

**OPINION'EYE** | Numéro 37 – Février 2026

À l'approche des élections municipales 2026, l'implication citoyenne des moins de 26 ans est un enjeu majeur du débat démocratique. Or, les jeunes ont le sentiment de ne plus se reconnaître dans l'offre politique[1] et doutent de l'impact réel de leur vote. De manière plus générale, ils ne savent pas toujours comment faire entendre leur voix. Ce sentiment, déjà fort parmi cette génération, est exacerbé parmi les plus éloignés des pôles urbains. Des différences significatives sont notables entre jeunes des grandes agglomérations et ceux vivant en zones rurales[2], tant en termes d'engagement citoyen que de capacité à prendre la parole.

Cette situation entraîne des répercussions directes sur leur rapport à la vie citoyenne. A l'aube des élections municipales 2026, près de deux jeunes ruraux sur trois déclarent vouloir voter (63%)[3]. Mais cette intention est assombrie par un sentiment largement partagé ne de pas être entendus par les responsables politiques.

Aujourd'hui, le débat public n'est plus limité aux urnes, aux médias traditionnels ou aux formes classiques d'engagements politiques. Il s'est largement déplacé vers les espaces numériques (plateformes citoyennes, réseaux sociaux) où la prise de parole apparaît davantage accessible et horizontale.

Ces nouveaux canaux semblent offrir une opportunité pour les jeunes les plus éloignés des centres urbains, en leur permettant de s'affranchir de la distance géographique, de contourner les relais institutionnels ou de se faire une place dans le débat. Pourtant, à l'heure du tout-digital, une question se pose : cette accessibilité formelle suffit-elle réellement à compenser l'éloignement territorial ? Autrement dit, **alors que les jeunes ruraux ont le sentiment d'être oubliés du débat public, les nouveaux espaces d'expression numériques, notamment les réseaux sociaux, leur permettent-ils vraiment de faire entendre leur voix ou tendent-ils à reproduire, voire à renforcer, les inégalités déjà observées dans les formes traditionnelles de participation ?**

[1] 65% des jeunes ne se sentent pas suffisamment représentés dans les partis politiques. [Sondage OpinionWay pour Vers le Haut](#), réalisé auprès d'un échantillon de 1001 jeunes de 16 à 25 ans, du 13 au 20 octobre 2025.

[2] Les ruraux sont définis ici selon les critères de l'INSEE établis en 2021 : « Les territoires ruraux désignent désormais l'ensemble des communes peu denses ou très peu denses d'après la grille communale de densité. » Source : [INSEE](#)

[3] [Sondage OpinionWay pour Apprentis d'Auteuil](#) - L'étude « Baromètre de l'éducation 2025 - Les jeunes, des citoyens sans voix ? » a été réalisée auprès d'un échantillon de 2 008 personnes, représentatif de la population française âgée de 16 à 25 ans, du 21 au 31 juillet 2025. L'ensemble des résultats de cet OpinionEye est issu de cette enquête, sauf mention contraire.

# Une jeunesse rurale qui se sent *invisibilisée* et *caricaturée*.

Les jeunes ruraux cumulent de nombreuses contraintes : accès plus complexe à certaines sources d'information, mobilité restreinte, opportunités scolaires et professionnelles moins nombreuses... Ces obstacles influencent leurs choix, favorisent une forme d'autocensure et réduisent leurs perspectives[4]. Leurs possibilités d'insertion ou de formation sont d'ailleurs plus limitées : 28% des jeunes ruraux accèdent à l'enseignement supérieur, contre 37% des jeunes urbains[5]. À capacités égales, un jeune rural a donc souvent moins de chances de poursuivre des études ou d'accéder à certains parcours que son homologue urbain.

Ces obstacles ne concernent pas seulement leur quotidien et leurs choix, elles pèsent aussi sur leur image et leur reconnaissance sociale. : les moins de 26 ans issus des zones rurales témoignent d'un profond sentiment de stigmatisation dans l'espace médiatique. Huit ruraux sur dix estiment que les médias caricaturent leur génération, (80%, dont 43% tout à fait).

Chez les jeunes urbains, ce constat reste élevé (78%), mais plus nuancé (37% observant tout à fait ce point, soit un écart de 6 points). Ainsi, le sentiment d'être caricaturé, fort parmi l'ensemble des jeunes est exacerbé dans les territoires ruraux.

Les jeunes femmes habitant en milieu rural ressentent ce stéréotype de manière plus marquée (82% contre 78% parmi les jeunes hommes), montrant que les différences territoriales se combinent à celles de sexe.

