

LE REGARD DES FRANÇAIS SUR LA CAMPAGNE DE YANNICK JADOT

DÉCEMBRE 2021

VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier

brice.teinturier@ipsos.com

Jean-François Doridot

jean-francois.doridot@ipsos.com

Mathieu Gallard

mathieu.gallard@ipsos.com

franceinfo:

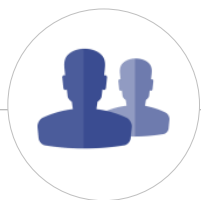
Le Parisien

Aujourd'hui^{en}
France

sopra  steria
GAME CHANGERS

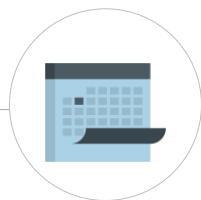


FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

1 500 personnes inscrites sur les listes électorales, représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus.



DATE DE TERRAIN

Du 6 au 8 décembre 2021



MÉTHODE

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

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

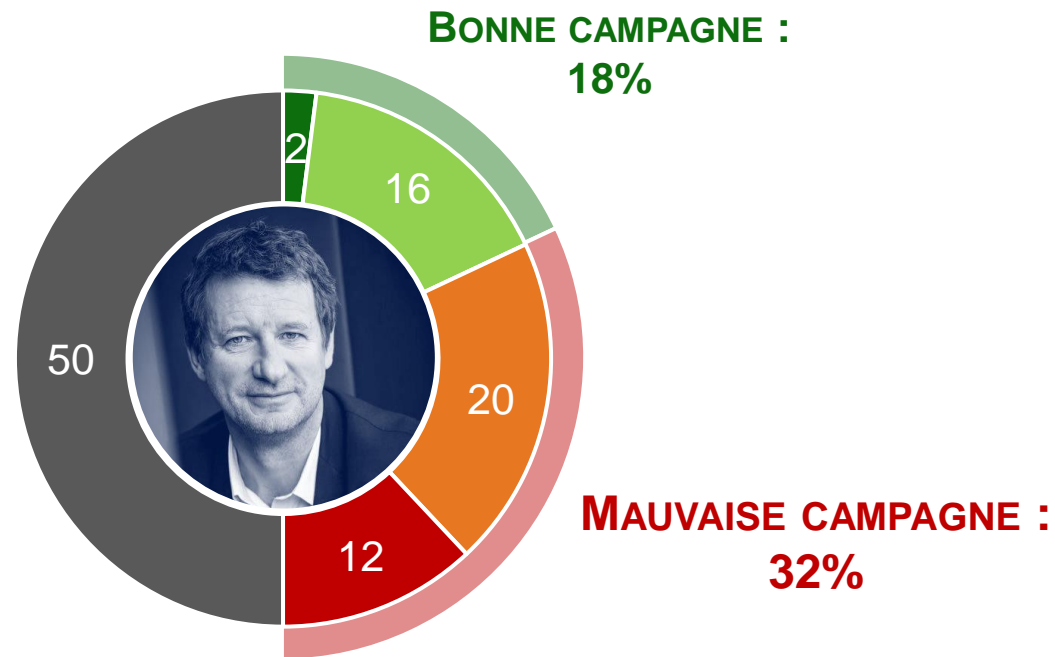
Enquête réalisée pour **franceinfo** : **Le Parisien**
Aujourd'hui en France



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». *Ce rapport a été relu par Mathieu Gallard, Directeur de clientèle (Ipsos Public Affairs).*

LE JUGEMENT SUR LA CAMPAGNE DE YANNICK JADOT 1/2

Question : « Et avez-vous le sentiment que le candidat écologiste à l'élection présidentielle Yannick Jadot fait une bonne ou une mauvaise campagne ? »
(Base : ensemble de l'échantillon)



