



8 avril 2022

NOTICE TECHNIQUE

Intention de vote présidentielle 1^{er} tour 2022

ARTICLE 2 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Organisme ayant réalisé le sondage	IPSOS
▪ Commanditaires du sondage	Le Monde / Cevipof / Fondation Jean Jaurès
▪ Nombre de personnes interrogées	10 425 personnes inscrites sur les listes électorales constituant un échantillon représentatif de la population Française âgée de 18 ans et plus (dont 7 321 certaines d'aller voter et exprimant une intention de vote pour le premier tour).
▪ Dates de réalisation des interviews	Le 8 avril 2022
▪ Date de diffusion prévue	Le 8 avril 2022 à 23h sur lemonde.fr et sur Ipsos.fr
▪ 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
1 000	0,9	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1
2 500	0,5	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	2,0	2,0
5 000	0,4	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4
7 000*	0,3	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2
10 000**	0,3	0,4	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0
15 000	0,2	0,3	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8

Note de lecture : pour un échantillon de 7 321 personnes (*Base intentions de vote présidentielle 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 19,1% et 20,9% (plus ou moins 0,9 point).

* Base intention de vote pour le premier tour de l'élection présidentielle de 2022 : certains d'aller voter ayant exprimé une intention de vote (n = 7 321)

** Base ensemble (questions d'opinion / n = 10 425)

ARTICLE 3 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Objet du sondage	Intentions de vote à l'élection présidentielle
▪ Echantillon interrogé	10 425 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	Le taux de non réponse (lorsqu'il est supérieur à 0) est présenté pour chaque question dans le rapport ci-après.
▪ 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 2017 et aux élections européennes de 2019.

INTENTION DE VOTE PRÉSIDENTIELLE

1^{ER} TOUR 2022

VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

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

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

Federico **VACAS**
federico.vacas@ipsos.com

Le Monde

GAME CHANGERS



sopra **steria**

A European Tech Leader

FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

10 425 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, inscrite sur les listes électorales, âgée de 18 ans et plus.



DATE DE TERRAIN

Le 8 avril 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.

Enquête réalisée pour **Le Monde**

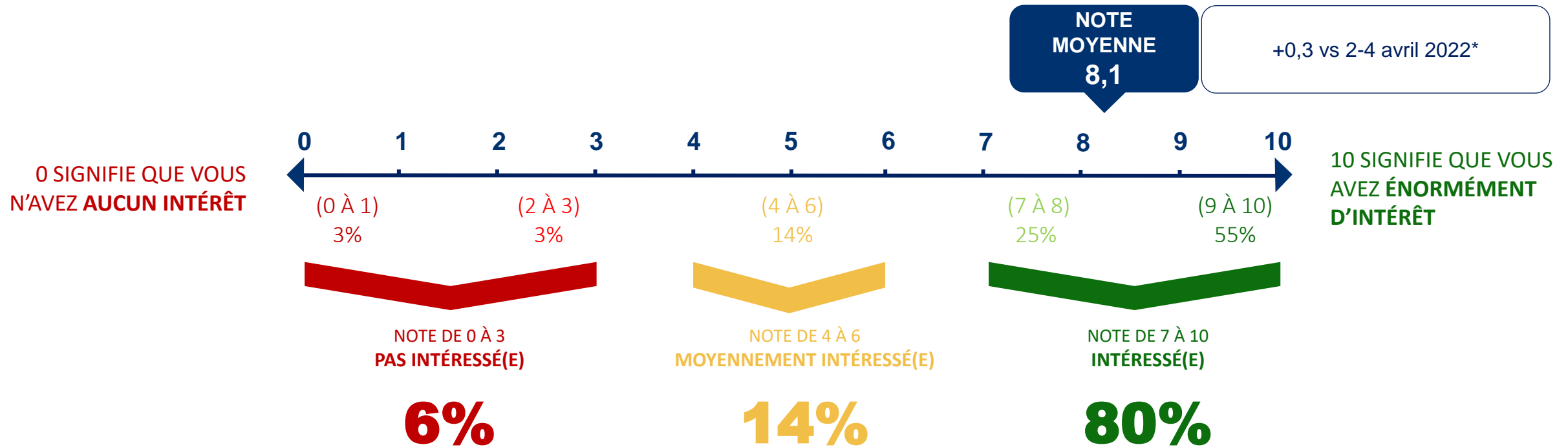


Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». *Ce rapport a été relu par Jean-François Doridot, Directeur général d'Ipsos Public Affairs en France.*

