

SONDAGE D'INTENTIONS DE VOTE POUR L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE DE 2022

VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier

brice.teinturier@ipsos.com

Jean-François Doridot

jean-francois.doridot@ipsos.com

Mathieu Gallard

mathieu.gallard@ipsos.com

franceinfo

Le Parisien

Aujourd'hui^{en} France

sopra  steria
GAME CHANGERS

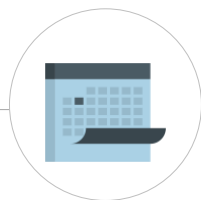


FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

1 535 personnes,
inscrites sur les listes électorales,
représentatives de la population
française âgée de 18 ans et plus.



DATE DE TERRAIN

Du 1^{er} au 3 février 2022.



MÉTHODE

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

Méthode des quotas :
sexe, âge, profession de la
personne interrogée, catégorie
d'agglomération, région.

Enquête réalisée pour **franceinfo**:



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 de clientèle (Ipsos Public Affairs).

PRÉCISIONS SUR L'INTERVALLE DE CONFIANCE

L'intervalle de confiance (appelé aussi marge d'erreur) est l'intervalle dans lequel se trouve la valeur recherchée avec une probabilité fixée (le niveau de confiance). L'amplitude cet intervalle dépend du niveau de confiance, de la valeur observée et de la taille de l'échantillon. Le calcul n'est justifié que pour les sondages aléatoires. Il ne peut pas être déterminé dans le cas de sondages par quotas mais on considère qu'il est proche de celui des sondages aléatoires.

INTERVALLE DE CONFIANCE (avec un niveau de confiance de 95%)											
Taille d'échantillon (N)	SCORES OBTENUS (P)										
	2 ou 98%	5% ou 95%	10% ou 90%	15% ou 85%	20% ou 80%	25% ou 75%	30% ou 70%	35% ou 65%	40% ou 60%	45% ou 55%	50%
300	1,6	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,4	5,5	5,6	5,7
400	1,4	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,7	4,8	4,9	4,9
500	1,2	1,9	2,6	3,1	3,5	3,6	3,8	4,0	4,3	4,4	4,4
600**	1,1	1,7	2,4	2,9	3,2	3,5	3,7	3,8	3,9	4,0	4,0
700	1,0	1,6	2,2	2,6	3,0	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7
800*	1,0	1,5	2,1	2,5	2,8	3,0	3,2	3,3	3,4	3,4	3,5
900	0,9	1,4	2,0	2,3	2,6	2,8	3,0	3,1	3,2	3,3	3,3
1 000	0,9	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1
1 500***	0,7	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5

Note de lecture : pour un échantillon de 800 personnes (intentions de vote 1^{er} tour), si le score mesuré est de 20%, il y a 95% de chances que la valeur réelle se situe aujourd'hui entre 17,2% et 22,8% (plus ou moins 2,8 points).

* Base intentions de vote pour le premier tour de l'élection présidentielle de 2022 : certains d'aller voter ayant exprimé une intention de vote (n = 777 répondants)

** Base intention de vote pour le second tour de l'élection présidentielle de 2022 avec l'hypothèse E. Macron / V. Pécresse : certains d'aller voter ayant exprimé une intention de vote (n = 561)

** Base intention de vote pour le second tour de l'élection présidentielle de 2022 avec l'hypothèse E. Macron / M. Le Pen : certains d'aller voter ayant exprimé une intention de vote (n = 627)

** Base intention de vote pour le second tour de l'élection présidentielle de 2022 avec l'hypothèse E. Macron / E. Zemmour : certains d'aller voter ayant exprimé une intention de vote (n = 612)

