

# BAROMÈTRE DE LA SOLIDARITÉ

## Qui fait des dons en France et quelles sont les motivations des donateurs ?

Une enquête barométrique auprès du grand public  
et des personnes disposant de très hauts revenus  
5<sup>ème</sup> édition – Mars 2024



VOS CONTACTS IPSOS FRANCE :

etienne.mercier@ipsos.com  
salome.quetierparent@ipsos.com  
felix.tentillier@ipsos.com



# PRÉSENTATION MÉTHODOLOGIQUE DU BAROMÈTRE



## DEUX ÉCHANTILLONS



1 000 personnes représentatives\* de la population nationale française âgée de 18 ans et plus



500 personnes dont le revenu annuel net du foyer est supérieur à 120 000 € en France

\*Représentativité assurée des quotas, appliqués aux variables suivantes  
sexe, âge, profession de la personne interrogée, région et catégorie d'agglomération.



## DES INTERVIEWS RÉALISÉS EN LIGNE

Échantillon interrogé via l'Access panel Ipsos.



## UNE ENQUÊTE MENÉE EN FÉVRIER / MARS

Interviews réalisées du 19 février au 5 mars 2024

## UNE ENQUÊTE RÉALISÉE POUR :



Note de lecture : tous les résultats sont exprimés en pourcentage (%)



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 Etienne Mercier, Codirecteur du Pôle Opinion (Ipsos Public Affairs).

# LES DONS RÉALISÉS PAR LES FRANÇAIS EN 2023

Des Français toujours  
solidaires malgré la  
période de forte inflation  
qui les a marqués



1

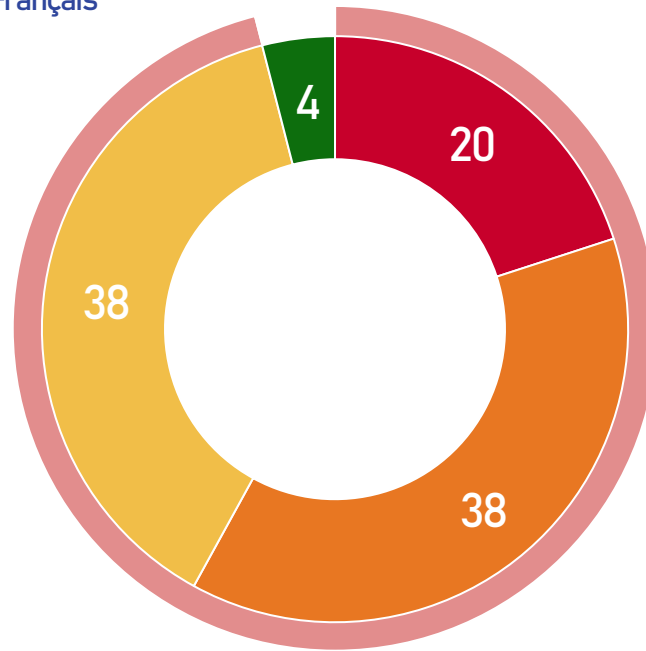
# En raison de l'inflation, la quasi-totalité des Français déclare que son pouvoir d'achat a diminué au cours des deux dernières années

Question : « Comment l'inflation a-t-elle impacté votre pouvoir d'achat au cours des deux dernières années ? »  
(base: Ensemble)

Nouvelle question



Ensemble des Français



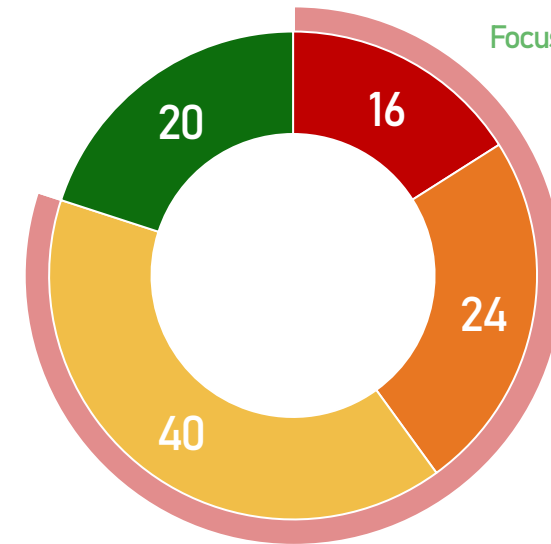
**% AU MOINS MODÉRÉMENT**

**96**

**.. DONT % FORTEMENT**  
**58**



Focus Hauts revenus



**% AU MOINS MODÉRÉMENT**  
**80**

**.. DONT FORTEMENT**  
**40%**

TRÈS FORTEMENT

FORTEMENT

MODÉRÉMENT

PAS DU TOUT

# Pour autant, la proportion de donateurs reste assez stable, et remonte même légèrement parmi ceux disposant de très hauts revenus

Questions : « Au cours de l'année 2023, combien de fois vous est-il arrivé de faire un don d'argent à une fondation ou à un organisme caritatif ? » / « Au cours de l'année 2023, à combien de fondations ou d'organismes caritatifs avez-vous fait des dons d'argent ? » Questions numériques ouvertes (base : Ensemble)

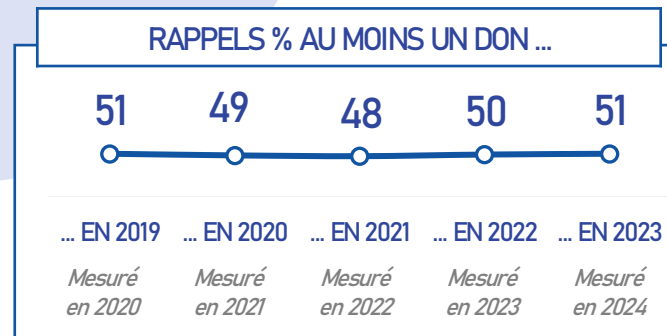


Ensemble  
des Français

## 51% ONT RÉALISÉ AU MOINS UN DON EN 2023

(45% à un organisme, 55% à plusieurs)

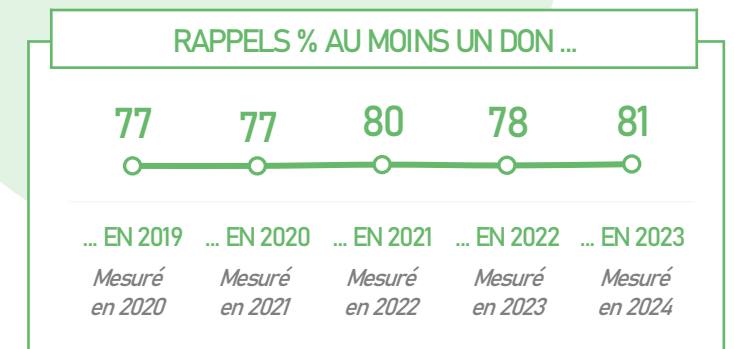
- 75% des cadres supérieurs (+4)
- 56% des moins de 35 ans (+1)
- 57% des séniors (65 ans et plus) (+1)
- 43% des Français dont le foyer a des revenus inférieurs à 15 000 € nets annuels (+1)



Focus  
Hauts revenus

## 81% ONT RÉALISÉ AU MOINS UN DON EN 2023

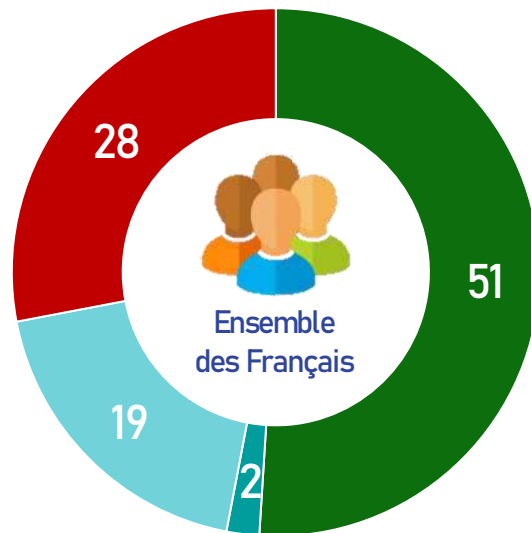
(24% à un organisme, 45% à 2 ou 3 organismes, 31% à plus de 3 organismes)



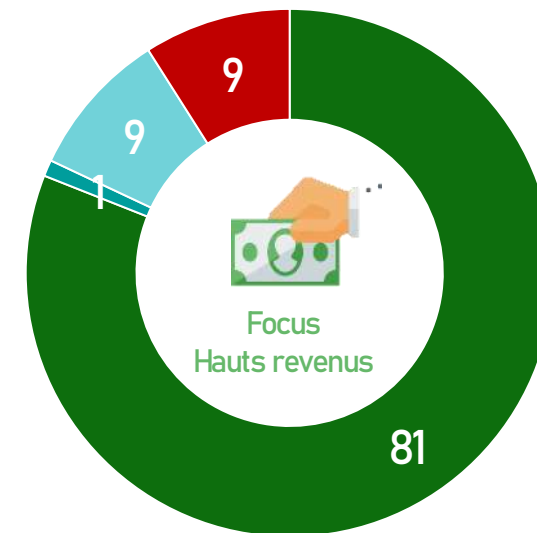
# Seuls 2% des Français déclarent avoir donné régulièrement par le passé puis avoir arrêté ; ainsi, même en temps difficile, très peu renoncent complètement à apporter leur aide aux associations et fondations...

