

SONDAGE D'INTENTIONS DE VOTE POUR LES ÉLECTIONS RÉGIONALES EN HAUTS-DE-FRANCE

EMBARGO JUSQU'À MERCREDI 2 JUIN, 5H00

france•tv

radiofrance

VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier

brice.teinturier@ipsos.com

Jean-François Doridot

jean-francois.doridot@ipsos.com

Mathieu Gallard

mathieu.gallard@ipsos.com

sopra  steria
GAME CHANGERS



FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

1 000 personnes inscrites sur les listes électorales d'Hauts-de-France, constituant un échantillon représentatif des habitants d'Hauts-de-France âgés de 18 ans et plus.



DATE DE TERRAIN

Du 27 au 29 mai 2021.



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, département.

Enquête réalisée pour **france•tv radiofrance**



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 Jean-François Doridot, Directeur 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 de 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%
100	2,7	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	9,0	9,3	9,6	9,8	9,8
250	1,7	2,7	3,7	4,4	5,0	5,4	5,7	5,9	6,1	6,2	6,2
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
450*	1,3	2,0	2,8	3,3	3,7	4,0	4,2	4,4	4,5	4,6	4,6
500	1,2	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	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
1 000**	0,9	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1

Note de lecture : pour un échantillon de 450 personnes (intention de vote), si le score mesuré est de 20%, il y a 95% de chances que la valeur réelle se situe aujourd'hui entre 16,3% et 23,7% (plus ou moins 3,6 points).

* Base intentions de vote régionales (n=454 à 462)

**Base ensemble (questions d'opinion)

LE CLIMAT POLITIQUE EN HAUTS-DE-FRANCE

1

LES PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS DES HABITANTS DES HAUTS-DE-FRANCE

Question : « Parmi les questions suivantes, quelles sont les trois qui vous semblent les plus préoccupantes aujourd'hui en Hauts-de-France ? » (Base : ensemble de l'échantillon)

RAPPELS ENQUÊTE ÉLECTORALE
DU 29 AVRIL AU 3 MAI 2021**



Total supérieur à 100, trois réponses possibles

5 ©Ipsos – Enquête électorale – France télévision / Radio France - Sopra Steria – Mai / Juin 2021

sopra  steria



** Enquête Ipsos – Sopra Steria pour France TV et Radio France, conduite auprès de 1000 personnes inscrites sur les listes électorales des Hauts-de-France

LES PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS DES HABITANTS DES HAUTS-DE-FRANCE - DÉTAILS

Question : « Parmi les questions suivantes, quelles sont les trois qui vous semblent les plus préoccupantes aujourd'hui en Hauts-de-France ? » (Base : ensemble de l'échantillon)

EN %	ENSEMBLE	SELON L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR...			
		La liste conduite par Karima Delli	La liste conduite par Laurent Pietraszewski	La liste conduite par Xavier Bertrand	La liste conduite par Sébastien Chenu
La délinquance	41	23	37	47	57
Le chômage	39	45	31	40	34
L'immigration	32	7	22	36	60
L'épidémie de la Covid-19	29	35	34	32	17
Le pouvoir d'achat	26	23	20	28	24
Les inégalités sociales	22	40	18	18	12
Le niveau des impôts et des taxes	18	18	15	18	21
L'environnement	16	30	41	10	9
Le système de santé	16	19	15	17	15
Les logements	12	14	10	9	9
Le terrorisme	11	3	8	12	19
Le système scolaire	9	11	12	6	10
Le développement économique et le soutien aux entreprises	8	6	17	10	2
Les transports	5	9	4	5	3
L'accès aux loisirs et à la culture	4	8	8	3	2
Les conditions de circulation	3	4	4	4	1

LES DEUX DOMAINES DE COMPÉTENCES PRIORITAIRES SELON LES HABITANTS DES HAUTS-DE-FRANCE

Question : « Parmi les domaines de compétences suivants dont s'occupent les régions, quelles devraient être les deux priorités de votre Conseil régional dans les années à venir ? » (Base : ensemble de l'échantillon)



Total supérieur à 100, deux réponses possibles

LES DEUX DOMAINES DE COMPÉTENCES PRIORITAIRES SELON LES HABITANTS DES HAUTS-DE-FRANCE - DÉTAILS

Question : « Parmi les domaines de compétences suivants dont s'occupent les régions, quelles devraient être les deux priorités de votre Conseil régional dans les années à venir ? » (Base : ensemble de l'échantillon)