*** Base ensemble (questions d'opinion / n = 1 535)

LES INTENTIONS DE VOTE AU PREMIER ET AU SECOND TOUR

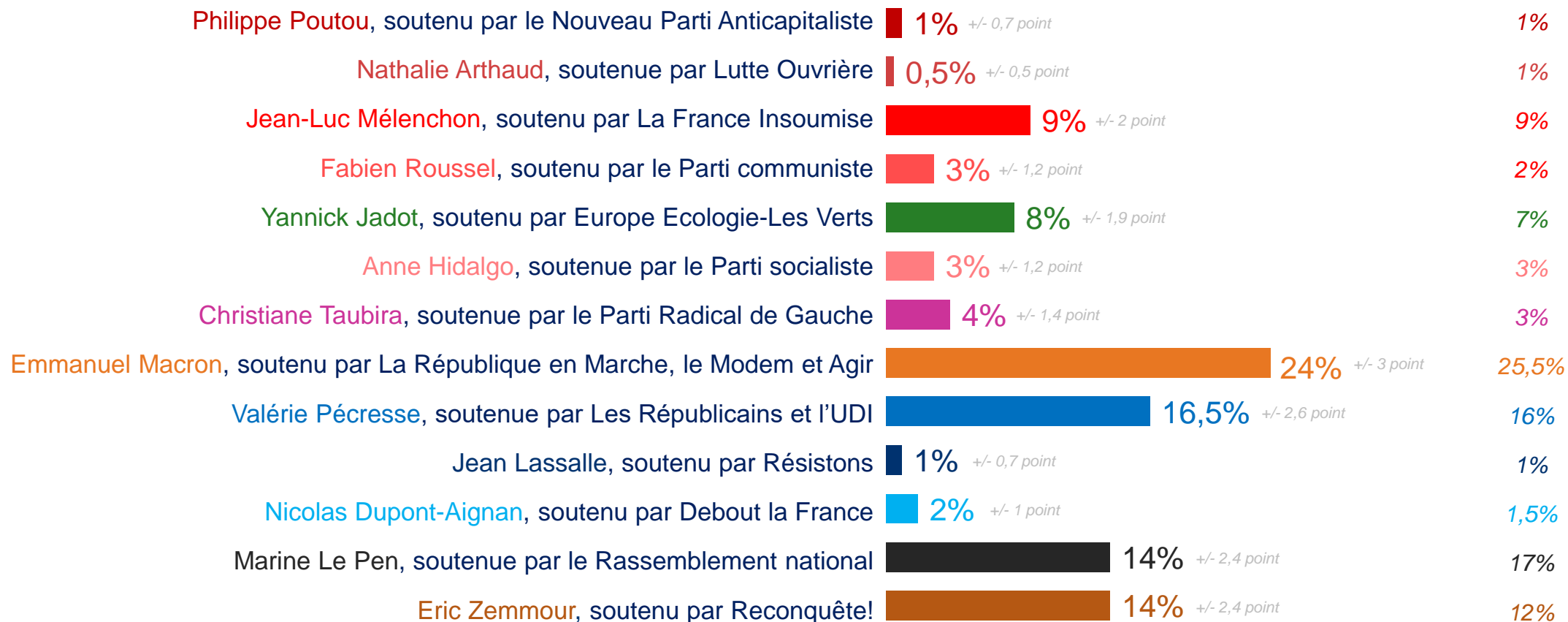
L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR

Question : « Si le 1er tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain et si vous aviez le choix entre les candidats suivants, quel est celui pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez au 1er tour ? » Si vous aviez le choix entre les candidats suivants au 1er tour ?

(Base : certaines d'aller voter, exprimés)

Rappels*

Janvier 2022



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 5%

*Enquête réalisée auprès de 1 500 personnes du 5 au 6 janvier 2022 pour France Info – Le Parisien

LES TRANSFERTS DE VOTE DEPUIS 2017

(Base : certaines d'aller voter, exprimés)