Questions : « Au cours de l'année 2023, combien de fois vous est-il arrivé de faire un don d'argent à une fondation ou à un organisme caritatif ? » (base : Ensemble) / « Vous avez indiqué ne pas avoir réalisé de dons à des associations ou organismes caritatifs en 2023, mais en avez-vous réalisé par le passé ? » (bases : A ceux qui n'ont pas donné en 2023)

- 49% des ouvriers
- 43% de ceux qui ne payent pas l'impôt sur le revenu
- 41% de ceux dont le foyer a un revenu annuel net de moins de 15 000 €



72% ont déjà fait des dons et 21% ont arrêté



91% ont déjà fait des dons et 10% ont arrêté

ONT FAIT UN DON EN 2023

N'EN ONT PAS FAIT EN 2023, MAIS EN ONT FAIT « RÉGULIÈREMENT PAR LE PASSÉ »

N'EN ONT PAS FAIT EN 2023, MAIS EN ONT FAIT « DE MANIÈRE OCCASIONNELLE PAR LE PASSÉ »

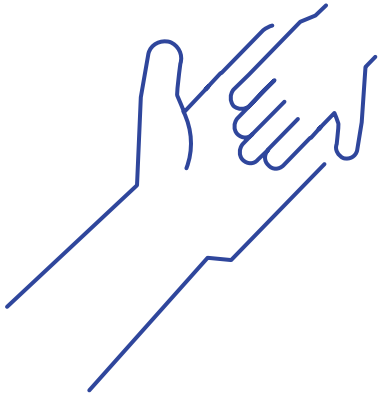
N'ONT JAMAIS FAIT DE DON

# Dans une moindre mesure, les Français, et plus particulièrement les jeunes et les hauts revenus, expriment leur solidarité à travers des actions de bénévolat

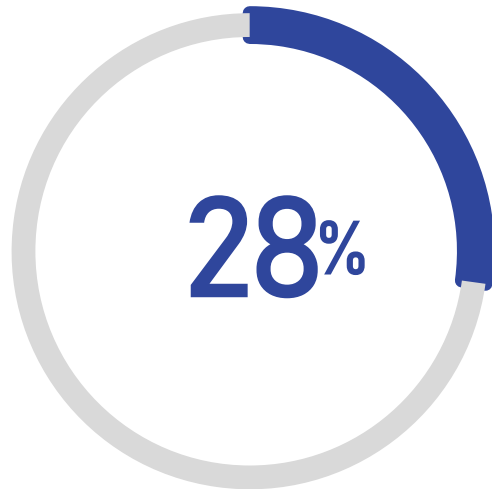
Question : «Et au cours de l'année 2023 avez-vous participé à une ou plusieurs actions de bénévolat (dans le cadre d'actions menées par une association ou une organisation caritative) ? Par exemple : collectes de vêtements, maraudes, actions en faveur de l'environnement »  
(base: Ensemble)

Nouvelle question

% OUI



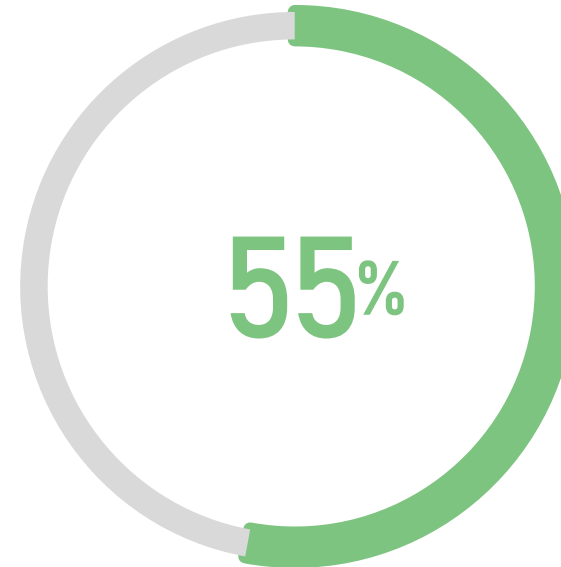
Ensemble des Français



- 44% des moins de 35 ans contre 19% des 65 ans et plus
- 41% des donateurs



Focus Hauts revenus



# Parmi ceux qui ont donné en 2023, 1 sur 5 a donné moins qu'en 2022, mais ceux qui ont donné plus ont permis de compenser les pertes

Question : «En 2023, avez-vous donné plus, moins ou autant d'argent qu'en 2022 ? »

(base: A ceux qui ont donné au moins une fois en 2023 : 51% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 81% de l'échantillon des hauts revenus)

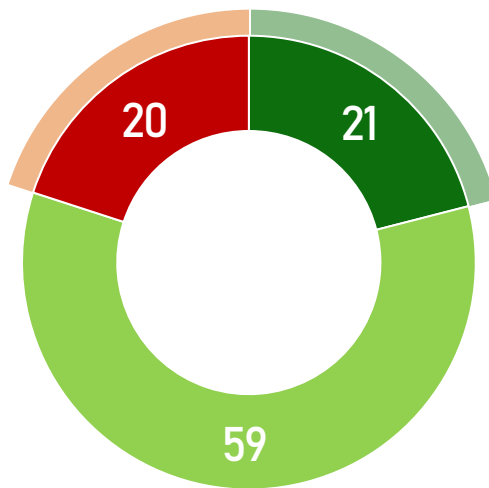
Nouvelle question



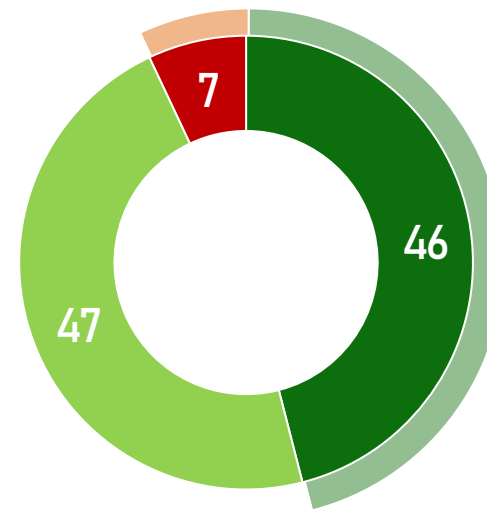
Ensemble des Français donateurs en 2023



Focus Hauts donateurs en 2023



DIFFÉRENTIEL PLUS/MOINS : +1



DIFFÉRENTIEL PLUS/MOINS : +39





# En effet, le montant moyen des dons réalisés par les Français progresse à nouveau cette année (371€, +38€), et celui de ceux réalisé par les « hauts revenus » progresse encore plus (2 686€, +314€)

Question : « Quel est le montant global de l'ensemble des dons que vous avez faits en 2023 à une ou plusieurs associations, fondations ou organismes caritatifs ?

