



4 mai 2021

NOTICE TECHNIQUE

LES ÉLECTIONS RÉGIONALES EN HAUTS-DE-FRANCE

ARTICLE 2 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Organisme ayant réalisé le sondage	IPSOS
▪ Commanditaires du sondage	Radio France / France Télévisions
▪ Nombre de personnes interrogées	1 000 personnes inscrites sur les listes électorales, constituant un échantillon représentatif de la population des Hauts-de-France âgée de 18 ans et plus.
▪ Dates de réalisation des interviews	Du 29 avril au 3 mai 2021
▪ Date de diffusion prévue	5 mai 2021 à 5H (sur ipsos.fr, France Info et Radio France)
▪ Questionnaire	Présenté intégralement dans le rapport d'étude ci-après

ARTICLE 3 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Objet du sondage	Intentions de vote aux élections régionales, questions d'opinion.
▪ Echantillon interrogé	1 000 personnes inscrites sur les listes électorales, constituant un échantillon représentatif de la population des Hauts-de-France âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas : sexe, âge, profession de la personne interviewée, catégorie d'agglomération et département.
▪ 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: préoccupations, notoriété et popularité, intention d'aller voter, intentions de vote, risque sanitaire, bilan.
▪ 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 des Hauts-de-France de 18 ans et plus (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle de la personne interviewée, catégorie d'agglomération et département) et du souvenir de vote au 1 ^{er} tour des élections régionales de 2015, au 1 ^{er} tour de l'élection présidentielle de 2017 et aux élections européennes de 2019.

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 500 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 3,7 points).

* Base intentions de vote régionales (n=455)

**Base ensemble (questions d'opinion)

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

EMBARGO JUSQU'À MERCREDI 5 MAI, 5H00

VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier
brice.teinturier@ipsos.com

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

Mathieu Gallard
mathieu.gallard@ipsos.com

france•tv

radiofrance

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 29 avril au 3 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**



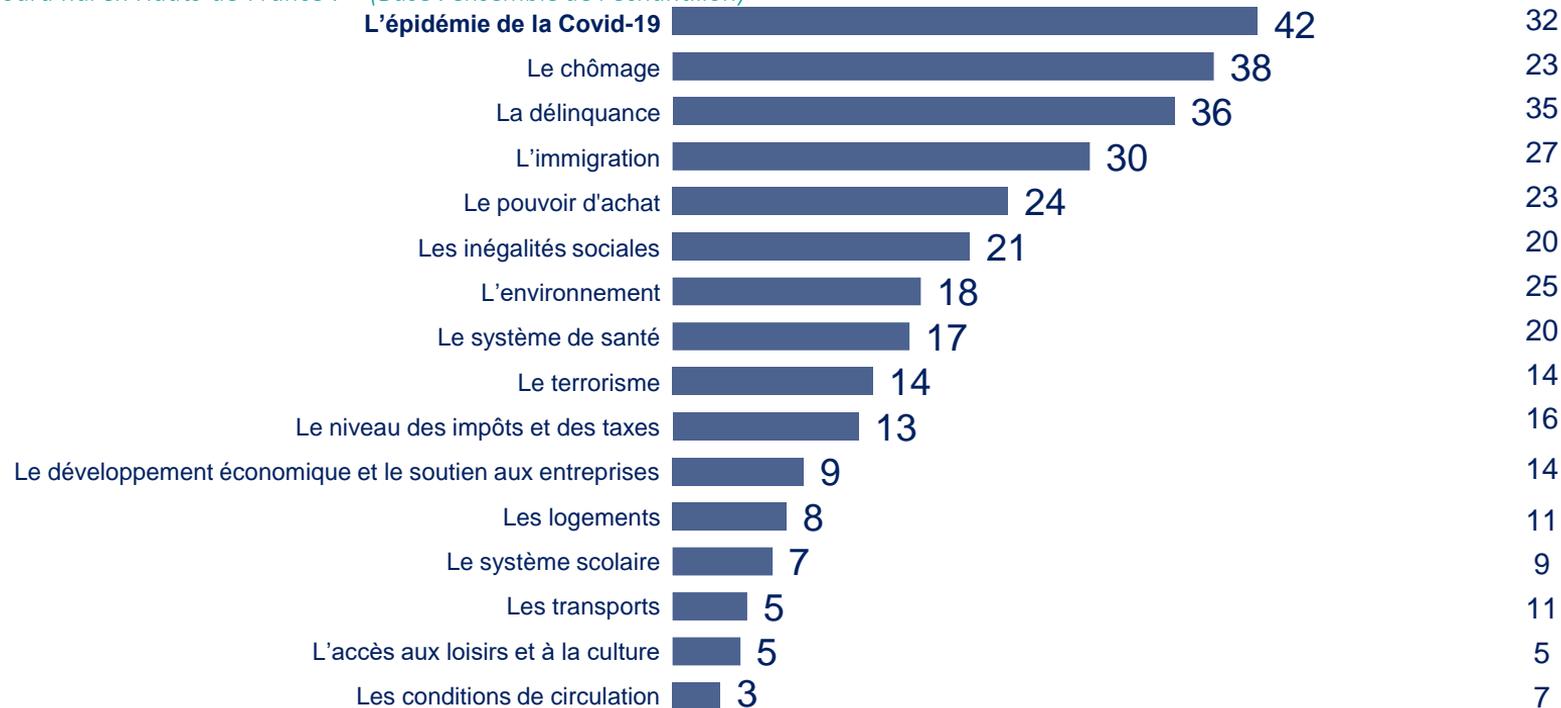
Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». *Ce rapport a été relu par Mathieu Gallard, Directeur d'études (Ipsos Public Affairs).*