EN %	ENSEMBLE	SELON L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR...			
		La liste conduite par Karima Delli	La liste conduite par Laurent Pietraszewski	La liste conduite par Xavier Bertrand	La liste conduite par Sébastien Chenu
La modernisation du secteur économique : création d'entreprises innovantes et d'emplois sur le territoire de ma région	39	41	36	46	37
L'aménagement du territoire pour faciliter la vie en zone rurale (accès internet, transports)	32	32	32	30	29
Le développement de l'offre de soins près de chez moi	29	27	23	30	31
Une offre de formation renforcée, tournée vers les futurs métiers, avec de nouvelles filières pour les lycées ou la formation professionnelle	29	28	44	32	25
Une offre de transports gratuite pour me déplacer au sein de ma région	25	28	29	23	23
Une offre culturelle plus riche près de chez moi, de nouveaux lieux culturels pour me divertir	12	20	7	12	8
Une politique identitaire régionale, basée sur les langues et spécificités de ma région	9	3	7	5	22
Une politique permettant d'attirer les touristes en plus grand nombre pour dynamiser la région	8	9	12	10	7

Total supérieur à 100, deux réponses possibles

NOTORIÉTÉ ET POPULARITÉ DES CANDIDATS AUX ÉLECTIONS RÉGIONALES EN HAUTS-DE-FRANCE

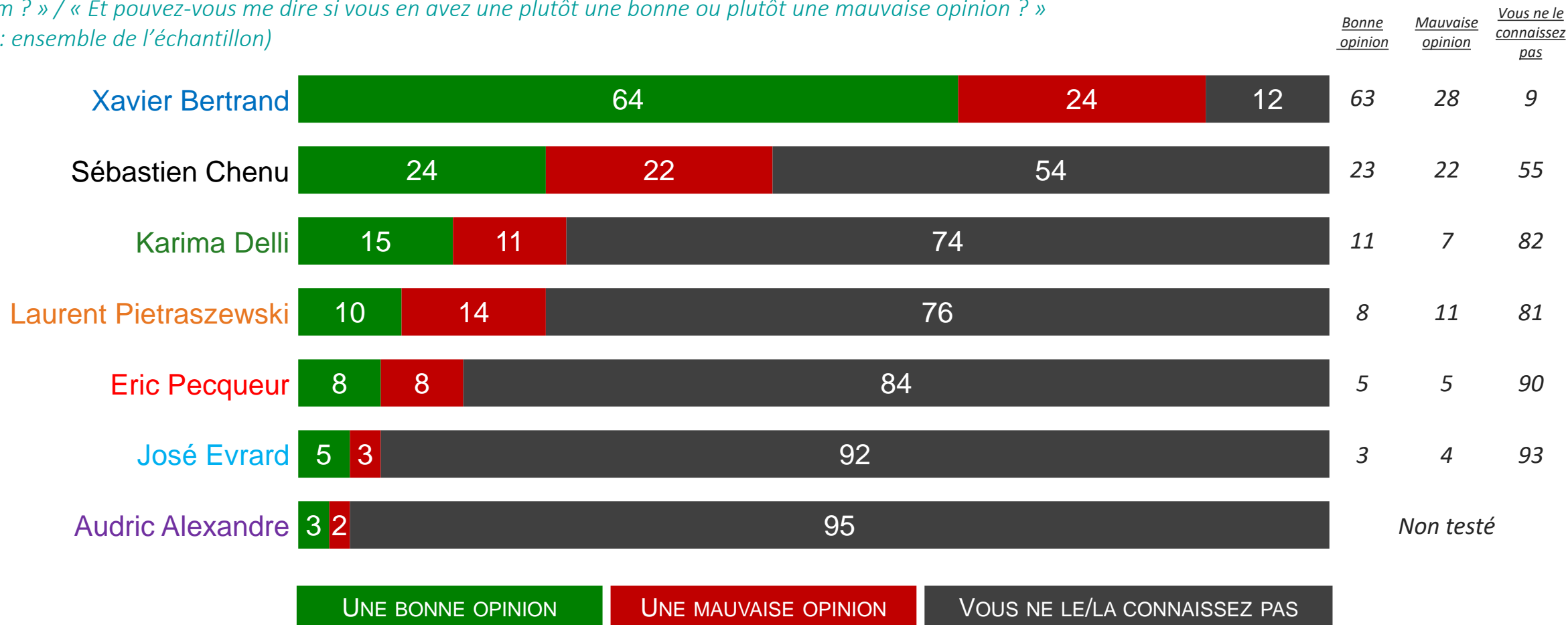
2

L'OPINION À L'ÉGARD DES CANDIDATS À L'ÉLECTION RÉGIONALE DANS LES HAUTS-DE-FRANCE

Question : « Pour chacune des personnalités suivantes, pouvez-vous me dire si vous la connaissez, ne serait-ce que de nom ? » / « Et pouvez-vous me dire si vous en avez une plutôt une bonne ou plutôt une mauvaise opinion ? »

