

LA PERCEPTION DE L'ANTISÉMITISME AUJOURD'HUI EN FRANCE

8 février 2021

VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier
brice.teinturier@ipsos.com

Mathieu Gallard
mathieu.gallard@ipsos.com

Laurène Boisson
laurene.boisson@ipsos.com

Crif CONSEIL REPRÉSENTATIF
DES INSTITUTIONS JUIVES DE FRANCE

GAME CHANGERS



FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

1 000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



DATE DE TERRAIN

Les 5 au 8 février 2021.



MÉTHODE

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

Méthode des quotas :

appliquée au sexe, à l'âge, à la profession de l'interviewé, à la région et à la catégorie d'agglomération.

Enquête réalisée pour

Crif CONSEIL REPRÉSENTATIF
DES INSTITUTIONS JUIVES DE 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 d'études (Ipsos Public Affairs).

LA NOTORIÉTÉ DE L'AFFAIRE ILAN HALIMI

1

LA NOTORIÉTÉ SPONTANÉE DE L'AFFAIRE ILAN HALIMI

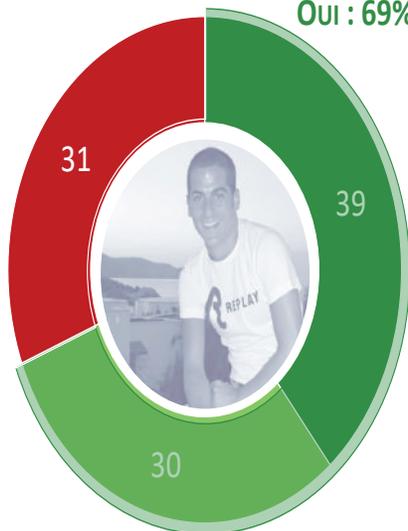
Question : « Vous personnellement, avez-vous entendu parler de l'affaire Ilan Halimi ? »



Base : Ensemble de l'échantillon

ENSEMBLE

Oui : 69%



% Oui

SELON L'ÂGE

Âge	Oui, et vous voyez précisément de quoi il s'agit	Oui, mais vous ne voyez pas très bien de quoi il s'agit	Non	% Oui
MOINS DE 35 ANS	27	27	46	54
35-59 ANS	39	31	30	70
60 ANS ET PLUS	49	33	18	82

SELON LE NIVEAU DE DIPLÔME

Niveau de diplôme	Oui, et vous voyez précisément de quoi il s'agit	Oui, mais vous ne voyez pas très bien de quoi il s'agit	Non	% Oui
INFÉRIEUR AU BAC	32	27	41	59
BAC	31	35	34	66
SUPÉRIEUR AU BAC	45	30	25	75

SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

Proximité partisane	Oui, et vous voyez précisément de quoi il s'agit	Oui, mais vous ne voyez pas très bien de quoi il s'agit	Non	% Oui
La France insoumise	41	28	31	69
PS	44	30	26	74
Europe écologie les Verts	29	42	29	71
LA RÉPUBLIQUE En Marche !	49	33	18	82
les Républicains	39	34	27	73
Rassemblement National	30	24	46	54