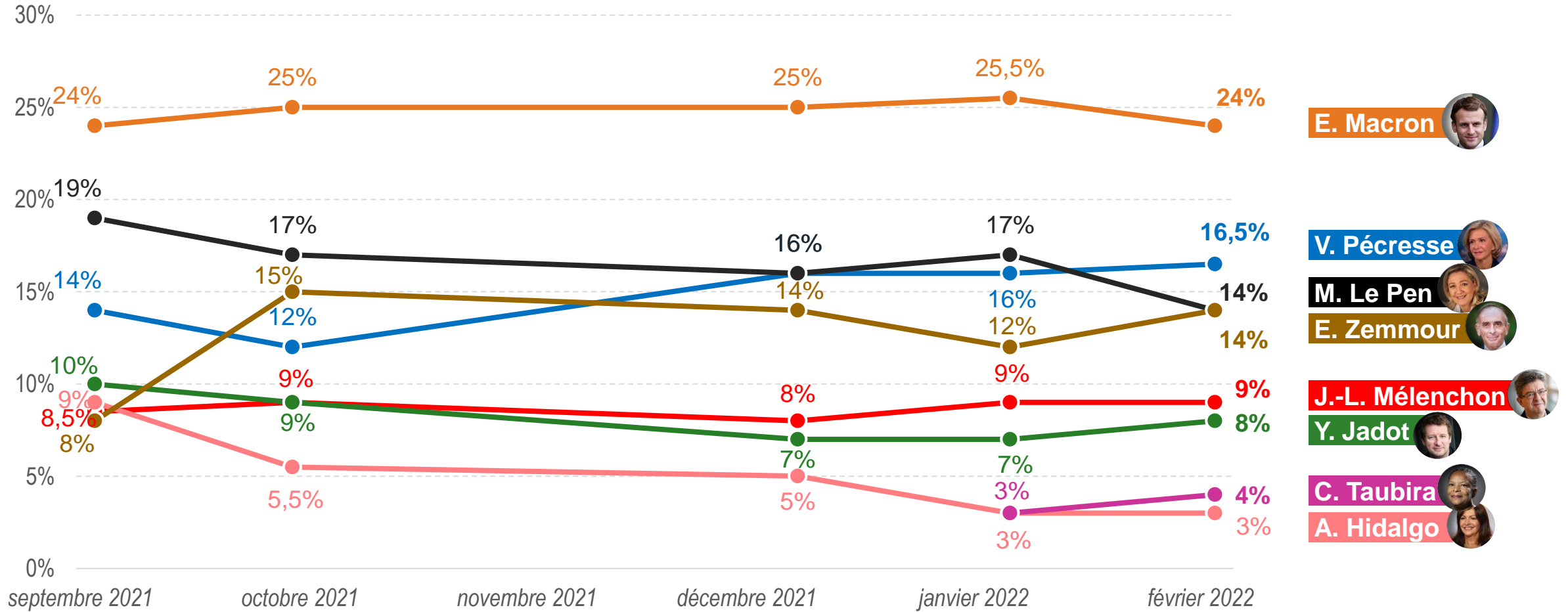
VOTE 1^{ER} TOUR 2022 ▶ ▼ VOTE 1^{ER} TOUR 2017	Jean-Luc Mélenchon	Yannick Jadot	Anne Hidalgo	Christiane Taubira	Emmanuel Macron	Valérie Pécresse	Marine Le Pen	Eric Zemmour
Jean-Luc Mélenchon	46 (+2)	17 (+5)	2 (-3)	4 (-7)	4 (=)	2 (=)	7 (-3)	4 (+4)
Benoît Hamon	5 (-9)	30 (+11)	22 (+3)	22 (+8)	6 (-5)	2 (-2)	3 (+1)	0 (-4)
Emmanuel Macron	3 (+1)	7 (-4)	5 (+3)	4 (+3)	67 (+1)	6 (-3)	1 (-1)	5 (=)
François Fillon	0 (=)	0 (=)	0 (=)	0 (=)	22 (-11)	56 (+4)	3 (=)	19 (+8)
Marine Le Pen	1 (=)	0 (=)	1 (+1)	0 (=)	3 (+1)	6 (+2)	55 (-7)	32 (+3)

Note de lecture : 4% des électeurs de J.-L. Mélenchon au 1^{er} tour de l'élection présidentielle de 2017 voteraient pour Christiane Taubira au 1^{er} tour de l'élection présidentielle de 2022

En %

L'ÉVOLUTION DES INTENTIONS DE VOTE AU PREMIER TOUR

Question : « Si le 1er tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain et si vous aviez le choix entre les candidats suivants, quel est celui pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez au 1er tour ? » Si vous aviez le choix entre les candidats suivants au 1er tour ?
 (Base : certaines d'aller voter, exprimés)