UNE TRÈS BONNE
CAMPAGNE

UNE ASSEZ BONNE
CAMPAGNE

UNE ASSEZ MAUVAISE
CAMPAGNE

UNE TRÈS MAUVAISE
CAMPAGNE

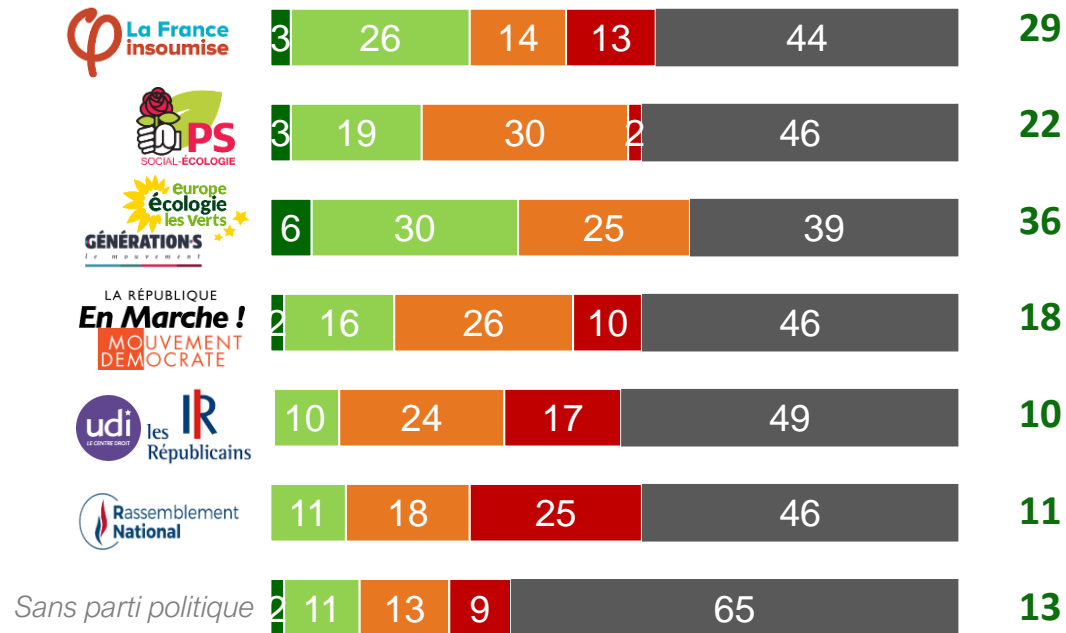
VOUS N'ENTENDEZ PAS SUFFISAMMENT
PARLER DE SA CAMPAGNE POUR JUGER

LE JUGEMENT SUR LA CAMPAGNE DE YANNICK JADOT 2/2

Question : « Et avez-vous le sentiment que le candidat écologiste à l'élection présidentielle Yannick Jadot fait une bonne ou une mauvaise campagne ? »
(Base : ensemble de l'échantillon)