(Base : ensemble de l'échantillon)

RAPPELS ENQUÊTE ÉLECTORALE
DU 29 AVRIL AU 3 MAI 2021**



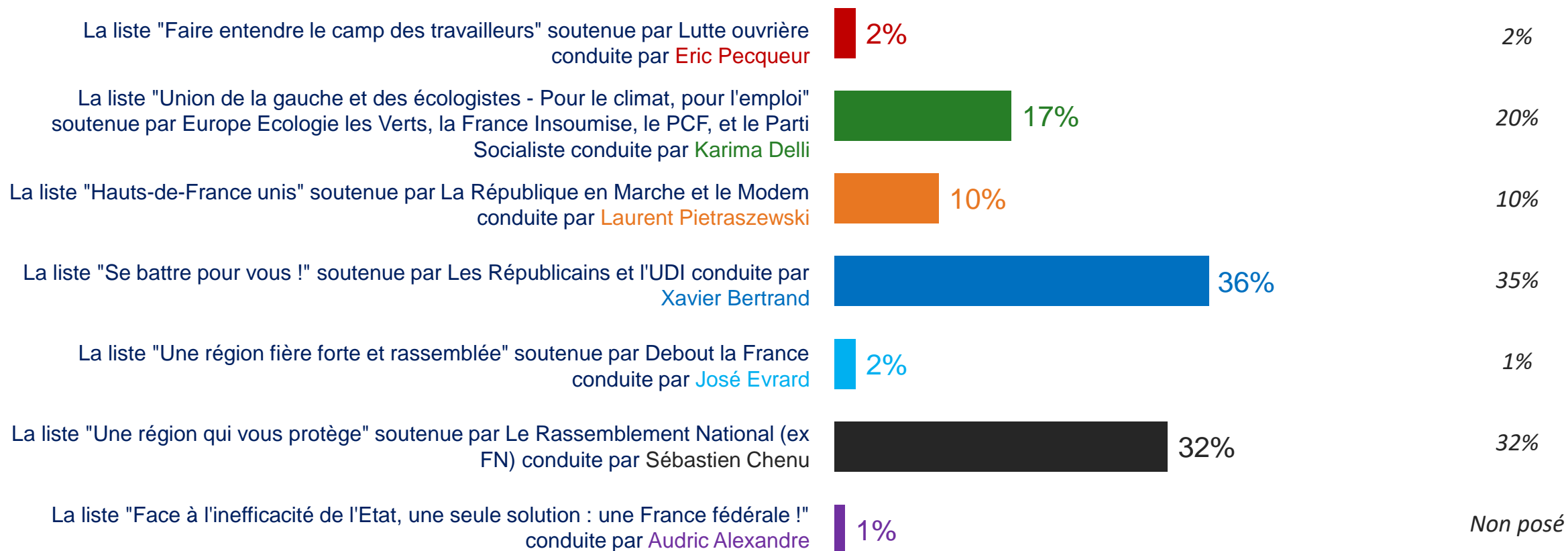
LE RAPPORT DE FORCE ÉLECTORAL EN HAUTS-DE-FRANCE

3

LES INTENTIONS DE VOTE POUR LE PREMIER TOUR DES ÉLECTIONS RÉGIONALES EN HAUTS-DE-FRANCE

Question : « Les prochaines élections régionales en Hauts-de-France auront lieu les 20 et 27 juin prochains. Si le 1er tour des élections régionales avait lieu dimanche prochain et si vous aviez le choix entre les listes suivantes, quelle est celle pour laquelle il y aurait le plus de chances que vous votiez au 1er tour ? » (Base : exprimés, certains d'aller voter)

RAPPELS ENQUÊTE ÉLECTORALE
DU 29 AVRIL AU 3 MAI 2021**



LES TRANSFERTS DE VOIX ENTRE LE 1^{ER} TOUR DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE ET LE 1^{ER} TOUR DES ÉLECTIONS RÉGIONALES