Prenez en compte l'ensemble des dons que vous avez réalisés au cours de l'année. »

(base: A ceux qui ont donné au moins une fois en 2023 : 51% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 81% de l'échantillon des hauts revenus)



## Ensemble des Français donateurs en 2023

### Rappels

	vague 2023 pour donateurs 2022	vague 2022 pour donateurs 2021	vague 2021 pour donateurs 2020	vague 2020 pour donateurs 2019
100€ ou moins	56 ↘	62	65	53
101 à 250 €	17	16	19	19
251 à 500 €	14 ↗	10	8	14
501 à 1000 €	5	7	5	8
Plus de 1000 €	8 ↗	5	3	6



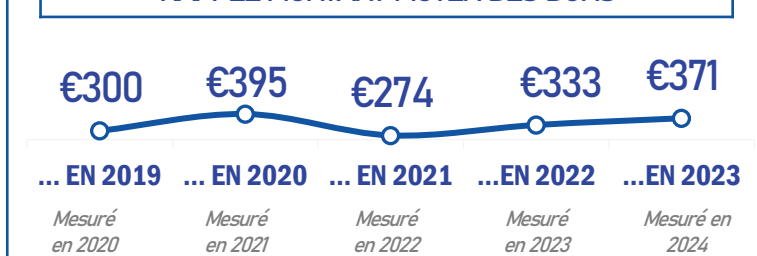
## Focus Hauts revenus donateurs en 2023

### Rappels

	vague 2023 pour donateurs 2022	vague 2022 pour donateurs 2021	vague 2021 pour donateurs 2020	vague 2020 pour donateurs 2019
100€ ou moins	16	18	19	16
101 à 250 €	10	12	12	11
251 à 500 €	15	17	17	15
501 à 1000 €	12	12	12	15
Plus de 1000 €	47 ↗	41	40	43

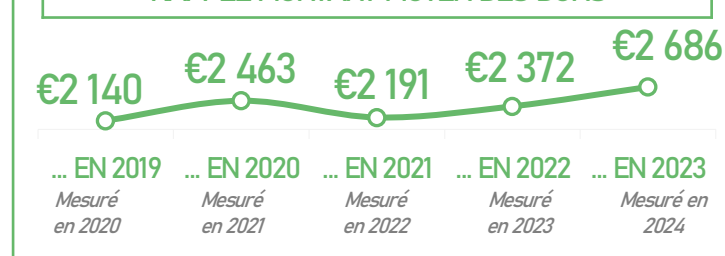
**371 €**  
en moyenne

#### RAPPEL MONTANT MOYEN DES DONS



**2 686 €**  
en moyenne

#### RAPPEL MONTANT MOYEN DES DONS



- Retraités : 564 €
- Hommes : 477 €
- Franciliens : 451 €
- Cadres supérieurs : 409 €

A woman with short brown hair and glasses is sitting at a desk in an office. She is wearing a white turtleneck sweater with brown sleeves and is talking on a mobile phone held to her ear. She is also holding a pen over a piece of paper on the desk. In the background, there is a laptop and some office supplies. The overall scene is a professional office environment.

# QUELS DONNS POUR LES ASSOCIATIONS ET FONDATIONS EN 2024 ?

Des perspectives plutôt rassurantes à court terme

2

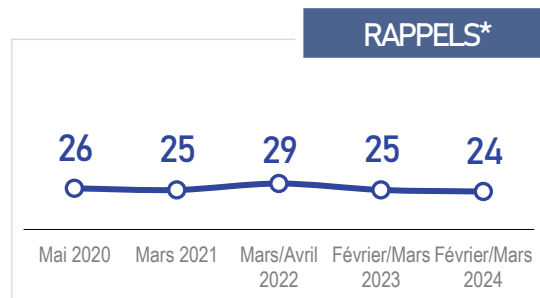
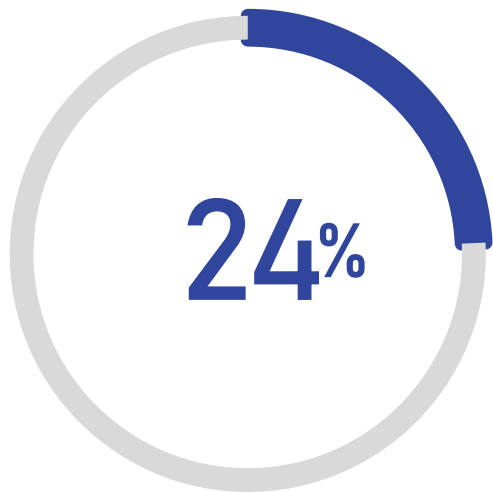
# Entre janvier et début mars 2024, un peu moins d'un Français sur 4 déclare avoir déjà donné à des associations, de même qu'un peu plus d'un Français avec des hauts revenus sur deux

Question : « Depuis le début de l'année 2024, avez-vous déjà fait des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? »  
(base: Ensemble)

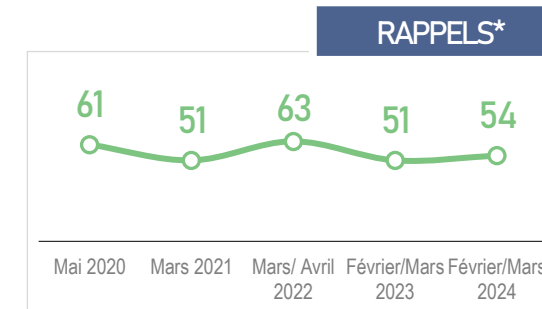
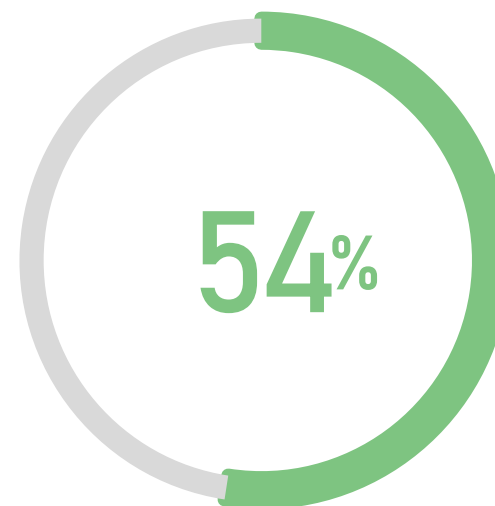
% OUI



Ensemble  
des Français



Focus  
Hauts revenus



- 39% des cadres supérieurs (+1)
- 34% des jeunes de moins de 35 ans (-5)
- 32% des Franciliens (-1)



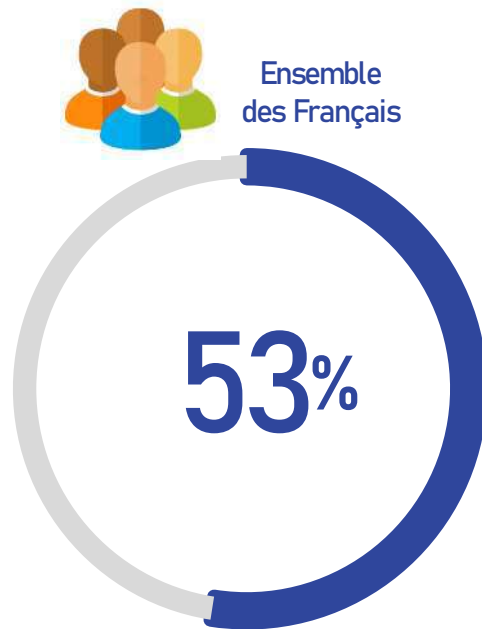
\* Les dates d'enquêtes différant d'une édition à l'autre, les évolutions sont à interpréter avec précaution :

- en 2020, l'enquête avait été menée **entre le 19 et le 28 mai**, la question s'intéressait donc aux dons réalisés sur les **138 à 147** jours premiers de l'année : 39-42% de l'année était déjà écoulée)
  - en 2021 elle avait été menée **entre le 5 et le 18 mars** (la question portait donc sur les dons réalisés sur les **63-76** premiers jours de l'année : 18-22% de l'année était déjà écoulée)
- en 2022 elle avait été menée **entre le 24 mars et le 4 avril** (la question portait donc sur les dons réalisés sur les **83-93** premiers jours de l'année : 24-26% de l'année était déjà écoulée)
- En 2023, elle avait été menée **entre le 23 février et le 4 mars** (la question porte donc sur les dons réalisés sur les **53-62** premiers jours de l'année : 15-18% de l'année était déjà écoulée)
- Cette année, elle a été menée **entre le 19 février et le 5 mars** (la question porte donc sur les dons réalisés sur les **49-64** premiers jours de l'année : 14-18% de l'année était déjà écoulée)