LES INTENTIONS DE VOTE POUR L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE 2022

L'INTÉRÊT POUR L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

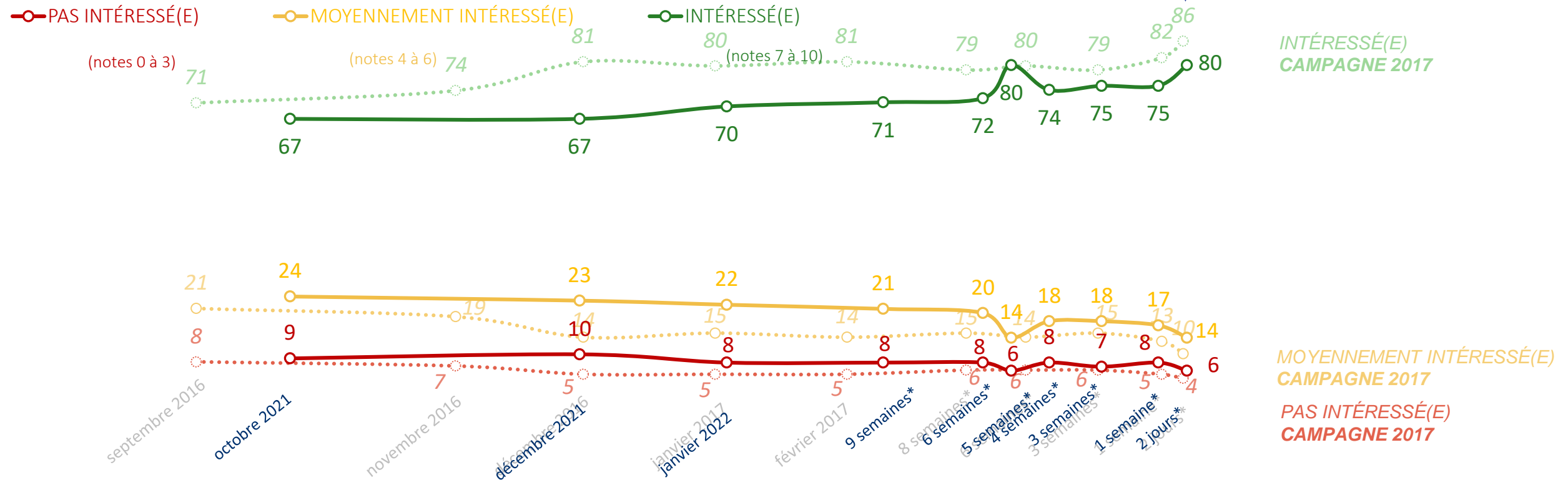
Question : « Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie aucun intérêt et 10 signifie énormément d'intérêt, quel est votre niveau d'intérêt pour la prochaine élection présidentielle de 2022 ? » (Base : Ensemble de l'échantillon) - (Note de 0 à 10)



*Enquête électorale française 2022 – Vague 9 - Ipsos Cevipof FJJ Le Monde – 12 600 répondants âgés de 18 ans et plus, inscrits sur les listes électorales interrogés du 2 au 4 avril 2022

L'INTÉRÊT POUR L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE - ÉVOLUTIONS

Question : « Sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie aucun intérêt et 10 signifie énormément d'intérêt, quel est votre niveau d'intérêt pour la prochaine élection présidentielle de 2022 ? » (Base : Ensemble de l'échantillon) - (Note de 0 à 10)



Rappels Campagne 2022 : Enquête électorale française 2022 – Vagues 1 à 9 - Ipsos Cevipof FJJ Le Monde – pour chaque vague d'enquête, 3 599 à 16 228 répondants âgés de 18 ans et plus inscrits sur les listes électorales.