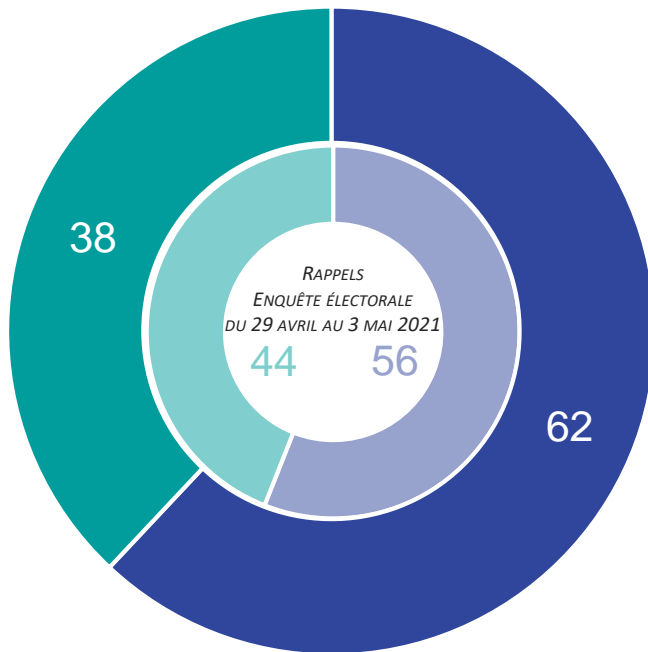
<p>VOTE 1^{ER} TOUR 2021 ►</p> <p>▼ VOTE 1^{ER} TOUR 2017</p>	<p>La liste conduite par Karima Delli</p>	<p>La liste conduite par Laurent Pietraszewski</p>	<p>La liste conduite par Xavier Bertrand</p>	<p>La liste conduite par Sébastien Chenu</p>	<p>Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote</p>
Jean-Luc Mélenchon	46	3	19	13	10
Emmanuel Macron	8	35	34	7	10
François Fillon	-	10	82	8	-
Marine Le Pen	1	-	13	76	9

Note de lecture : 46% des électeurs de J.-L. Mélenchon au 1^{er} tour de l'élection présidentielle de 2017 voteraient pour la liste conduite par Karima Delli au 1^{er} tour des élections régionales

