

2022

2ND TOUR DES ÉLECTIONS LÉGISLATIVES

REPORTS DE VOIX
ET PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier
brice.teinturier@ipsos.com

Jean-François Doridot
jean-francois.doridot@ipsos.com

france•tv  radiofrance

LCP
ASSEMBLÉE NATIONALE

 
 France
• médias •
المونت العالم

GAME CHANGERS

 ipsos

sopra  steria
A European Tech Leader

FICHE TECHNIQUE

Enquête réalisée pour

france•tv 

ÉCHANTILLON

4004 personnes inscrites sur les listes électorales, constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

DATE DE TERRAIN

Du 15 au 18 juin 2022



La notice de cette enquête est consultable à la commission des sondages

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.



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 Général (Ipsos Public Affairs).

2

2022
ÉLECTIONS
LÉGISLATIVES

GAME CHANGERS



sopra 
A European Tech Leader

LES REPORTS DE VOIX ENTRE LES DEUX-TOURS

1

3

2022
ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

GAME CHANGERS



sopra **S**steria
A European Tech Leader

LES REPORTS DE VOIX ENTRE LES DEUX TOURS DANS LES DUELS OPPOSANT LA NUPES À ENSEMBLE! (271 CIRCONSCRIPTIONS)

VOTE 1ER TOUR ▼		VOTE 2 ND TOUR ►				
		NUPES	ENSEMBLE!	Non exprimés	% TOTAL	
	NUPES	99	0	1	100	
	Divers Gauche (hors NUPES)	55	40	5	100	
	ENSEMBLE!	0	99	1	100	
	LR-UDI-DVD	5	60	35	100	
	Rassemblement national	30	18	52	100	
	Reconquête!	5	40	55	100	



Les reports de voix tiennent compte à la fois des résultats du sondage et des éléments issus de l'analyse des transferts de voix dans les 700 bureaux de vote ayant servi à l'estimation des résultats 2ND tour.

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES

2

5

2022
ÉLECTIONS
LÉGISLATIVES

GAME CHANGERS



sopra **S**steria
A European Tech Leader

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE SEXE & L'ÂGE



VOTANTS ABSTENTIONNISTES % TOTAL

Ensemble		46	54	100
Sexe				
	Homme	46	54	100
	Femme	46	54	100
Âge				
	18-24 ans	29	71	100
	25-34 ans	34	66	100
	35-49 ans	38	62	100
	50-59 ans	43	57	100
	60-69 ans	58	42	100
	70 ans et plus	66	34	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LA PROFESSION DE L'INTERVIEWÉ.E



VOTANTS

ABSTENTIONNISTES

%
TOTAL

	46	54	100
Ensemble			
Cadre	46	54	100
Profession intermédiaire	41	59	100
Employé	36	64	100
Ouvrier	33	67	100
Retraité	65	35	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE STATUT DE L'INTERVIEWÉ.E

	 VOTANTS	 ABSTENTIONNISTES	% TOTAL
Ensemble	46	54	100
Salarié	38	62	100
<i>dont... salarié du privé</i>	37	63	100
<i>dont... salarié du public</i>	41	59	100
À son compte	39	61	100
Au chômage	32	68	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE DERNIER DIPLÔME OBTENU



	VOTANTS	ABSTENTIONNISTES	% TOTAL
Ensemble	46	54	100
Inférieur au bac	46	54	100
Baccalauréat	42	58	100
Bac +2	46	54	100
Bac +3 et plus	49	51	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE NIVEAU DE REVENUS MENSUELS NETS DU FOYER



VOTANTS ABSTENTIONNISTES %
TOTAL

	46	54	100
Ensemble			
Moins de 1 250 €	36	64	100
De 1 250 à 2 000 €	43	57	100
De 2 000 à 3 000 €	47	53	100
Plus de 3000 €	51	49	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE VOTE AU 1ER TOUR DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE 2022



	VOTANTS	ABSTENTIONNISTES	% TOTAL
Ensemble	46	54	100
Jean-Luc Mélenchon 	47	53	100
Yannick Jadot 	53	47	100
Emmanuel Macron 	62	38	100
Valérie Pécresse 	64	36	100
Marine Le Pen 	48	52	100
Eric Zemmour 	49	51	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LA SYMPATHIE PARTISANE

			
	VOTANTS	ABSTENTIONNISTES	% TOTAL
Ensemble	46	54	100
La France Insoumise 	44	56	100
Parti socialiste 	57	43	100
Europe écologie les verts 	48	52	100
La République en Marche - Modem 	63	37	100
Les Républicains – UDI 	60	40	100
Rassemblement National 	50	50	100
Reconquête ! 	44	56	100
Aucun parti	31	69	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON L'AUTOPOSITIONNEMENT POLITIQUE



	VOTANTS	ABSTENTIONNISTES	% TOTAL
Ensemble	46	54	100
Très à gauche	41	59	100
A gauche	53	47	100
Plutôt à gauche	44	56	100
S/T Gauche	48	52	100
Au centre	51	49	100
S/T Droite	51	49	100
Plutôt à droite	51	49	100
A droite	53	47	100
Très à droite	50	50	100
Ni à gauche, ni à droite	34	66	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LA RELIGION

	 VOTANTS	 ABSTENTIONNISTES	% TOTAL
Ensemble	46	54	100
Catholique	51	49	100
...dont pratiquant régulier	48	52	100
...dont pratiquant occasionnel	56	44	100
...dont non pratiquant	50	50	100
Autre religion	32	68	100
Sans religion	44	56	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE SA VIE

	 VOTANTS	 ABSTENTIONNISTES	% TOTAL
Ensemble	46	54	100
Très satisfait	65	35	100
Plutôt satisfait	49	51	100
% Satisfait	52	48	100
Plutôt pas satisfait	42	58	100
Pas du tout satisfait	44	56	100
% Pas satisfait	43	57	100
Ni satisfait, ni insatisfait	39	61	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LE MILIEU SOCIAL AUTO-DÉCLARÉ

	 VOTANTS	 ABSTENTIONNISTES	% TOTAL
Ensemble	46	54	100
Défavorisés	35	65	100
Catégories populaires	43	57	100
Classes moyennes inférieures	47	53	100
Classes moyennes supérieures	50	50	100
S/T Milieux aisés ou Privilégiés	46	54	100

PROFIL DES ABSTENTIONNISTES



SELON LA SITUATION FINANCIÈRE

	 VOTANTS	 ABSTENTIONNISTES	% TOTAL
Ensemble	46	54	100
Arrive à mettre beaucoup d'argent de côté	37	63	100
Arrive à mettre un peu d'argent de côté	49	51	100
Boucle juste son budget	45	55	100
S/T Vit sur ses économies ou grâce à un ou plusieurs crédits	43	57	100

ANNEXES

18

2022
ÉLECTIONS
LÉGISLATIVES

GAME CHANGERS



sopra  steria

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.