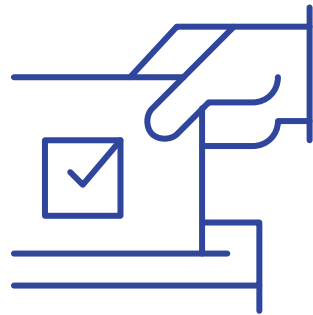
Dates d'interrogation – Vague 9 : 2 au 4 avril 2022 / Vague 8 : 21 au 24 mars 2022 / Vague 7 : 10 au 14 mars 2022 / Vagues 6 : 2 au 3 mars 2022 et 24 au 27 février 2022 / Vague 5 : 3 au 7 février 2022 / Vague 4 : du 14 au 17 janvier 2022 / Vague 3 : du 7 au 13 décembre 2021 / Vague 2 : du 7 au 13 octobre 2021 / Vague 1 : du 9 au 15 avril 2021

Rappels Campagne 2017 – Enquêtes électorales françaises 2017 – Ipsos Cevipof Le Monde - 13 000 à 23 000 répondants interrogés pour chaque vague (répondants âgés de 18 ans et plus, inscrits sur les listes électorales)

*Semaines/Jours avant le 1^{er} tour

L'INDICE DE PARTICIPATION AU PREMIER TOUR

Question : « Dimanche 10 avril aura lieu le 1er tour de l'élection présidentielle, pouvez-vous donner une note de 0 à 10 sur votre intention d'aller voter ce dimanche 10 avril ? 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. »

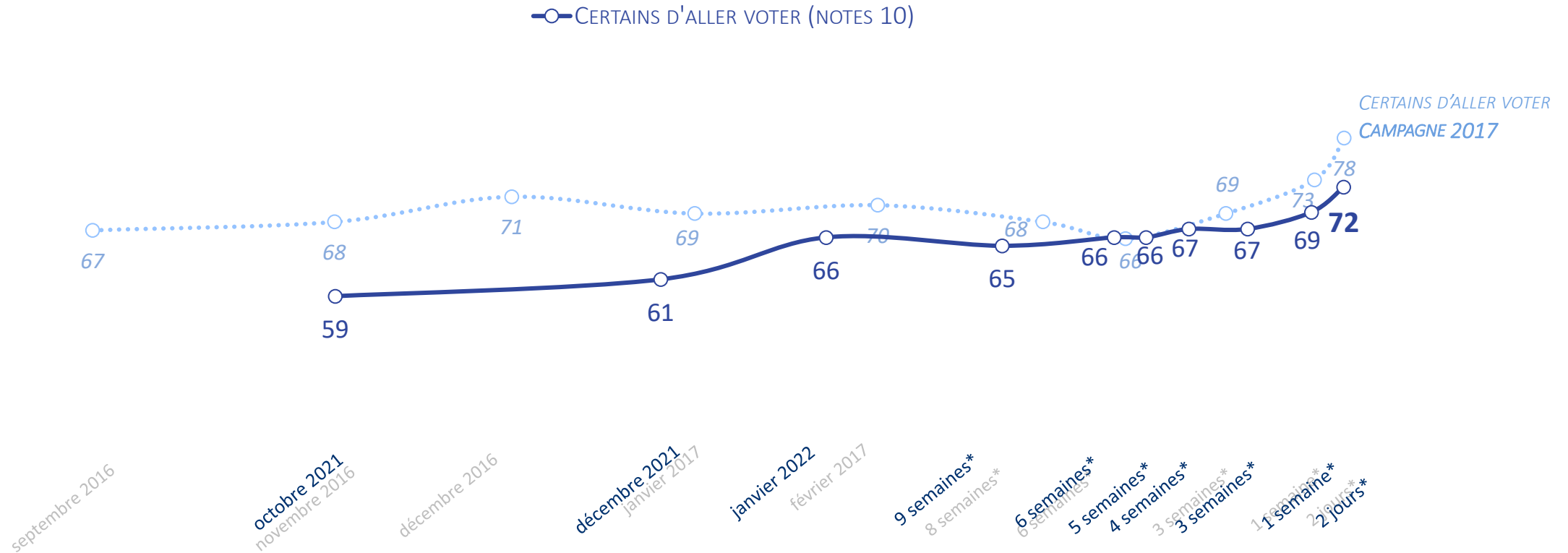


70% à 74%

Poids moyen : 72%

L'INTENTION D'ALLER VOTER AU PREMIER TOUR

Question : « Si le premier tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, pouvez-vous donner une note de 0 à 10 sur votre intention d'aller voter lors de cette élection présidentielle ? 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. »



Rappels Campagne 2022: Enquête électorale française 2022 – Vagues 2 à 9 - Ipsos Cevipof FJJ Le Monde – pour chaque vague d'enquête, 3 599 à 16 228 répondants âgés de 18 ans et plus inscrits sur les listes électorales.