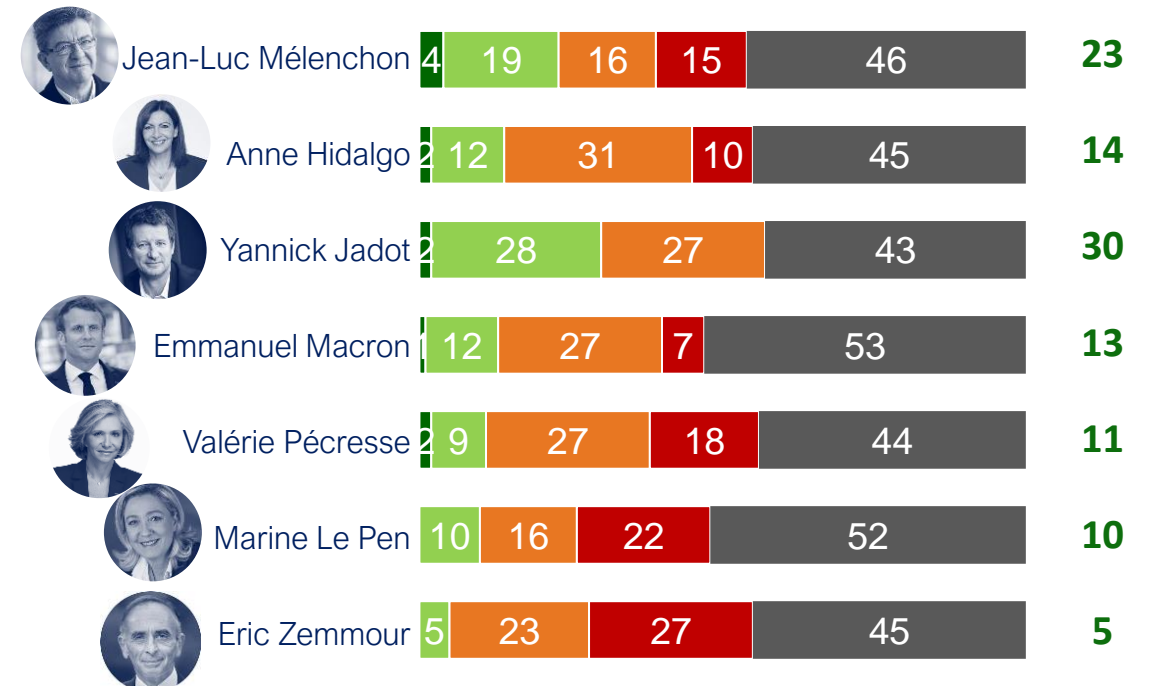
SELON LA PROXIMITÉ POLITIQUE

% « **BONNE**
CAMPAGNE »



SELON LE VOTE AU PREMIER TOUR

% « **BONNE**
CAMPAGNE »