Au-delà de la stigmatisation, les jeunes ruraux témoignent d'un sentiment d'invisibilisation. Leur parole semble peu entendue et comprise : 59% d'entre eux estiment qu'elle ne sert à rien (55% chez les urbains). Un sentiment d'autant plus fort qu'ils considèrent que les plus âgés parlent trop souvent à leur place : 90% des jeunes ruraux souhaiteraient qu'ils arrêtent de le faire, un sur deux le souhaite beaucoup (51%). Ici encore, les jeunes femmes ont davantage le sentiment que leur espace de parole est volé : 93% des jeunes rurales (dont 57% beaucoup) aimeraient que les adultes arrêtent de s'exprimer pour elles (88% parmi les hommes, 46% beaucoup). Cette perception s'inscrit dans une réalité plus large, les femmes en milieu rural rencontrant régulièrement des difficultés pour faire entendre leur voix et se sentir écoutées dans leur quotidien[6].

Mais encore, le sentiment de participer aux décisions qui les concernent reste lui aussi limité : 63% considèrent y participer, mais seulement un sur quatre le fait tout à fait (24%).

[4] Enseignements issus des recherches de Salomé Berlioux :

- BERLIOUX, Salomé ; MAILLARD, Erkki. Les Invisibles de la République : Comment on sacrifie la jeunesse de la France périphérique. Paris : Robert Laffont, 2019.

- Article Le Progrès. (3 mai 2025). Orientation : il y a un système qui joue contre les jeunes ruraux et voici pourquoi. Le Progrès.

[5] IGAS, Pauvreté et conditions de vie des jeunes dans le monde rural : comment adapter les réponses institutionnelles, publié le 7 janvier 2025.

Source : IGAS

[6] Sondage OpinionWay pour l'Institut Terram Ce que vivent (vraiment) les femmes rurales - Institut Terram

Ce sentiment d'être exclu des décisions s'installe également dans le champ politique. Sept jeunes sur dix déclarent se sentir relégués au rang de "citoyens de seconde zone", jugés non prioritaires dans les décisions publiques (72%), contre 64% parmi les urbains (écart de 8 points). De surcroît, 79% des jeunes ruraux estiment ne pas être suffisamment représentés par les responsables politiques (75% parmi les urbains) soulignant une fracture importante entre jeunesse rurale et institutions.

## Des responsables politiques et des institutions perçus comme *déconnectés et peu à l'écoute*.

La relation avec les responsables politiques apparaît ainsi profondément distendue, une large majorité considérant que les responsables politiques sont totalement déconnectés de leurs réalités quotidiennes (83%). Seul un tiers estiment que les décideurs et responsables politiques abordent suffisamment les grands enjeux liés à la jeunesse comme l'éducation, l'emploi ou le logement (35% contre 41% des jeunes urbains), ce qui laisse penser que l'attention des responsables politiques est davantage tournée vers les difficultés rencontrées par les jeunes des villes que vers ceux des campagnes[7].

Et lorsque les responsables politiques s'adressent à eux, leurs motivations sont souvent perçues avec scepticisme, voire suspicion : huit jeunes ruraux sur dix ont le sentiment d'être instrumentalisés par les responsables politiques, davantage soucieux de défendre leurs propres idées que de répondre aux attentes de la jeunesse (79%).

Cette invisibilisation et ce manque d'écoute se retrouvent à l'école et dans la participation citoyenne :

- À l'école, le sentiment d'écoute varie : 71% des jeunes ruraux déclarent avoir pu donner leur avis dans leur enfance, mais pour 41%... sans se sentir réellement écoutés.
- Dans la participation citoyenne, le constat est similaire : les expériences de consultation existent, mais elles sont souvent jugées peu utiles : 42% des jeunes ruraux ont été consultés par des élus ou pouvoirs publics, mais seulement 16% y ont trouvé une utilité. Une distance qui résonne avec la consultation par les responsables politiques : 38% ont été consultés par des partis politiques, mais seulement 13% y ont perçu un intérêt.
- Les différences territoriales viennent ici encore creuser ce fossé. Les jeunes urbains, et plus particulièrement les Franciliens, semblent mieux pris en compte : 52% ont déjà été consultés par les élus et 49% par les partis politiques (dont respectivement 27% et 23% qui ont trouvé cela utile).