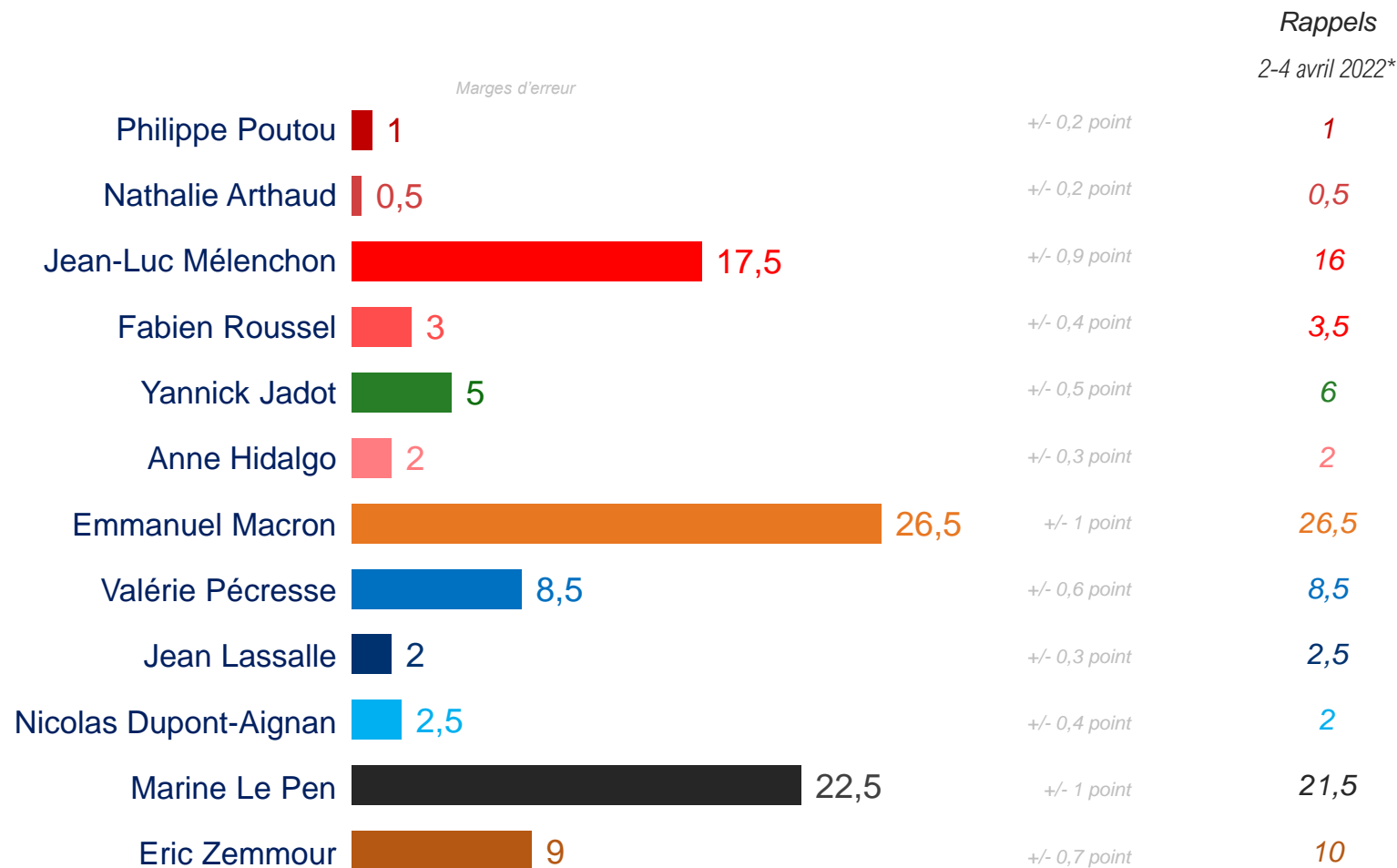
Dates d'interrogation – Vague 9 : 2 au 4 avril 2022 / Vague 8 : 21 au 24 mars 2022 / Vague 7 : 10 au 14 mars 2022 / Vagues 6 : 2 au 3 mars 2022 et 24 au 27 février 2022 / Vague 5 : 3 au 7 février 2022 / Vague 4 : du 14 au 17 janvier 2022 / Vague 3 : du 7 au 13 décembre 2021 / Vague 2 : du 7 au 13 octobre 2021