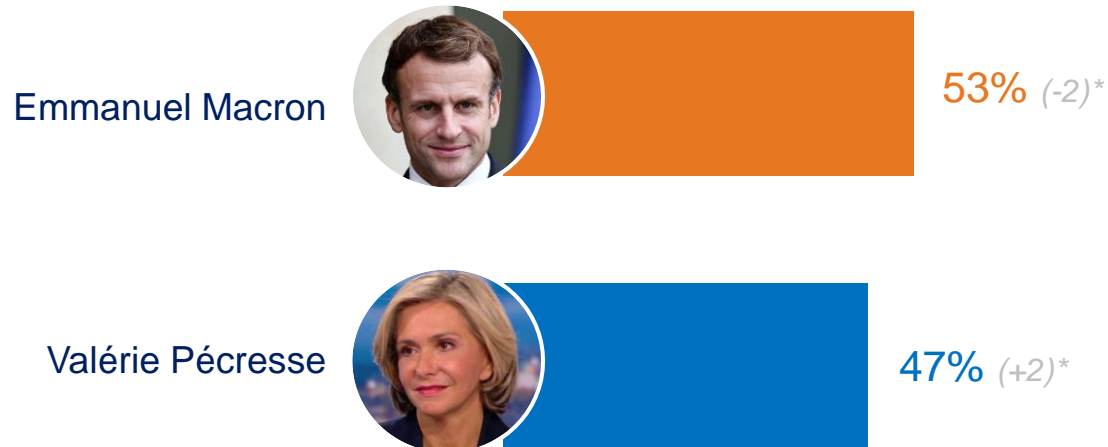


L'INTENTION DE VOTE AU SECOND TOUR

HYPOTHÈSE : EMMANUEL MACRON / VALÉRIE PÉCRESSE

Question : « Passons maintenant au second tour. Si le 2nd tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, quel est le candidat pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez au second tour ? »

(Base : certaines d'aller voter, exprimés)



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 34%

*Enquête réalisée auprès de 1 500 personnes du 5 au 6 janvier 2022 pour France Info – Le Parisien

INTENTION DE VOTE 1 ^{ER} TOUR <i>Hypothèse 1</i>	REPORT DE VOIX			Total
	<i>En %, « certains d'aller voter au 1^{er} tour »</i>			
	E. MACRON	V. PÉCRESSE	NON EXPRIMÉS	
Ensemble	35	31	34	100
Jean-Luc Mélenchon	11	20	69	100
Yannick Jadot	38	28	34	100
Anne Hidalgo	41	10	49	100
Christiane Taubira	54	5	41	100
Emmanuel Macron	99	-	1	100
Valérie Pécresse	2	98	-	100
Marine Le Pen	14	36	50	100
Eric Zemmour	8	36	56	100

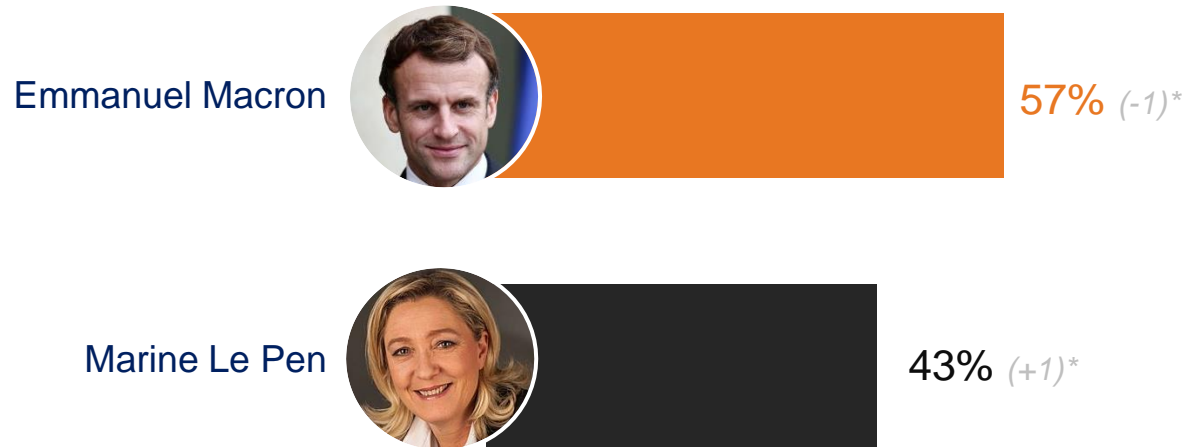
Note de lecture : Parmi les Français certains d'aller voter qui comptent voter pour J-L. Mélenchon au 1^{er} tour à l'élection Présidentielle de 2022, 69% n'ont pas exprimé d'intention de vote pour le 2nd tour dans la cas où E. Macron et V. Pécresse se qualifieraient.

