

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

DÉCEMBRE 2021

## VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier

[brice.teinturier@ipsos.com](mailto:brice.teinturier@ipsos.com)

Jean-François Doridot

[jean-francois.doridot@ipsos.com](mailto:jean-francois.doridot@ipsos.com)

Mathieu Gallard

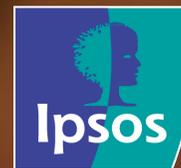
[mathieu.gallard@ipsos.com](mailto:mathieu.gallard@ipsos.com)

Le Parisien

franceinfo

Aujourd'hui  
en  
France

sopra  steria  
GAME CHANGERS

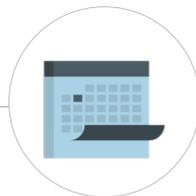


# FICHE TECHNIQUE



## ÉCHANTILLON

1 500 personnes inscrites sur les listes électorales, représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus.



## DATE DE TERRAIN

Du 6 au 8 décembre 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, région.

Enquête réalisée pour **franceinfo** : **Le Parisien** **Aujourd'hui en 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 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
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 700 personnes (intentions de vote), si le score mesuré est de 20%, il y a 95% de chances que la valeur réelle se situe aujourd'hui entre 17 et 23 (plus ou moins 3 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 = 746 répondants)

\*\* Base ensemble (questions d'opinion n = 1 500)

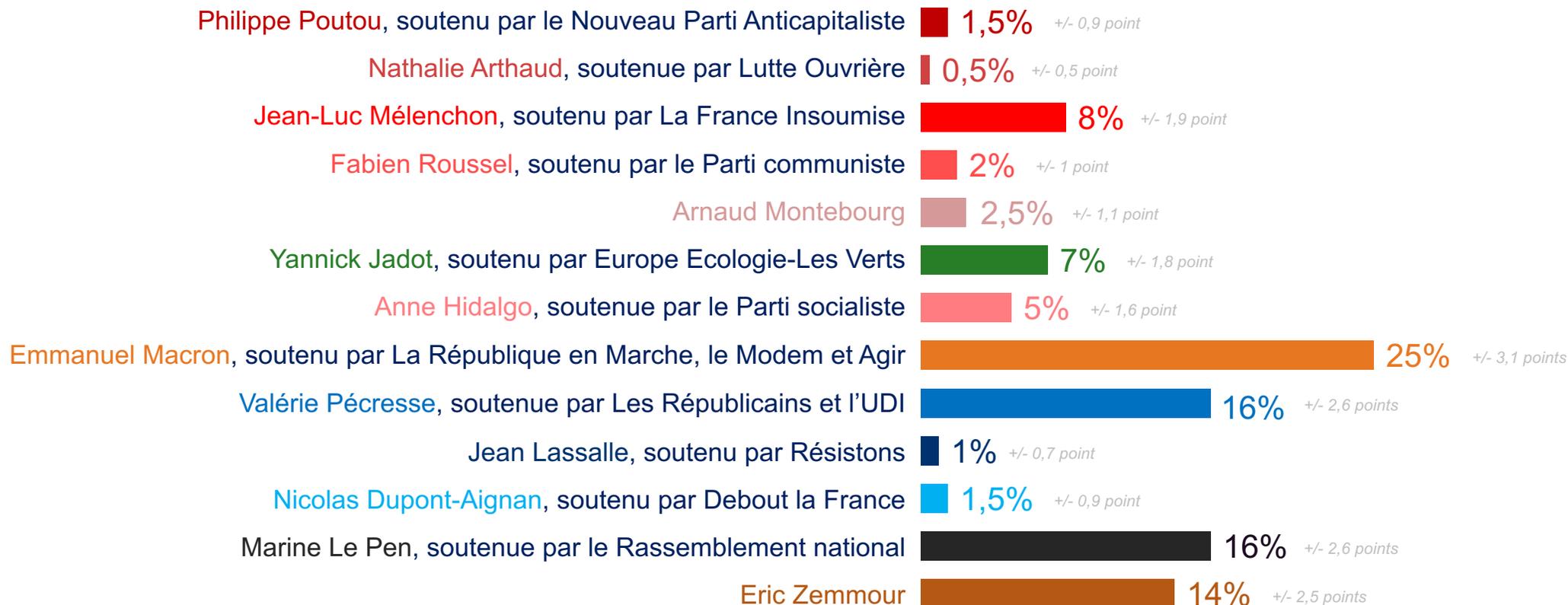
# LES INTENTIONS DE VOTE POUR L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

# 1

# 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 ? »

(Base : certains d'aller voter)



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 6%

Rappels 29-30 septembre 2021*
1%
1%
9%
1,5%
1,5%
9%
5,5%
25%
12%
1%
1,5%
17%
15%

\*Enquête réalisée les 29 et 30 septembre 2021 pour France Info et Le Parisien-Aujourd'hui en France auprès d'un échantillon représentatif de 1 500 personnes âgées de 18 ans et plus et inscrites sur les listes électorales.