Rappels Campagne 2017: Enquêtes électorales françaises 2017 – Ipsos Cevipof Le Monde - 13 000 à 23 000 répondants interrogés pour chaque vague (répondants âgés de 18 ans et plus, inscrits sur les listes électorales)

*Semaines/Jours avant le 1^{er} tour

L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR

« Le 1er tour de l'élection présidentielle aura lieu dimanche 10 avril. Quel est le candidat pour lequel il y a le plus de chances que vous votiez au 1er tour? »
(Base : certaines d'aller voter, exprimés)

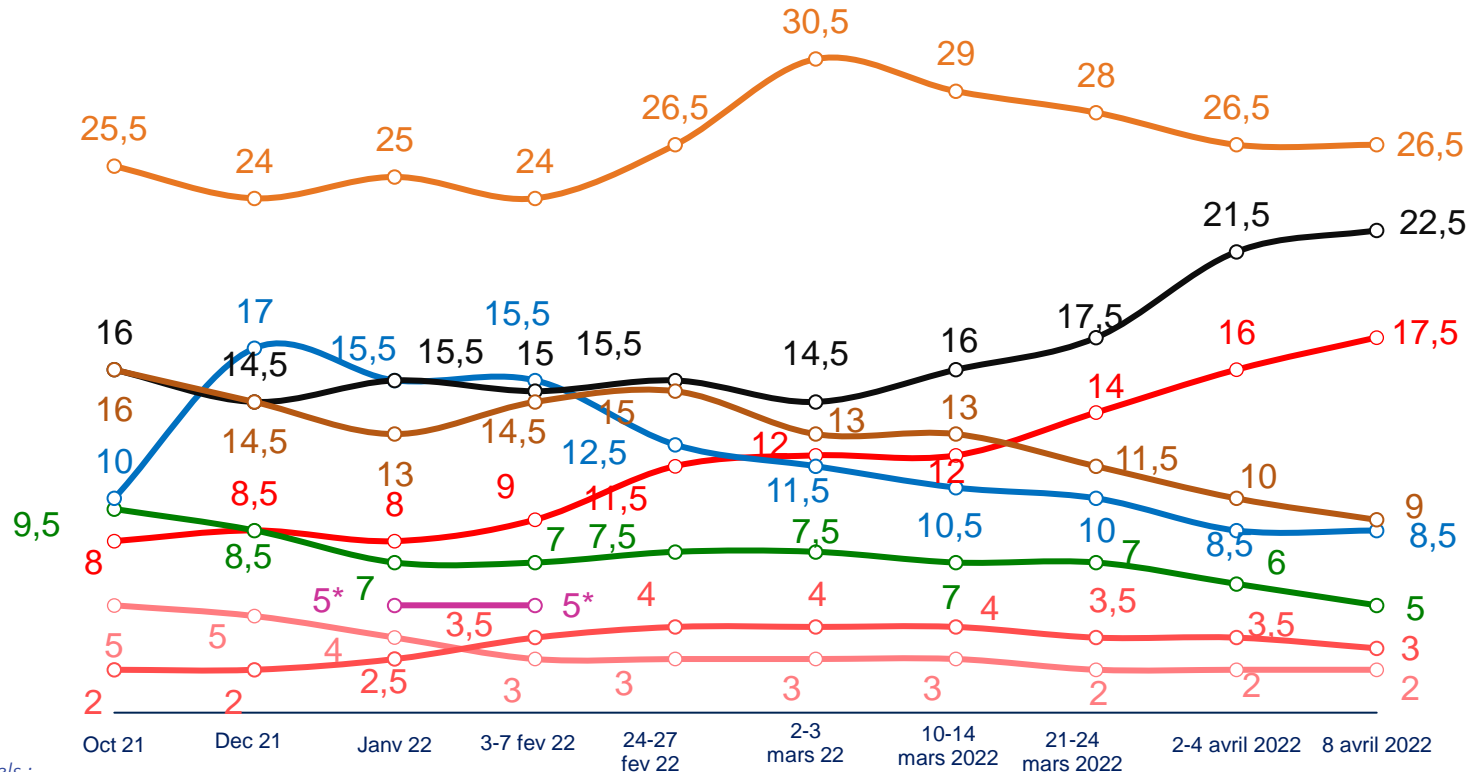


Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : 3%

*Enquête électorale française 2022 – Vague 9 - Ipsos Cevipof FJJ Le Monde – 12 600 répondants âgés de 18 ans et plus, inscrits sur les listes électorales interrogés du 2 au 4 avril 2022

EVOLUTION DE L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR

« Le 1er tour de l'élection présidentielle aura lieu dimanche 10 avril. Quel est le candidat pour lequel il y a le plus de chances que vous votiez au 1er tour? »
 (Base : certaines d'aller voter, exprimés)