L'INTENTION DE VOTE AU SECOND TOUR

HYPOTHÈSE : EMMANUEL MACRON / MARINE LE PEN

Question : « Passons maintenant au second tour. Si le 2nd tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, quel est le candidat pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez au second tour ? »

(Base : certains d'aller voter, exprimés)



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 23%

*Enquête réalisée auprès de 1 500 personnes du 5 au 6 janvier 2022 pour France Info – Le Parisien

INTENTION DE VOTE 1 ^{ER} TOUR <i>Hypothèse 1</i>	REPORT DE VOIX			Total
	<i>En %, « certains d'aller voter au 1^{er} tour »</i>			
	E. MACRON	M. LE PEN	NON EXPRIMÉS	
Ensemble	44	33	23	100
Jean-Luc Mélenchon	16	26	58	100
Yannick Jadot	70	6	24	100
Anne Hidalgo	43	3	54	100
Christiane Taubira	60	5	35	100
Emmanuel Macron	99	1	0	100
Valérie Pécresse	44	26	30	100
Marine Le Pen	-	99	1	100
Eric Zemmour	8	76	16	100

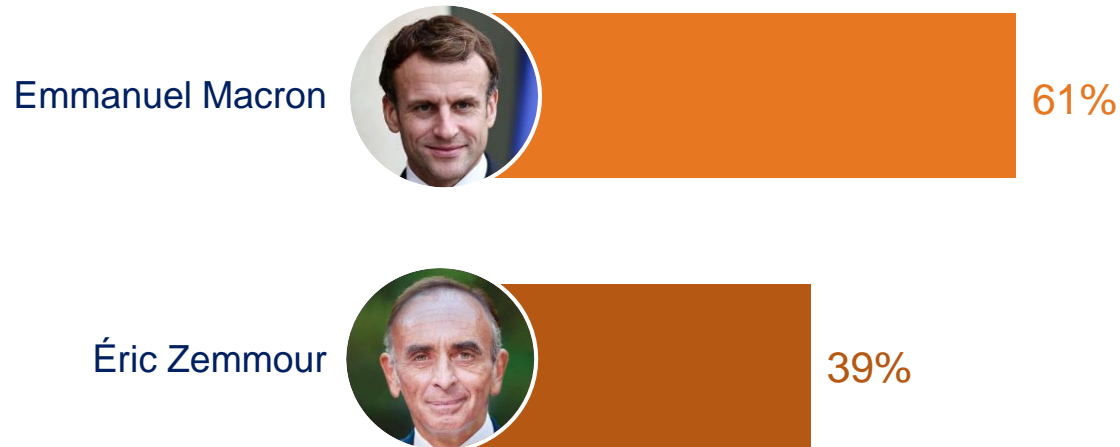
Note de lecture : Parmi les Français certains d'aller voter qui comptent voter pour J-L. Mélenchon au 1^{er} tour à l'élection Présidentielle de 2022, **58%** n'ont pas exprimé d'intention de vote pour le 2nd tour dans la cas où E. Macron et V. Pécresse se qualifieraient.

L'INTENTION DE VOTE AU SECOND TOUR

HYPOTHÈSE : EMMANUEL MACRON / ERIC ZEMMOUR

Question : « Passons maintenant au second tour. Si le 2nd tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, quel est le candidat pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez au second tour ? »

(Base : certaines d'aller voter, exprimés)



INTENTION DE VOTE 1 ^{ER} TOUR <i>Hypothèse 1</i>	REPORT DE VOIX			Total
	<i>En %, « certains d'aller voter au 1^{er} tour »</i>			
	E. MACRON	É. ZEMMOUR	NON EXPRIMÉS	
Ensemble	46	29	25	100
Jean-Luc Mélenchon	16	12	72	100
Yannick Jadot	73	3	24	100
Anne Hidalgo	43	8	49	100
Christiane Taubira	66	-	34	100
Emmanuel Macron	99	1	-	100
Valérie Pécresse	49	25	26	100
Marine Le Pen	10	68	22	100
Eric Zemmour	1	98	1	100

