



9 juin 2021

NOTICE TECHNIQUE

LES ÉLECTIONS RÉGIONALES EN NORMANDIE

ARTICLE 2 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Organisme ayant réalisé le sondage	IPSOS
▪ Commanditaires du sondage	France 3
▪ Nombre de personnes interrogées	1 000 personnes inscrites sur les listes électorales (dont, selon les hypothèses, entre 425 et 434 certaines d'aller voter et exprimant une opinion), constituant un échantillon représentatif de la population de Normandie âgée de 18 ans et plus.
▪ Dates de réalisation des interviews	Du 3 au 7 juin
▪ Date de diffusion prévue	9 juin 2021 à 6H30 (sur ipsos.fr, France 3)
▪ 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 de Normandie 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, domaines de compétence prioritaires, notoriété et popularité, intention d'aller voter, intentions de vote.
▪ 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 de Normandie 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
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

Note de lecture : pour un échantillon de 450 personnes (intentions de vote exprimée), 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 : certains d'aller voter ayant exprimé une opinion (n=434)

**Base ensemble (questions d'opinion)

SONDAGE D'INTENTIONS DE VOTE POUR LES ÉLECTIONS RÉGIONALES EN NORMANDIE

EMBARGO JUSQU'À MERCREDI 9 JUIN, 6H30

VOS CONTACTS IPSOS

Brice Teinturier
brice.teinturier@ipsos.com

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

Mathieu Gallard
mathieu.gallard@ipsos.com



sopra  steria
GAME CHANGERS



FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

1 000 personnes inscrites sur les listes électorales en Normandie, constituant un échantillon représentatif des habitants de Normandie âgés de 18 ans et plus.



DATE DE TERRAIN

Du 3 au 7 juin 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

● 3



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 de clientèle (Ipsos Public Affairs).*

LE CLIMAT POLITIQUE EN NORMANDIE

1

LES PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS DES HABITANTS



Question : « Parmi les questions suivantes, quelles sont les trois qui vous semblent les plus préoccupantes aujourd'hui en Normandie ? »

(Base : ensemble de l'échantillon)

COMPARAISON NATIONALE**



Total supérieur à 100, trois réponses possibles

** Echantillon national représentatif de 12005 Français âgés de 18 ans et plus inscrits sur les listes électorales

LES PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS DES HABITANTS (DÉTAILS)

Question : « Parmi les questions suivantes, quelles sont les trois qui vous semblent les plus préoccupantes aujourd'hui en Normandie ? »

(Base : ensemble de l'échantillon)



EN %	ENSEMBLE	SELON L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR...				
		La liste conduite par Sébastien Jumel	La liste conduite par Mélanie Boulanger	La liste conduite par Laurent Bonnaterre	La liste conduite par Hervé Morin	La liste conduite par Nicolas Bay
Le chômage	29	37	25	32	32	21
La délinquance	28	13	16	22	39	43
Le pouvoir d'achat	25	35	27	23	18	27
L'épidémie de la Covid-19	23	23	24	32	17	18
L'immigration	23	7	9	12	25	55
Le système de santé	23	30	28	18	25	21
Le niveau des impôts et des taxes	20	11	17	9	26	20
L'environnement	19	21	34	25	13	10
Les inégalités sociales	18	36	34	21	10	10
Les transports	16	12	16	23	22	14
Le développement économique et le soutien aux entreprises	13	8	15	25	21	6
Les logements	12	9	11	16	10	8
Le terrorisme	11	8	11	8	10	19
Le système scolaire	11	10	11	17	9	6
Les conditions de circulation	7	9	7	4	9	6
L'accès aux loisirs et à la culture	6	7	4	6	5	5

LES PRIORITÉS DU CONSEIL RÉGIONAL POUR LES ANNÉES À VENIR



Question : « Parmi les domaines de compétences suivants dont s'occupent les régions, quelles devraient être les deux priorités de votre Conseil régional dans les années à venir ? » (Base : ensemble de l'échantillon)

COMPARAISON NATIONALE**



Total supérieur à 100, deux réponses possibles

** Echantillon national représentatif de 12005 Français âgés de 18 ans et plus inscrits sur les listes électorales

LES PRIORITÉS DU CONSEIL RÉGIONAL POUR LES ANNÉES À VENIR (DÉTAILS)