UNE TRÈS BONNE
CAMPAGNE

UNE ASSEZ BONNE
CAMPAGNE

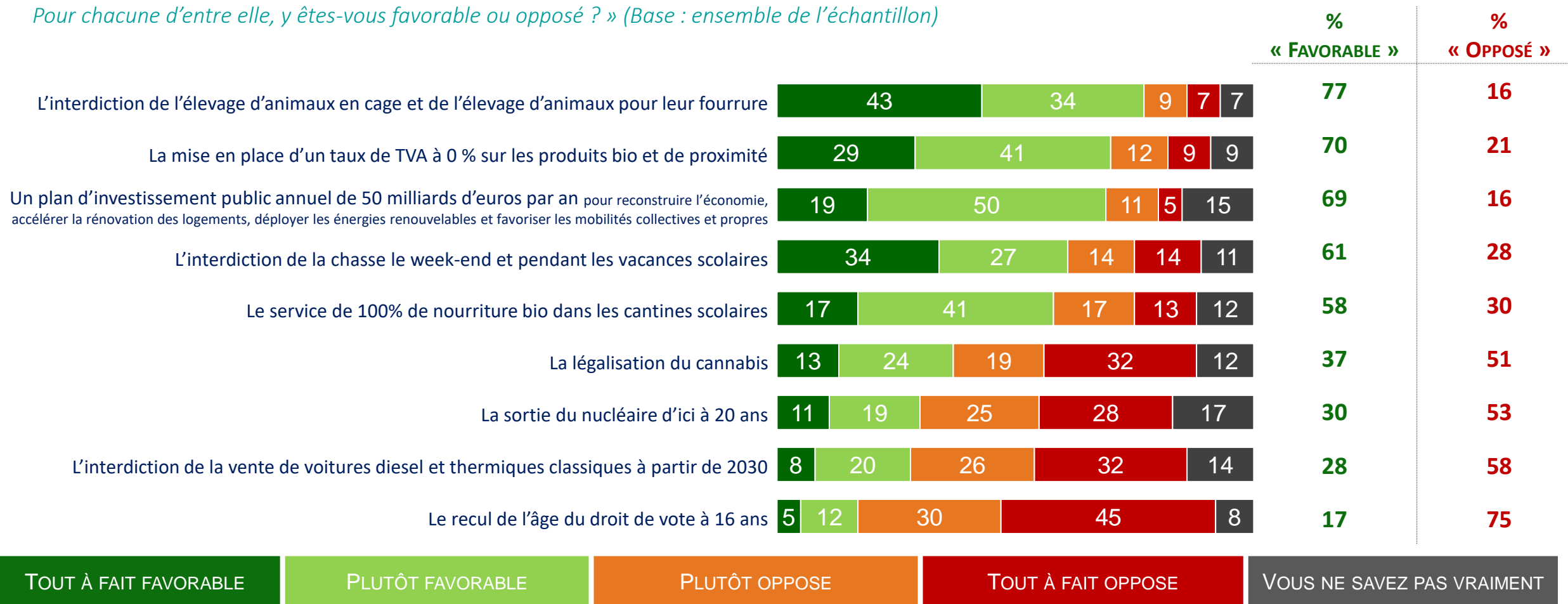
UNE ASSEZ MAUVAISE
CAMPAGNE

UNE TRÈS MAUVAISE
CAMPAGNE

VOUS N'ENTENDEZ PAS SUFFISAMMENT
PARLER DE SA CAMPAGNE POUR JUGER








L'OPINION SUR LES PRINCIPALES PROPOSITIONS DE YANNICK JADOT 1/3

Question : « Dans le cadre de sa campagne, le candidat écologiste à l'élection présidentielle Yannick Jadot a fait les propositions suivantes. Pour chacune d'entre elle, y êtes-vous favorable ou opposé ? » (Base : ensemble de l'échantillon)










L'OPINION SUR LES PRINCIPALES PROPOSITIONS DE YANNICK JADOT 2/3

Question : « Dans le cadre de sa campagne, le candidat écologiste à l'élection présidentielle Yannick Jadot a fait les propositions suivantes. Pour chacune d'entre elle, y êtes-vous favorable ou opposé ? » (Base : ensemble de l'échantillon)

% « FAVORABLE »	ENSEMBLE DES FRANÇAIS	SELON LA PROXIMITÉ POLITIQUE						
		 La France insoumise	 PS	 Europe écologie les Verts	 LA RÉPUBLIQUE En Marche! MOUVEMENT DEMOCRATE	 udi	 les Républicains	 Rassemblement National
L'interdiction de l'élevage d'animaux en cage et de l'élevage d'animaux pour leur fourrure	77	85	82	91	79	75	74	73
La mise en place d'un taux de TVA à 0 % sur les produits bio et de proximité	70	81	83	90	60	52	70	71
Un plan d'investissement public annuel de 50 milliards d'euros par an	69	79	82	89	68	51	62	67
L'interdiction de la chasse le week-end et pendant les vacances scolaires	61	77	69	85	56	47	64	56
Le service de 100% de nourriture bio dans les cantines scolaires	58	77	76	80	56	44	49	52
La légalisation du cannabis	37	65	44	58	35	15	28	34
La sortie du nucléaire d'ici à 20 ans	30	49	35	62	22	14	23	31
L'interdiction de la vente de voitures diesel et thermiques classiques à partir de 2030	28	34	37	61	38	14	19	22
Le recul de l'âge du droit de vote à 16 ans	17	30	22	29	16	6	12	15