Emmanuel Macron
 Marine Le Pen
 Jean-Luc Mélenchon
 Eric Zemmour
 Valérie Pécresse
 Yannick Jadot
 Fabien Roussel
 Anne Hidalgo

Rappels :

Enquête électorale française 2022 – Vagues 2 à 9 - Ipsos Cevipof FJJ Le Monde – pour chaque vague d'enquête, 3 599 à 16 228 répondants âgés de 18 ans et plus inscrits sur les listes électorales.

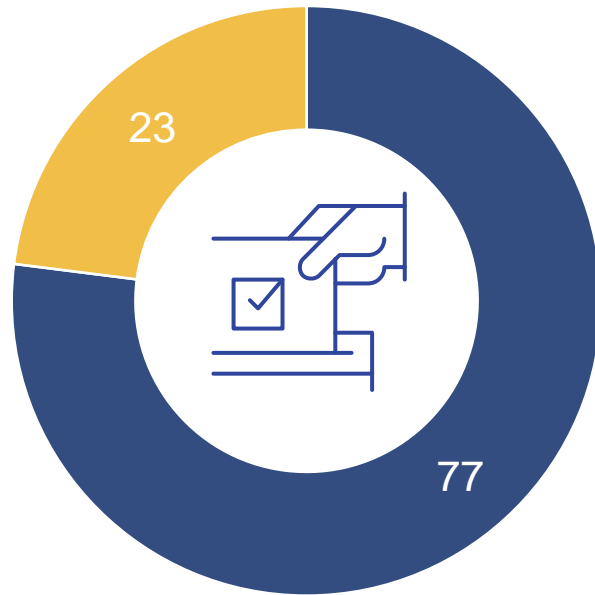
Dates d'interrogation – Vague 9 : 2 au 4 avril / Vague 8 : 21 au 24 mars / Vague 7 : 10 au 14 mars / Vagues 6 : 2 au 3 mars et 24 au 27 février 2022 / Vague 5 : 3 au 7 février 2022 / Vague 4 : du 14 au 17 janvier 2022 / Vague 3 : du 7 au 13 décembre 2021 / Vague 2 : du 7 au 13 octobre 2021

*NB : A partir de la vague d'enquête de janvier, C. Taubira a été ajoutée à la liste des candidats pour les intentions de vote et A. Montebourg en a été retiré. C. Taubira a ensuite été retirée de la liste à partir de la vague du 24-27 février.

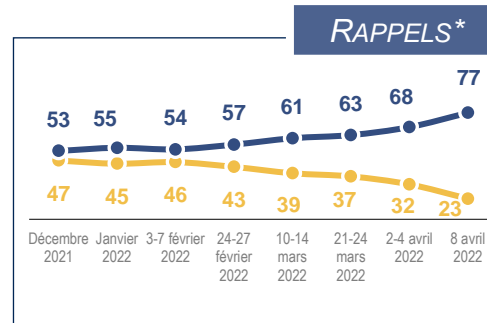
LA SÛRETÉ DU CHOIX AU PREMIER TOUR

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

(Base : Inscrits, certains d'aller voter)