[7] Irène Aribaud met en lumière cette invisibilisation politique : « On donne rarement la parole aux ruraux... leur vécu et leurs contraintes passent systématiquement au second plan dans les représentations nationales » Source : [Podcast France culture, série « entendre la France rurale », épisode 1 « La ruralité, ce grand fantasme » 27 octobre 2025](#) ;

Le sentiment d'un manque d'écoute s'accompagne d'un déficit d'information, moins de quatre jeunes ruraux sur dix se sentent bien informés concernant les institutions ou dispositifs permettant aux jeunes de donner leur avis ou de s'engager dans la vie publique (39% contre 47% Franciliens).

Pourtant, les jeunes ruraux témoignent d'un engagement citoyen réel. Sept sur dix déclarent participer ou avoir participé à au moins une activité, qu'elle soit scolaire (délégué de classe), associative, militante, en conseil de quartier ou au sein d'une organisation politique (69%). L'école se présente comme le premier lieu d'engagement notamment à travers la représentation en tant que délégué de classe (47% des jeunes ruraux sont ou ont été engagés). Malgré cet investissement, des disparités territoriales subsistent : les jeunes urbains, et plus particulièrement les Franciliens, apparaissent plus investis : 78% participent à au moins une activité (contre 69% des ruraux).

Face à ce sentiment d'invisibilisation et de manque d'écoute, les réseaux sociaux pourraient être une solution. Aujourd'hui, ces plateformes permettent de s'exprimer librement, sans passer par les responsables politiques ou les institutions (scolaires, associatives, militantes...), créant ainsi un véritable espace de débat public numérique. La distance géographique ne constitue alors plus un obstacle : en théorie, un jeune vivant en zone rurale peut prendre la parole tout autant qu'un jeune urbain. Cette possibilité d'expression suffit-elle réellement à compenser le manque d'écoute ressenti par les jeunes ruraux ?

## Exprimer sa voix, gagner en *reconnaissance* : le défi des jeunes ruraux.

La promesse des réseaux sociaux se traduit par des résultats limités. Même s'ils offrent un espace supplémentaire d'expression, les réseaux sociaux ne comblent pas réellement les écarts territoriaux. Les jeunes vivant en zones rurales se montrent moins investis dans l'utilisation de ces applications : 64% des jeunes ruraux les considèrent comme un espace pertinent pour s'exprimer sur les sujets d'avenir, contre 75% des jeunes urbains (écart de 11 points). Pourtant, les opinions personnelles sont peu relayées : seuls 30% des jeunes ruraux déclarent partager leurs idées sur X, Facebook ou autres réseaux (vs 41% des urbains et 50% des Franciliens).

*« Croire que l'accès au numérique va résoudre les difficultés des jeunes, c'est méconnaître l'ampleur des défis qu'ils ont à affronter »*

Salomé BERLIOUX

En effet, les jeunes ruraux semblent moins incités et moins équipés pour s'exprimer en ligne [8].

Cette expression est peu fréquente, notamment car sa portée semble limitée : les jeunes considèrent que ce qui est dit en ligne est rarement pris au sérieux par les responsables politiques (73% des ruraux, 76% des urbains). Par conséquent, les jeunes ruraux perçoivent moins les réseaux sociaux comme un levier politique : 50% d'entre eux estiment que s'exprimer en ligne a plus de poids que voter, un score inférieur à celui des Franciliens (57%).

*« Affirmer qu'il suffit de cliquer sur un lien pour choisir son avenir, c'est oublier l'autocensure, le manque de mobilité réelle, les difficultés à se projeter. »*

Salomé BERLIOUX

Les réseaux sociaux restent donc un outil secondaire, loin de remplacer les espaces traditionnels d'expression ou le vote. Dans ce contexte, les élections municipales de 2026 pourraient mobiliser les jeunes ruraux, mais sous conditions. Près de deux sur trois déclarent vouloir voter à l'élection de mars 2026 (63%). En comparaison, le souhait de voter à l'élection présidentielle de 2027, élection traditionnellement davantage mobilisatrice[9], s'élève à 74%.

Toutefois, le vote n'est pas automatique : 26% des jeunes ruraux n'ont pas l'intention d'aller voter principalement parce qu'ils estiment que leur voix ne changera rien (29%) et que les préoccupations de la jeunesse ne seront ni entendues, ni portées par les élus (29%).

Les jeunes ruraux participent, ils prennent la parole. Mais si leur expression continue d'être perçue comme peu écoutée, les dispositifs existants, qu'ils soient numériques ou institutionnels, ne suffiront pas à les rapprocher du débat public.