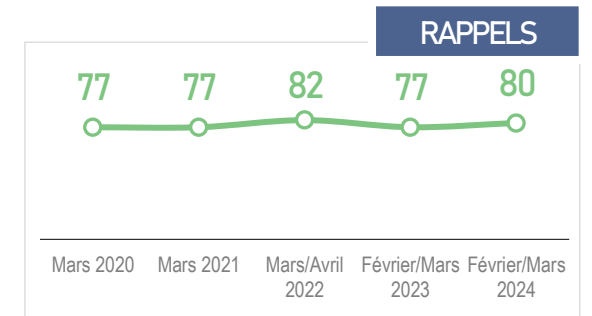
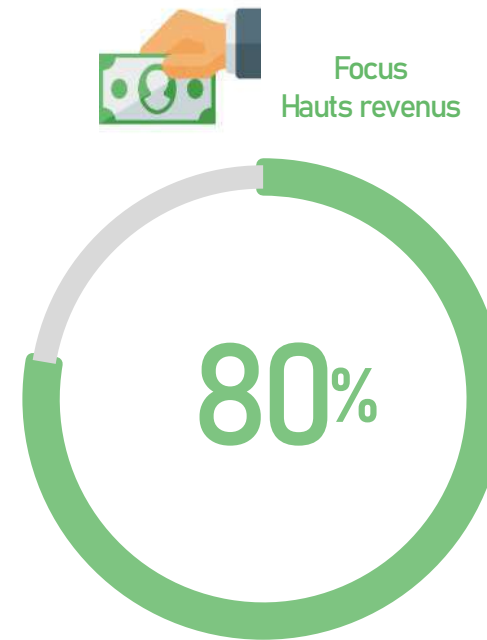
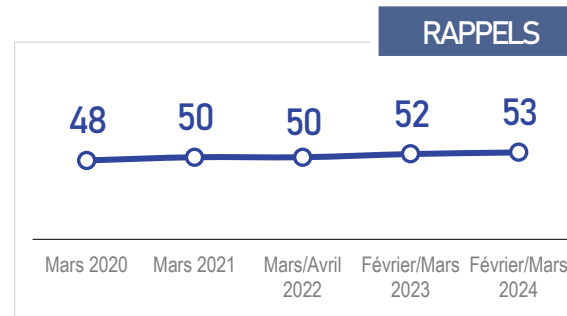
# La majorité des Français et 4 « hauts-revenus » sur 5 comptent par ailleurs donner sur le reste de l'année

Question : « Et à partir d'aujourd'hui et jusqu'à la fin de l'année 2024, avez-vous l'intention de faire des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? »  
(base: Ensemble)

## % OUI

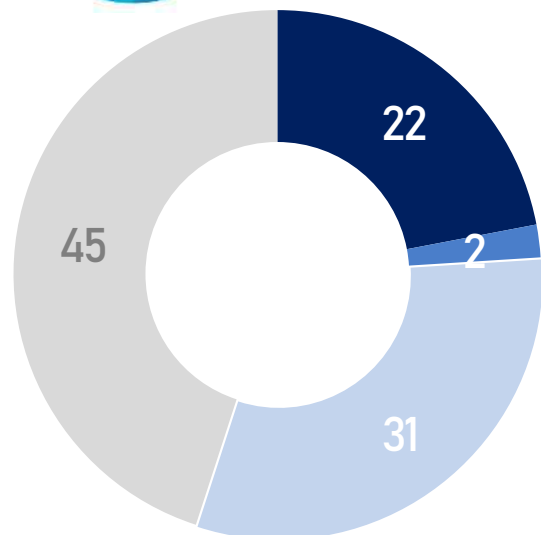
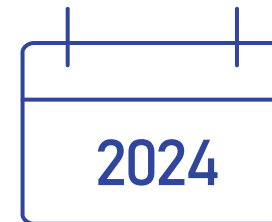


- 75% des cadres supérieurs (+6)
- 65% des Franciliens (+5)
- 62% des jeunes (moins de 35 ans) (stable)



# In fine, la majorité des Français (55%, stable vs 2023) et 83% des hauts revenus (tendance à la hausse : +3 points) ont déjà donné ou projettent de le faire en 2024

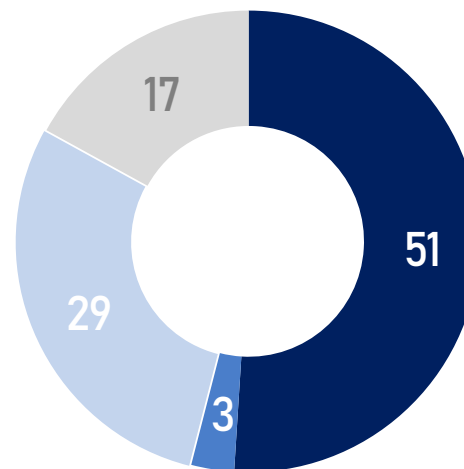
Questions : « Depuis le début de l'année 2024, avez-vous déjà fait des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? » / « Et à partir d'aujourd'hui et jusqu'à la fin de l'année 2024, avez-vous l'intention de faire des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? »  
(base: Ensemble)



**55%**  
déclarent qu'ils ont donné  
ou vont donner en 2024

55% en déclaraient autant  
pour 2023 (Chiffre de la vague 2023)

Mais finalement  
51% déclarent avoir effectivement  
donné en 2023



**83%**  
déclarent qu'ils ont donné  
ou vont donner en 2024

80% en déclaraient autant  
pour 2023 (Chiffre de la vague 2023)

et finalement  
81% déclarent avoir effectivement  
donné en 2023

DON AU 1ER ET 2ND SEMESTRE 2024

DON AU 1ER SEMESTRE UNIQUEMENT

DON AU 2ND SEMESTRE UNIQUEMENT

NE VA PAS DONNER

Rétrospectivement, la proportion effective de donateurs sur 2023 est moins élevée que le laissait entendre les intentions l'an dernier (-4 points, comme en 2022), mais se révèle plus importante pour les hauts revenus (+1 point), pour la première fois en cinq ans

## HISTORIQUE DES INTENTIONS DE DONS VS DONS RÉALISÉS



Ensemble  
des Français



Focus  
Hauts revenus

	... intention de dons (mesuré en début d'année pour l'année en cours)	... dons réalisés (mesuré <u>rétrospectivement</u> )
2019	-	51%
2020	51%	49%
2021	54%	48%
2022	54%	50%
2023	55%	51%
2024	55%	-

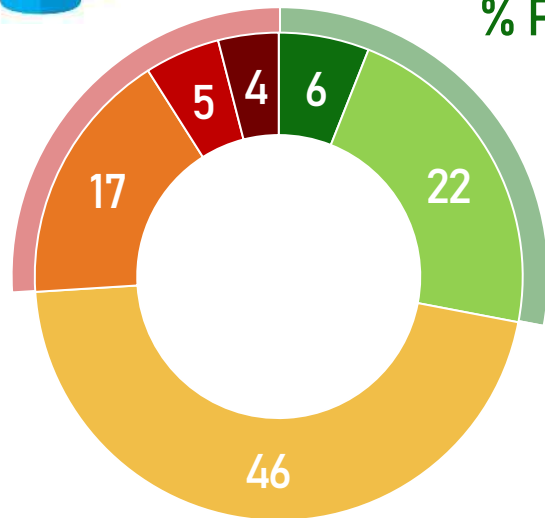
	... intention de dons (mesuré en début d'année pour l'année en cours)	... dons réalisés (mesuré <u>rétrospectivement</u> )
	-	77%
	82%	77%
	81%	80%
	84%	78%
	80%	81%
	83%	-

# Après avoir été peu optimistes sur le montant qu'ils pourraient consacrer à leurs dons en 2023, les Français sont un peu plus confiants pour 2024 ; les hauts revenus quant-à-eux continuent de prévoir d'augmenter les montants de leurs dons

Question : « Et en pensant à l'année 2024, pensez-vous que, par rapport à l'année dernière, le montant que vous donnerez à des organismes caritatifs sera... »  
 (base: A ceux qui ont donné au moins une fois en 2023: 51% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 81% de l'échantillon hauts revenus)



