

opinionway

— POUR —

Les Echos



# Municipales 2026

## *Le baromètre de la campagne*

Deuxième vague | Février 2026





## Les indications générales sur le sondage

Nom de l'organisme ayant réalisé le sondage :	OpinionWay
Nom et qualité du/des commanditaire(s) du sondage :	Les Échos
Nom et qualité de l'acheteur du sondage :	Sfil
Première publication	Les Échos
Existence d'une gratification :	25 centimes d'euros

**« Toute personne a le droit de consulter auprès de la Commission des sondages la notice prévue par l'article 3.  
Cette commission rend publique cette notice sur son service de communication au public en ligne.  
<http://www.commission-des-sondages.fr/notices/> »**

# La méthodologie



Echantillon de **3460 personnes inscrites sur les listes électorales**, issu d'un échantillon de 3 836 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de zone de résidence.



L'échantillon a été interrogé **en ligne**.



Les interviews ont été réalisées **du 28 janvier au 5 février 2026**.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**

La pondération utilisée pour les résultats publiés est le redressement socio-démographique + vote au premier tour de la présidentielle 2022 + vote au premier tour des législatives 2024



# La notice sur les marges d'erreur

Les résultats présentés dans ce document sont calculés sur la base des personnes interrogées, inscrites sur les listes électorales et certaines d'aller voter. « **Tout sondage ou enquête d'opinion est affecté de marges d'erreur.** »

Pour un échantillon de 3460 personnes interrogées, les marges d'erreur sont les suivantes, avec un niveau de confiance de 95% :

Pour un pourcentage de :		5%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	95%
3460 personnes	La marge d'erreur est de :	+/- 0,7	+/- 1	+/- 1,3	+/- 1,5	+/- 1,6	+/- 1,7	+/- 1,6	+/- 1,5	+/- 1,3	+/- 1	+/- 0,7
	Le résultat réel se situe dans une fourchette de :	4,3 et 5,7	9 et 11	18,7 et 21,3	28,5 et 31,5	38,4 et 41,6	48,3 et 51,7	58,4 et 61,6	68,5 et 71,5	78,7 et 81,3	89 et 91	94,3 et 95,7



# Le questionnaire

Q. Êtes-vous intéressé ou pas par la campagne pour les élections municipales qui auront lieu les 15 et 22 mars prochain ?

1. Très intéressé
2. Plutôt intéressé
3. Plutôt pas intéressé
4. Pas du tout intéressé

Q. Lors des élections municipales des 15 et 22 mars, la situation nationale comptera-t-elle ou non dans votre vote ?

1. Oui, certainement
2. Oui, probablement
3. Non, probablement pas
4. Non, certainement pas

Q. Lors des élections municipales des 15 et 22 mars, vous voterez plutôt en fonction... ?

1. ...des enjeux nationaux
2. ...des enjeux de votre commune



# Le questionnaire

Q. Parmi les enjeux suivants, lesquels compteront le plus pour vous au moment de voter au premier tour des élections municipales ?

*Plusieurs réponses possibles*

1. Le développement économique et la création d'emplois
2. L'action sociale
3. La sécurité
4. La circulation et le stationnement
5. La propreté de la ville
6. Les animations et la vie culturelle
7. Le cadre de vie, l'environnement
8. L'aménagement, l'urbanisme
9. La petite enfance (écoles, crèches, etc.)
10. Les personnes âgées
11. Le logement
12. Les transports en commun
13. L'immigration
14. Les impôts locaux
15. Aucun de ceux-là



# Le questionnaire

Q. Lors des élections municipales, à quels critères accorderez-vous le plus d'importance pour choisir votre candidat ?

*En premier, et ensuite – Plusieurs réponses possibles*

1. Son programme
2. Sa personnalité
3. Son bilan
4. Son étiquette politique

Q. Concernant la gestion financière de votre commune, diriez-vous que le maire sortant a fait un bon ou un mauvais travail au cours des 6 dernières années ?

