



9 juin 2022

NOTICE TECHNIQUE

Intentions de vote aux élections législatives

ARTICLE 2 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Organisme ayant réalisé le sondage	IPSOS
▪ Commanditaires du sondage	IPSOS
▪ Nombre de personnes interrogées	1881 personnes inscrites sur les listes électorales (<i>dont 928 certaines d'aller voter et exprimant une intention de vote pour le premier tour des élections législatives</i>), constituant un échantillon représentatif de la population Française âgée de 18 ans et plus.
▪ Dates de réalisation des interviews	Du 8 au 9 juin 2022
▪ Date de diffusion prévue	Le 10 juin 2022 – Embargo jusqu'à 11h00
▪ Questionnaire	Présenté intégralement dans le rapport d'étude ci-après

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
500	1,2	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4
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
1900	0,6	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2
2 000	0,6	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2

Note de lecture : pour un échantillon de 900 personnes (*Base intentions de vote législatives premier tour*), si le score mesuré est de 20%, il y a 95% de chances pour que la valeur réelle se situe aujourd'hui entre 17,4% et 22,6% (plus ou moins 2,6 points).

* Base intention de vote pour le premier tour des élections législatives de 2022 : certains d'aller voter ayant exprimé une intention de vote (n = 928)

** Base ensemble (questions d'opinion / n = 1881)

ARTICLE 3 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Objet du sondage	Intentions de vote aux élections législatives
▪ Echantillon interrogé	1881 personnes inscrites sur les listes électorales, constituant un échantillon représentatif de la population Française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas : sexe, âge, profession de la personne interrogée, catégorie d'agglomération et région.
▪ Mode de recueil	On-line, via l'Access Panel d'Ipsos
▪ Taux de non réponse et ordre du questionnaire	Le taux de non réponse (lorsqu'il est supérieur à 0) est présenté pour chaque question dans le rapport ci-après. Ordre de passation du questionnaire identique à l'ordre utilisé pour le rapport.
▪ Gratification des personnes interrogées	Chaque répondant a obtenu des points cumulables pour une valeur inférieure à 1 euro.
▪ Critères de redressement	Le redressement a été effectué à partir de la structure sociodémographique de la population Française de 18 ans et plus (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle de la personne interrogée, catégorie d'agglomération et région) et du souvenir de vote au 1 ^{er} tour de l'élection présidentielle de 2022.

INTENTIONS DE VOTE AUX ÉLECTIONS LÉGISLATIVES DE 2022

EMBARGO

Vendredi 10 juin à 11h

VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

Brice **TEINTURIER**
brice.teinturier@ipsos.com

Jean-François **DORIDOT**
jean-francois.doridot@ipsos.com

GAME CHANGERS



sopra  steria

A European Tech Leader

FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

1 881 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, inscrite sur les listes électorales, âgée de 18 ans et plus.



DATE DE TERRAIN

Du **8 au 9 juin 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.



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 d'Ipsos Public Affairs en France.*

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
500	1,2	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4
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
1900	0,6	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2
2 000	0,6	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2

Note de lecture : pour un échantillon de 900 personnes (*Base intentions de vote législatives premier tour*), si le score mesuré est de 20%, il y a 95% de chances pour que la valeur réelle se situe aujourd'hui entre 17,4% et 22,6% (plus ou moins 2,6 points).

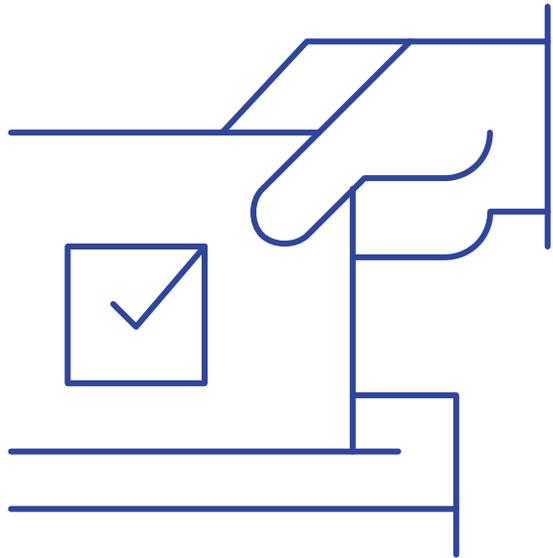
* Base intention de vote pour le premier tour des élections législatives de 2022 : certains d'aller voter ayant exprimé une intention de vote (n = 928)