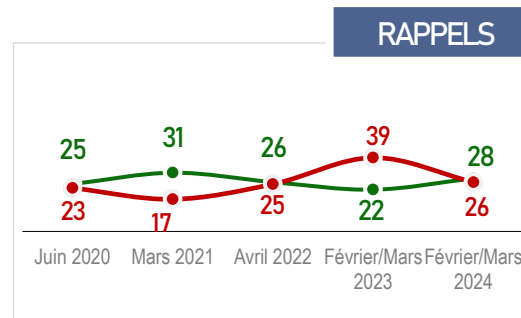
Ensemble des Français donateurs en 2023



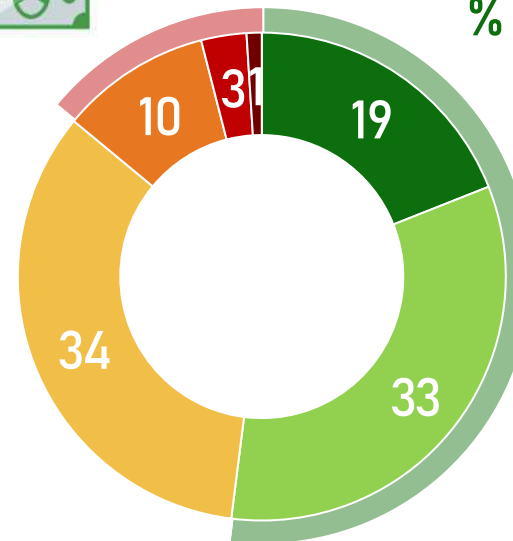
**% MOINS ÉLEVÉS : 26**

**% PLUS ÉLEVÉS : 28**

- 44% des moins de 35 ans

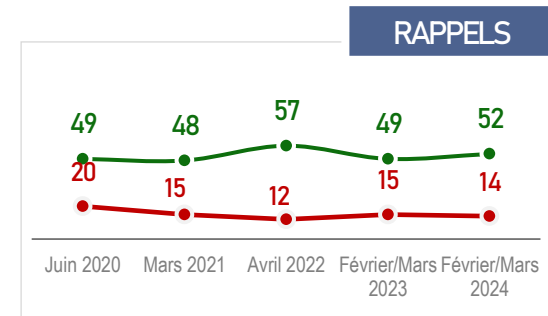


Focus Hauts revenus donateurs en 2023



**% MOINS ÉLEVÉS : 14**

**% PLUS ÉLEVÉS: 52**



BEAUCOUP PLUS ÉLEVÉ

UN PEU PLUS ÉLEVÉ

NI PLUS NI MOINS ÉLEVÉ

UN PEU MOINS ÉLEVÉ

BEAUCOUP MOINS ÉLEVÉ

VOUS NE PENSEZ PAS REFAIRE UN DON

# Ceux qui projettent de donner moins en 2024 l'expliquent toujours principalement par la baisse de leur pouvoir d'achat, mais cette raison est moins citée que lors du pic de l'inflation en 2023

Question : « Quelles raisons parmi les suivantes expliquent-elles le mieux que vous pensiez donner moins cette année ? »

(base: A ceux qui déclarent qu'ils donneront moins cette année : 26% des donateurs de l'échantillon grand public et 14% des donateurs de l'échantillon des hauts revenus)

Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles



Ensemble des Français donateurs en 2023 qui prévoient de donner moins en 2024

		vague 2023	vague 2022
Votre pouvoir d'achat a diminué, vous n'avez plus les mêmes capacités financières	50 ↘	57	57
Vous avez peur de ne pas pouvoir faire face à l'augmentation des prix	36 ↘	41	36
Vous préférez d'autres formes d'action	16	13	14
Vous avez d'autres projets	14	15	8
Vous préférez financer des cagnottes de particulier	13 ↗	5	4
Une autre raison	4	3	1



Focus Hauts revenus donateurs en 2023 qui prévoient de donner moins en 2024 (57 personnes)

		Vague 2023	Vague 2022
Votre pouvoir d'achat a diminué, vous n'avez plus les mêmes capacités financières	25	31	23
Vous avez peur de ne pas pouvoir faire face à l'augmentation des prix	19	24	27
Vous préférez d'autres formes d'action	12	25	23
Vous avez d'autres projets	37	25	31
Vous préférez financer des cagnottes de particulier	23	9	23
Une autre raison	4	5	2



# En miroir, la motivation principale de ceux qui pensent donner davantage est d'abord liée à l'évolution des besoins des associations

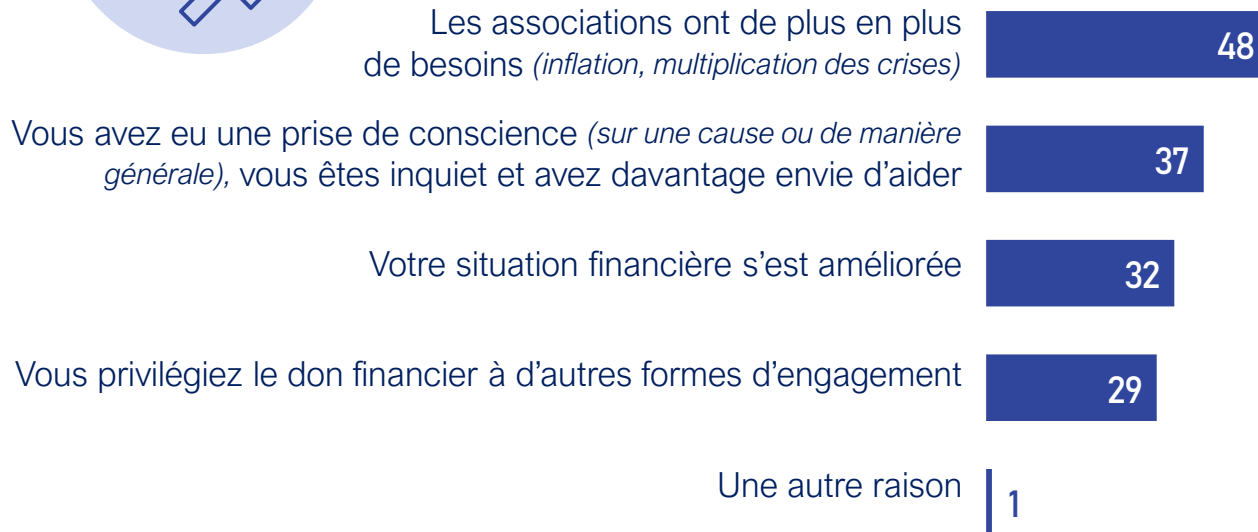
Question : « Quelles raisons parmi les suivantes expliquent-elles le mieux que vous pensiez donner davantage cette année ? »

(base: A ceux qui déclarent qu'ils donneront plus cette année : 28% des donateurs de l'échantillon grand public, 52% des donateurs de l'échantillon des hauts revenus)

Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles



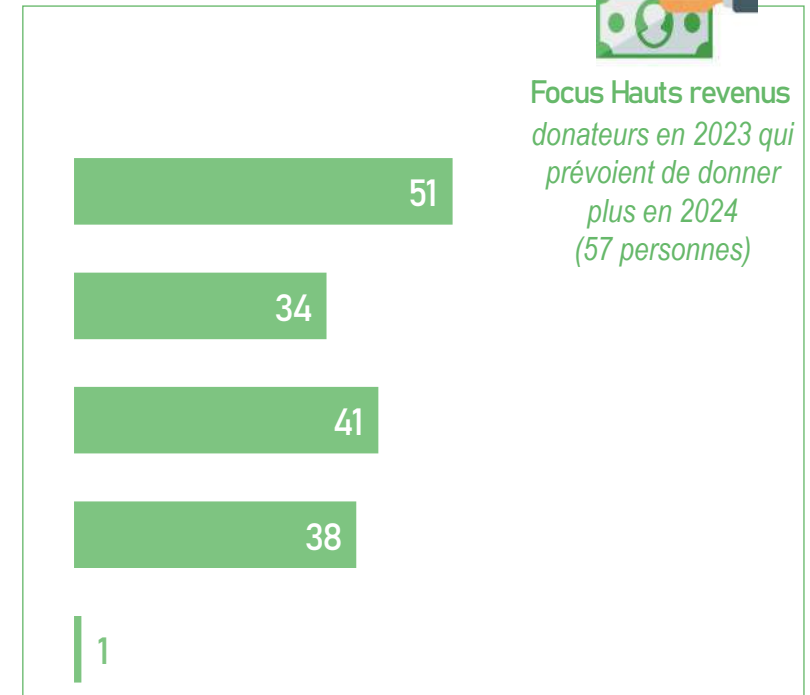
Ensemble des Français donateurs en 2023 qui prévoient de donner plus en 2024