OUI, ET VOUS VOYEZ PRÉCISÉMENT DE QUOI IL S'AGIT

OUI, MAIS VOUS NE VOYEZ PAS TRÈS BIEN DE QUOI IL S'AGIT

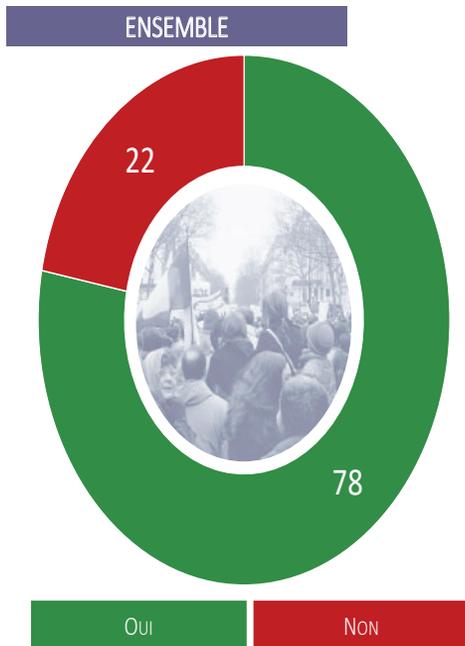
NON

LA NOTORIÉTÉ ASSISTÉE DE L'AFFAIRE ILAN HALIMI

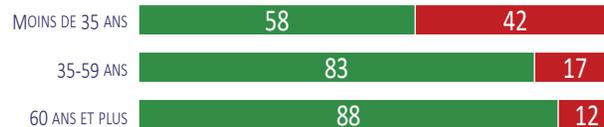
Question : « Ilan Halimi est un jeune homme qui a été torturé et laissé pour mort en janvier 2006 par un groupe se faisant appeler le « gang des barbares ». Ils l'avaient enlevé pour demander une rançon à ses parents, sous prétexte qu'étant Juifs, ils étaient forcément riches. En avez-vous entendu parler ? »



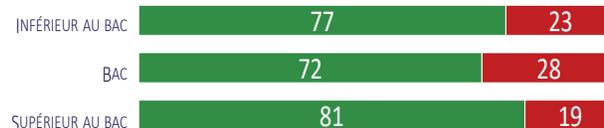
Base : Ensemble de l'échantillon



SELON L'ÂGE



SELON LE NIVEAU DE DIPLÔME



SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE



LA PERCEPTION DE L'ANTISÉMITISME AUJOURD'HUI EN FRANCE

2

LA PERCEPTION DE LA DIFFUSION DE L'ANTISÉMITISME EN FRANCE

Question : « Selon vous, l'antisémitisme en France est-il aujourd'hui un phénomène... »

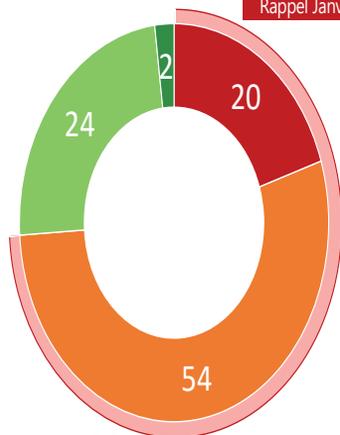


Base : Ensemble de l'échantillon

ENSEMBLE

RÉPANDU : 74%

Rappel Janvier 2020 : 75%



% « RARE » : 26

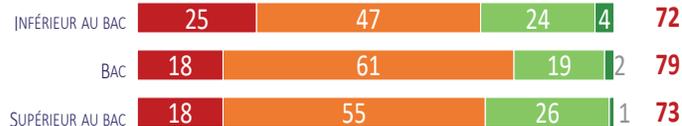
Rappel Janvier 2020 : 25%

% RÉPANDU

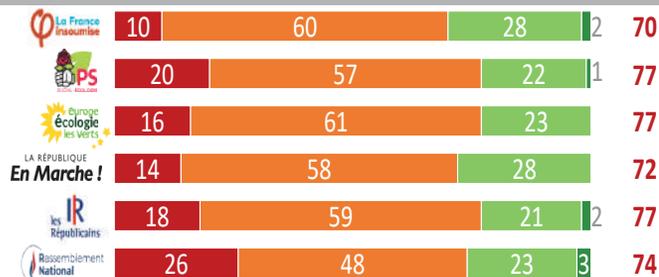
SELON L'ÂGE



SELON LE NIVEAU DE DIPLÔME



SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE



LA PERCEPTION DE L'ÉVOLUTION DU NIVEAU D'ANTISÉMITISME EN FRANCE

Question : « Et diriez-vous que par rapport à il y a 10 ans, l'antisémitisme en France est un phénomène qui... »