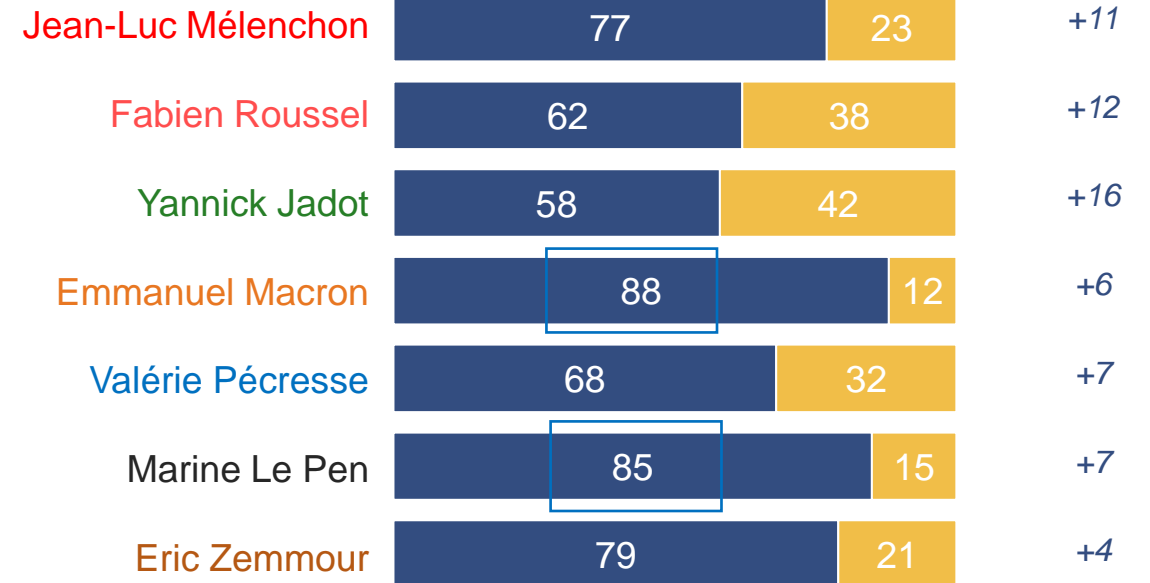


+9 par rapport au 2-4 avril 2022



SELON L'INTENTION DE VOTE AU 1^{er} TOUR

Évolution
% « Il est définitif »
vs 2-4 avril 2022



IL EST DÉFINITIF

IL PEUT ENCORE CHANGER

Rappels :

Enquête électorale française 2022 – Vagues 2 à 9 - Ipsos Cevipof FJJ Le Monde – pour chaque vague d'enquête, 3 599 à 16 228 répondants âgés de 18 ans et plus inscrits sur les listes électorales.

Dates d'interrogation – Vague 9 : 2 au 4 avril / Vague 8 : 21 au 24 mars / Vague 7 : 10 au 14 mars / Vagues 6 : 2 au 3 mars et 24 au 27 février 2022 / Vague 5 : 3 au 7 février 2022 / Vague 4 : du 14 au 17 janvier 2022 / Vague 3 : du 7 au 13 décembre 2021

LE SECOND CHOIX DES ELECTEURS HÉSITANTS

Question : « Si finalement vous ne deviez pas voter pour [Nom du candidat], quel serait votre choix au premier tour ? »

(Base : Inscrits, certains d'aller voter qui ont exprimé une intention de vote mais **qui ne sont pas certains de leur choix**)