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)



Total supérieur à 100, trois réponses possibles

* Echantillon national représentatif de 7 000 personnes, interrogées du 22 avril au 28 avril

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 ? »

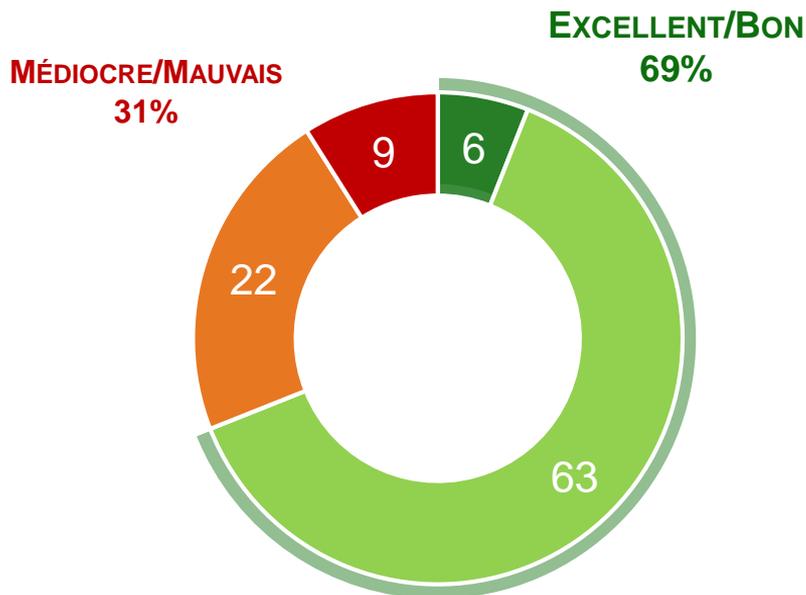
(Base : ensemble de l'échantillon)

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
L'épidémie de la Covid-19	42	35	44	48	32
Le chômage	38	47	35	39	33
La délinquance	36	19	36	41	44
L'immigration	30	4	25	33	57
Le pouvoir d'achat	24	24	23	21	26
Les inégalités sociales	21	54	17	14	8
L'environnement	18	36	18	13	9
Le système de santé	17	21	18	19	14
Le terrorisme	14	4	16	15	23
Le niveau des impôts et des taxes	13	4	5	12	18
Le développement économique et le soutien aux entreprises	9	8	9	16	5
Les logements	8	11	2	6	8
Le système scolaire	7	9	15	7	4
Les transports	5	5	4	4	5
L'accès aux loisirs et à la culture	5	7	7	4	2
Les conditions de circulation	3	5	6	4	2