Base : Ensemble de l'échantillon

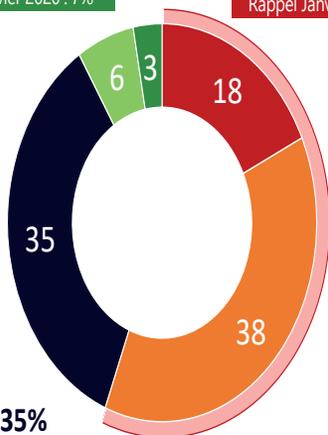
ENSEMBLE

S'EST RÉDUIT : 9%

Rappel Janvier 2020 : 7%

PLUS RÉPANDU : 56%

Rappel Janvier 2020 : 62%

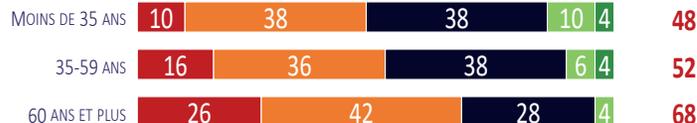


STABLE : 35%

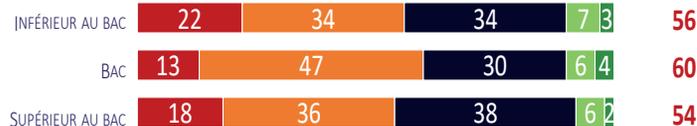
Rappel Janvier 2020 : 31%

% PLUS RÉPANDU

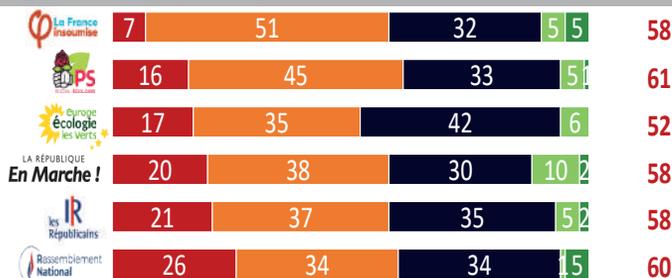
SELON L'ÂGE



SELON LE NIVEAU DE DIPLÔME



SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE



... EST BEAUCOUP PLUS RÉPANDU

... EST UN PEU PLUS RÉPANDU

... EST RESTÉ STABLE

... S'EST UN PEU RÉDUIT

... S'EST BEAUCOUP RÉDUIT

L'ENJEU DE LUTTE CONTRE L'ANTISÉMITISME POUR LES POUVOIRS PUBLICS

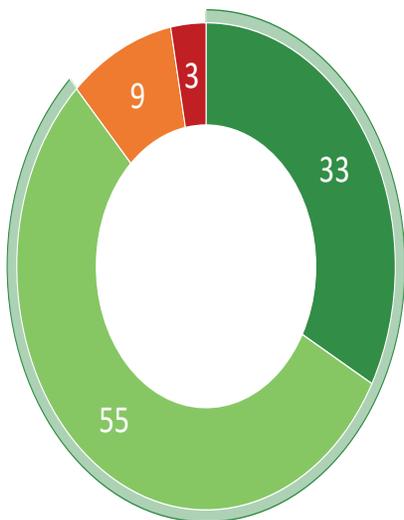
Question : « Diriez-vous que la lutte contre l'antisémitisme en France doit être, pour les pouvoirs publics... »



Base : Ensemble de l'échantillon

ENSEMBLE

PRIORITAIRE/IMPORTANT : 88%



% PRIORITAIRE/IMPORTANT

SELON L'ÂGE

MOINS DE 35 ANS	33	54	10	3	87
35-59 ANS	30	57	10	3	87
60 ANS ET PLUS	37	54	5	4	91

SELON LE NIVEAU DE DIPLÔME

INFÉRIEUR AU BAC	41	48	9	2	89
BAC	32	55	10	3	87
SUPÉRIEUR AU BAC	30	58	8	4	88

SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

Le France insoumise	32	59	8	1	91
PS	43	52	2	3	95
Europe Écologie les Verts	31	57	9	3	88
LA RÉPUBLIQUE En Marche !	28	65	6	1	93
les Républicains	29	62	6	3	91
Rassemblement National	32	54	10	4	86