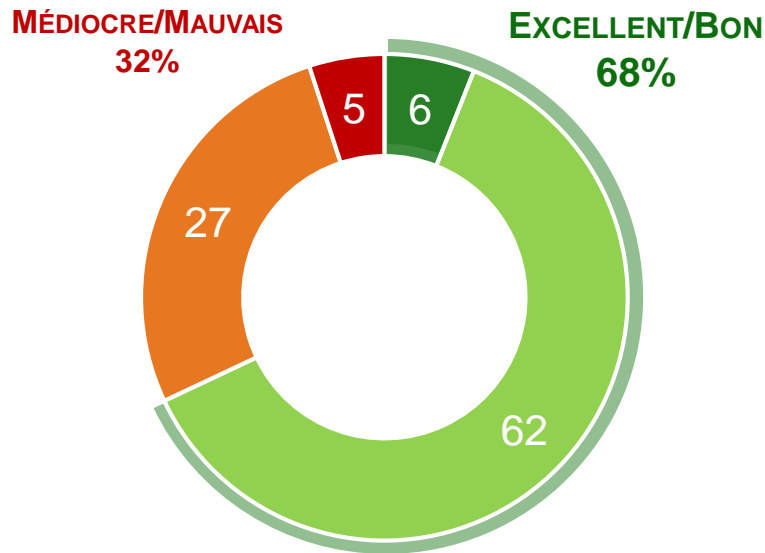
Question : « Parmi les domaines de compétences suivants dont s'occupent les régions, quelles devraient être les deux priorités de votre Conseil régional dans les années à venir ? » (Base : ensemble de l'échantillon)

EN %	ENSEMBLE	SELON L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR...				
		La liste conduite par Sébastien Jumel	La liste conduite par Mélanie Boulanger	La liste conduite par Laurent Bonnaterre	La liste conduite par Hervé Morin	La liste conduite par Nicolas Bay
L'aménagement du territoire pour faciliter la vie en zone rurale (accès internet, transports)	40	39	34	38	39	47
La modernisation du secteur économique : création d'entreprises innovantes et d'emplois sur le territoire de ma région	36	33	35	38	45	29
Le développement de l'offre de soins près de chez moi	34	24	36	39	38	39
Une offre de formation renforcée, tournée vers les futurs métiers, avec de nouvelles filières pour les lycées ou la formation professionnelle	27	30	32	30	32	21
Une offre de transports gratuite pour me déplacer au sein de ma région	21	25	22	25	12	18
Une politique permettant d'attirer les touristes en plus grand nombre pour dynamiser la région	12	10	12	15	17	9
Une offre culturelle plus riche près de chez moi, de nouveaux lieux culturels pour me divertir	12	14	11	8	7	8
Une politique identitaire régionale, basée sur les langues et spécificités de ma région	5	7	3	2	3	11