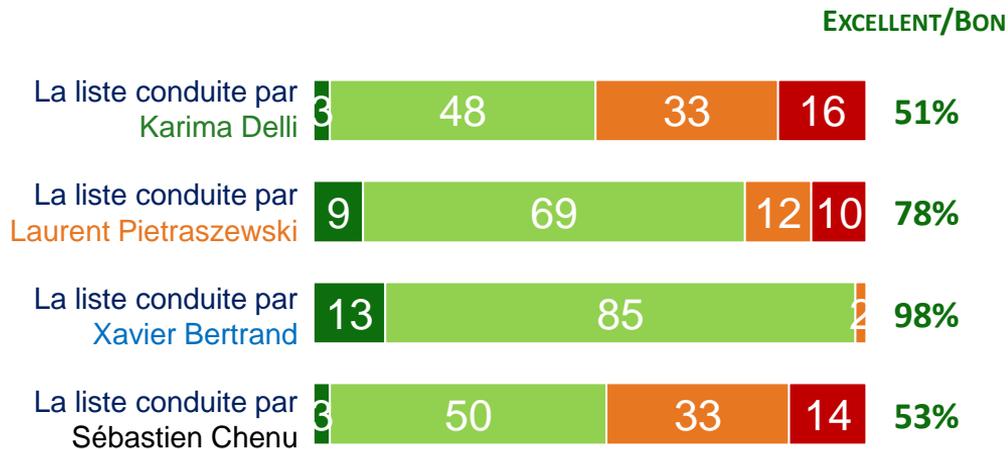
Total supérieur à 100, trois réponses possibles

L'OPINION DES HABITANTS DES HAUTS-DE-FRANCE SUR LE BILAN DE LA MAJORITÉ RÉGIONALE

Question : « Globalement, estimez-vous que l'équipe de la majorité régionale conduite par Xavier Bertrand a accompli dans la Région depuis 2015 un travail... »
 (Base : ensemble de l'échantillon)



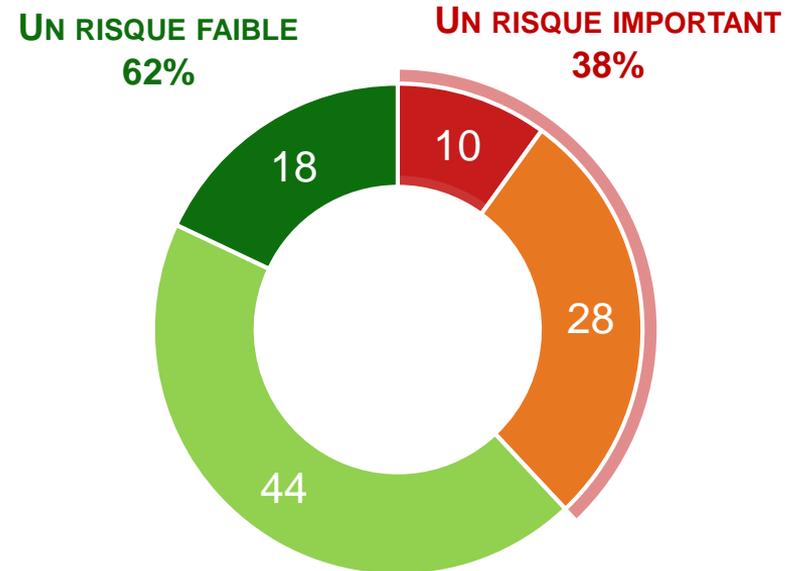
SELON L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR



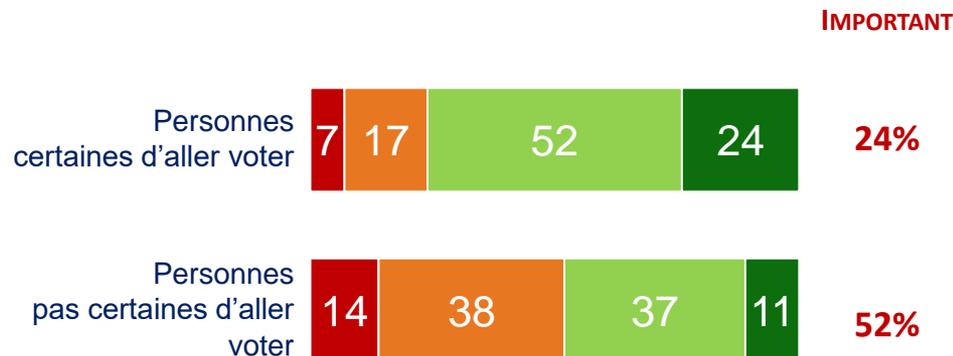
L'OPINION DES HABITANTS DE LA RÉGION SUR LES CONDITIONS DE DÉROULEMENT DES ÉLECTIONS DANS LE CONTEXTE

