

#MoiJeune

Municipales 2026 : 63 % des jeunes disent vouloir voter, mais seuls un tiers pensent que la démocratie fonctionne bien

À l'approche des élections municipales des 15 et 22 mars prochains, 20 Minutes dévoile les résultats de sa nouvelle enquête #MoiJeune réalisée avec OpinionWay, consacrée au rapport des 18-30 ans à la politique locale. Entre intérêt réel pour les enjeux municipaux, intentions de vote élevées et défiance persistante envers le système démocratique, l'étude met en lumière une génération à la fois concernée et désorientée face à la politique.

63 % déclarent vouloir voter : le paradoxe de la "bonne résolution électorale"

63 % des 18-30 ans estiment très probable leur participation au scrutin municipal, un niveau d'intention particulièrement élevé, bien supérieur à la participation réelle observée lors des précédentes élections, marquées par une forte abstention des jeunes. Fait notable, même parmi ceux qui considèrent que la démocratie ne fonctionne pas bien, 57 % déclarent vouloir aller voter.

Contrairement aux idées reçues, les jeunes ne se disent donc pas désintéressés par la politique locale : 66 % affirment s'y intéresser, dont près d'un quart se déclarant très intéressés. Un décalage persiste toutefois entre cet intérêt affiché et la participation effective, illustrant un phénomène proche d'une « bonne résolution » électorale.

90 % jugent la politique locale indispensable... mais 58 % ne savent pas vraiment ce que décide une mairie

Les jeunes reconnaissent massivement l'importance de l'échelon municipal :

- 90 % considèrent la politique locale indispensable
- 87 % estiment qu'elle est dévalorisée par rapport au niveau national
- 79 % pensent qu'elle a un impact réel sur leur quotidien

Pourtant, 58 % déclarent ne pas bien comprendre les compétences des acteurs politiques locaux, révélant un important flou institutionnel.

Sécurité, logement et emploi : les nouvelles priorités municipales des jeunes

Les attentes exprimées traduisent un recentrage sur des enjeux concrets du quotidien.

La sécurité arrive en tête des priorités absolues (17 % en 1er choix et même 41 % parmi les cinq priorités principales), suivie du logement, de l'emploi et des impôts locaux (tous les 3 à 7% de votes en 1er choix).

Par rapport à 2020¹, les priorités évoluent fortement (quand l'on regarde les performances globales de certains enjeux) :

- la sécurité progresse nettement (+15 points)
- la pollution recule fortement (-29 points)

¹ Méthodologie : les évolutions constatées sont impactées par l'ajout d'un nouvel item en 2026 "immigration"

- les transports en commun perdent également en importance (-13 points)

Des différences apparaissent selon le genre : les hommes priorisent davantage la sécurité, tandis que les femmes accordent plus d'importance à l'emploi, la santé, la solidarité ou la vie de quartier.

59 % adhèrent à l'idée que les responsables politiques doivent mentir pour être élus

Interrogés sur une phrase du rappeur Orelsan — « Les hommes politiques doivent mentir sinon tu voterais pas pour eux » —, 59 % des jeunes se disent d'accord, illustrant un rapport lucide et critique au discours politique.

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

Méthodologie : Étude #MoiJeune 20 Minutes x OpinionWay, réalisée en ligne du 19 février au 26 février 2026 auprès d'un échantillon représentatif de 412 jeunes âgés de 18 à 30 ans, selon la méthode des quotas.

À propos de #MoiJeune : #MoiJeune est une initiative de 20 Minutes lancée en mars 2016 pour offrir une voix à la jeune génération. En partenariat avec OpinionWay, cette démarche a engagé plus de 3 500 jeunes et réalisé plus de 120 000 interviews pour dresser un portrait nuancé et authentique des 18-30 ans.

À 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. Encourager l'éveil citoyen, la culture et la participation sociale, telle est l'ambition de 20 Minutes depuis 2002 grâce à un écosystème média puissant : 15 millions de Visiteurs Uniques par mois, 214 millions de vues vidéo, 7,3 millions d'abonnés à ses réseaux sociaux. Actualité générale, politique, sports, économie, santé, conso, vie pro, culture,... 20 Minutes accompagne ses lecteurs au quotidien. La chaîne locale 20 Minutes TV, regardée par 449 000 Franciliens vient compléter l'offre.

Contacts presse 20 Minutes :
Sarah Garcia Del Rio sgarcia@20minutes.fr 06 98 06 08 43