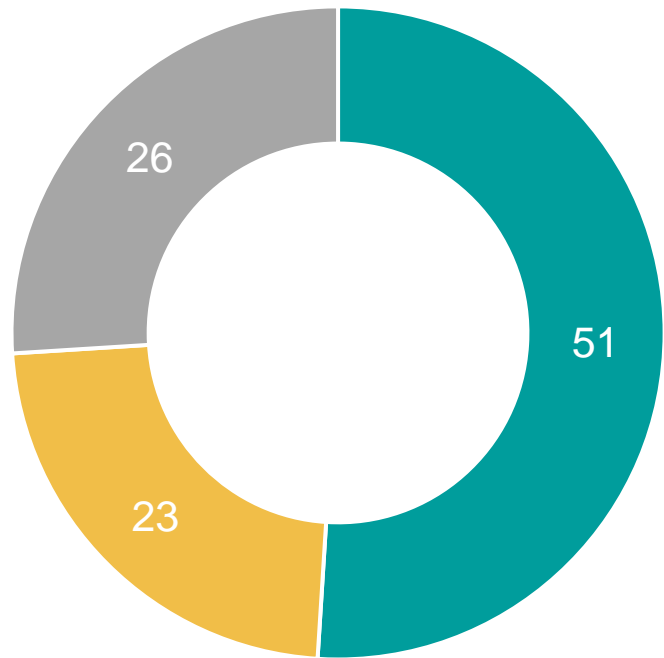
Note de lecture : Parmi les Français certains d'aller voter qui comptent voter pour J-L. Mélenchon au 1^{er} tour à l'élection Présidentielle de 2022, **72%** n'ont pas exprimé d'intention de vote pour le 2nd tour dans la cas où E. Macron et V. Pécresse se qualifieraient.

Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 25%

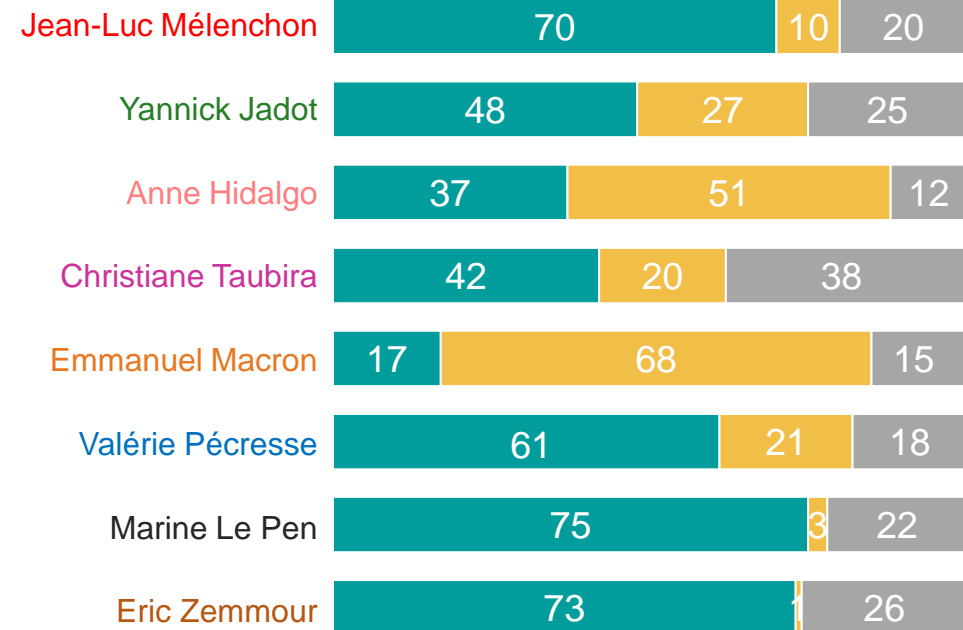
L'OPINION SUR L'ENTRÉE EN CAMPAGNE D'EMMANUEL MACRON

L'OPINION SUR LE MOMENT DE L'ANNONCE DE LA CANDIDATURE D'EMMANUEL MACRON

Question : « A propos de l'annonce de la candidature d'Emmanuel Macron à l'élection présidentielle d'avril prochain, de laquelle des opinions suivantes êtes-vous le plus proche ? » (base: Ensemble de l'échantillon)