Nouvelle question



Focus Hauts revenus donateurs en 2023 qui prévoient de donner plus en 2024 (57 personnes)





# LE NIVEAU D'INFORMATION DES «HAUTS REVENUS » SUR LES AVANTAGES FISCAUX LIÉS AUX DONS ET LEGS

La presse, l'administration fiscale  
et les organismes caritatifs,  
premières sources d'information

3

# Près d'un Français sur deux a désormais connaissance du montant du plafond de déduction appliqué depuis 2020, un niveau record sur 5 ans

Question : « Le plafond de déduction des dons aux associations permettant de bénéficier d'une déduction de 75% sur son impôt sur le revenu est passé de 552 € à 1000 € depuis 2020. Le saviez-vous ? »

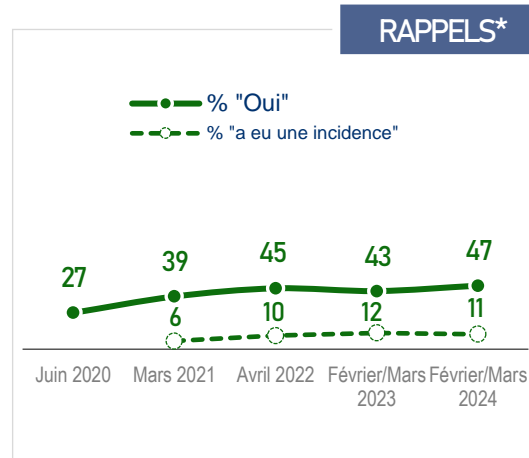
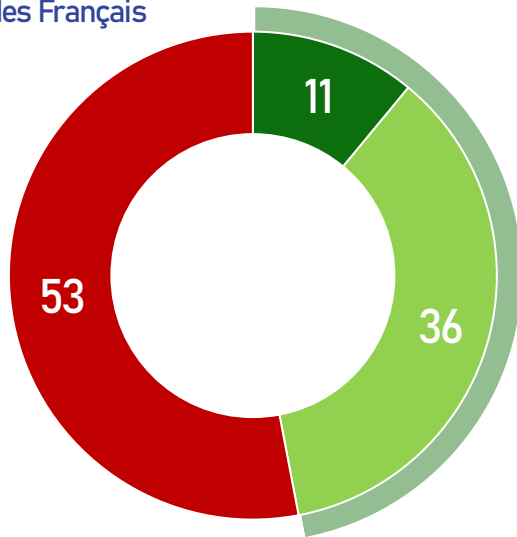
(base: Ensemble)



Ensemble des Français

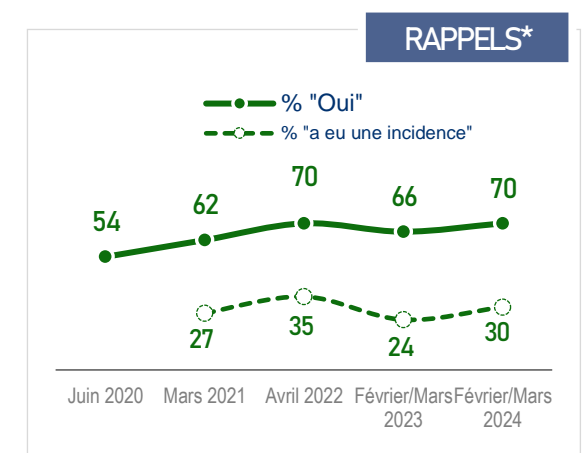
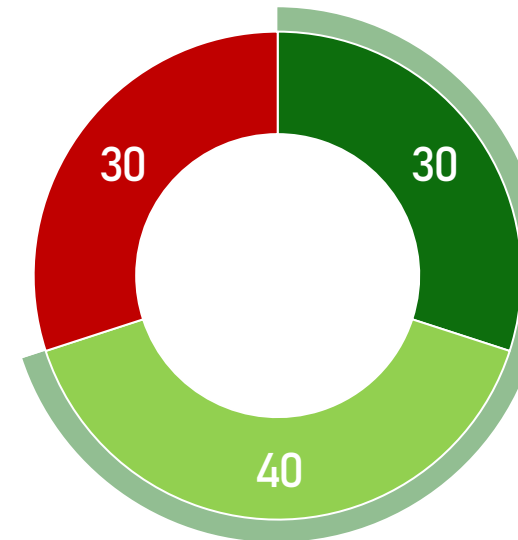
**% OUI : 47**

- 59% des donateurs (+4)
- 55% des séniors (65 ans et plus) (+9)



Focus Hauts revenus

**% OUI : 70**



OUI, ET CETTE AUGMENTATION A DEPUIS EU UNE INCIDENCE SUR LE MONTANT DE VOS DONS

OUI, MAIS CETTE AUGMENTATION N'A PAS EU D'INCIDENCE

NON, VOUS NE LE SAVIEZ PAS

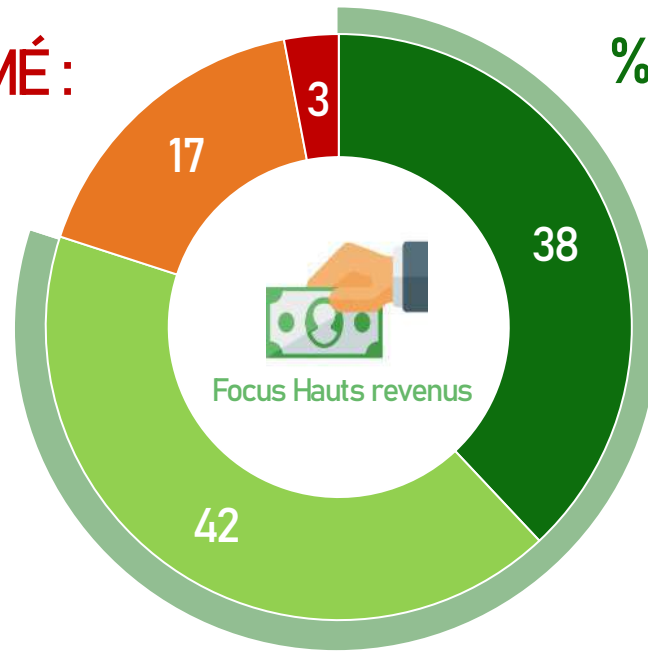
# 4 Français ayant des hauts revenus sur 5 se sentent bien informés sur les avantages fiscaux liés aux dons, une proportion globalement stable à moyen terme

Question : « Globalement, vous sentez-vous aujourd'hui bien ou mal informé sur les avantages fiscaux liés aux dons, donations et legs à des organismes caritatifs ? »  
 (base: A l'échantillon des hauts revenus)



Focus Hauts revenus

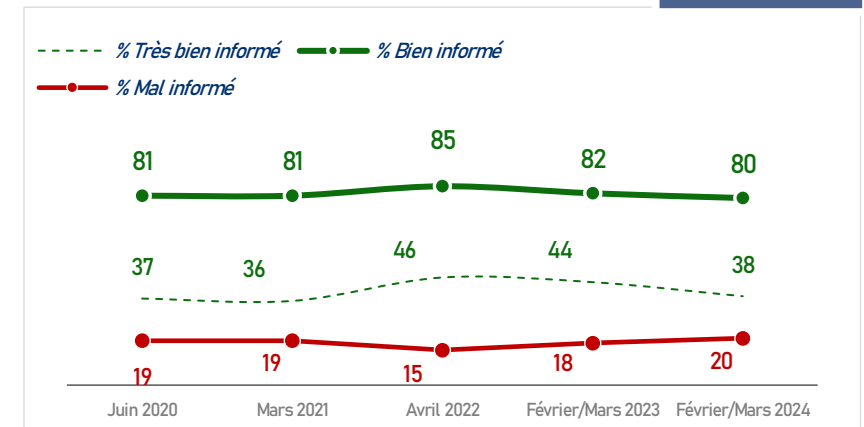
**% MAL INFORMÉ :**  
20



**% BIEN INFORMÉ :**  
80

- Donateurs ayant donné plus de 1.000€ lors de l'année 2023 : 90%

RAPPELS



TRÈS BIEN INFORMÉ

ASSEZ BIEN INFORMÉ

ASSEZ MAL INFORMÉ

TRÈS MAL INFORMÉ

# Pour les Français disposant de hauts revenus, la presse, l'administration fiscale et les organismes caritatifs restent les principales sources d'information sur les avantages fiscaux existants liés aux dons