... EST UN SUJET PRIORITAIRE

... EST UN SUJET IMPORTANT MAIS PAS PRIORITAIRE

... EST UN SUJET SECONDAIRE

... EST UN SUJET QUI N'A PAS À ÊTRE GÉRÉ PAR LES POUVOIRS PUBLICS

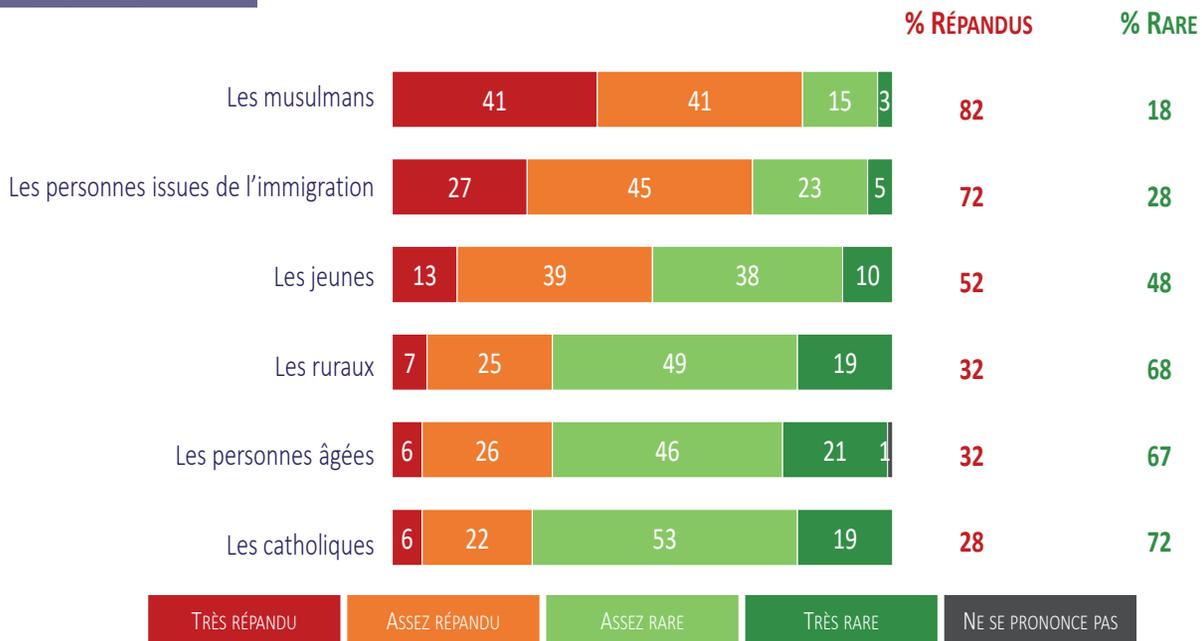
LA PERCEPTION DE LA DIFFUSION DE L'ANTISÉMITISME DANS DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE LA POPULATION (1/2)

Question : « Avez-vous le sentiment que l'antisémitisme est répandu ou rare dans chacune des catégories suivantes de la population ? »



Base : Ensemble de l'échantillon

ENSEMBLE



LA PERCEPTION DE LA DIFFUSION DE L'ANTISÉMITISME DANS DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE LA POPULATION (PAR PROXIMITÉ PARTISANE)

Question : « Avez-vous le sentiment que l'antisémitisme est répandu ou rare dans chacune des catégories suivantes de la population ? »



