Fondation Jean Jaurès

Démocratie

RADIOSCOPIE DU ZEMMOURISME

Paul Cébille, Jérôme Fourquet, Louise Jussian, François Kraus

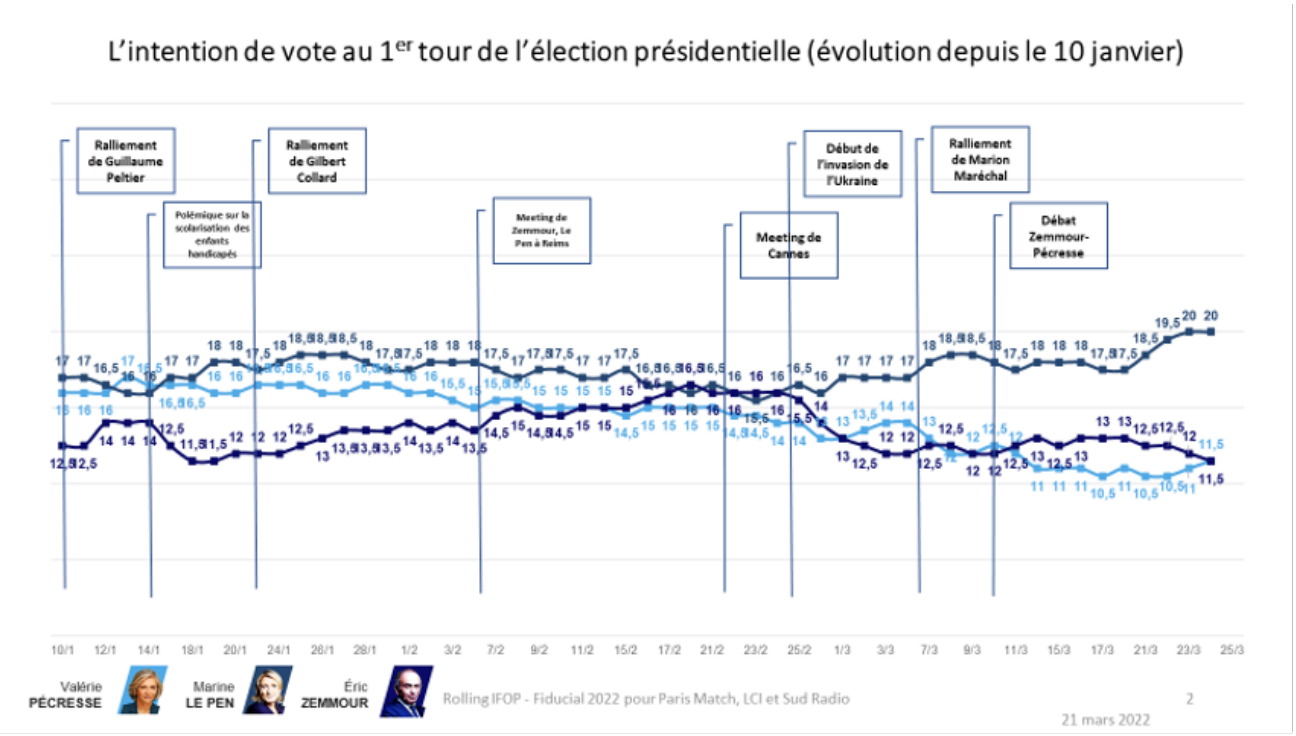
26/03/2022

Après avoir suscité une bonne dynamique confirmée par de nombreuses études d'opinion, la campagne d'Éric Zemmour semble s'étioler à moins de trois semaines du premier tour de l'élection présidentielle, frôlant pour la première fois depuis son entrée en campagne les 10% d'intentions de vote. Paul Cébille, Jérôme Fourquet, Louise Jussian et François Kraus dressent un état des lieux de ce que l'on peut appeler maintenant le « zemmourisme ».

« Poutine l'a tuer » ? La campagne d'Éric Zemmour ou l'histoire d'une dynamique violemment percutée par une crise internationale

Donné à 12% au lendemain des fêtes de fin d'année, Éric Zemmour parvient à se hisser à 14% le 14 janvier dernier avant de chuter brutalement en raison d'une sortie controversée sur la scolarisation des enfants handicapés. Mais après être tombé à 11,5% le 20 janvier, le candidat de Reconquête ! enclenche une nouvelle et longue dynamique alimentée par de nombreux ralliements et des meetings de masse considérés comme réussis. À la veille de l'invasion de l'Ukraine, l'ancien polémiste était donc parvenu à revenir dans la course à la qualification au second tour en se stabilisant autour de 16%.

Mais l'invasion de l'Ukraine le 24 février dernier provoque un violent décrochage de son potentiel électoral, principalement à cause des accusations de complaisance avec la Russie de Vladimir Poutine. Incapable d'enclencher une nouvelle dynamique, même après son débat avec Valérie Pécresse le 7 mars – jugé par la plupart des observateurs comme « raté » –, il navigue un temps entre 12 % et 13% avant de subir une lente érosion qui le fait tomber à 11,5% le 24 mars. Ce décrochage depuis la mi-mars s'accompagne d'une progression parallèle de Marine Le Pen, comme si sa rivale avait pris l'ascendant et bénéficiait d'un phénomène de vote utile dans l'espace politique de la droite extrême.



D'un Trocadéro à l'autre… La difficulté croissante d'Éric Zemmour à capter les anciens électeurs de François Fillon