Question : « *Après de qui vous informez-vous sur les avantages fiscaux liés aux dons, donations, legs... ?* »  
 (base: A l'échantillon des hauts revenus)

Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles

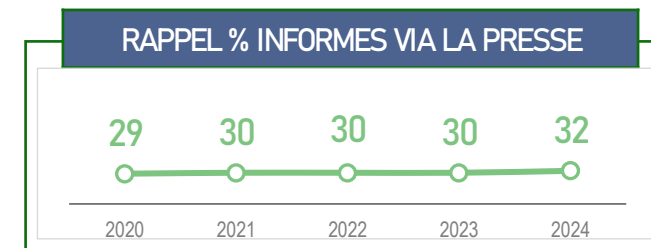
	2024	Rappels			
		vague 2023	vague 2022	vague 2021	vague 2020
L'administration fiscale (Service des Impôts)	28 ↗	24	25	25	26
Les organismes caritatifs et associations auxquels vous donnez	26	29	23	19	22
Vos proches, votre entourage	25 ↗	20	20	21	15
La presse spécialisée (économique, gestion de patrimoine, etc.)	22	20	21	19	20
Votre conseiller bancaire	21	22	19	21	23
Un comptable	18	19	21	21	20
Un conseiller patrimonial	18 ↗	12	13	15	17
La presse généraliste	17	16	16	16	13
Un notaire	12	13	13	14	17
Un avocat	12 ↗	7	15	12	14
Aucun de ces acteurs	10	14	10	14	11



Focus Hauts revenus



% « Presse »  
32

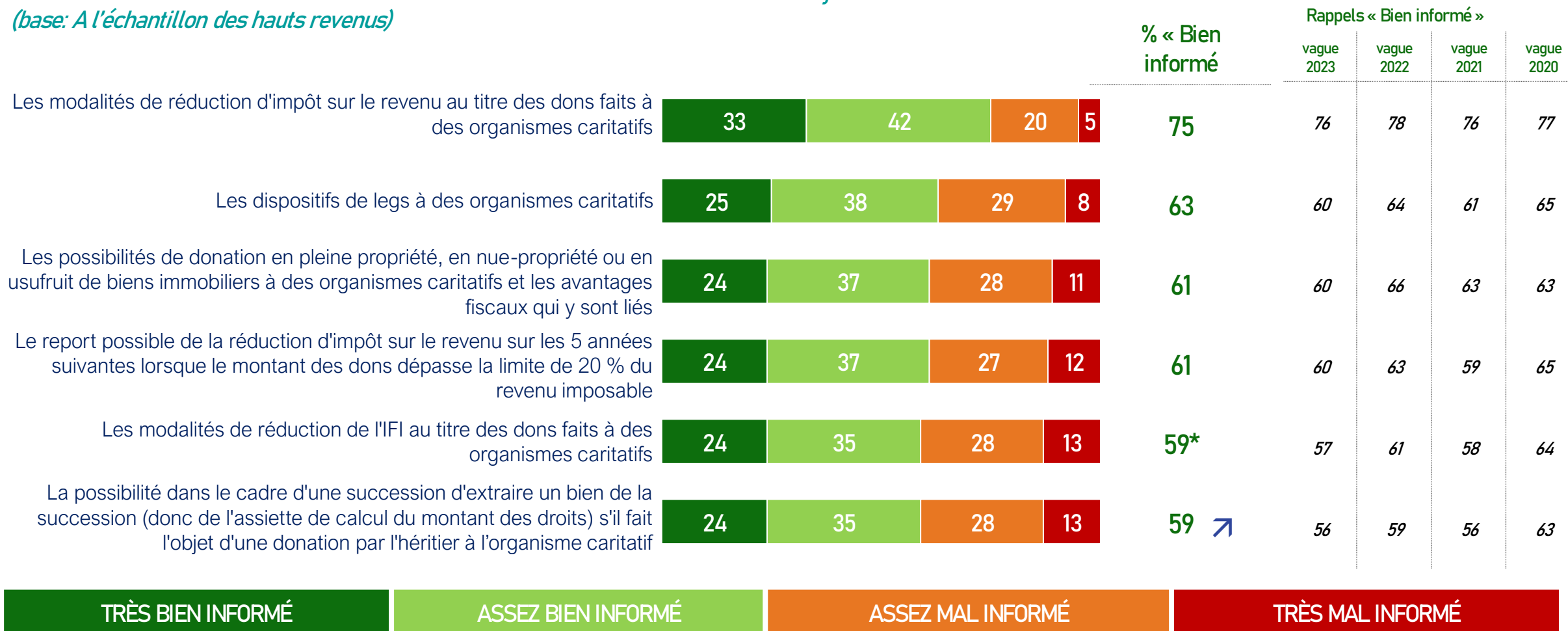


# Le niveau d'information des Français aux plus hauts revenus sur les différents mécanismes fiscaux liés aux donations réaugmente légèrement mais reste en dessous des niveaux de 2020



Focus Hauts revenus

Question : «Avez-vous le sentiment d'être bien ou mal informé sur chacun des sujets suivants ?»  
(base: A l'échantillon des hauts revenus)



TRÈS BIEN INFORMÉ

ASSEZ BIEN INFORMÉ

ASSEZ MAL INFORMÉ

TRÈS MAL INFORMÉ



# LES CAUSES POUR LESQUELLES LES FRANÇAIS COMPTENT DONNER EN 2024

L'aide aux plus démunis, l'enfance et  
l'éducation en hausse, les aides liées  
aux situations d'urgence en baisse

# 4

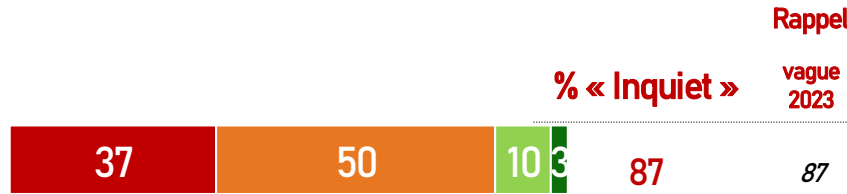
# Cette année, les Français sont légèrement plus confiants pour leur avenir personnel, mais toujours aussi inquiets pour celui des personnes précaires et des jeunes

Question : «Aujourd'hui de manière générale, diriez-vous que vous êtes inquiet ou pas pour...?»  
(base: Ensemble)