Base : Ensemble de l'échantillon

SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

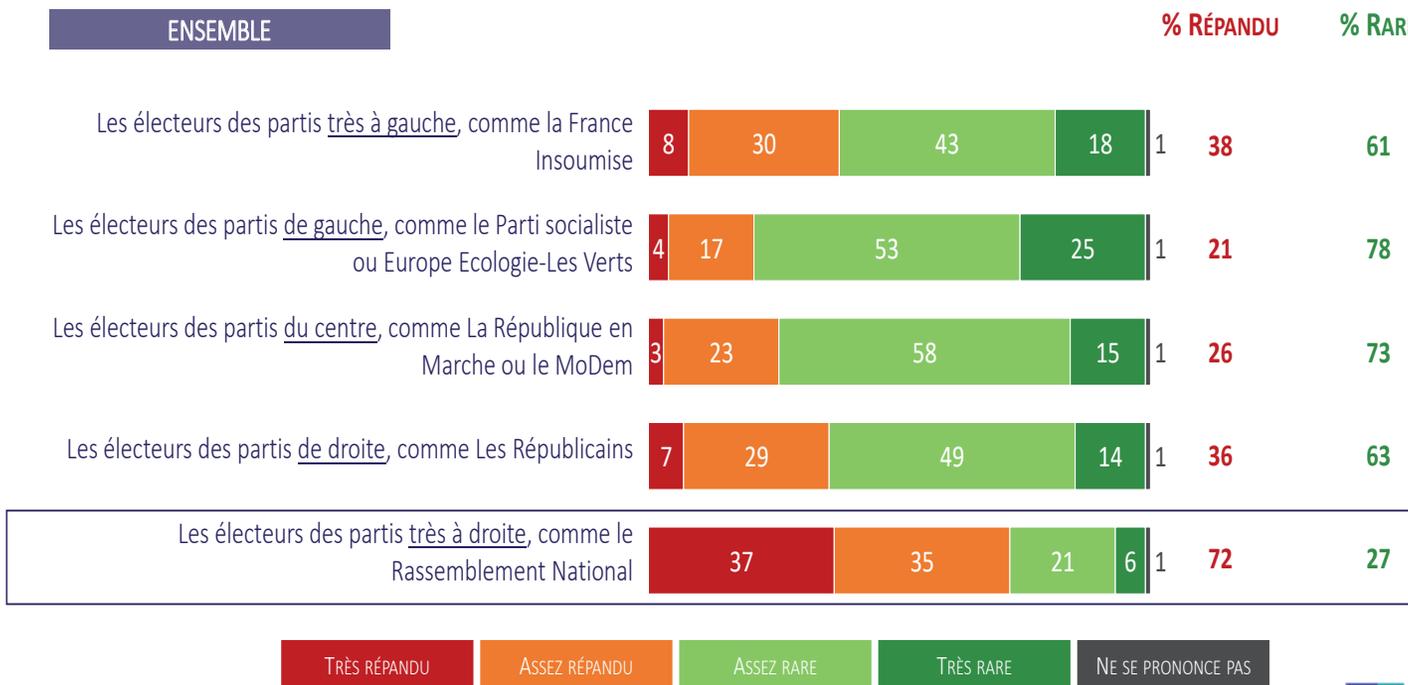
% RÉPANDU	ENSEMBLE	 La France insoumise	 PS SOCIAL ÉCOLOGIE	 Europe écologie les Verts	 LA RÉPUBLIQUE En Marche!	 IR les Républicains	 Rassemblement National
Les musulmans	82	72	86	76	79	90	86
Les personnes issues de l'immigration	72	60	71	62	72	84	82
Les jeunes	52	43	52	48	45	52	56
Les ruraux	32	42	33	40	33	25	16
Les personnes âgées	32	42	46	32	31	25	19
Les catholiques	28	26	36	28	30	17	19

LA PERCEPTION DE LA DIFFUSION DE L'ANTISÉMITISME DANS DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE LA POPULATION (2/2)

Question : « Avez-vous le sentiment que l'antisémitisme est répandu ou rare dans chacune des catégories suivantes de la population ? »



Base : Ensemble de l'échantillon



LA PERCEPTION DE LA DIFFUSION DE L'ANTISÉMITISME DANS DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE LA POPULATION (PAR PROXIMITÉ PARTISANE)

Question : « Avez-vous le sentiment que l'antisémitisme est répandu ou rare dans chacune des catégories suivantes de la population ? »



Base : Ensemble de l'échantillon

SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

% RÉPANDU	ENSEMBLE	 La France insoumise	 PS SOCIAL ÉCOLOGIE	 Europe Écologie les Verts	 LA RÉPUBLIQUE En Marche!	 les Républicains	 Rassemblement National
Les électeurs des partis très à gauche, comme la France Insoumise	38	8	29	17	50	50	44
Les électeurs des partis de gauche, comme le Parti socialiste ou Europe Écologie-Les Verts	21	1	17	7	18	25	27
Les électeurs des partis du centre, comme La République en Marche ou le MoDem	26	29	25	23	16	21	22
Les électeurs des partis de droite, comme Les Républicains	36	46	43	45	35	19	25
Les électeurs des partis très à droite, comme le Rassemblement National	72	88	84	84	88	68	35