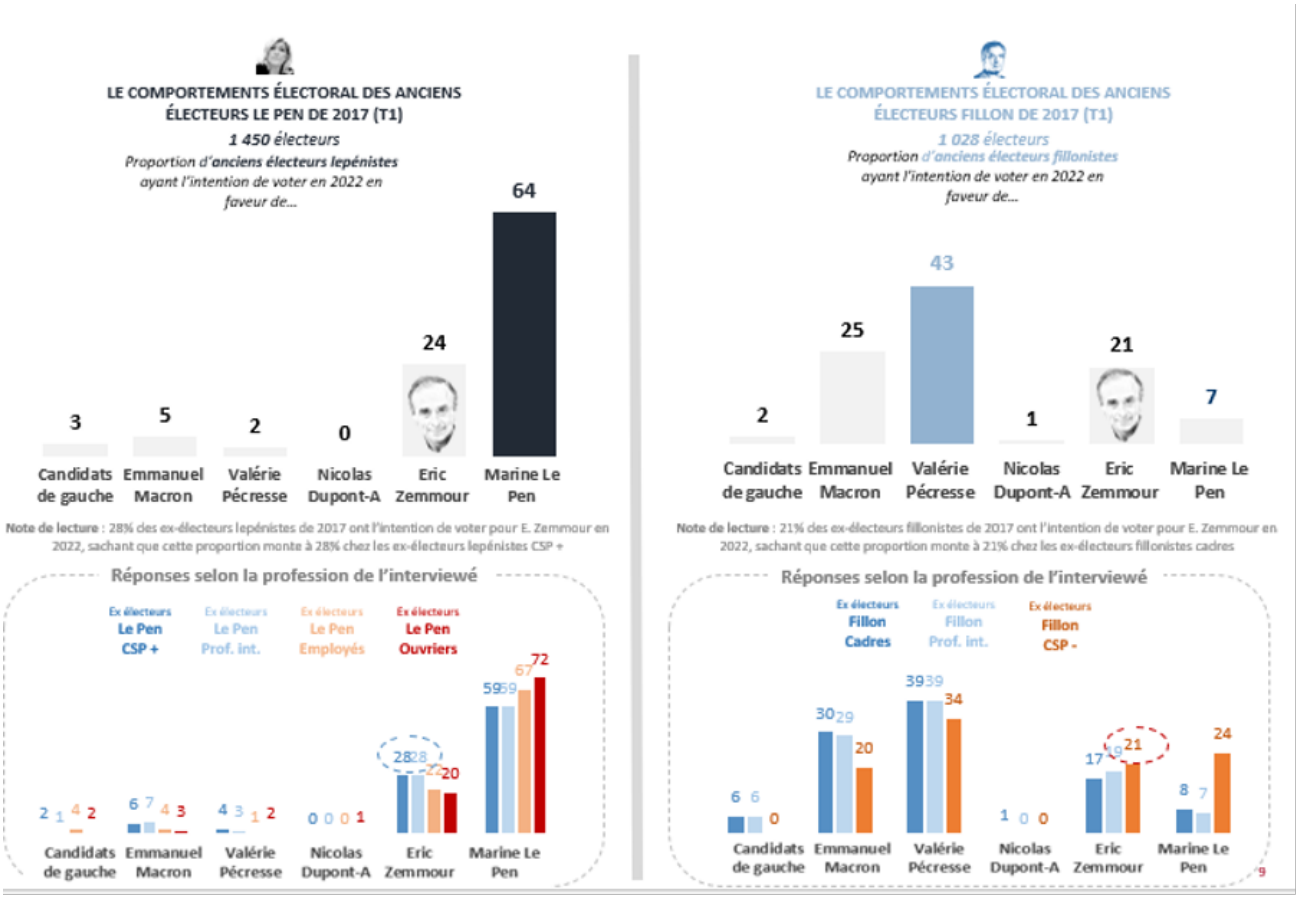
En choisissant d'organiser un rassemblement de ses partisans au Trocadéro, Éric Zemmour adresse un véritable clin d'œil aux anciens électeurs de François Fillon, qui était parvenu à marquer les esprits en y tenant un grand meeting le 5 mars 2017. La place du Trocadéro constitue désormais un lieu symbolique pour la droite française, notamment pour sa frange la plus conservatrice (« la droite Trocadéro ») qui constitue un des cœurs de cible du candidat de Reconquête !.

L'analyse des transferts de voix de l'électorat filloniste (2017) montre cependant une dispersion des électeurs de la droite classique, que l'ancien éditorialiste de CNews est loin de capter en totalité. En effet, parmi les anciens électeurs de François Fillon ayant l'intention de voter en 2022, moins de la moitié (43%) resteraient fidèles à la candidate des Républicains. Les autres se partageraient de manière à peu près égale entre Emmanuel Macron (25%) et Éric Zemmour (21%). Marine Le Pen parviendrait même à en rallier 7%.

Certes, l'ancien journaliste reste un « pont relié à deux rives »[1] dans la mesure où il agrège à la fois des anciens électeurs lepénistes de 2017 (24%) et des anciens électeurs fillonistes (21%), performance rarement réalisée à ce jour. Et cela, il le réussit en se nourrissant de la fraction la plus aisée du lepénisme et de la frange la plus « populaire » de l'électorat de la droite classique tel qu'il

fut cristallisé par l'ancien Premier ministre en avril 2017. En effet, parmi les anciens électeurs de François Fillon, Éric Zemmour attire davantage ceux appartenant aux catégories populaires (21%) que les cadres et professions intellectuelles supérieures (17%). En revanche, chez les anciens électeurs lepénistes de 2017, l'auteur de *La France n'a pas dit son dernier mot* séduit davantage de lepénistes CSP+ (28%) que de lepénistes ouvriers (20%). Sans doute en raison du positionnement économique plus libéral, Éric Zemmour ne parvient pas à capter la frange la plus populaire du lepénisme qui reste pour l'essentiel dans le giron de l'ex-présidente du Rassemblement national (RN), celle-ci réussissant à conserver la grande partie de ses ex-électeurs ouvriers (67%) ou employés (72%).

Les origines du « zemmourisme électoral » : les transferts de voix des électorats lepénistes et fillonistes (2017) en faveur d'Éric Zemmour



Par ailleurs, la difficulté d'Éric Zemmour à rallier les anciens électeurs de François Fillon semble s'accroître depuis l'intervention militaire russe le 24 février dernier. En effet, si son emprise dans l'ex-électorat fillonisteste se maintient à une moyenne de 20% les trois premières semaines de mars, elle s'est érodée au fil des semaines, passant de 23% le 18 février, à 22% le 25 février puis à 17% le 18 mars. Et dans la dernière vague du *rolling* achevée ce 24 mars, le candidat de Reconquête ! ne ralliait toujours que 17% des anciens électeurs de François Fillon.