1. Très bon travail
2. Plutôt bon travail
3. Plutôt mauvais travail
4. Très mauvais travail

Q. Les communes doivent-elles réduire leurs dépenses pour participer à la réduction du déficit public de la France ?

1. Oui, plus que l'Etat central
2. Oui, autant que l'Etat central
3. Oui, mais moins que l'Etat central
4. Non, les communes ne doivent pas réduire leurs dépenses



# Le redressement socio-démographique de l'échantillon

3836 personnes

Sexe	Brut	Redressé
Hommes	49%	<b>48%</b>
Femmes	51%	<b>52%</b>
Catégorie socio-professionnelle de l'individu	Brut	Redressé
Agriculteurs, artisans commerçants, Chefs d'entreprise	3%	<b>5%</b>
Professions libérales, cadres	15%	<b>11%</b>
Professions. intermédiaires	13%	<b>15%</b>
Employés	20%	<b>16%</b>
Ouvriers	11%	<b>12%</b>
Retraités	29%	<b>28%</b>
Autres inactifs	9%	<b>13%</b>
Catégorie d'agglomération	Brut	Redressé
Une commune rurale	19%	<b>21%</b>
De 2 000 à 19 999 habitants	18%	<b>18%</b>
De 20 000 à 99 999 habitants	16%	<b>14%</b>
100 000 habitants et plus	33%	<b>30%</b>
Agglomération parisienne	14%	<b>17%</b>

Age	Brut	Redressé
18 à 24 ans	8%	<b>10%</b>
25 à 34 ans	15%	<b>15%</b>
35 à 49 ans	25%	<b>24%</b>
50 à 64 ans	26%	<b>24%</b>
65 ans et plus	26%	<b>27%</b>
Région de résidence	Brut	Redressé
Ile-de-France	17%	<b>18%</b>
Nord Ouest	25%	<b>23%</b>
Nord Est	23%	<b>22%</b>
Sud Ouest	11%	<b>12%</b>
Sud Est	24%	<b>25%</b>





# Le redressement politique de l'échantillon

3460 personnes

1er tour de l'élection présidentielle de 2022	Brut	Redressé
Nathalie Arthaud	1%	<b>&lt;1%</b>
Philippe Poutou	1%	<b>1%</b>
Fabien Roussel	5%	<b>2%</b>
Jean-Luc Mélenchon	14%	<b>16%</b>
Anne Hidalgo	3%	<b>1%</b>
Yannick Jadot	4%	<b>3%</b>
Emmanuel Macron	21%	<b>20%</b>
Valérie Pécresse	5%	<b>3%</b>
Jean Lassalle	2%	<b>2%</b>
Nicolas Dupont-Aignan	2%	<b>1%</b>
Éric Zemmour	4%	<b>5%</b>
Marine Le Pen	23%	<b>17%</b>
Abstention, Blanc, nul	15%	<b>28%</b>



# Le redressement politique de l'échantillon

*3460 personnes*

1er tour des élections législatives de 2024	Brut	Redressé
Extrême-gauche	2%	<b>1%</b>
Nouveau front populaire	19%	<b>18%</b>
Majorité présidentielle	13%	<b>13%</b>
Les Républicains et alliés	7%	<b>7%</b>
Reconquête !	2%	<b>&lt;1%</b>
Rassemblement national et alliés	24%	<b>22%</b>
Autres	11%	<b>4%</b>
Abstention, Blanc, nul	22%	<b>35%</b>

# ” Les résultats

Q. Êtes-vous intéressé ou pas par la campagne pour les élections municipales qui auront lieu les 15 et 22 mars prochain ?

Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales (3460 personnes)		
	Brut	Socio-Démographie + Présidentielle 2022 + Législatives 2024
<b>Sous-total Intéressé</b>	<b>73%</b>	<b>69%</b>
Très intéressé	33%	30%
Plutôt intéressé	40%	39%
<b>Sous-total Pas intéressé</b>	<b>26%</b>	<b>30%</b>
Plutôt pas intéressé	18%	19%
Pas du tout intéressé	8%	11%
NSP	1%	1%

# ” Les résultats

Q. Lors des élections municipales des 15 et 22 mars, la situation nationale comptera-t-elle ou non dans votre vote ?

Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales (3460 personnes)		
	Brut	Socio-Démographie + Présidentielle 2022 + Législatives 2024
<b>Sous-total Oui</b>	<b>65%</b>	<b>63%</b>
Oui, certainement	35%	33%
Oui, probablement	30%	30%
<b>Sous-total Non</b>	<b>35%</b>	<b>37%</b>
Non, probablement pas	23%	23%
Non, certainement pas	12%	14%
NSP	0%	0%

# ” Les résultats

Q. Lors des élections municipales des 15 et 22 mars, vous voterez plutôt en fonction... ?

Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales (3460 personnes)		
	Brut	Socio-Démographie + Présidentielle 2022 + Législatives 2024
...des enjeux de votre commune	74%	74%
...des enjeux nationaux	26%	25%
NSP	0%	1%

# ” Les résultats

Q. Parmi les enjeux suivants, lesquels compteront le plus pour vous au moment de voter au premier tour des élections municipales ?

Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales  
(3460 personnes)

	Brut	Socio-Démographie + Présidentielle 2022 + Législatives 2024
La sécurité	58%	57%
Le cadre de vie, l'environnement	50%	49%
Les impôts locaux	43%	43%
La propreté de la ville	42%	42%
L'aménagement, l'urbanisme	35%	33%
La circulation et le stationnement	27%	27%
Les transports en commun	27%	27%
Le logement	26%	27%
Le développement économique et la création d'emplois	27%	26%
L'action sociale	26%	26%
L'immigration	27%	25%
Les personnes âgées	26%	25%
Les animations et la vie culturelle	25%	24%
La petite enfance (écoles, crèches, etc.)	18%	18%
Aucun de ceux-là	2%	3%
NSP	0%	0%

# ” Les résultats

Q. Lors des élections municipales, à quels critères accorderez-vous le plus d'importance pour choisir votre candidat ?

Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales (3460 personnes)		
	Brut	Socio-Démographie + Présidentielle 2022 + Législatives 2024
Son programme	80%	80%
Son bilan	56%	56%
Sa personnalité	50%	50%
Son étiquette politique	42%	41%
NSP	1%	1%

# ” Les résultats

Q. Concernant la gestion financière de votre commune, diriez-vous que le maire sortant a fait un bon ou un mauvais travail au cours des 6 dernières années ?

Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales (3460 personnes)		
	Brut	Socio-Démographie + Présidentielle 2022 + Législatives 2024
<b>Sous-total Bon travail</b>	<b>71%</b>	<b>70%</b>
Très bon travail	14%	14%
Plutôt bon travail	57%	56%
<b>Sous-total Mauvais travail</b>	<b>28%</b>	<b>29%</b>
Plutôt mauvais travail	20%	21%
Très mauvais travail	8%	8%
NSP	1%	1%



# ” Les résultats

Q. Les communes doivent-elles réduire leurs dépenses pour participer à la réduction du déficit public de la France ?

Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales  
(3460 personnes)

	Brut	Socio-Démographie + Présidentielle 2022 + Législatives 2024
<b>Sous-total Oui</b>	<b>67%</b>	<b>65%</b>
Oui, plus que l'Etat central	5%	5%
Oui, autant que l'Etat central	33%	32%
Oui, mais moins que l'Etat central	29%	28%
Non, les communes ne doivent pas réduire leurs dépenses	28%	29%
NSP	5%	6%

# opinionway'

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

**Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.**

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

**C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.**

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration – 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

## Restons *connectés* !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

*Je m'abonne*

**ESOMAR**<sup>25</sup>  
Corporate