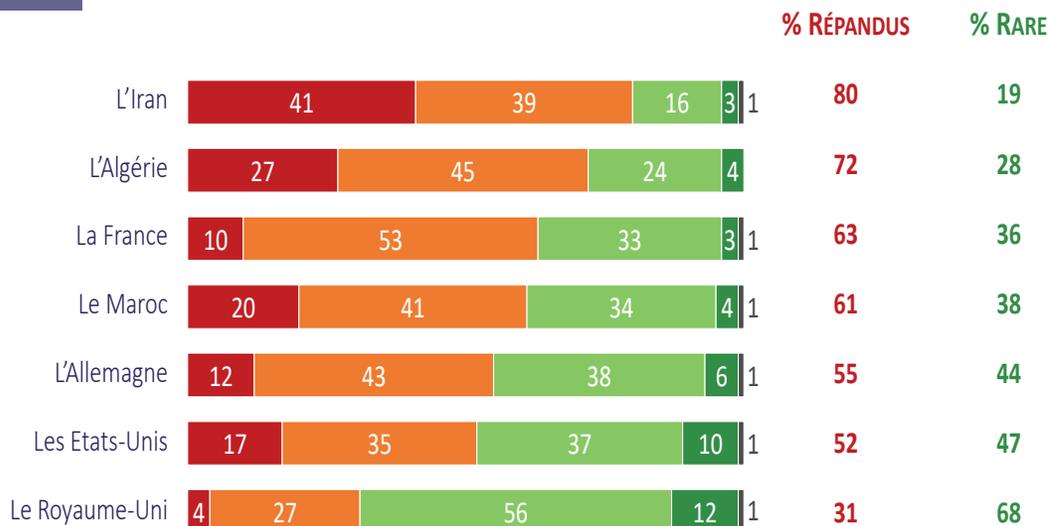
LA PERCEPTION DE LA DIFFUSION DE L'ANTISÉMITISME DANS LA POPULATION DE CERTAINS PAYS

Question : « Et pour chacun des pays suivants, avez-vous le sentiment que l'antisémitisme y est répandu ou rare au sein de leur population ? »



Base : Ensemble de l'échantillon

ENSEMBLE



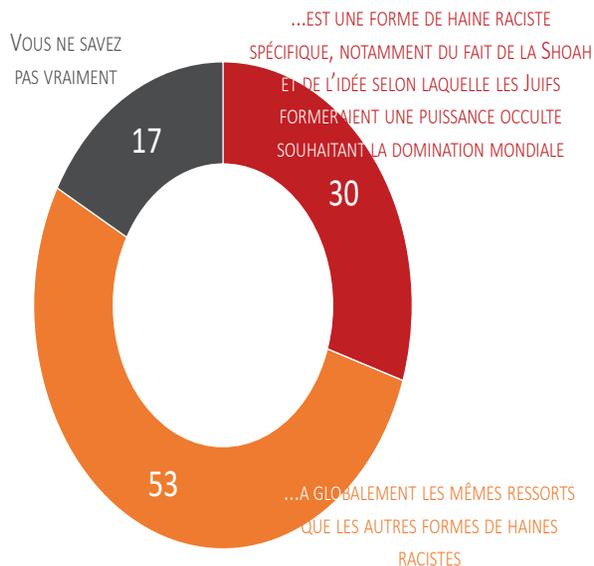
LA PERCEPTION DE LA SPÉCIFICITÉ DE L'ANTISÉMITISME

Question : « De laquelle des deux opinions suivantes vous sentez-vous le plus proche ? L'antisémitisme... »

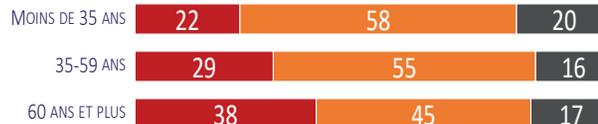


Base : Ensemble de l'échantillon

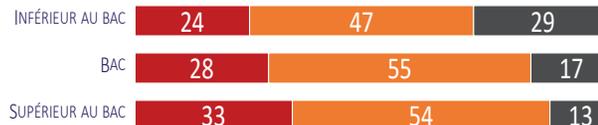
ENSEMBLE



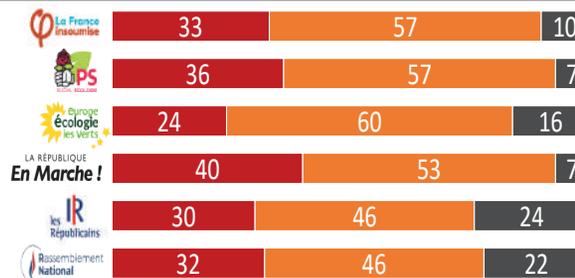
SELON L'ÂGE



SELON LE NIVEAU DE DIPLÔME



SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE



... UNE FORME DE RACISTE SPÉCIFIQUE...