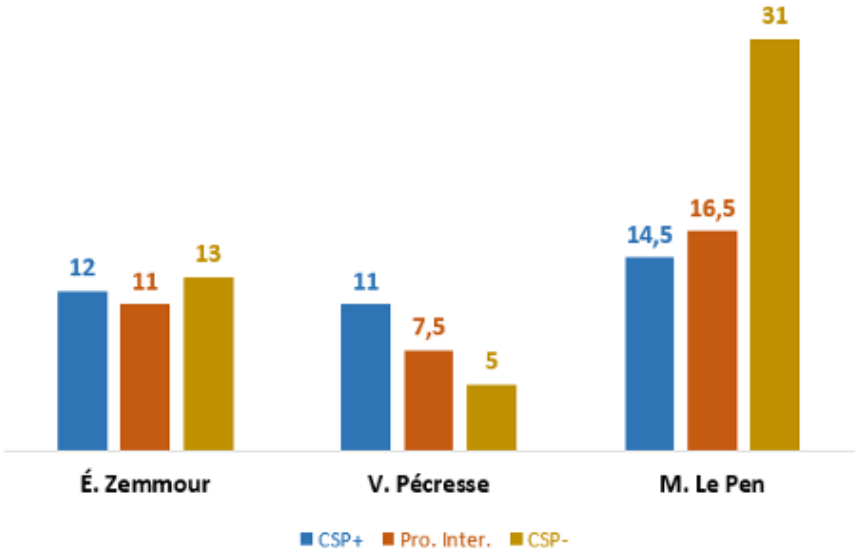
À l'inverse, il capte toujours à peu près autant de voix des ex-électeurs de Marine Le Pen en 2017 : 27,5% le 18 mars, contre 29% la veille de l'intervention russe en Ukraine.

Payant sans doute une image clivante et des ralliements venus beaucoup plus du RN que de Les Républicains (LR), le polémiste pèche donc surtout sur « sa gauche ». La réussite d'un meeting dans un lieu aussi symbolique pour la droite et qui s'adresse spécifiquement aux électeurs qui lui font aujourd'hui le plus défaut constitue donc un enjeu central pour le président de Reconquête !.

Un électorat interclassiste

Au début de sa campagne, Éric Zemmour revendiquait d'être le seul candidat capable de faire l'alliance entre ce qui l'appelle « la bourgeoisie patriote et les classes populaires ». L'analyse des données cumulées de l'Ifop montre en effet qu'il s'appuie en cette fin de campagne sur un électorat que les politologues qualifient d'« interclassiste ». Il bénéficie d'un niveau d'intentions de vote très homogène selon les différentes catégories socio-professionnelles : 12% dans les catégories supérieures[2], 11% parmi les professions intermédiaires et 13% dans les milieux populaires. Il se distingue de ce point de vue de Valérie Pécresse, qui est en grande difficulté parmi les classes moyennes et chez les employés et ouvriers, qui se sont totalement détournés de la droite traditionnelle. Mais la différence de profil sociologique est également très marquée avec l'électorat de Marine Le Pen. En effet, comme lors des scrutins précédents, cette dernière rallie un électorat très populaire et si le candidat de Reconquête ! parvient à la concurrencer chez les CSP+ (cadres, professions intellectuelles, et artisans, commerçants, chefs d'entreprise), elle le surclasse très largement (31% contre 13%) parmi les employés et ouvriers.

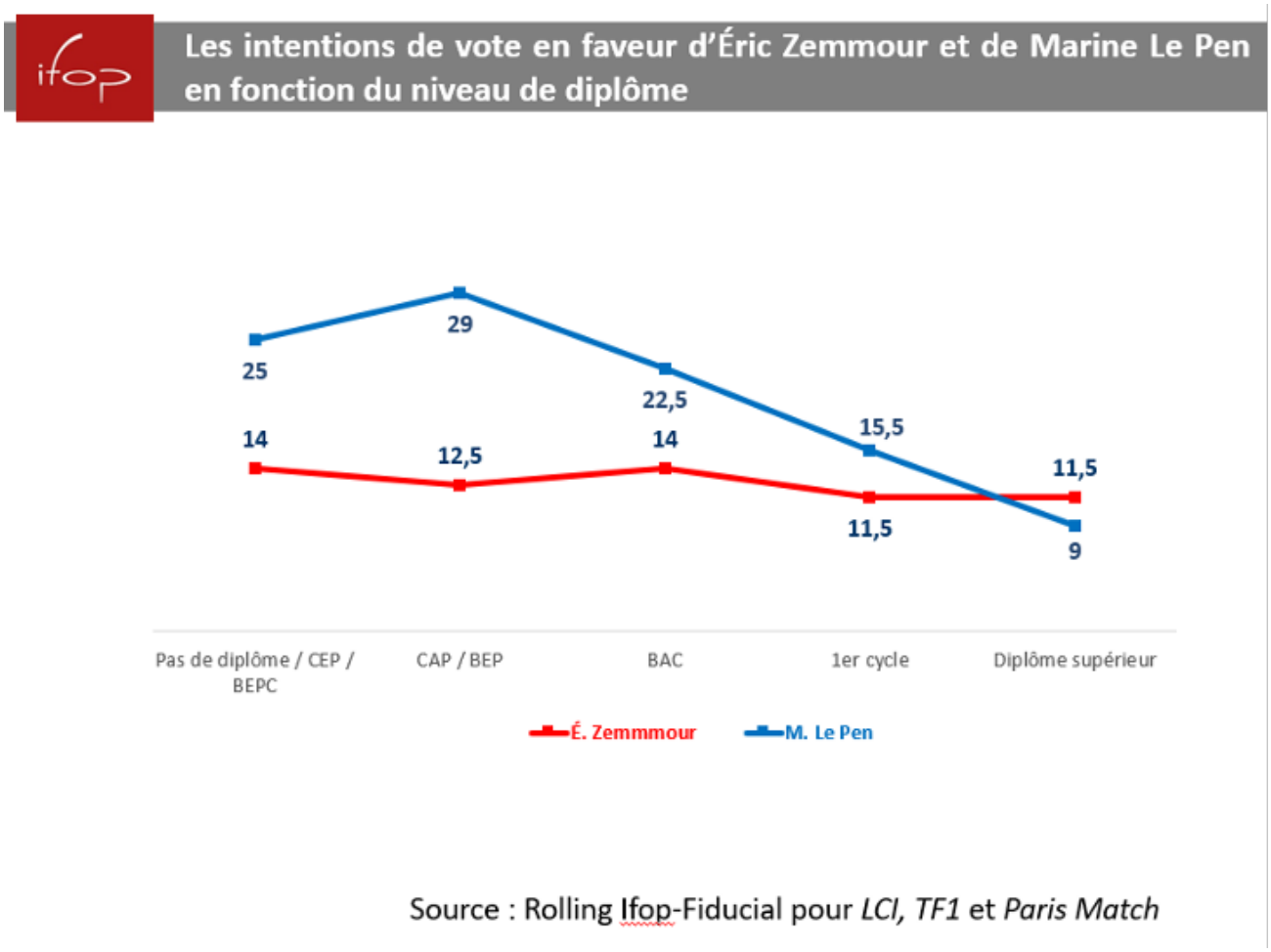
Les intentions de vote en faveur d'Éric Zemmour, M. Le Pen et V. Pécresse par CSP