** Base ensemble (questions d'opinion / n = 1881)

INTENTIONS DE VOTE ET PROJECTION EN SIÈGES

L'INTENTION D'ALLER VOTER AU PREMIER TOUR

Question : « Dimanche 12 juin aura lieu le premier tour des élections législatives. Pouvez-vous donner une note de 0 à 10 sur votre intention d'aller voter ? 0 signifiant que vous êtes vraiment tout à fait certain de ne pas aller voter et 10 que vous êtes vraiment tout à fait certain d'aller voter. »



45% à 49%

Poids moyen : 47%

(7-8 juin : 46%)*

Rappel de la participation finale au premier tour des élections législatives de 2017 : 48,7%

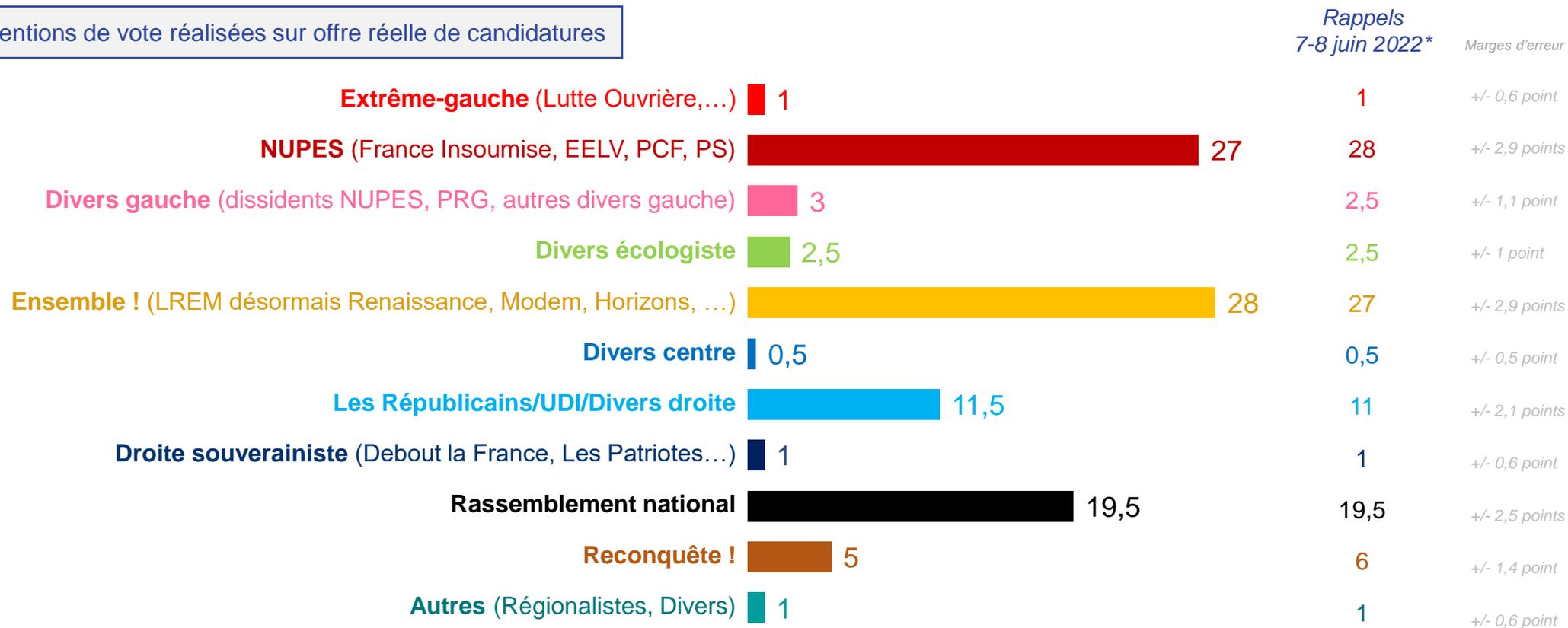
** Rappel – Enquête réalisée par Ipsos pour France Télévisions et Radio France – Etude conduite en ligne du 6 au 7 juin auprès de 2 000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, inscrite sur les listes électorales, âgée de 18 ans et plus.*