... LES MÊMES RESSORTS QUE LES AUTRES FORMES DE HAINES...

VOUS NE SAVEZ PAS VRAIMENT

LA PERCEPTION ET LA COMPRÉHENSION DE L'ANTISÉMITISME ET DE L'ANTISIONISME

3

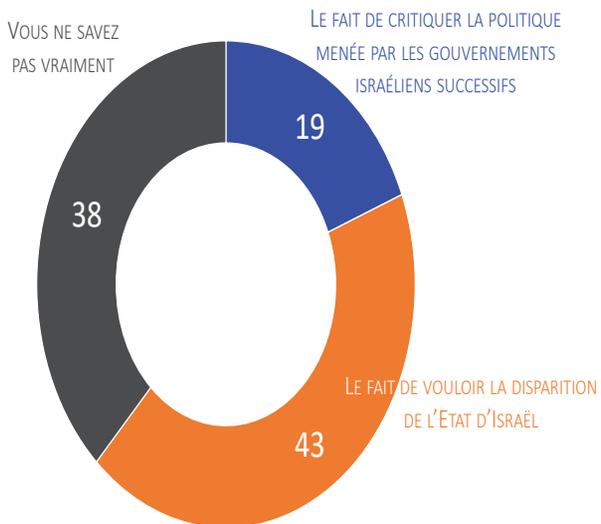
LA DÉFINITION DE L'ANTISIONISME POUR LES FRANÇAIS

Question : « Selon vous, qu'est-ce que l'antisémitisme ? »



Base : Ensemble de l'échantillon

ENSEMBLE

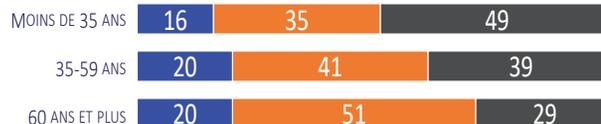


... CRITIQUER LA POLITIQUE MENÉE PAR LES GOUVERNEMENTS ISRAËLIENS...

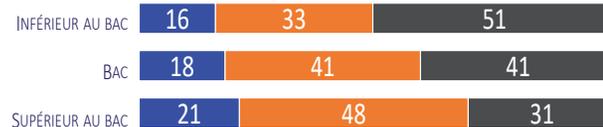
... VOULOIR LA DISPARITION DE L'ÉTAT D'ISRAËL...

VOUS NE SAVEZ PAS VRAIMENT

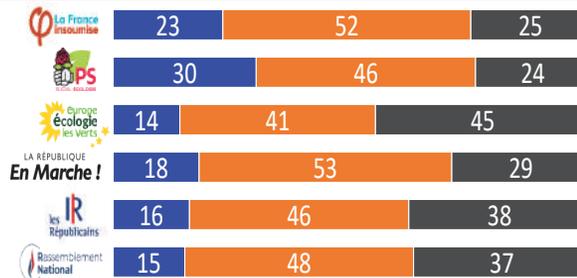
SELON L'ÂGE



SELON LE NIVEAU DE DIPLÔME



SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE



L'OPINION ENVERS PLUSIEURS OPINIONS SUR L'ANTISÉMITISME ET LA CRITIQUE D'ISRAËL

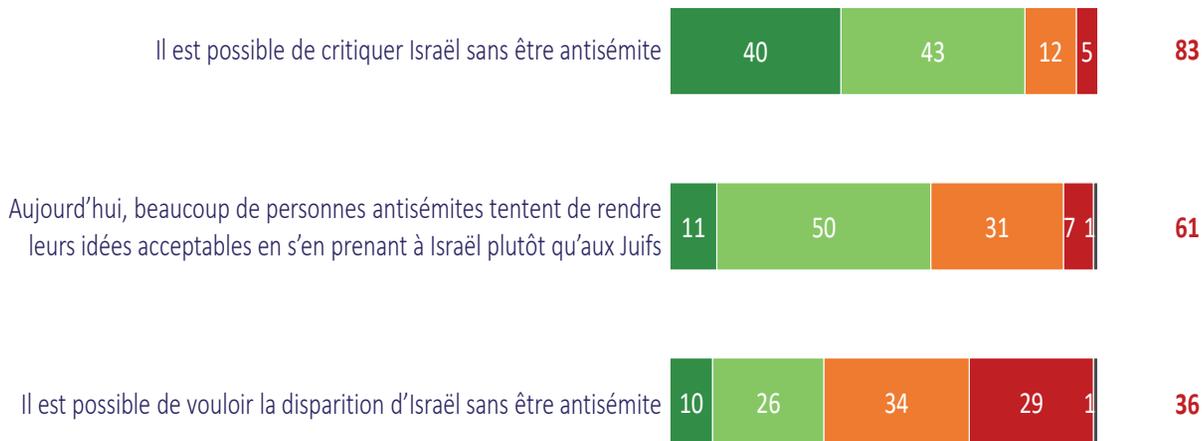
Question : « Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ? »