L'OPINION SUR LES PRINCIPALES PROPOSITIONS DE YANNICK JADOT 3/3

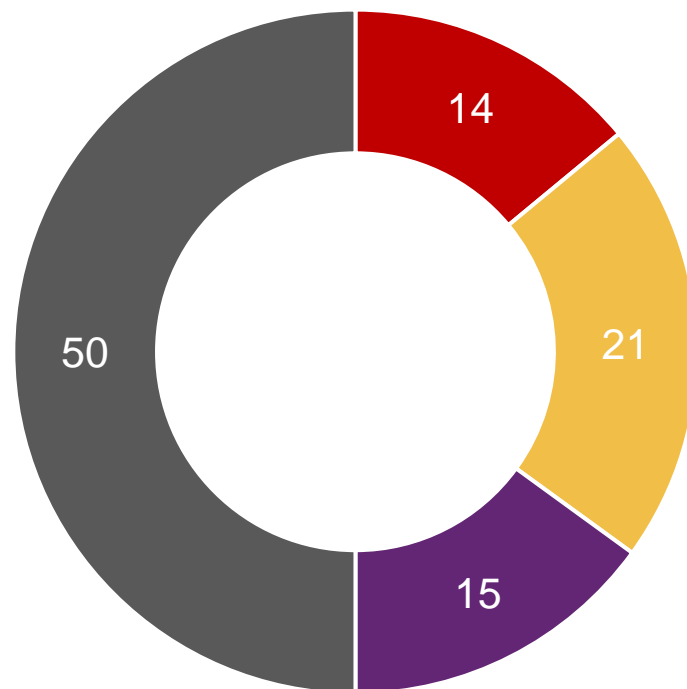
Question : « Dans le cadre de sa campagne, le candidat écologiste à l'élection présidentielle Yannick Jadot a fait les propositions suivantes. Pour chacune d'entre elle, y êtes-vous favorable ou opposé ? » (Base : ensemble de l'échantillon)

% « FAVORABLE »	ENSEMBLE DES FRANÇAIS	SELON LE VOTE AU PREMIER TOUR						
		 Jean-Luc Mélenchon	 Anne Hidalgo	 Yannick Jadot	 Emmanuel Macron	 Valérie Pécresse	 Marine Le Pen	 Eric Zemmour
L'interdiction de l'élevage d'animaux en cage et de l'élevage d'animaux pour leur fourrure	77	92	86	86	77	72	79	72
La mise en place d'un taux de TVA à 0 % sur les produits bio et de proximité	70	84	85	88	57	53	82	63
Un plan d'investissement public annuel de 50 milliards d'euros par an	69	84	80	93	69	48	65	52
L'interdiction de la chasse le week-end et pendant les vacances scolaires	61	79	67	85	58	45	59	55
Le service de 100% de nourriture bio dans les cantines scolaires	58	83	78	85	53	36	52	50
La légalisation du cannabis	37	66	43	44	32	16	31	24
La sortie du nucléaire d'ici à 20 ans	30	52	41	56	17	11	26	10
L'interdiction de la vente de voitures diesel et thermiques classiques à partir de 2030	28	30	41	38	35	15	18	16
Le recul de l'âge du droit de vote à 16 ans	17	26	19	29	14	7	10	9

L'IMPORTANCE DONNÉE PAR LA CAMPAGNE DE YANNICK JADOT AUX ENJEUX LIÉS AUX DISCRIMINATIONS 1/2

Question : « Enfin, diriez-vous que dans sa campagne, Yannick Jadot donne trop d'importance, pas assez d'importance ou l'importance qu'il faut aux thématiques liées au féminisme ou à la lutte contre le racisme et les discriminations ? »

(Base : ensemble de l'échantillon)