Source : Rolling Ifop-Fiducial pour *LCI, TF1* et *Paris Match*

Éric Zemmour semble donc avoir été en capacité de rallier différents segments de la population et de les agréger dans un électorat sociologiquement assez homogène, mais il n'est pas cependant parvenu à entamer l'hégémonie frontiste dans les milieux populaires, qui constituent plus que jamais le « cœur nucléaire » de l'électorat mariniste.

On retrouve assez logiquement ces mêmes différences de profils en termes de niveau éducatif, comme le montre le graphique suivant. Alors que l'audience d'Éric Zemmour est assez étale sur cette variable, Marine Le Pen recrute, toujours et encore, bien plus massivement parmi les groupes les moins diplômés de la population, dans lesquels elle creuse considérablement l'écart avec son concurrent direct.



Source : Rolling Ifop-Fiducial pour *LCI, TF1* et *Paris Match*

Un déficit auprès des femmes et des jeunes

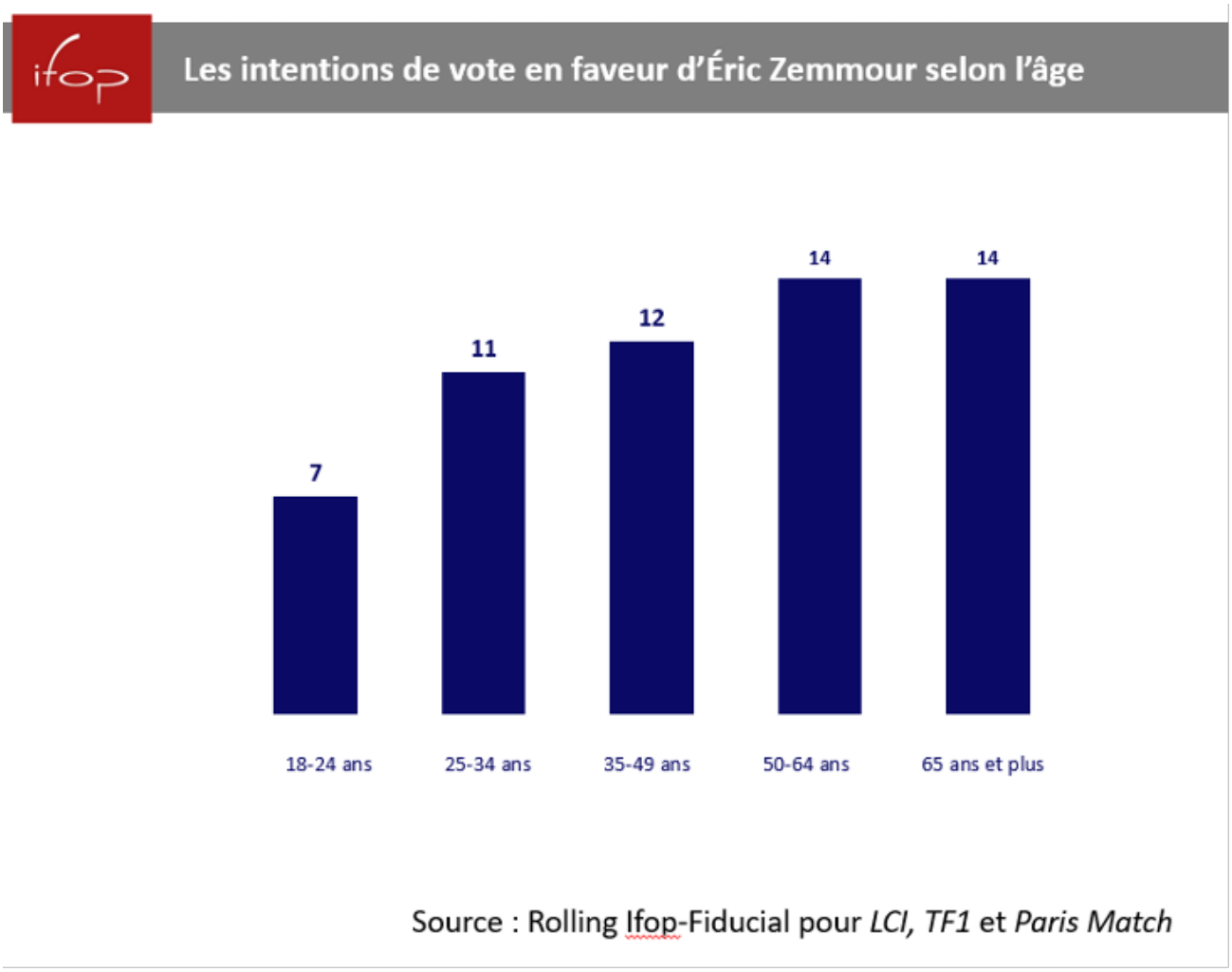
L'élection de 2017 avait confirmé le nivellement des choix électoraux selon le genre avec notamment un vote RN peu genré**.** Cette année, le niveau important du bloc de votants d'extrême droite est de nouveau composé d'autant d'hommes que de femmes, attestant de la « chute du mur » entre les femmes et la droite radicale : 32,5% d'hommes déclarant avoir l'intention de voter pour un candidat de la droite radicale contre 33,5% de femmes.