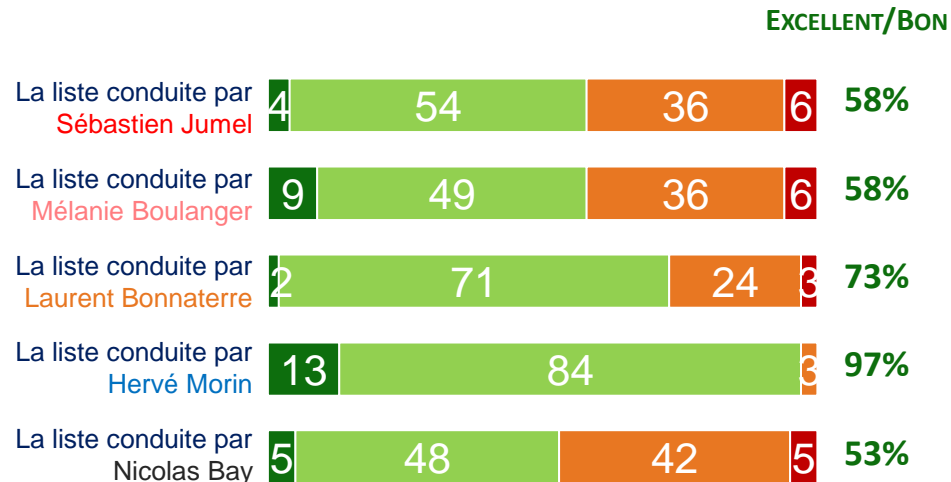
L'OPINION DES HABITANTS DE NORMANDIE SUR LE BILAN DE LA MAJORITÉ RÉGIONALE



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



SELON L'INTENTION DE VOTE AU PREMIER TOUR



NOTORIÉTÉ ET POPULARITÉ DES CANDIDATS AUX ÉLECTIONS RÉGIONALES EN NORMANDIE

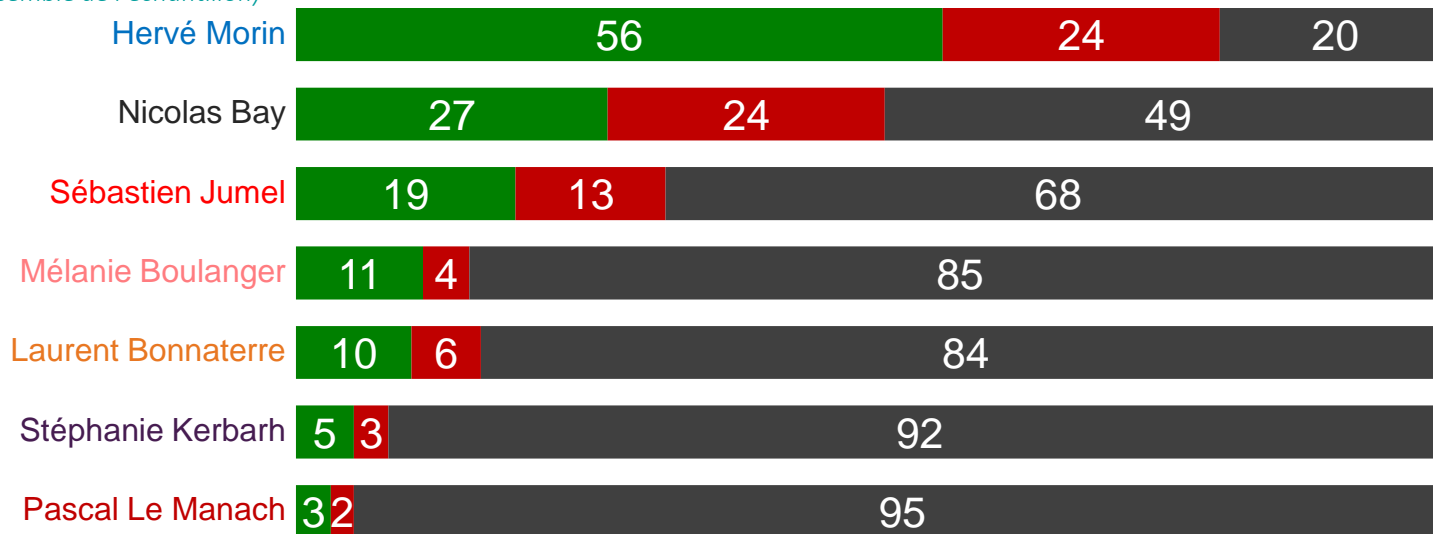
2

L'OPINION À L'ÉGARD DES CANDIDATS AUX ÉLECTIONS RÉGIONALES



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 bonne ou plutôt une mauvaise opinion ? »

(Base : ensemble de l'échantillon)



UNE BONNE OPINION

UNE MAUVAISE OPINION

VOUS NE LE/LA CONNAISSEZ PAS

LE RAPPORT DE FORCE ÉLECTORAL EN NORMANDIE

3

LES INTENTIONS DE VOTE POUR LE PREMIER TOUR DES ÉLECTIONS RÉGIONALES



Question : « Les prochaines élections régionales en Normandie 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 : exprimés, certains d'aller voter)



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



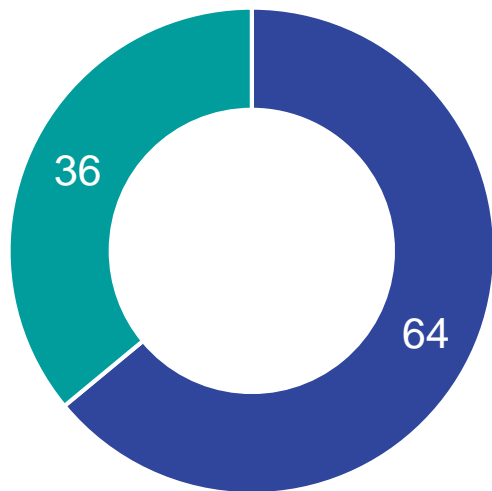
VOTE 1 ^{ER} TOUR 2021 ►	La liste conduite par Sébastien Jumel	La liste conduite par Mélanie Boulanger	La liste conduite par Laurent Bonnaterre	La liste conduite par Hervé Morin	La liste conduite par Nicolas Bay	Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote
▼ VOTE 1 ^{ER} TOUR 2017						
Jean-Luc Mélenchon	49	25	2	6	3	8
Benoît Hamon	13	62	5	5	3	8
Emmanuel Macron	2	22	39	24	7	4
François Fillon	-	1	-	88	11	-
Marine Le Pen	1	2	2	9	84	2