TROP D'IMPORTANCE

L'IMPORTANCE QU'IL FAUT

PAS ASSEZ D'IMPORTANCE

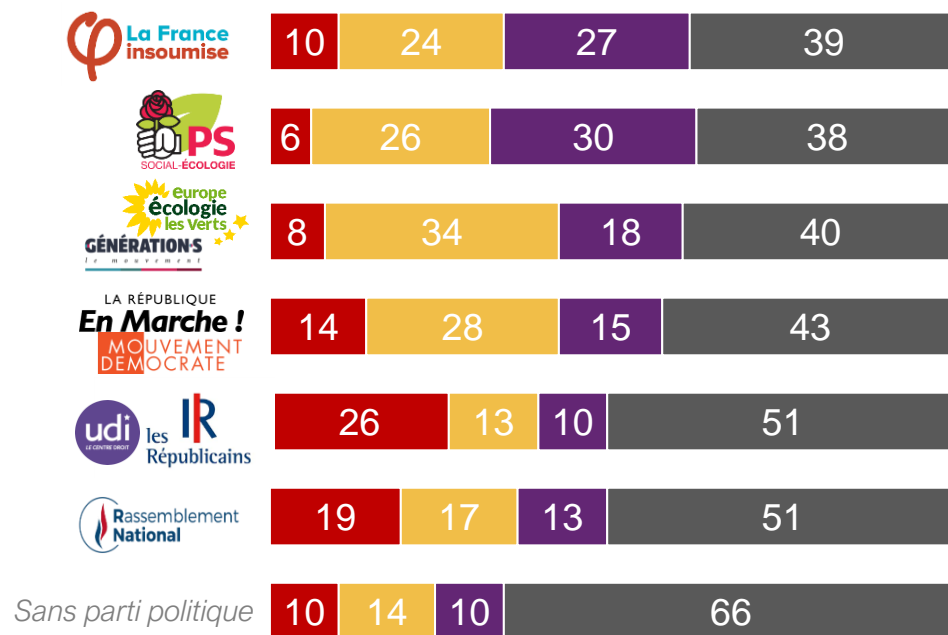
VOUS N'AVEZ PAS ASSEZ D'ÉLÉMENTS POUR JUGER

L'IMPORTANCE DONNÉE PAR LA CAMPAGNE DE YANNICK JADOT AUX ENJEUX LIÉS AUX DISCRIMINATIONS 2/2

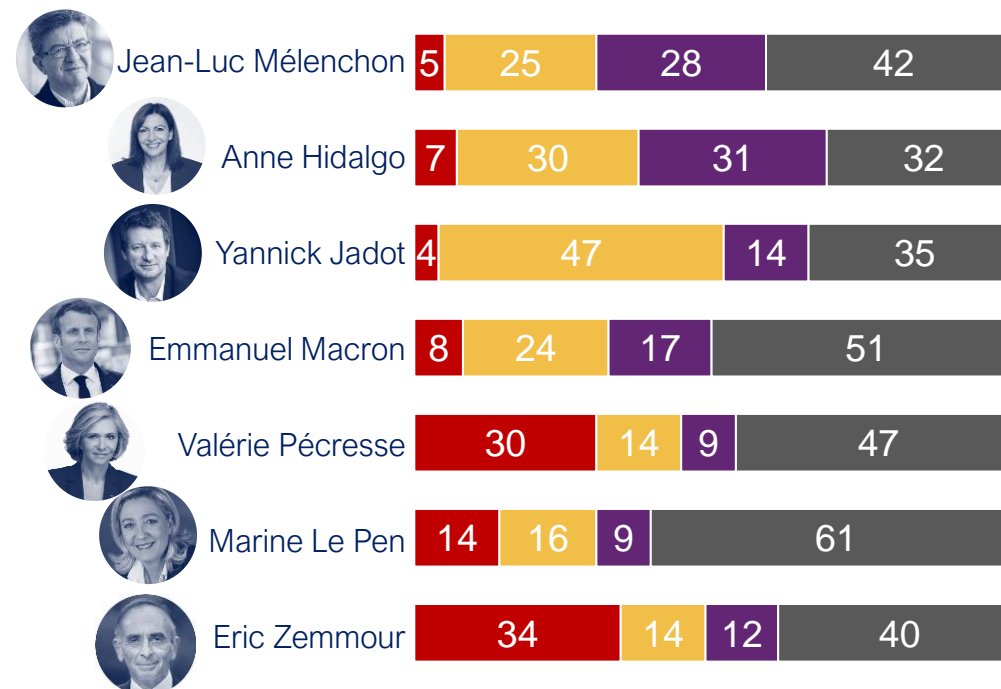
Question : « Enfin, diriez-vous que dans sa campagne, Yannick Jadot donne trop d'importance, pas assez d'importance ou l'importance qu'il faut aux thématiques liées au féminisme ou à la lutte contre le racisme et les discriminations ? »