Toutefois, la candidature d'Éric Zemmour a réactivé une forme de *radical right gender gap*[3], expression signifiant une adhésion moindre des femmes à l'extrême droite par rapport aux hommes, à ses dépens. La répartition hommes/femmes dans les électorats Zemmour et Le Pen donne ainsi à voir certaines disparités de genre directement enclenchées par la candidature du polémiste et son positionnement contesté à l'égard des femmes. Depuis le début de la campagne, nous constatons un véritable frein parmi les femmes au vote Zemmour, et ce phénomène semble se maintenir à deux semaines du premier tour. En janvier dernier, le fondateur de Reconquête ! enregistrait un écart de 5 points entre les femmes et les hommes (17% d'hommes avaient l'intention

de voter pour lui contre seulement 12% de femmes). Cet écart se maintient en mars (15% contre 10%). L'électorat de Marine Le Pen semble constituer le négatif presque parfait de celui d'Éric Zemmour, puisque la candidate affiche un score de 17% chez les hommes contre 22% auprès des femmes. Les propos sexistes du polémiste ont ainsi permis à la représentante du RN de bénéficier d'une meilleure audience auprès des femmes que dans la gent masculine. Le fait qu'elle ait également « policé » et lissé son image a sans doute également contribué à l'inversion historique du *radical gender gap* dans l'électorat frontiste.

Au-delà du niveau des intentions de vote chez les hommes et chez les femmes, l'étude de la composition des électorats des deux rivaux illustre plus encore la réactivation de ce *gender gap* au détriment d'Éric Zemmour. Si l'électorat lepéniste s'avère relativement paritaire et même à dominante féminine puisqu'il est constitué de 45% d'hommes et de 55% de femmes, celui du candidat Reconquête ! se révèle très majoritairement masculin (61% d'hommes et 39% de femmes). Cette composition est quasi identique depuis le lancement de la campagne, signe de l'échec des stratégies de « dé-misogynification » mises en place par les équipes d'Éric Zemmour.

À noter que les femmes ne semblent pas constituer le seul point noir du candidat : les primo-votants constituent également une poche de résistance au zemmourisme. En effet, 7% des jeunes de moins de 25 ans déclarent avoir l'intention de voter pour Éric Zemmour, contre 11% des 25-34 ans et 13% des 35 ans et plus. Une carence chez les très jeunes votants en miroir de la capacité de Marine Le Pen à capter, quant à elle, une partie importante de cet électorat. On notera qu'Éric Zemmour obtient ses meilleurs résultats sondagiers auprès des plus de 50 ans, soit les générations qui ont grandi durant les Trente Glorieuses, période citée en permanence en référence et comme le « paradis perdu » par le candidat.



Éric Zemmour préempte une partie de l'électorat catholique pratiquant au détriment de la droite

Nos données cumulées semblent également indiquer qu'Éric Zemmour a su capter une fraction de l'électorat catholique, puisqu'il atteint 17% d'intentions de vote parmi les catholiques pratiquants, contre 14,5% chez les catholiques non pratiquants et seulement 9,5% auprès des sans religion. Il faut dire que candidat de Reconquête ! évoque régulièrement les racines chrétiennes de la civilisation française et a envoyé de nombreux signaux à l'électorat catholique, notamment en se rendant en Arménie en décembre dernier et en reprenant ainsi la thématique, traditionnelle à droite, de la défense des chrétiens d'Orient.

Au sein de l'électorat catholique pratiquants, Marine Le Pen se situe aujourd'hui au même niveau qu'en 2017 (17%). La percée zemmouriste dans ce segment électoral s'est donc d'abord effectuée en mordant sur l'électorat de droite traditionnel. Alors que François Fillon avait recueilli 46% des suffrages des catholiques pratiquants en 2017, Valérie Pécresse n'en obtiendrait aujourd'hui plus

que 19%. Si une partie de la frange modérée des catholiques de droite a rallié Emmanuel Macron (qui atteindrait aujourd'hui dans ce segment 26% contre 19% en 2017), l'essentiel des fuites est allé vers Éric Zemmour, dont le positionnement et le discours ont manifestement séduit la droite « Trocadéro ». Ainsi, d'après un autre sondage[4], 32% des personnes se disant « très proches » des idées de La Manif pour tous s'apprêteraient à voter pour lui, contre seulement 10% pour Valérie Pécresse et 15% pour Marine Le Pen. De la même manière, l'électorat zemmourien se caractérise par une franche opposition à l'autorisation du recours à une mère porteuse pour les couples homosexuels. Seuls 29% des électeurs de Reconquête ! y seraient favorables, contre 46% de ceux de Valérie Pécresse et pas moins de 59% de ceux de Marine Le Pen[5], beaucoup plus ouverts donc sur ces questions sociétales que leurs homologues de Reconquête !.

Similarités et spécificités des préoccupations des électorats Zemmour et Le Pen

Électeurs lepenistes et zemmouristes se caractérisent par une forte focalisation sur les questions liées à l'immigration, à l'Islam et à la sécurité, ce qui en fait des électorats assez proches idéologiquement. Néanmoins, le tropisme identitaire et sécuritaire semble encore plus poussé dans l'électorat d'Éric Zemmour, comme le montre le tableau suivant.

Caractère « déterminant » de différents enjeux dans les électorats zemmouriste et lepeniste[6]

Enjeux	Électeurs Zemmour	Électeurs Le Pen	Écart
Lutte contre l'insécurité et la délinquance	90%	80%	+10 pts
Lutte contre l'immigration clandestine	85%	61%	+24 pts
Lutte contre le terrorisme	83%	69%	+14 pts
Défense de la laïcité	62%	36%	+26 pts

Tout se passe comme si le candidat de Reconquête ! avait capté la frange de l'électorat campant sur les positions les plus dures sur ces sujets. Symétriquement, l'électorat lepeniste, tout en demeurant très centré sur ces thématiques, affiche quant à lui des niveaux de préoccupation plus

élevés que l'électorat zemmouriste sur des enjeux comme la protection de l'environnement et la lutte contre le dérèglement climatique (46% de réponses « déterminant », contre 34% parmi les électeurs de Zemmour), la défense des droits des femmes et la lutte contre le sexisme (38% contre 27%) ou bien encore le logement (42% contre 34%). De la même manière, 52% des électeurs de Marine Le Pen se disent « très sensibles » aux questions ayant trait à la condition et à la protection animales, qu'il s'agisse des animaux sauvages, d'élevage ou de compagnie[7]. Ils affichent ainsi, à égalité avec les électeurs de Yannick Jadot, la plus forte sensibilité à cet enjeu de la condition animale, alors que les électeurs d'Éric Zemmour ne sont que 34% à déclarer une très forte sensibilité sur cette question. On relèvera que ce positionnement différent des deux électorats sur ce sujet s'inscrit en écho parfait avec les propos d'Éric Zemmour qui avait déclaré : « Elle, c'est les chats, moi c'est les livres ».

