime qu'il est souhaitable mais pas réaliste de les pérenniser

Question : « Pour chacune des mesures suivantes, diriez-vous qu'elles sont souhaitables et réalistes, souhaitables mais pas réalistes ou pas souhaitables ? »

(base: Ensemble de l'échantillon)

Pérenniser les Conventions Citoyennes européennes où des citoyens européens tirés au sort se prononcent sur un sujet précis liés aux enjeux européens.



% « **SOUHAITABLE** » : 78

SOUHAITABLE ET RÉALISTE

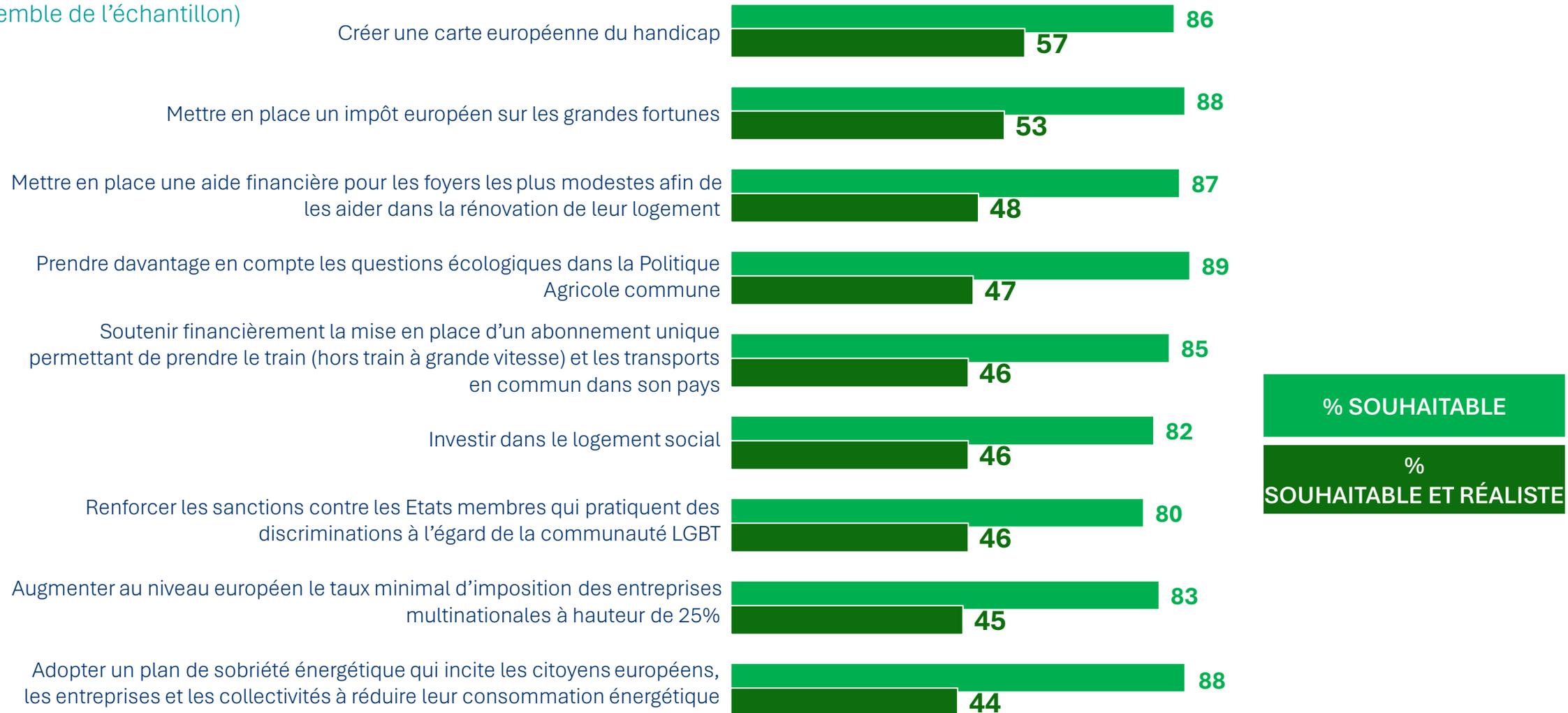
SOUHAITABLE MAIS PAS RÉALISTE

PAS SOUHAITABLE

Récapitulatif – Les mesures sociales et fiscales sont jugées comme les plus souhaitables et réalistes (1/2)

Question : « Pour chacune des mesures suivantes, diriez-vous qu'elles sont souhaitables et réalistes, souhaitables mais pas réalistes ou pas souhaitables ? »