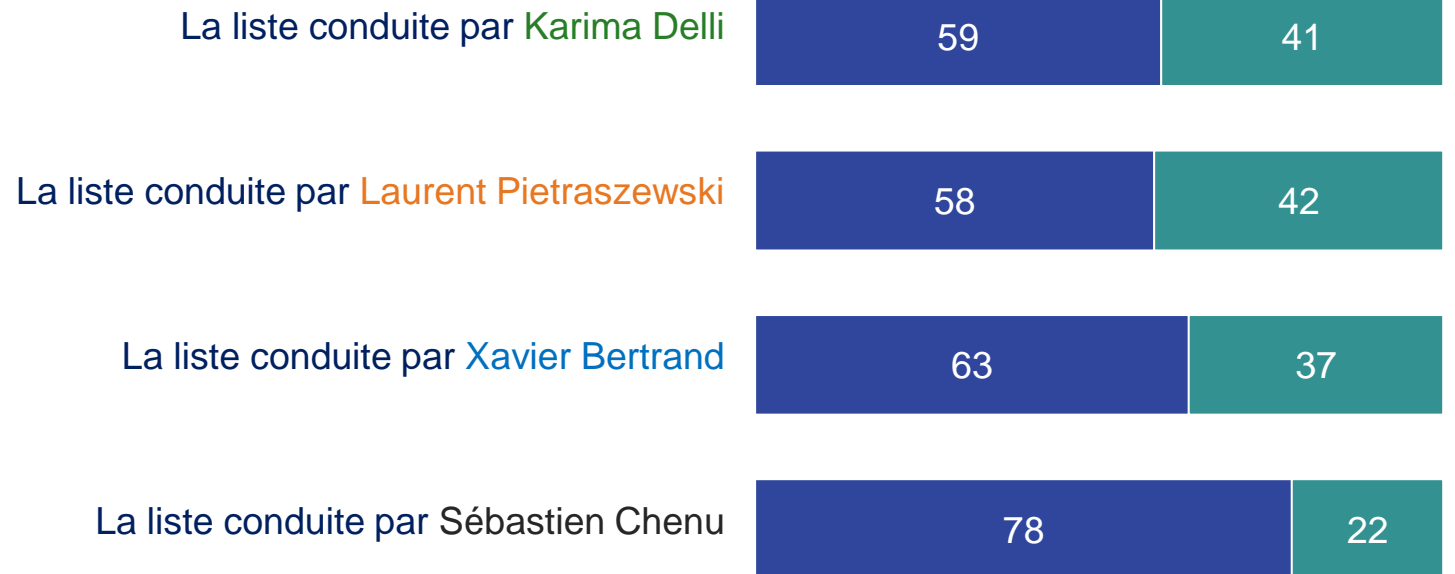
LA CERTITUDE DU CHOIX AU PREMIER TOUR

Question : « Votre choix de vote est-il définitif ou peut-il encore changer ? »

(Base : inscrits, certains d'aller voter)



SELON L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR



IL EST DÉFINITIF

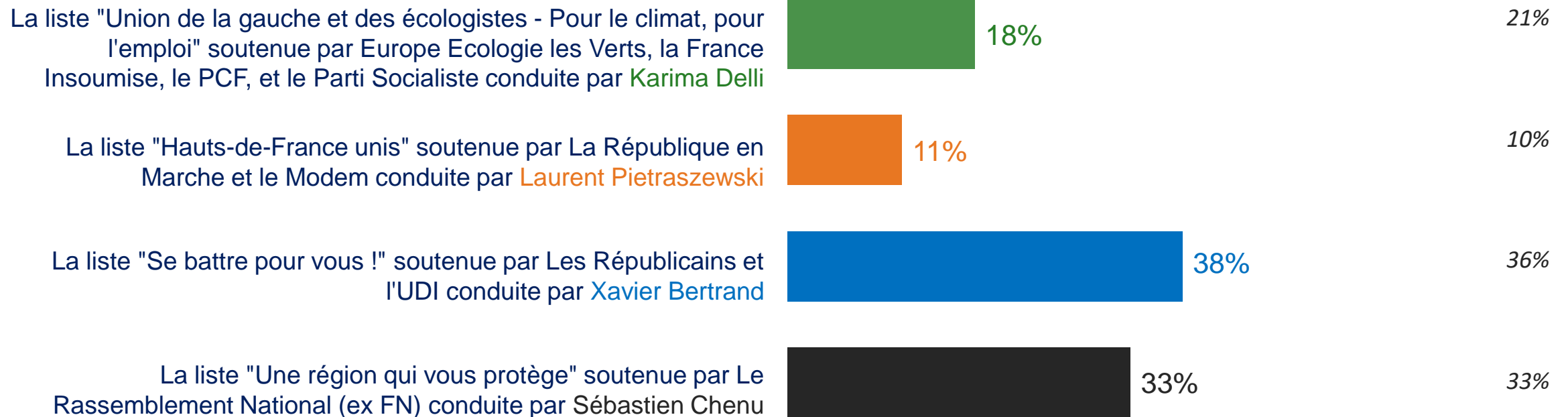
IL PEUT ENCORE CHANGER

LES INTENTIONS DE VOTE POUR LE SECOND TOUR DES ÉLECTIONS RÉGIONALES EN HAUTS-DE-FRANCE - (HYPOTHÈSE 1/2)

Question : « Les prochaines élections régionales en Hauts-de-France auront lieu les 20 et 27 juin prochains. Si le 2nd tour des élections régionales avait lieu dimanche prochain et si vous aviez le choix entre les listes suivantes, quelle est celle pour laquelle il y aurait le plus de chances que vous votiez au 2nd tour ? »
(Base : exprimés, certains d'aller voter)

HYPOTHÈSE QUADRANGULAIRE

RAPPELS ENQUÊTE ÉLECTORALE
DU 29 AVRIL AU 3 MAI 2021



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 12%

LES TRANSFERTS DE VOIX ENTRE LE PREMIER TOUR ET LE SECOND TOUR

(HYPOTHÈSE QUADRANGULAIRE)

VOTE 2nd TOUR ► ▼ VOTE 1^{ER} TOUR	La liste conduite par Karima Delli	La liste conduite par Laurent Pietraszewski	La liste conduite par Xavier Bertrand	La liste conduite par Sébastien Chenu	Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote
La liste conduite par Karima Delli	85	2	6	2	5
La liste conduite par Laurent Pietraszewski	-	86	6	-	8
La liste conduite par Xavier Bertrand	1	2	94	2	1
La liste conduite par Sébastien Chenu	1	1	2	96	-