[8] "Non seulement Internet n'implique pas qu'un jeune puisse automatiquement s'y orienter avec aisance, mais l'usage du numérique en zone périphérique accentue ces résistances. Car dans bon nombre de territoire isolé cet usage est moindre que dans les grandes métropoles [...] Croire que l'accès au numérique va résoudre les difficultés des jeunes, c'est méconnaître l'ampleur des défis qu'ils ont à affronter. Affirmer qu'il suffit de cliquer sur un lien pour choisir son avenir, c'est oublier l'autocensure, le manque de mobilité réelle, les difficultés à se projeter" BERLIOUX, Salomé ; MAILLARD, Erkki. Les Invisibles de la République : Comment on sacrifie la jeunesse de la France périphérique. Paris : Robert Laffont, 2019.

[9] En 2022, 72% des inscrits se sont exprimés pour le premier tour des élections présidentielles alors qu'en 2020 seulement 44,6% des inscrits sont allés voter pour les municipales. Source : [//https://www.interieur.gouv.fr/Archives/Archives-elections/Elections-municipales-2020/Resultats-et-suivi-des-taux-de-participation-au-premier-tour-des-elections-municipales-et-communautaires-2020?">https://www.archives-resultats-elections.interieur.gouv.fr/resultats/presidentielle-2022/FE.php //](https://www.archives-resultats-elections.interieur.gouv.fr/resultats/presidentielle-2022/FE.php)  
<https://www.interieur.gouv.fr/Archives/Archives-elections/Elections-municipales-2020/Resultats-et-suivi-des-taux-de-participation-au-premier-tour-des-elections-municipales-et-communautaires-2020?>

## *Ce qu'il faut retenir :*

Les jeunes ruraux ne sont ni désengagés ni indifférents à la vie publique. Ils participent et souhaitent voter, mais ils expriment un besoin clair : celui d'être **mieux entendus, mieux informés** et **pleinement considérés** comme **acteurs de leur avenir**.

Il s'agit moins d'un désintérêt qu'un **sentiment d'exclusion de la vie politique** : leur moindre participation ne relève pas d'un manque d'envie, mais d'un **déficit de reconnaissance, d'information et de relais locaux** pour peser réellement sur les décisions.

A l'ère du tout numérique, **les réseaux sociaux ne suffisent donc pas à faire entendre la voix des jeunes ruraux** : l'enjeu reste un manque d'écoute, que les pouvoirs publics et élus doivent davantage prendre en compte.

**par Lisa Corbineau**  
Cheffe de projets – Pôle Opinion

## Précédents numéros

[OPINION'EYE #36 - La sécurité dans les communes : un nouvel enjeu transpartisan ?](#)

[OPINION'EYE #35 - #BalanceTonPote : la loyauté affective face aux violences sexistes](#)

[OPINION'EYE #34 - François Bayrou ou la recherche infructueuse du soutien de l'opinion](#)

[OPINION'EYE #33 - L'impact du procès des assistants parlementaires du Front national sur l'opinion publique](#)

[OPINION'EYE #32 - Le profil des candidats aux élections législatives 2024](#)

[OPINION'EYE #30 - Les maires, des élus comme les autres](#)

**[TOUS LES OPINIONEYE](#)**



## A propos du groupe *OpinionWay*

Fondé en 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Reflet de notre engagement profond envers un avenir durable et responsable, nous sommes depuis janvier 2025 "[Entreprise à mission](#)" avec pour ambition de "Conjuguer l'humain et l'innovation pour accompagner marques et organisations dans leurs prises de décisions vers un futur souhaitable". Une mission qui se traduit par trois objectifs statutaires essentiels : éclairer nos clients sur les enjeux de développement durable et sociétaux, cultiver les liens, l'agilité et l'enthousiasme au sein de notre entreprise, et questionner en continu la pertinence de nos approches.

Nous intervenons sur les cinq continents depuis nos implantations en France (Paris, Bordeaux), en [Afrique](#) (Casablanca, Abidjan), en [Europe de l'Est](#) (Varsovie), en Chine (Shanghai) et en Europe avec notre filiale pan-européenne [Polling Europe](#) (Bruxelles).

Membre du [réseau WIN](#) en tant que partenaire exclusif pour la France et membre actif d'[Esomar](#), nous sommes certifiés ISO 20252 depuis 2009 par l'AFNOR.

[www.opinion-way.com](http://www.opinion-way.com)

**opinionway**