(Base : ensemble de l'échantillon)

SELON LA PROXIMITÉ POLITIQUE



SELON LE VOTE AU PREMIER TOUR



TROP D'IMPORTANCE

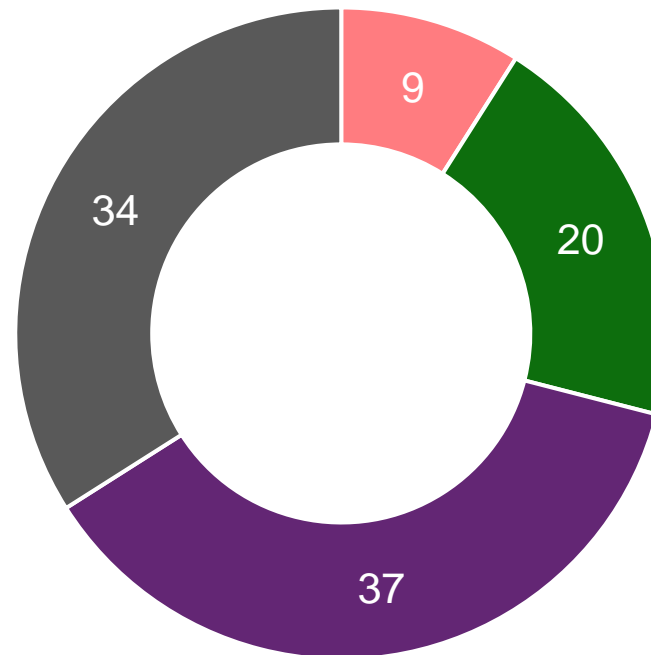
L'IMPORTANCE QU'IL FAUT

PAS ASSEZ D'IMPORTANCE

VOUS N'AVEZ PAS ASSEZ D'ÉLÉMENTS POUR JUGER

L'HYPOTHÈSE D'UN RETRAIT DE YANNICK JADOT OU DE ANNE HIDALGO 1/2

Question : « Dans la perspective de l'élection présidentielle, diriez-vous que... »
(Base : ensemble de l'échantillon)



... YANNICK JADOT DEVRAIT SE RETIRER AU PROFIT D'ANNE HIDALGO

... ANNE HIDALGO DEVRAIT SE RETIRER AU PROFIT DE YANNICK JADOT

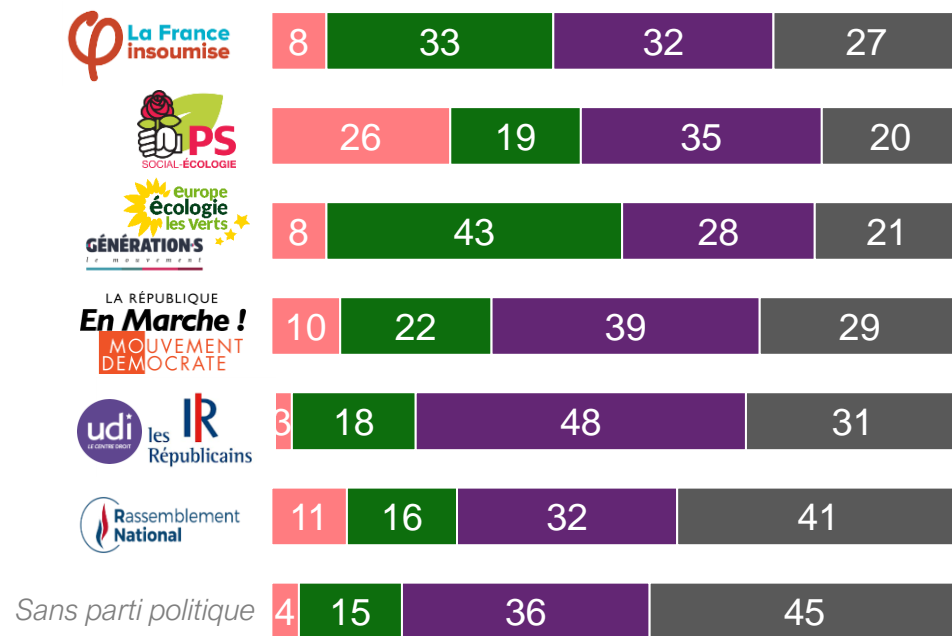
... IL N'Y A PAS DE RAISON QUE L'UN OU L'AUTRE SE RETIRE, ILS ONT CHACUN LEUR PROGRAMME ET LEURS IDÉES