Géographie du zemmourisme

Le cumul des vagues d'enquête du *rolling* Ifop-Fiducial nous permet de disposer d'échantillons de taille conséquente rendant possible une lecture des intentions de vote en faveur d'Éric Zemmour au niveau des vingt-deux anciennes régions. Ce premier aperçu cartographique dessine une géographie du zemmourisme marquée par des contrastes régionaux. Le candidat de Reconquête ! enregistre ainsi ses meilleures intentions de vote sur le pourtour méditerranéen : 19% en Languedoc-Roussillon et 17% en PACA (Provence Alpes Côte d'Azur)[8], territoires dans lesquels il ferait quasiment jeu égal avec Marine Le Pen. Ses scores sont également supérieurs à sa moyenne nationale en Midi-Pyrénées et en Aquitaine et, dans ces deux territoires, le retard sur sa rivale frontiste est assez faible.

Dès que l'on quitte la moitié sud du pays, la candidate du RN prend en revanche clairement l'ascendant, notamment dans son fief du nord-est du pays. Nous avions montré il y a quelques années déjà[9], l'existence de sensibilités et de cultures régionales diverses au sein de l'électorat frontiste, avec une dichotomie assez marquée entre un « Front du Sud » et un « Front du Nord ». Au regard de nos données d'enquête, il semblerait que la candidature d'Éric Zemmour ait rencontré un écho nettement plus important parmi l'électorat frontiste méridional, alors que l'électorat frontiste du nord demeurait plus fidèle à Marine Le Pen[10].

La dimension sociologique joue assurément, dans la mesure où les catégories populaires (qui constituent, on l'a vu, le cœur de l'électorat mariniste) sont plus représentées dans l'électorat frontiste du nord que dans celui du sud. Mais les cultures et les histoires politiques régionales pèsent également significativement. Les questions d'immigration et d'insécurité reviennent de manière plus lancinante sur le pourtour méditerranéen que dans les Hauts-de-France ou dans le

Grand-Est, où l'on est également moins sensible au souvenir de la guerre d'Algérie qu'en PACA et en Languedoc-Roussillon.

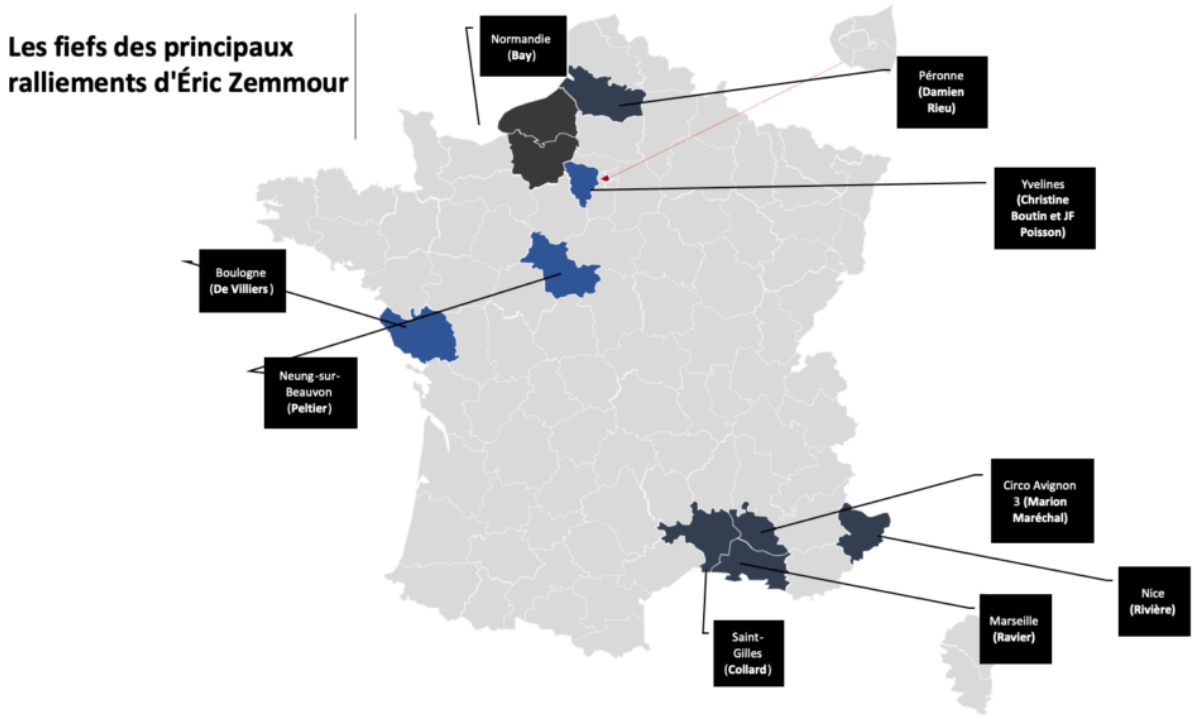
Éric Zemmour ne s'y est pas trompé. Il a quadrillé ces territoires et c'est à Nice (06) et à Toulon (83) qu'il a entamé sa campagne en septembre dernier en tenant des conférences/meetings dans lesquelles il n'a pas manqué de rendre hommage aux pieds-noirs[11] et de mettre en avant ses racines méditerranéennes. C'est également dans ce sud qu'il s'est relancé après ses propos très controversés sur l'accueil des enfants handicapés dans les écoles par un grand meeting à Cannes (22 janvier). C'est également dans ces terres méridionales qu'il a enregistré plusieurs ralliements de cadres frontistes (Collard, Ravier, Lopez[12]), alors que les figures frontistes du nord restaient fidèles à Marine Le Pen.