Base : Ensemble de l'échantillon

ENSEMBLE

% « D'ACCORD »



TOUT À FAIT D'ACCORD

PLUTÔT D'ACCORD

PLUTÔT PAS D'ACCORD

PAS D'ACCORD DU TOUT

NE SE PRONONCE PAS

L'OPINION ENVERS PLUSIEURS OPINIONS SUR L'ANTISÉMITISME ET LA CRITIQUE D'ISRAËL (PAR PROXIMITÉ PARTISANE)

Question : « Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ? »



Base : Ensemble de l'échantillon

SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE

% D'ACCORD	ENSEMBLE	La France insoumise	PS SOCIAL ÉCOLOGIE	Europe écologie les Verts	LA RÉPUBLIQUE En Marche!	les IR Républicains	Rassemblement National
Il est possible de critiquer Israël sans être antisémite	83	91	82	92	87	80	78
Aujourd'hui, beaucoup de personnes antisémites tentent de rendre leurs idées acceptables en s'en prenant à Israël plutôt qu'aux Juifs	61	76	56	69	69	60	63
Il est possible de vouloir la disparition d'Israël sans être antisémite	36	40	35	43	26	24	44

ANNEXES

FIABILITÉ DES RÉSULTATS

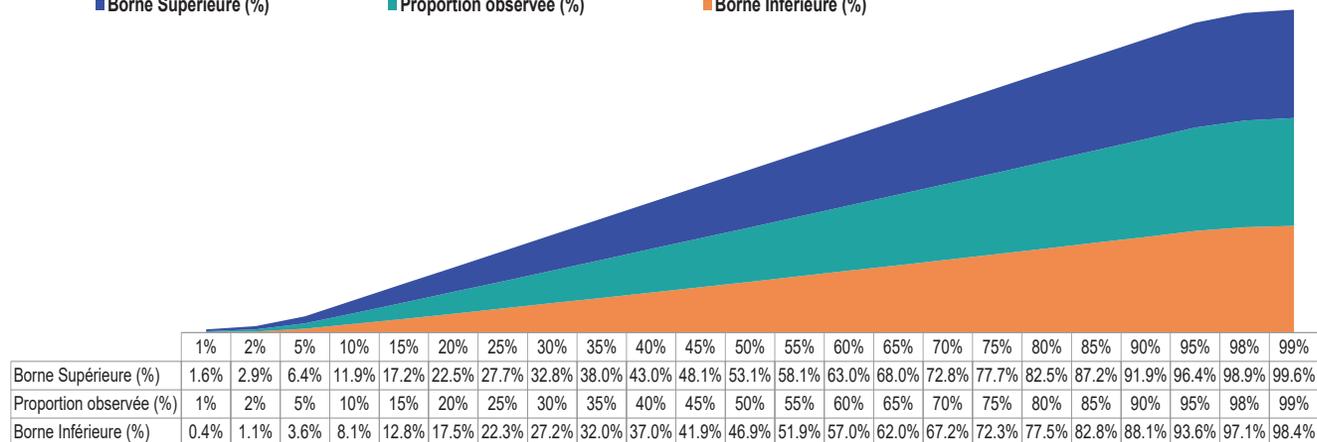
Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : [sélectionner entre] **95%**
- Taille d'échantillon : [saisir la taille de l'échantillon] **1000**

Les proportions observées sont comprises entre :

■ Borne Supérieure (%) ■ Proportion observée (%) ■ Borne Inférieure (%)



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), European Society for Opinion and Market 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.