Ensemble des Français

... l'avenir des personnes les plus précaires



... l'avenir des jeunes



... l'avenir des Français en général



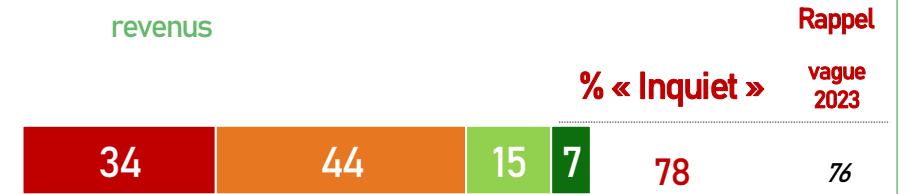
... l'avenir de vos proches



... votre avenir personnel



Focus Hauts revenus



TRÈS INQUIET

PLUTÔT INQUIET

PLUTÔT PAS INQUIET

PAS INQUIET DU TOUT

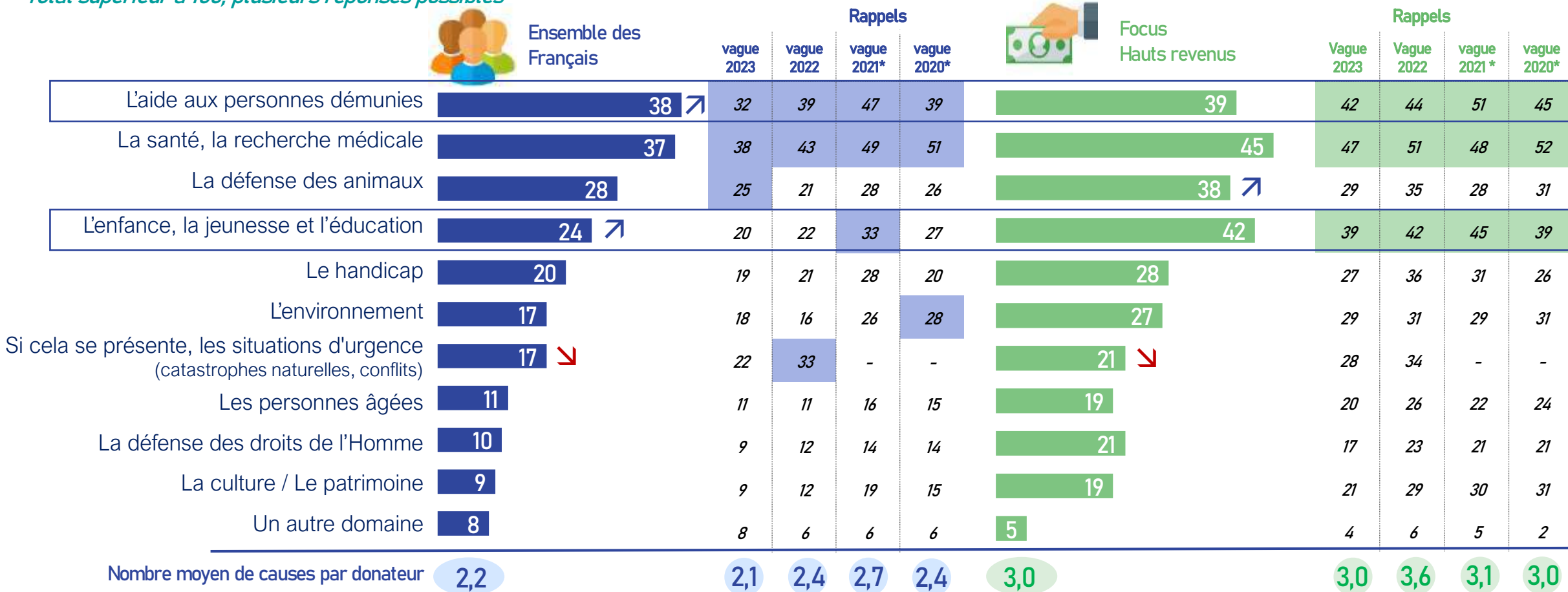


# Les intentions de dons en faveur de l'aide aux personnes démunies (38%, +6) et pour la cause de la jeunesse et de l'éducation (24%, +4) sont d'ailleurs celles qui progressent le plus, tandis celles pour les situations d'urgence diminuent

Question : « Pour quelles causes parmi les suivantes comptez-vous donner en 2024? »

(base: A ceux qui ont donné ou comptent donner en 2024 : 55% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 83% de l'échantillon hauts revenus)

Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles



# 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](http://www.syntec-etudes.com)),  
Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://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 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 de l'étude.

## EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité à partir des données de l'Insee les plus récentes
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un processus 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

- **Echantillonnage** : 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 (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, 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.

# FICHE TECHNIQUE

## Étude CAWI sur panel IIS



### ÉCHANTILLON

- **Population cible** : 1 000 personnes représentatives\* de la population nationale française âgée de 18 ans et plus
- 500 personnes dont le revenu annuel net du foyer est supérieur à 120 000 € en France
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- Le cas échéant, tirage raisonné permettant de sur représenter les cibles présentant systématiquement des taux de participation inférieurs à la moyenne
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région, catégorie d'agglomération



### COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : du 19 février au 5 mars
- **Taille de l'échantillon final** : 1500 individus (1000 issus de la cible grand public et 500 issus de cibles hauts revenus)
- **Mode de recueil** : On line sur panel IIS
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans



### TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région, catégorie d'agglomération

# FICHE TECHNIQUE

## Organisation (Étude sur panel online)



### LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination et validation des traductions
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Présentation orale
- Analyses et synthèse



### LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Scripting
- Emailing
- Collecte des données en [France](#)



# Fiabilité des résultats

## Feuille de calcul

### En l'occurrence s'agissant de cette étude :

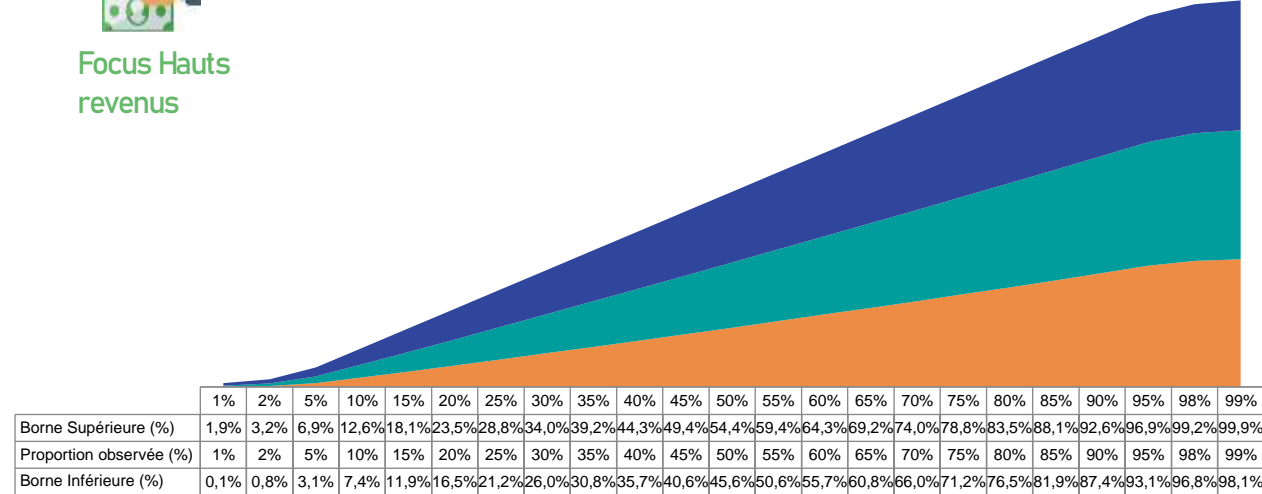
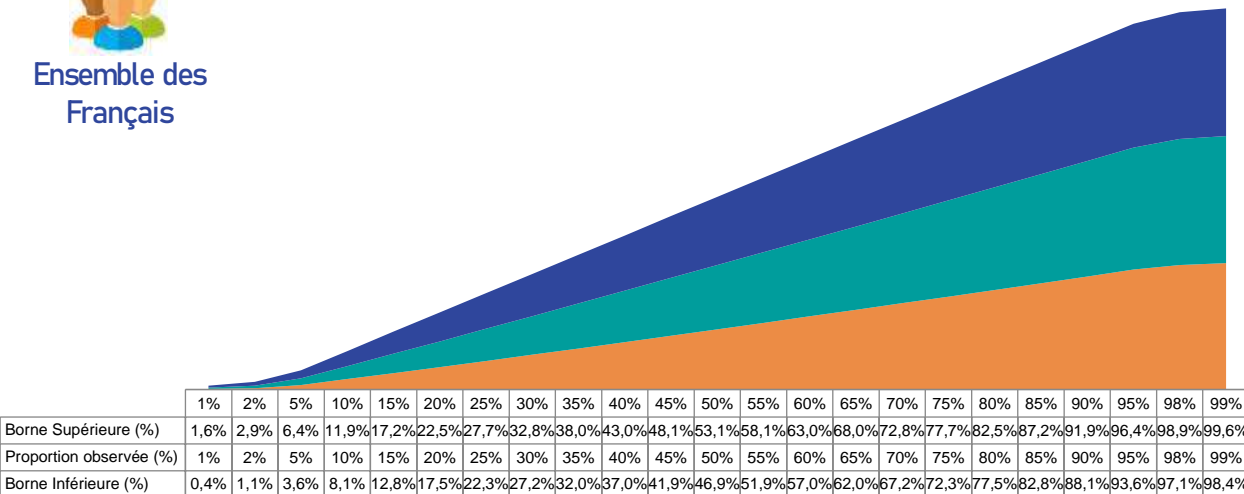
- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1 000** personnes représentatives de la population nationale âgée de 18 ans et plus, et, **500** personnes dont le revenu annuel net du foyer est supérieur à 120 000 €

### Les proportions observées sont comprises entre :

■ Borne supérieure (%)

■ Proportion observée (%)

■ Borne inférieure (%)



# 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](http://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.