

# Municipales 2026 :

*Disposer d'un outil  
opérationnel pour vous aider  
à élaborer la bonne stratégie*



# “ Les élections municipales 2026, une échéance cruciale pour le pays

Même si 61% des Français accordent leur confiance au maire de leur commune, ils se sentent à la fois **ignorés et éloignés de la décision publique**.

Au-delà de l'incertitude concernant l'évolution de l'opinion, **l'offre locale reste à définir**, avec à ce stade de nombreuses interrogations :

1. Le développement ou non du **Rassemblement national** dans les instances municipales ;
2. L'éventuelle **traduction au niveau communal de listes d'union de la gauche** dans la continuité des alliances initiées lors des législatives ;
3. L'émergence d'un **bloc de centre droit** rassemblant les soutiens de l'actuel gouvernement, capable de s'ancrer localement ;
4. La formation ou non de **nouveaux blocs** plus ou moins institutionnalisés, en fonction des **dynamiques spécifiques aux communes**.

**61%** des Français ont confiance dans le maire de leur commune

**74%** ne font pas confiance en la politique

**83%** estiment que les responsables politiques, en général, ne se préoccupent pas des gens comme eux

Données issues de la vague 16 du baromètre Sciences Po Cevipof de la confiance politique réalisé en janvier 2025 par OpinionWay

# ” Etablir un diagnostic pour *concevoir* votre stratégie

Dans la conception de votre programme et dans vos actions, il est fondamental de recueillir les perceptions et les attentes des habitants et de concevoir des **mesures qui généreront leur adhésion**

**opinionway** vous propose **un dispositif exclusif pour :**



**Recueillir** des données objectives concernant l'opinion, la satisfaction et les attentes des habitants



**Dégager des pistes** d'optimisation et vous aider à concevoir un programme pertinent au regard des enjeux



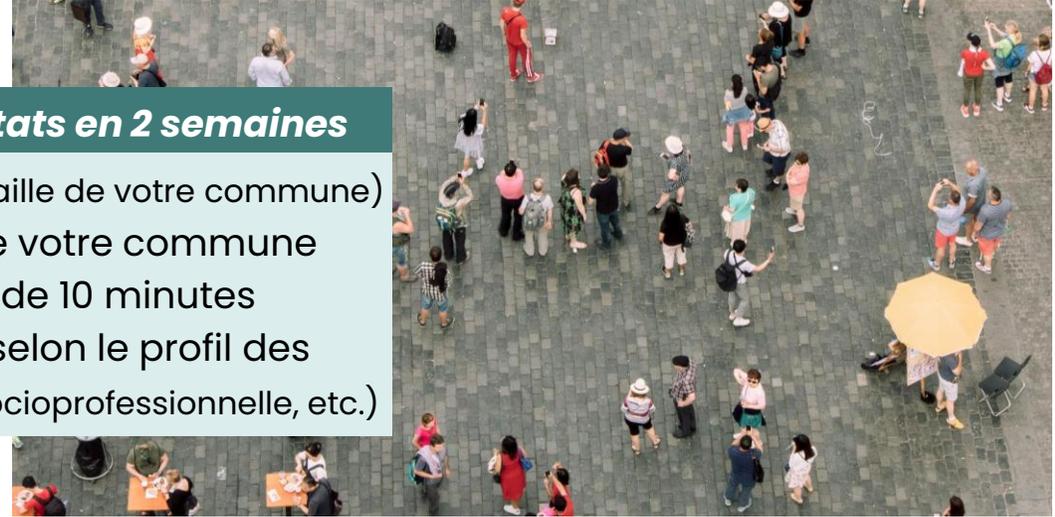
**Etablir le rapport de force électoral** au niveau local, à un an des prochaines élections

# “ Un dispositif *quantitatif* pour mesurer, un dispositif *qualitatif* pour approfondir

## Le dispositif quantitatif

Résultats en 2 semaines

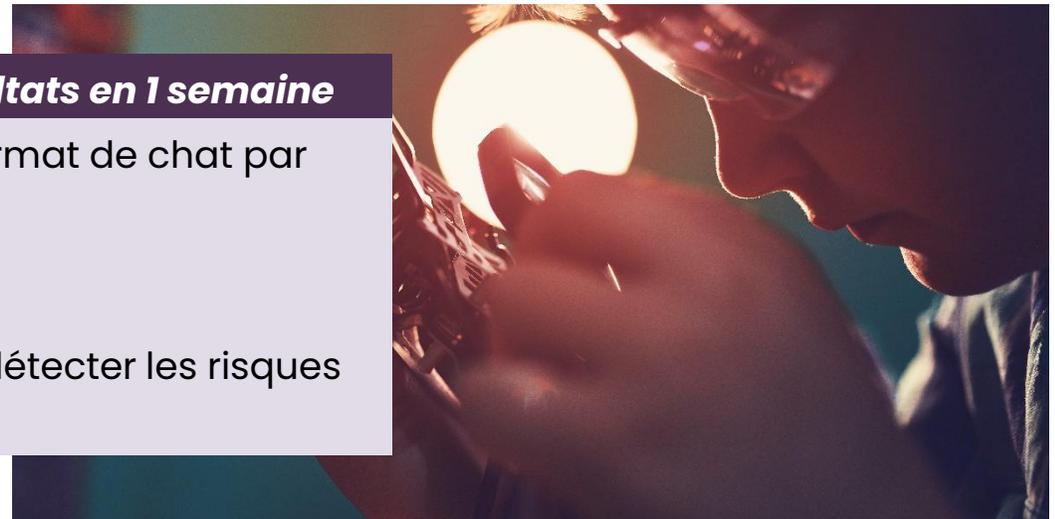
- Un échantillon de **600 à 800 habitants** (selon la taille de votre commune)
- Un échantillon **représentatif** de la population de votre commune
- Une interrogation **en ligne**, via un questionnaire de 10 minutes
- La possibilité d'**analyser les réponses en détail** selon le profil des personnes interrogées (le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, etc.)