L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR

« Dimanche 12 juin aura lieu le premier tour des élections législatives. Quel est le candidat pour lequel il y a le plus de chances que vous votiez dans votre circonscription à l'occasion de ce premier tour ? »

(Base : certains d'aller voter, exprimés)

Intentions de vote réalisées sur offre réelle de candidatures



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

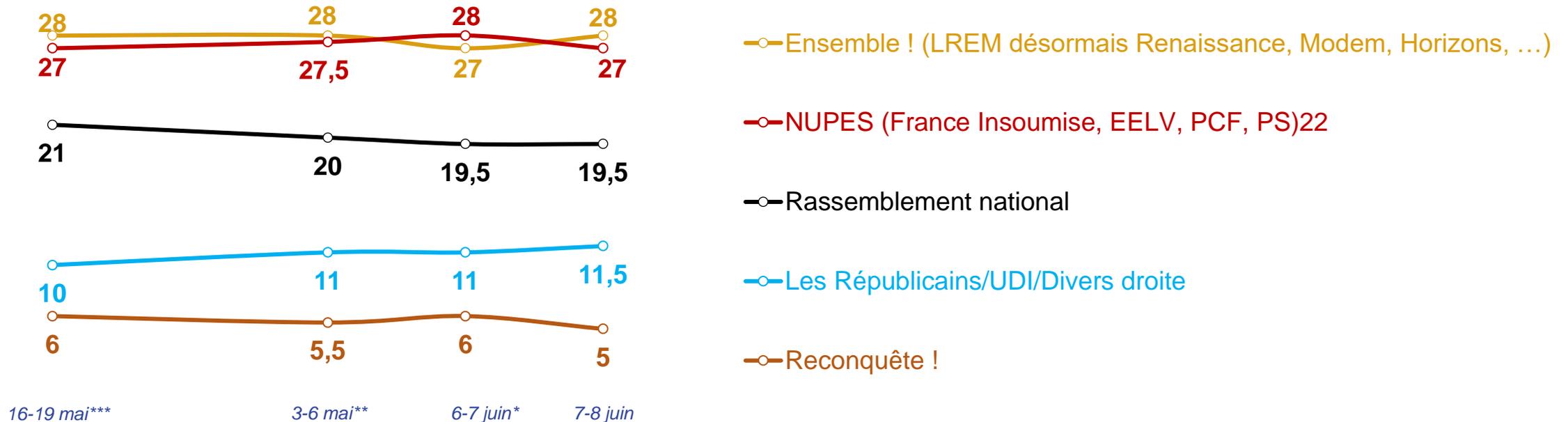
* Rappel – Enquête réalisée par Ipsos pour France Télévisions et Radio France – Etude conduite en ligne du 6 au 7 juin auprès de 2 000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, inscrite sur les listes électorales, âgée de 18 ans et plus.

L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR - EVOLUTIONS

« Dimanche 12 juin aura lieu le premier tour des élections législatives. Quel est le candidat pour lequel il y a le plus de chances que vous votiez dans votre circonscription à l'occasion de ce premier tour ? »

(Base : certains d'aller voter, exprimés)