# LES TRANSFERTS DE VOTE DEPUIS 2017

VOTE 1 <sup>ER</sup> TOUR 2022 ▶	Jean-Luc Mélenchon	Arnaud Montebourg	Yannick Jadot	Anne Hidalgo	Emmanuel Macron	Valérie Pécresse	Marine Le Pen	Eric Zemmour
▼ VOTE 1 <sup>ER</sup> TOUR 2017								
Jean-Luc Mélenchon	41%	9%	15%	6%	8%	1%	5%	6%
Benoît Hamon	8%	14%	18%	37%	9%	-	-	-
Emmanuel Macron	1%	1%	5%	5%	74%	8%	2%	3%
François Fillon	1%	-	1%	2%	27%	49%	3%	16%
Marine Le Pen	-	-	-	-	1%	3%	65%	28%

**Note de lecture :** 41% des électeurs de J.-L. Mélenchon au 1<sup>er</sup> tour de l'élection présidentielle de 2017 voteraient pour J.-L. Mélenchon au 1<sup>er</sup> tour de l'élection présidentielle de 2022

# LA CANDIDATURE DE VALÉRIE PÉCRESSE

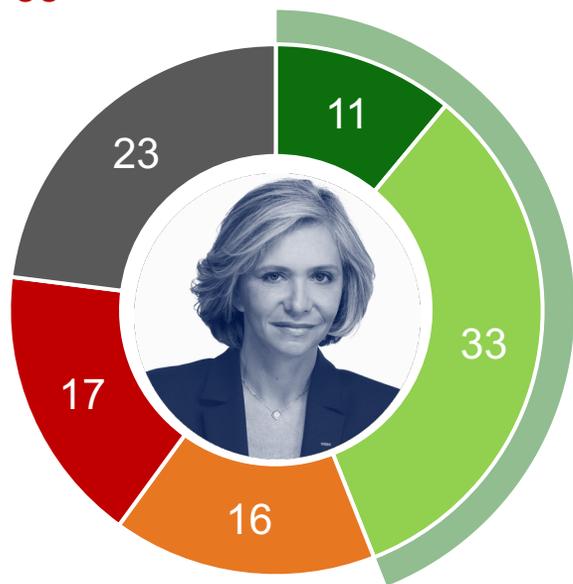
# 2

# L'OPINION SUR LA CANDIDATURE DE VALÉRIE PÉCRESSE

Question : « Lors du Congrès des Républicains qui s'est tenu du 1er au 4 décembre dernier, c'est finalement Valérie Pécresse que les militants ont désigné comme candidate du parti pour l'élection présidentielle de l'an prochain. Vous personnellement, jugez-vous que Valérie Pécresse est une bonne candidate pour représenter Les Républicains durant cette campagne ? »