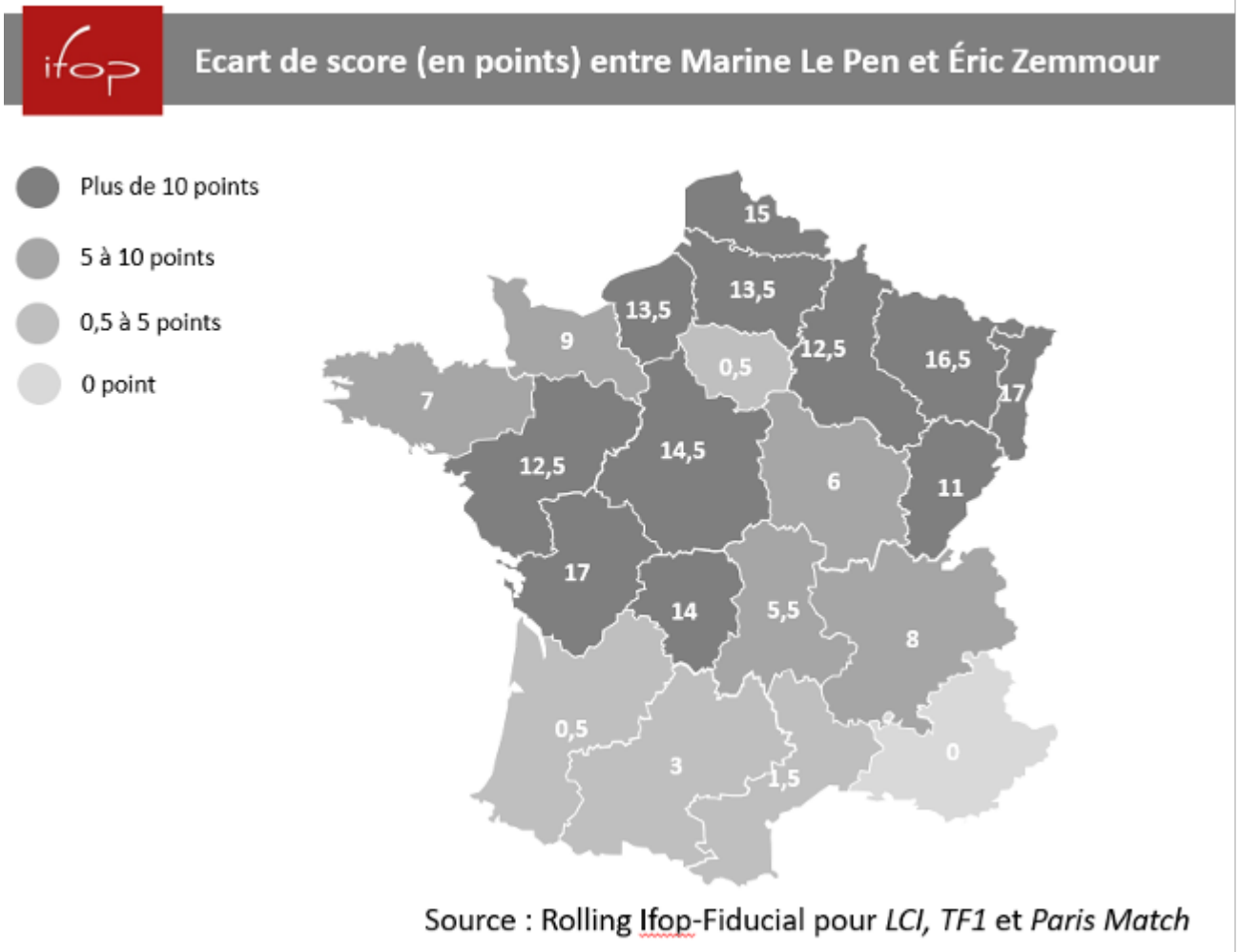
Les zones de forces du zemmourisme



MOYENNE : 12,5%

Source : Rolling Ifop-Fiducial pour *LCI, TF1* et *Paris Match*



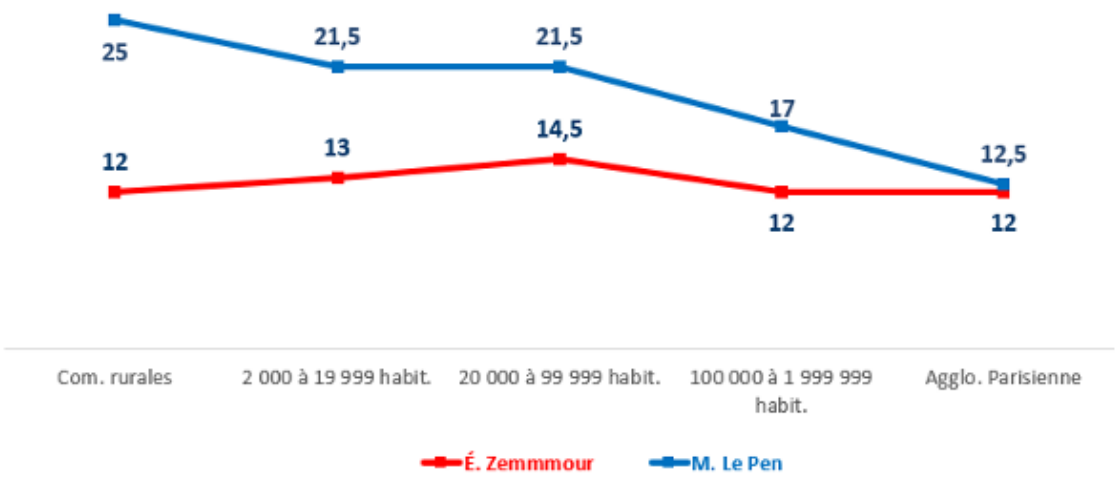


Source : Rolling Ifop-Fiducial pour *LCI, TF1* et *Paris Match*

Les données cumulées de l'Ifop apportent également un autre éclairage de nature géographique sur le futur électorat zemmouriste. S'il présente des contrastes régionaux assez conséquents, cet

électorat semble en revanche assez « tout terrain » pour ce qui est du critère de la taille d'agglomération[13]. Les intentions de vote en faveur du candidat de Reconquête ! sont en effet quasiment identiques dans l'agglomération parisienne que dans les villes de province ou les communes rurales. De ce point de vue, et comme le montre le graphique suivant, la différence avec l'électorat frontiste saute aux yeux, cet électorat étant lui, pour le coup, très inégalement réparti dans la hiérarchie urbaine.