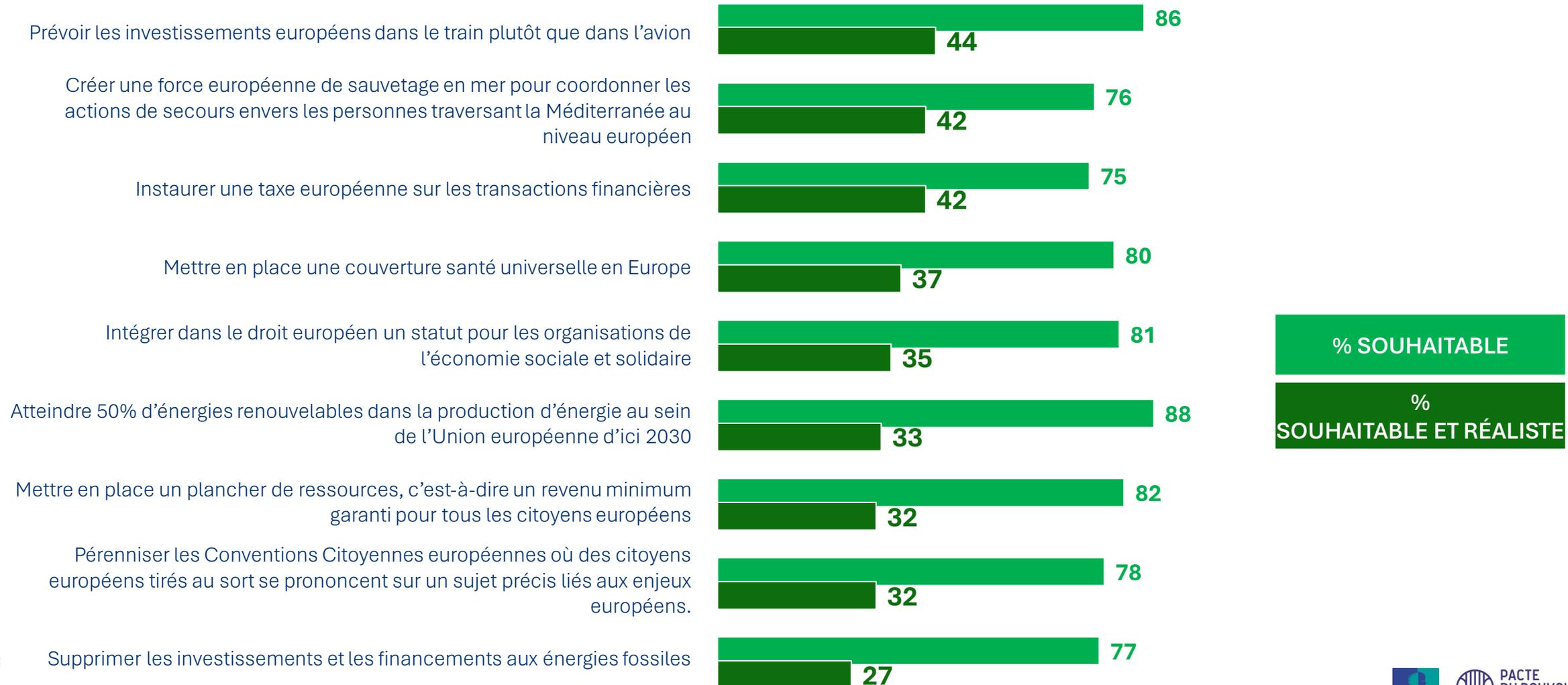
(base: Ensemble de l'échantillon)



Récapitulatif – Si les mesures écologiques sont perçues comme souhaitables, elles sont moins vues comme étant réalistes (2/2)

Question : « Pour chacune des mesures suivantes, diriez-vous qu'elles sont souhaitables et réalistes, souhaitables mais pas réalistes ou pas souhaitables ? »

(base: Ensemble de l'échantillon)



ANNEXES

FIABILITÉ DES RÉSULTATS

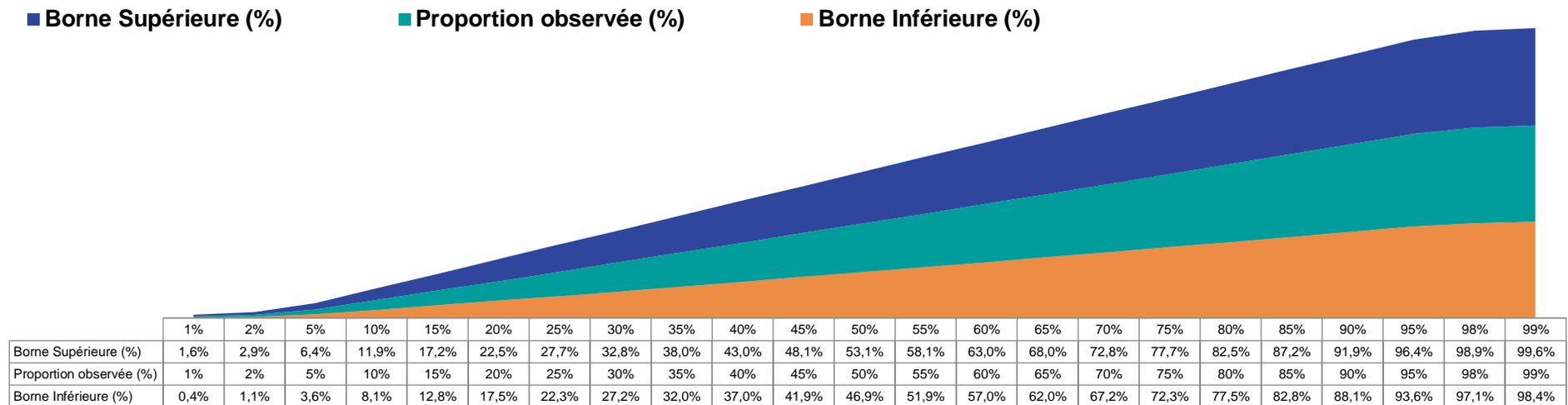


Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1 000**

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.

Fondée en France en 1975, Ipsos est cotée sur Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société fait partie du SBF 120 et de l'indice 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 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.