## Le dispositif qualitatif

Résultats en 1 semaine

- Interrogation qualitative individuelle dans un format de chat par **Intelligence artificielle**
- **40 entretiens** en ligne par chat, **de 20 minutes**
- Supervisés par des **qualitativistes seniors**
- Recueillir les perceptions sur la municipalité et détecter les risques et opportunités électorales



# ” Les *thématiques* abordées



## Le dispositif quantitatif

15 questions

- Le bilan de l'équipe et de l'action municipale,
- La perception du changement dans la ville depuis 2020,
- Les attentes des habitants pour leur ville,
- Les tests de candidats potentiels : notoriété, opinion, image,
- Les intentions de vote

## Le dispositif qualitatif

10 thématiques

- Les représentations sur le territoire, les affectes,
- Les attentes des habitants pour le prochain mandat,
- Les priorités à intégrer au programme,
- Les déficits d'image éventuels à combler pour mieux incarner l'esprit de la ville

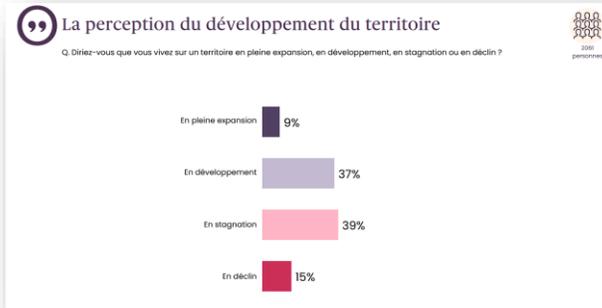
# ” Des livrables opérationnels

## Les livrables de l'étude quantitative :

L'ensemble des résultats sous format Excel, présentant **les résultats d'ensemble et par sous-cibles**

Un rapport de résultats **complet** sous format Power Point comprenant l'ensemble des résultats

Une note d'analyse opérationnelle comprenant les principaux enseignements



### ” La perception de la ville

Q. Diriez-vous que xx est une ville... ?

|                      | % Oui | QUARTIER DE RÉSIDENCE |         |          |                |                   | VOTE AUX MUNICIPALES 2020 |          |          |                           |     |
|----------------------|-------|-----------------------|---------|----------|----------------|-------------------|---------------------------|----------|----------|---------------------------|-----|
|                      |       | Centre-ville          | Coteaux | Orgemont | Val Notre-Dame | Val d'Argent Nord | Liste UR                  | Liste LR | Liste PS | Abstention, blanc, ou nul |     |
| Où il a de l'avenir  | 78%   | 82%                   | 78%     | 83%      | 76%            | 80%               | 71%                       | 74%      | 75%      | 66%                       | 80% |
| Dynamique            | 77%   | 72%                   | 79%     | 82%      | 75%            | 84%               | 71%                       | 61%      | 77%      | 71%                       | 80% |
| Où il fait bon vivre | 70%   | 67%                   | 70%     | 69%      | 68%            | 78%               | 72%                       | 71%      | 68%      | 72%                       | 71% |
| Attractive           | 62%   | 59%                   | 58%     | 71%      | 63%            | 72%               | 54%                       | 64%      | 57%      | 57%                       | 68% |
| Où l'on s'enrue      | 40%   | 41%                   | 34%     | 36%      | 42%            | 38%               | 48%                       | 31%      | 35%      | 46%                       | 41% |



## Les livrables de l'étude qualitative :

Un rapport de résultats avec des verbatims

Une note d'analyse opérationnelle comprenant des pistes d'axes d'amélioration



**Frédéric Micheau**

Directeur général adjoint,  
Directeur du Pôle opinion

**01 81 81 83 66**

**[fmicheau@opinion-way.com](mailto:fmicheau@opinion-way.com)**



**Charlotte Cahuzac**

Directrice adjointe du Pôle opinion  
Directrice BU Action publique

**06 63 06 50 61**

**[ccahuzac@opinion-way.com](mailto:ccahuzac@opinion-way.com)**



**Guillaume Inigo**

Directeur conseil  
Responsable des études  
institutionnelles du Pôle opinion

**06 27 67 56 76**

**[ginigo@opinion-way.com](mailto:ginigo@opinion-way.com)**