Question : « Et avez-vous le sentiment que si vous allez voter dans les conditions habituelles lors des élections régionales de juin prochain, vous prendrez pour votre santé et pour la santé des autres un risque... »

(Base : ensemble de l'échantillon)



SELON L'INTENTION D'ALLER VOTER



... TRÈS IMPORTANT

... ASSEZ IMPORTANT

... ASSEZ FAIBLE

... TRÈS FAIBLE

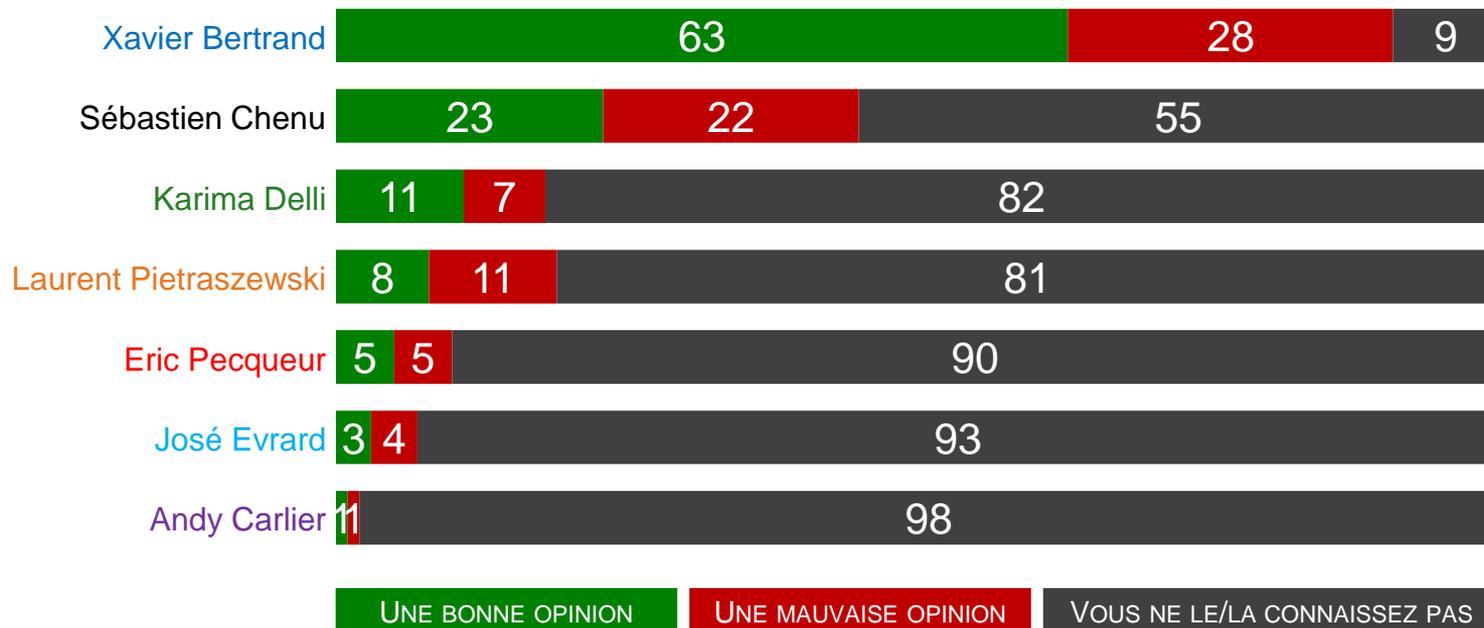
NOTORIÉTÉ ET POPULARITÉ DES CANDIDATS AUX ÉLECTIONS RÉGIONALES EN HAUTS-DE-FRANCE