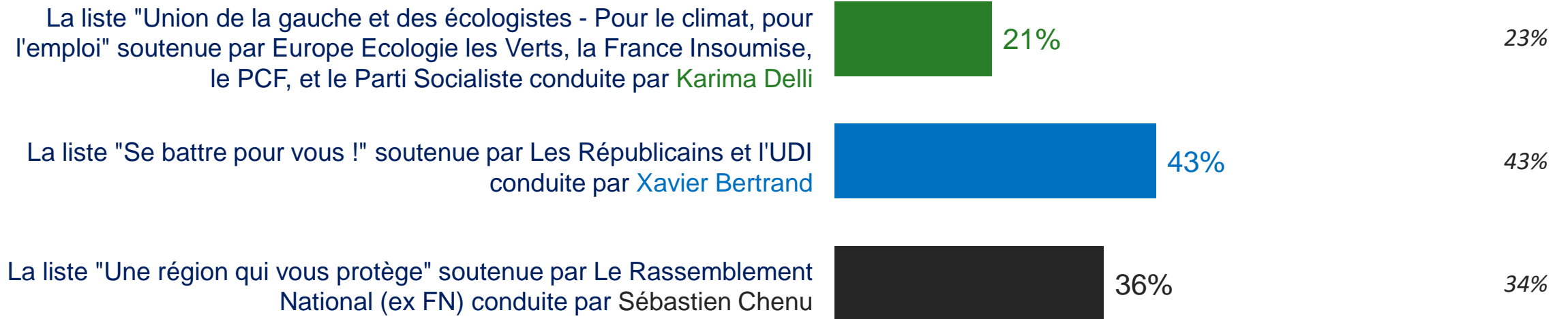
Note de lecture : 85% des électeurs de la liste conduite par Karima Delli au premier tour voteraient pour la liste conduite par Karima Delli au second tour

LES INTENTIONS DE VOTE POUR LE SECOND TOUR DES ÉLECTIONS RÉGIONALES EN HAUTS-DE-FRANCE - (HYPOTHÈSE 2/2)

Question : « Si vous aviez le choix entre les candidats suivants au 2nd tour ? »
(Base : exprimés, certains d'aller voter)

HYPOTHÈSE TRIANGULAIRE

RAPPELS ENQUÊTE ÉLECTORALE
DU 29 AVRIL AU 3 MAI 2021



LES TRANSFERTS DE VOIX ENTRE LE PREMIER TOUR ET LE SECOND TOUR (HYPOTHÈSE TRIANGULAIRE)

VOTE 2nd TOUR ► ▼ VOTE 1^{ER} TOUR	La liste conduite par Karima Delli	La liste conduite par Xavier Bertrand	La liste conduite par Sébastien Chenu	Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote
La liste conduite par Karima Delli	93	1	2	4
La liste conduite par Laurent Pietraszewski	16	63	10	11
La liste conduite par Xavier Bertrand	3	92	5	-
La liste conduite par Sébastien Chenu	-	1	94	5

Note de lecture : 93% des électeurs de la liste conduite par Karima Delli au premier tour voteraient pour la liste conduite par Karima Delli au second tour

RAPPEL DES RÉSULTATS DES ÉLECTIONS RÉGIONALES DE 2015

4

RAPPEL DES RÉSULTATS DES ÉLECTIONS RÉGIONALES DE 2015 EN HAUTS-DE-FRANCE

TOUR 1

La liste Lutte Ouvrière conduite par Eric Pecqueur	1,8%
La liste du Parti Communiste conduite par Fabien Roussel	5,3%
La liste du Parti Socialiste, Parti Radical de Gauche et MRC conduite par Pierre de Saintignon	18,1%
La liste d'Europe Ecologie Les Verts, Parti de Gauche et Nouvelle Donne conduite par Sandrine Rousseau	4,8%
La liste Les Républicains, UDI, MoDem et CPNT conduite par Xavier Bertrand	25,0%
La liste « Nous Citoyens » conduite par Sylvain Blondel	1,4%
La liste Debout la France conduite par Jean-Philippe Tanguy	2,4%
La liste Union Populaire Républicaine conduite par Eric Mascaro	0,6%
La liste Front national conduite par Marine Le Pen	40,6%

Abstention : 45,2%

TOUR 2

La liste Les Républicains, UDI, MoDem et CPNT conduite par Xavier Bertrand	57,8%
La liste Front national conduite par Marine Le Pen	42,2%
Abstention : 38,8%	

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.