Les intentions de vote en faveur d'Éric Zemmour et de Marine Le Pen en fonction de la catégorie d'agglomération



Source : Rolling Ifop-Fiducial pour *LCI, TF1* et *Paris Match*

Les écarts entre les deux candidats sont ainsi très faibles en Île-de-France, qui n'a jamais été une zone de force du Front national (FN) et dans laquelle Éric Zemmour peut sans doute mordre sur la frange radicalisée et conservatrice d'un électorat de droite assez bourgeois, qui rechigne sociologiquement à voter pour Marine Le Pen. En revanche, au fur et à mesure que l'on descend dans l'armature urbaine et que l'on pénètre dans la France rurale et périphérique, Marine Le Pen prend très clairement l'ascendant sur Éric Zemmour.

Le zemmourisme : une dynamique de campagne avant tout numérique ?

Marquée par le manque d'intérêts médiatiques et populaires pour les débats électoraux, la campagne présidentielle de 2022 aura été une course de sprint presque sourde dans les médias traditionnels. Les débats entre candidats y ont été globalement absents, un choix imposé par les réticences du président sortant à débattre avec ses concurrents, les audiences pâtissant de ce contexte. À titre d'exemple, l'émission spéciale de TF1 « 2022 : La France face à la guerre » diffusée le 14 mars dernier aura rassemblé près de six millions de téléspectateurs de moins que le débat entre les huit principaux candidats de 2017. Les candidats ont alors investi à la fois dans des campagnes de terrain avec des déplacements à travers le pays mais se sont surtout déployés sur les réseaux sociaux, un choix qui n'est pas passé inaperçu auprès des utilisateurs les plus fréquents de ces moyens d'information numériques.

Les militants et partisans d'Éric Zemmour sont ainsi perçus par les utilisateurs réguliers des réseaux sociaux[14] – à savoir les personnes qui s'y rendent plusieurs fois par semaine – comme les plus actifs (cités par 24% des répondants) par rapport aux autres, sachant toutefois que 36% de ces utilisateurs jugent tous les militants aussi actifs les uns que les autres. Les militants zemmouristes apparaissent ainsi comme plus actifs que ceux de Jean-Luc Mélenchon (19% des citations), de Marine Le Pen (14%) ou ceux d'Emmanuel Macron (9%).

Cette perception subjective de la part des usagers réguliers des réseaux sociaux rejoint les analyses réalisées par la start-up Favikon sur les engagements et les dynamiques de chaque candidat sur les réseaux sociaux, réalisées en février 2022. D'après cette start-up, Éric Zemmour et Jean-Luc Mélenchon ont ainsi vu leur audience respectivement progresser 10 à 25 fois plus que leurs concurrents directs à droite et à gauche. Si le succès de Jean-Luc Mélenchon s'explique par les ressources apportées par une partie de la jeunesse de gauche diplômée et active sur les réseaux sociaux comme Twitter, celle d'Éric Zemmour surprend d'autant plus que son électorat de droite, moins jeune, ne prédisposait pas le candidat à émerger grâce à Internet.

Soutenue par une équipe jeune et formée par et pour les réseaux sociaux (comme Samuel Lafont ou Damien Rieu), la campagne d'Éric Zemmour n'a pas seulement investi les réseaux sociaux mais a su en utiliser les codes pour canaliser la ferveur des soutiens du candidat dans la diffusion de ses événements de campagne. Que ce soit un meeting, une attaque contre un concurrent, une annonce programmatique ou encore le ralliement d'une personnalité, les réseaux sociaux ont été considérablement mobilisés par les équipes d'Éric Zemmour pour créer un effet de masse et concentrer l'attention médiatique sur l'actualité du candidat.

Si la récente chute d'Éric Zemmour dans les intentions de vote rappelle que le « monde réel » s'impose plus au monde virtuel que l'inverse, les réseaux sociaux demeurent utiles dans la mobilisation des troupes dans l'optique de faire se déplacer dans les urnes l'électorat. L'organisation par les équipes Zemmour d'un concours d'affiches en ligne pour le meeting du Trocadéro du 27 mars illustre bien cet objectif de se servir des réseaux sociaux pour ramener des participants et s'imposer médiatiquement avec la réussite d'un meeting phare de la campagne du candidat.

1. Guillaume Tabard, « Zemmour-Le Pen, une passerelle entre deux électorats », *Le Figaro*, 5 octobre 2021.
2. Avec un écart marqué dans cette population entre les cadres (9%) et les commerçants et artisans (18%).
3. Abdelkarim Amengay, Anja Durovic et Nonna Mayer, « L'impact du genre sur le vote Marine Le Pen », *Revue française de science politique*, vol. 67, n° 6, 2017, pp. 1067-1087.
4. Sondage Ifop pour La Manif pour tous, réalisé du 17 au 21 mars 2022 auprès d'un échantillon national représentatif de 2009 personnes.
5. Sondage Ifop pour l'Association des familles homoparentales réalisé du 10 au 22 février 2022 auprès d'un échantillon national représentatif de 1503 personnes.
6. **Rolling Ifop-Fiducial mars 2022.**
7. Sondage Ifop pour Engagement Animaux 2022, réalisé du 7 au 9 mars 2022 auprès d'un échantillon national représentatif de 1005 personnes.
8. Et potentiellement également un niveau élevé en Corse sur la base des données parcellaires dont nous disposons sur cette région.
9. Ifop Focus n°92, *Front du Nord, Front du Sud*. août 2013.
10. On notera également que la carte des intentions de vote en faveur d'Éric Zemmour se superpose assez bien avec celle des parrainages qu'il a obtenus (Cf. *Analyse et géographie des parrainages en faveur des différents candidats à la présidentielle*, Ifop Focus n°228), avec notamment un grand ouest manifestement réfractaire.
11. Nos données indiquent un survote en faveur d'Éric Zemmour dans l'électorat ayant une ou des ascendances pied-noires, alors que ce n'est plus le cas pour Marine Le Pen, qui subit donc la concurrence de son rival dans ce segment traditionnellement assez favorable au vote FN/RN.
12. Maire de Moissac.
13. Ce qui s'explique et renvoie en partie à la composition interclassiste de cet électorat.
14. Étude Ifop réalisée du 21 au 26 février 2022 auprès d'un échantillon de 2 507 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.