2

L'OPINION À L'ÉGARD DES CANDIDATS POTENTIELS 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)



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 : certains d'aller voter)



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 10%

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

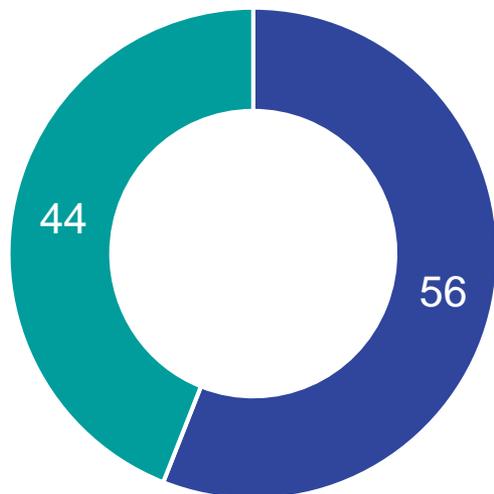
▶ VOTE 1 ^{ER} TOUR 2021 ▼ VOTE 1 ^{ER} TOUR 2017	La liste conduite par Karima Delli	La liste conduite par Laurent Pietraszewski	La liste conduite par Xavier Bertrand	La liste conduite par Sébastien Chenu	<i>Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote</i>
Jean-Luc Mélenchon	64	1	7	14	9
Benoît Hamon	75	2	18	-	1
Emmanuel Macron	12	37	42	4	5
François Fillon	3	5	73	14	5
Marine Le Pen	-	1	15	78	5

Note de lecture : 64% 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

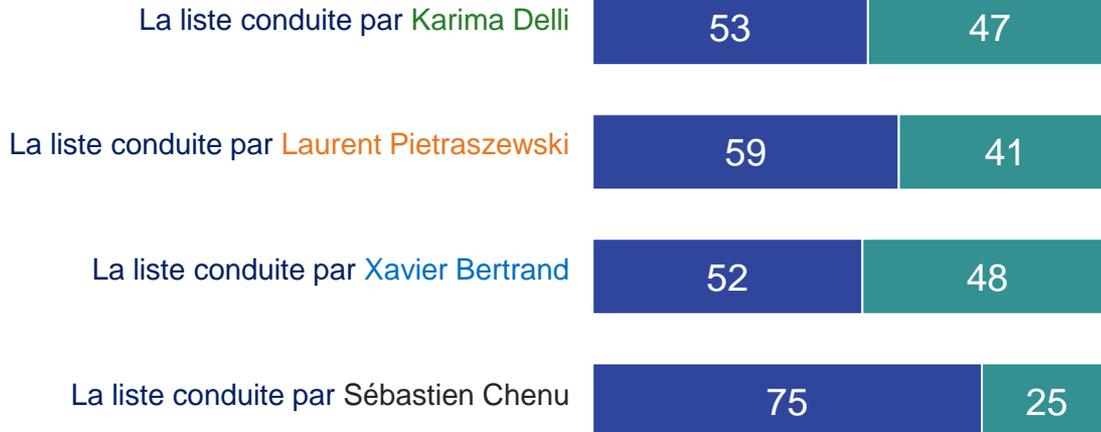
LA CERTITUDE DU CHOIX AU PREMIER TOUR

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

(Base : 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 : certains d'aller voter)

HYPOTHÈSE QUADRANGULAIRE



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 9%

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

VOTE 2^{ème} 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	97	2	-	1	-
La liste conduite par Laurent Pietraszewski	6	93	1	-	-
La liste conduite par Xavier Bertrand	-	-	97	2	1
La liste conduite par Sébastien Chenu	-	-	1	98	1

Note de lecture : 97% 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 : certains d'aller voter)

HYPOTHÈSE TRIANGULAIRE



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 10%

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

VOTE 2^{ème} 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	97	1	2	-
La liste conduite par Laurent Pietraszewski	18	60	9	13
La liste conduite par Xavier Bertrand	1	97	1	1
La liste conduite par Sébastien Chenu	-	2	96	2

Note de lecture : 97% des électeurs de la liste conduite par Karima Delli au premier tour voteraient pour la liste conduite par Karima Delli au second tour

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), 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

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.