



“opinionway”



Communiqué de presse

Paris, le 18 janvier 2022

#MoiJeune2022

Présidentielle 2022 : intérêt et attentes des jeunes 18-30 ans

A l'occasion de l'élection présidentielle française, 20 Minutes active son dispositif #MoiJeune avec Ouest France et Les Journaux de Loire (Le Courrier de l'Ouest, Presse Océan et Le Maine Libre), en partenariat avec OpinionWay.

« #MoiJeune2022, c'est un baromètre exclusif qui a pour objectif de suivre l'état d'esprit et l'opinion des jeunes, souvent primo-votants et comptant parmi les plus indécis, sur lesquels nous souhaitons porter une attention toute particulière dans notre couverture éditoriale de la campagne » souligne Armelle Le Goff, directrice de la rédaction de 20 Minutes.

Chaque mois jusqu'à l'élection, quatre indicateurs seront mesurés : intérêt, mobilisation, adhésion et niveau d'attente.

Vague 1 (5-13 janvier 2022) : Un intérêt naissant pour la campagne pour une jeunesse qui peine à se reconnaître dans les candidats

Quelques extraits des résultats de cette première vague du baromètre, publié ce mercredi 19 janvier [dans 20 Minutes](#), [Ouest France](#) et Les Journaux de Loire :

- 62% des jeunes âgés de 18 à 30 ans se déclarent intéressés par l'élection présidentielle.
- Seule une courte majorité (54%) déclare se reconnaître dans les idées défendues par un ou une candidat(e).
- Les jeunes anticipent peu de transformations suite à l'élection, et ce, même dans le meilleur des cas pour eux : moins d'un jeune sur deux (46%) pense que les choses changeront si leur candidat fétiche est élu.
- 45% seulement ont l'intention de se déplacer le jour J.

[>>> Télécharger le rapport intégral <<<](#)

Source : Etude #MoiJeune2022, réalisée en ligne du 5 au 13 janvier 2022 auprès

d'un échantillon représentatif de 1026 jeunes âgés de 18 à 30 ans (selon la méthode des quotas).

Important : Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : étude #MoiJeune 20 Minutes – Ouest France – Les Journaux de Loire – OpinionWay et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

A propos de #MoiJeune : "#MoiJeune, le selfie de la jeune génération" est un vaste projet d'étude lancé par 20 Minutes en 2016, en partenariat avec l'institut OpinionWay. Il réunit des jeunes âgés de 18 à 30 ans qui s'expriment et construisent le portrait de leur génération au travers d'une étude inédite et collaborative. 20 Minutes a déjà réussi à engager plus de 5 000 jeunes et réalisé plus de 150 000 interviews. Pour coller au plus près aux usages de la cible, les études sont entièrement réalisées sur un site mobile via des alertes sms. Tous les résultats des enquêtes sont accessibles sur le site www.moijeune.com.

A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France et par le Groupe Rossel. Seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial, 20 Minutes définit sa raison d'être, véritable moteur du projet d'entreprise, ainsi : " être un trait d'union indépendant entre citoyens respectueux et bien informés". Son audience réunit 20 millions d'utilisateurs chaque mois dont plus de 80% sont numériques. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN](#). Sur le plan publicitaire, 20 Minutes a reçu le label [Digital Ad Trust](#) (display et vidéo) attestant son engagement en faveur de pratiques publicitaires responsables. L'entreprise a édité, en 2011, une [charte éthique et déontologique](#), définissant les valeurs ainsi que les règles de vie professionnelle portées par chacun des collaborateurs de 20 Minutes. Source : ACPM One Next Global V4 2021

Contact presse : Anne Baron abaron@20minutes.fr

A propos d'OpinionWay : Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, le Groupe OpinionWay est un acteur majeur de l'innovation dans les études marketing et opinion. Sa vocation consiste à rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. Le Groupe intervient dans de nombreux domaines comme la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services, etc.

auprès de cibles BtoB ou BtoC pour des clients à forte notoriété en France comme à l'international. OpinionWay est membre actif d'Esomar et développe une politique RSE depuis 2007. Il est certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR et membre de CroissancePlus.