SELON L'INTENTION DE VOTE AU 1^{er} TOUR



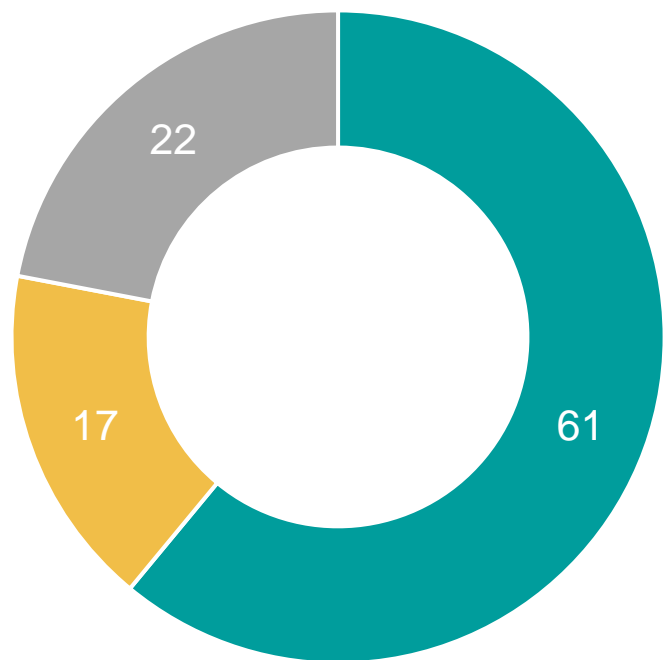
SA CANDIDATURE NE FAIT AUCUN DOUTE ET PAR SOUCI D'ÉQUITÉ VIS-À-VIS DES AUTRES CANDIDATS, IL DOIT DONC L'ANNONCER DÈS MAINTENANT

MÊME SI SA CANDIDATURE NE FAIT AUCUN DOUTE, LA SITUATION ACTUELLE (INTERNATIONALE, SANITAIRE...) FAIT QU'IL DOIT RESTER PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE LE PLUS LONGTEMPS POSSIBLE

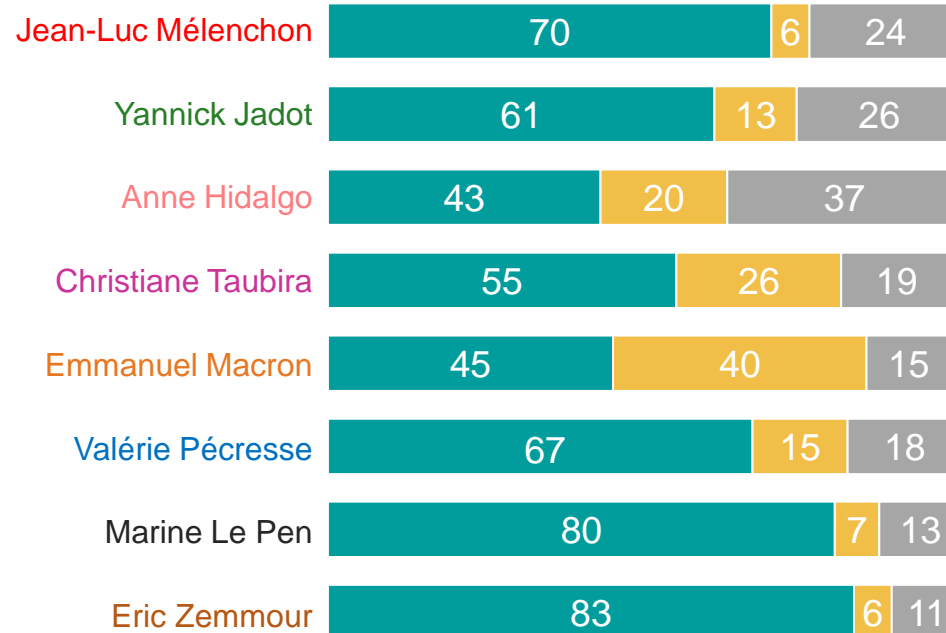
ÇA N'A PAS VRAIMENT D'IMPORTANCE

L'OPINION SUR LA PARTICIPATION D'EMMANUEL MACRON À UN DÉBAT TÉLÉVISÉ AVANT LE PREMIER TOUR

Question : « Certains évoquent la participation d'Emmanuel Macron à un débat télévisé entre les candidats à l'élection présidentielle avant le premier tour. A ce propos, de laquelle des opinions suivantes êtes-vous le plus proche ? » (base: Ensemble de l'échantillon)



SELON L'INTENTION DE VOTE AU 1^{er} TOUR



IL DOIT PARTICIPER À CE DÉBAT, CAR PENDANT LA CAMPAGNE ÉLECTORALE IL SERA UN CANDIDAT PARI MI D'AUTRES

IL NE DOIT PAS PARTICIPER À CE DÉBAT CAR MÊME S'IL EST CANDIDAT, CE N'EST PAS LA PLACE D'UN PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE

ÇA N'A PAS VRAIMENT D'IMPORTANCE

ANNEXES



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), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket 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.