VOUS NE SAVEZ PAS VRAIMENT

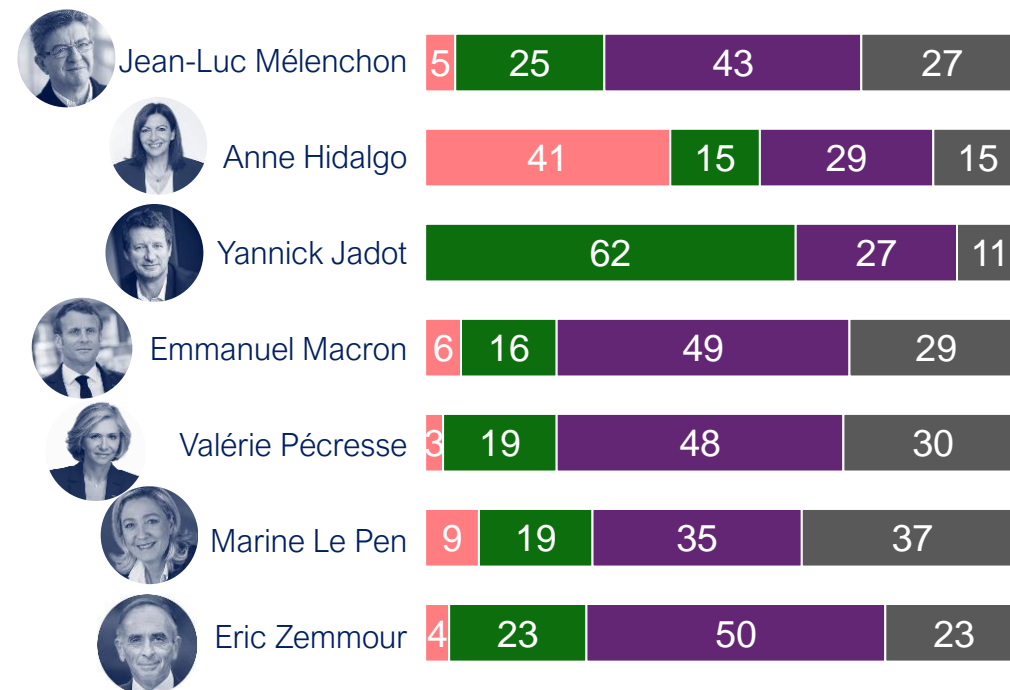
L'HYPOTHÈSE D'UN RETRAIT DE YANNICK JADOT OU DE ANNE HIDALGO 2/2

Question : « Dans la perspective de l'élection présidentielle, diriez-vous que... »
(Base : ensemble de l'échantillon)

SELON LA PROXIMITÉ POLITIQUE



SELON LE VOTE AU PREMIER TOUR



... YANNICK JADOT DEVRAIT SE RETIRER AU PROFIT D'ANNE HIDALGO

... ANNE HIDALGO DEVRAIT SE RETIRER AU PROFIT DE YANNICK JADOT

... IL N'Y A PAS DE RAISON QUE L'UN OU L'AUTRE SE RETIRE, ILS ONT CHACUN LEUR PROGRAMME ET LEURS IDÉES

VOUS NE SAVEZ PAS VRAIMENT

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 **M**arket Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research** par **AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

FIABILITÉ DES RÉSULTATS : ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :
« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE*** »

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