

Monsieur le Président, #MoiJeune, mes attentes

Au lendemain de la réélection d'E. Macron et à l'occasion des prochaines élections législatives, 20 Minutes poursuit son dispositif #MoiJeune avec OpinionWay afin de mesurer les intérêts et les attentes des jeunes .

Emmanuel Macron conservera-t-il sa majorité ? La Nupes permettra-t-elle à Mélenchon d'obtenir le poste de Premier ministre qu'il convoite ? Reconquête ! aura-t-il des sièges ? La campagne pour les législatives bat son plein et cette actualité captive les jeunes. 84 % des 18-30 ans se disent intéressés par ces élections, dont 49 % « très intéressés », d'après notre dernier sondage #MoiJeune.

L'ENVIRONNEMENT, PREMIERE PREOCCUPATION DES JEUNES POUR LE DEUXIEME QUINQUENAT D'EMMANUEL MACRON

A la question « *Quels sont les principaux dossiers sur lesquels tu attends le président pour ce deuxième quinquennat ?* », 56 % des 18-30 ans citent l'environnement, devant le pouvoir d'achat, mentionné par 46 % des jeunes, l'éducation (36 %) et l'hôpital (34 %).

(3 réponses possibles)

	TOTAL	Sexe		Région UDA	
		Homme	Femme	Ile de France	ST Province
L'environnement	56%	53%	58%	61%	55%
Le pouvoir d'achat	46%	50%	43%	48%	46%
L'éducation	36%	38%	34%	26%	39%
L'hôpital	34%	27%	41%	27%	36%
La protection sociale	23%	22%	24%	21%	24%
L'emploi	16%	14%	17%	19%	15%
La santé mentale	15%	8%	22%	12%	16%
La sécurité intérieure	15%	21%	9%	19%	14%
L'immigration	10%	12%	9%	17%	8%
Les relations diplomatiques avec la Russie	9%	8%	11%	10%	9%
La Défense	6%	11%	1%	9%	5%
Autres :	10%	11%	10%	11%	10%

Source: Etude #MoiJeune 20 Minutes – OPinionWay, réalisée en ligne le 28 avril au 9 mai 2022 sur un échantillon de 507 personnes, représentatif de la population française de 18 à 30 ans, selon la méthode des quotas.

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 VI 2022

Contact presse : Anne Baron abaron@20minutes.fr

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.