Note de lecture : 49% des électeurs de J.-L. Mélenchon au 1^{er} tour de l'élection présidentielle de 2017 voteraient pour la liste conduite par S. Jumel au 1^{er} tour des élections régionales

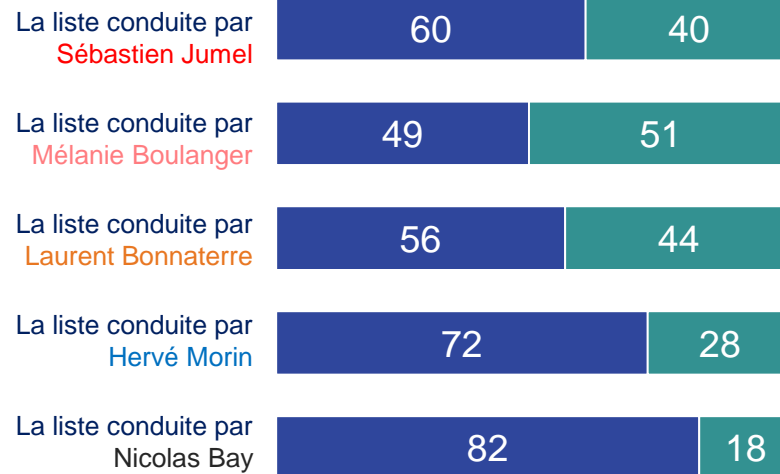
LA CERTITUDE DU CHOIX AU PREMIER TOUR

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

(Base : inscrits, 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



Question : « Les prochaines élections régionales en Normandie 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 : exprimés, certains d'aller voter)

La liste soutenue par le Parti Socialiste, Europe Écologie-Les Verts,
la France insoumise, le PCF et Génération.s conduite par **Mélanie
Boulanger**

26%

La liste soutenue par La République en Marche
conduite par **Laurent Bonnaterre**

13%

La liste soutenue par Les Républicains, les Centristes, l'UDI et le Modem
conduite par **Hervé Morin**

32%

La liste soutenue par le Rassemblement National (ex FN)
conduite par **Nicolas Bay**

29%

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

LES TRANSFERTS DE VOIX ENTRE LE PREMIER ET LE SECOND TOUR



<div>VOTE 2nd TOUR ►</div> <div>▼ VOTE 1^{er} TOUR</div>	La liste conduite par Mélania Boulanger	La liste conduite par Laurent Bonnaterre	La liste conduite par Hervé Morin	La liste conduite par Nicolas Bay	Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote
La liste conduite par Sébastien Jumel	76	10	6	2	6
La liste conduite par Mélania Boulanger	87	7	3	-	3
La liste conduite par Laurent Bonnaterre	4	87	7	-	2
La liste conduite par Hervé Morin	3	2	91	2	2
La liste conduite par Nicolas Bay	-	-	1	98	1

Note de lecture : 76% des électeurs de la liste conduite par Sébastien Jumel au premier tour voteraient pour la liste conduite par Mélania Boulanger au second tour

RAPPEL DES RÉSULTATS DES ÉLECTIONS RÉGIONALES DE 2015

4

RAPPEL DES RÉSULTATS DES ÉLECTIONS RÉGIONALES DE 2015 EN NORMANDIE



TOUR 1

La liste Lutte Ouvrière conduite par Pascal Le Manach	1,8%
La liste Front de Gauche conduite par Sébastien Jumel	7,0%
La liste du Parti Socialiste et du Parti Radical de Gauche conduite par Nicolas Mayer-Rossignol	23,5%
La liste Nouvelle Donne conduite par Alexandra Lecoeur	0,8%
La liste d'Europe Ecologie Les Verts conduite par Yanic Soubien	6,1%
La liste Les Républicains (ex UMP), UDI, MoDem et CPNT conduite par Hervé Morin	27,9%
La liste Debout la France de Dupont-Aignan conduite par Nicolas Calbrix	4,1%
La liste Union Populaire Républicaine conduite par Jean-Christophe Loutre	0,9%
La liste Front national conduite par Nicolas Bay	27,7%
Abstention : 50,1%	

TOUR 2

La liste du Parti Socialiste, du Parti Radical de Gauche, d'Europe Ecologie Les Verts et du Front de Gauche conduite par Nicolas Mayer-Rossignol	36,1%
La liste Les Républicains (ex UMP), UDI, MoDem et CPNT conduite par Hervé Morin	36,4%
La liste Front national conduite par Nicolas Bay	27,5%
Abstention : 40,9%	

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.