SECOND CHOIX

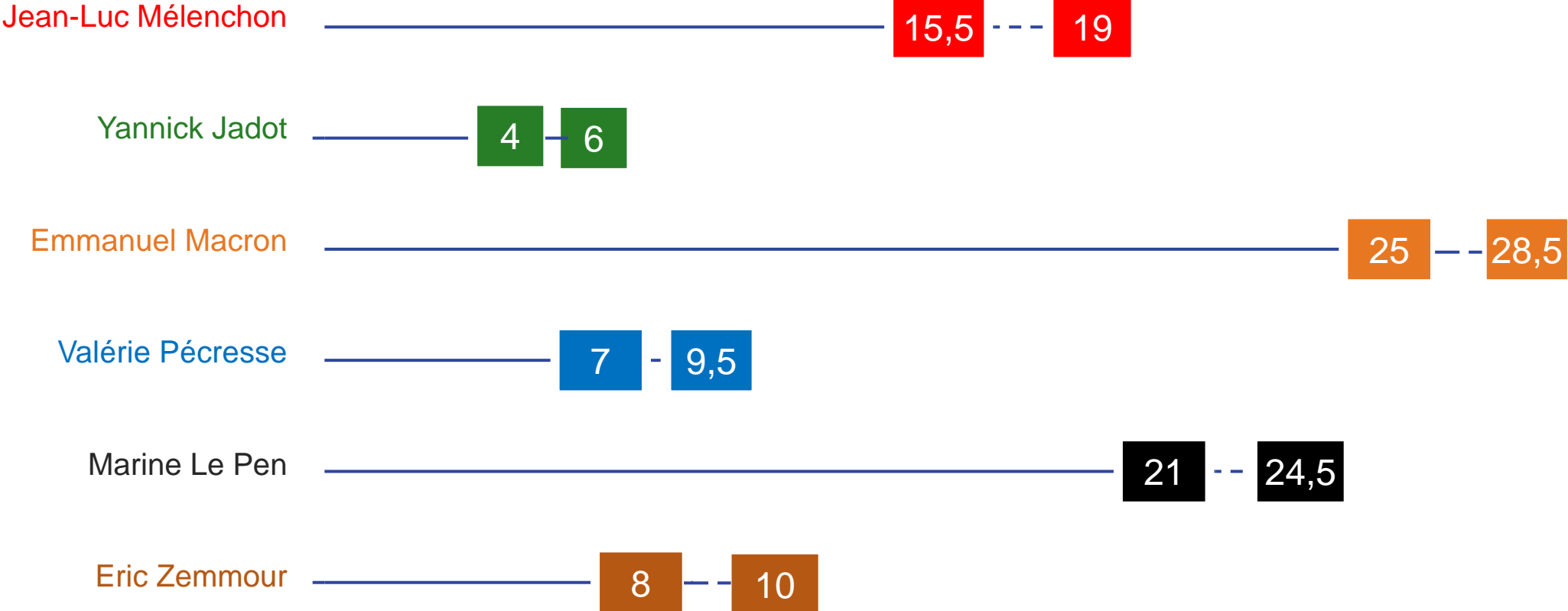
CANDIDAT
CHOISI EN 1^{er}

	Philippe Poutou	Nathalie Arthaud	Jean-Luc Mélenchon	Fabien Roussel	Yannick Jadot	Anne Hidalgo	Emmanuel Macron	Valérie Pécresse	Jean Lassalle	Nicolas Dupont-Aignan	Marine Le Pen	Eric Zemmour	Non exprimé	TOTAL
Jean-Luc Mélenchon	4	1		9	23	8	20	2	5	3	12	3	10	100
Fabien Roussel	4	1	35		15	4	16	2	2	3	3	4	11	100
Yannick Jadot	3	1	35	2		9	33	6	2	2	1	1	5	100
Emmanuel Macron	1	-	8	6	11	7		29	3	2	16	3	14	100
Valérie Pécresse	-	-	5	-	1	1	38		6	8	19	11	11	100
Marine Le Pen	-	-	13	-	2	-	22	14	4	5		31	9	100
Eric Zemmour	-	-	2	1	2	-	7	4	6	8	69		1	100



Note de lecture : sur 100 électeurs d'Emmanuel Macron qui disent pouvoir changer d'avis, 11% choisiraient en 2nd choix Yannick Jadot, 7% Anne Hidalgo, 29% Valérie Pécresse, etc...

LES POINTS HAUTS ET BAS SI LA MOITIÉ DES HÉSITANTS BASCULE VERS LEUR SECOND CHOIX



Note de lecture – exemple Emmanuel Macron

Point bas : Emmanuel Macron obtiendrait 25% si la moitié de ses électeurs encore hésitants décidait de se tourner vers leur second choix de vote plutôt que de voter pour lui.

Point haut : Emmanuel Macron obtiendrait 28,5% si la moitié des électeurs encore hésitants qui le choisisse en second choix décidait de voter Emmanuel Macron.

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 2052 : 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 