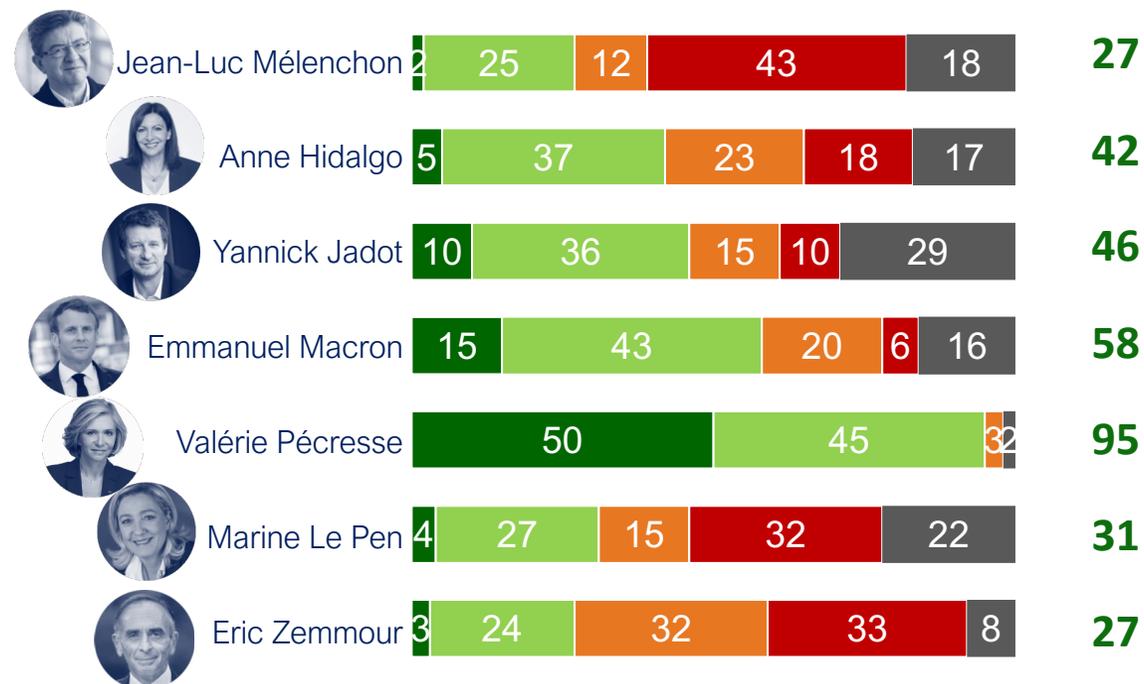
(Base : ensemble de l'échantillon)

**% « MAUVAISE CANDIDATE » :** 33  
**% « BONNE CANDIDATE » :** 44



## SELON LE VOTE AU PREMIER TOUR

**% « BONNE CANDIDATE »**



UNE TRÈS BONNE CANDIDATE

UNE ASSEZ BONNE CANDIDATE

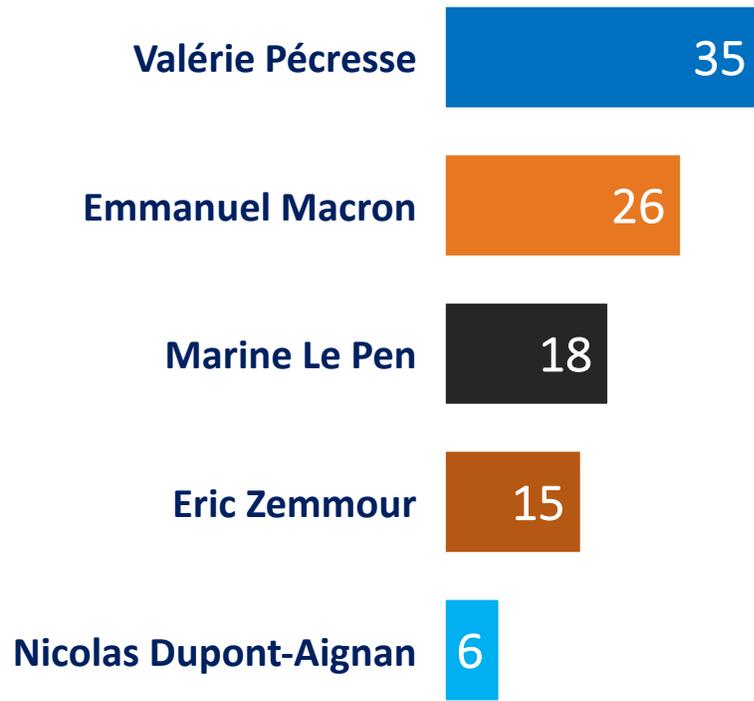
UNE ASSEZ MAUVAISE CANDIDATE

UNE TRÈS MAUVAISE CANDIDATE

VOUS NE SAVEZ PAS VRAIMENT

# LE CANDIDAT QUI REPRÉSENTE LE MIEUX LA DROITE

Question : « Et selon vous, parmi les candidats suivants à l'élection présidentielle, lequel représente le mieux les idées de droite ? »  
 (Base : ensemble de l'échantillon)



SELON LE VOTE AU PREMIER TOUR						
 Jean-Luc Mélenchon	 Anne Hidalgo	 Yannick Jadot	 Emmanuel Macron	 Valérie Pécresse	 Marine Le Pen	 Eric Zemmour
25	36	48	54	89	10	7
40	44	38	40	1	7	4
21	10	10	2	3	75	7
8	8	1	1	5	7	80
6	2	3	2	2	1	2

# 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](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://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](http://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\*** »