Intentions de vote réalisées sur offre réelle de candidatures

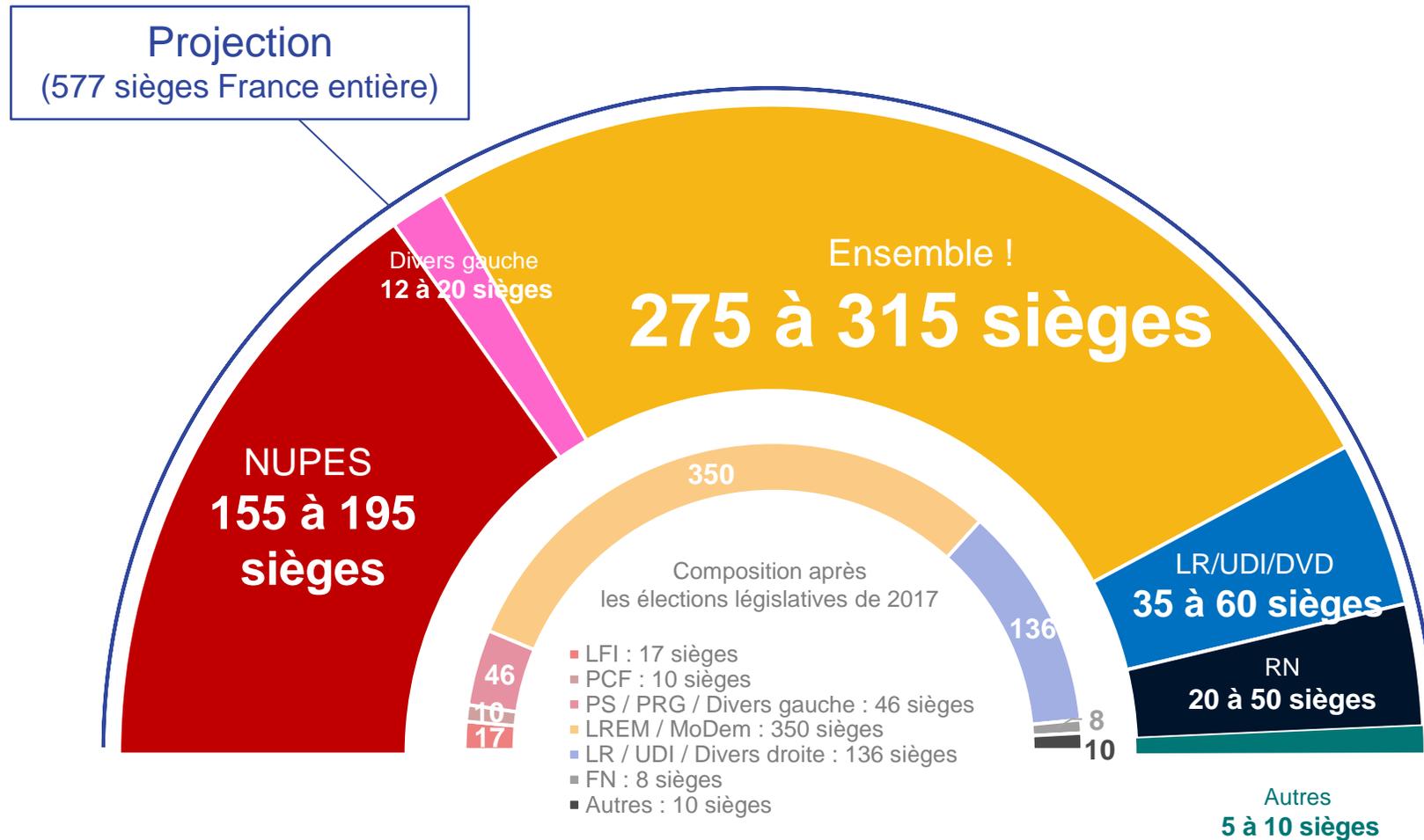


* Rappel – Enquête réalisée par Ipsos pour France Télévisions et Radio France – Etude conduite en ligne du 6 au 7 juin auprès de 2 000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, inscrite sur les listes électorales, âgée de 18 ans et plus.

**Rappel - Enquête électorale 2022 Vague 12 réalisée par Ipsos pour le CEVIPOF, la Fondation Jean-Jaurès et Le Monde – Etude conduite en ligne du 3 au 6 juin auprès de 10 826 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, inscrite sur les listes électorales, âgée de 18 ans et plus.

***Rappel - Enquête électorale 2022 Vague 11 réalisée par Ipsos pour le CEVIPOF, la Fondation Jean-Jaurès et Le Monde – Etude conduite en ligne du 16 au 19 mai auprès de 11 247 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, inscrite sur les listes électorales, âgée de 18 ans et plus.

L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR – PROJECTION EN SIÈGES



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.