

BAROMÈTRE DE LA SOLIDARITÉ

Incertitudes politiques et géopolitiques : quel impact sur les dons des Français aux organismes caritatifs ?

Une enquête barométrique auprès du grand public et des personnes disposant de très hauts revenus
6^{ème} édition – Mars 2025

Contacts :

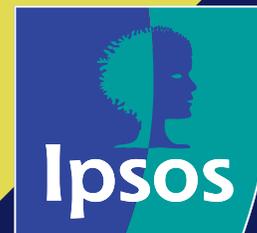
Etienne Mercier : etienne.mercier@ipsos.com

Salomé Quetier-Parent : salome.quetierparent@ipsos.com

Félix Tentillier : felix.tentillier@ipsos.com

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

© Ipsos | Enquête auprès du grand public et des Français avec de hauts revenus – Apprentis d'Auteuil | Mars 2025



SOUS EMBARGO

PRÉSENTATION MÉTHODOLOGIQUE DU BAROMÈTRE

DEUX ÉCHANTILLONS



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



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

*représentativité assurée par la méthode des quotas, appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, profession de la personne interrogée, région et catégorie d'agglomération.

DES INTERVIEWS RÉALISÉES EN LIGNE



Échantillon interrogé via l'Access panel Ipsos.

UNE ENQUÊTE MENÉE EN FÉVRIER / MARS



Interviews réalisées du 26 février au 12 mars 2025

UNE ENQUÊTE RÉALISÉE POUR :



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).

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

CONTEXTE

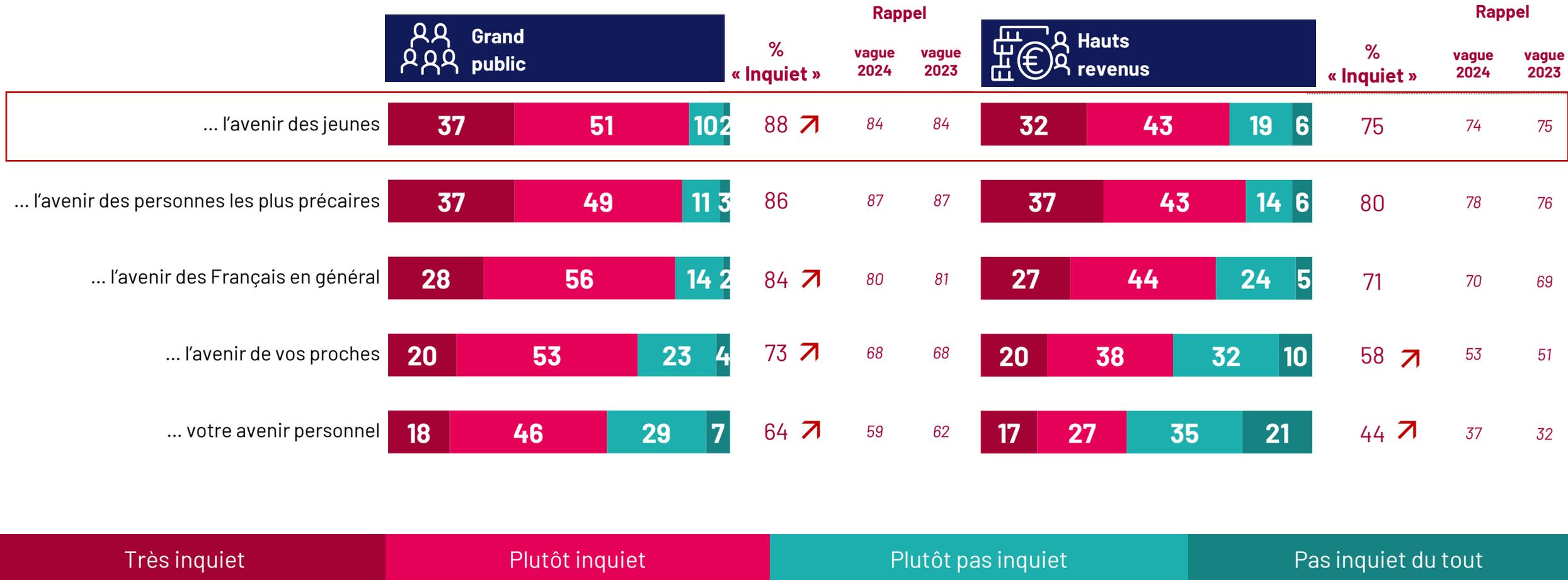
01

**Des Français de plus en plus inquiets,
et de prime abord, peu enclins à un nouvel
élan de solidarité si la situation se détériorait**

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

L'inquiétude des Français pour leur avenir personnel, celui de leurs concitoyens, et plus particulièrement celui des jeunes progresse nettement cette année

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

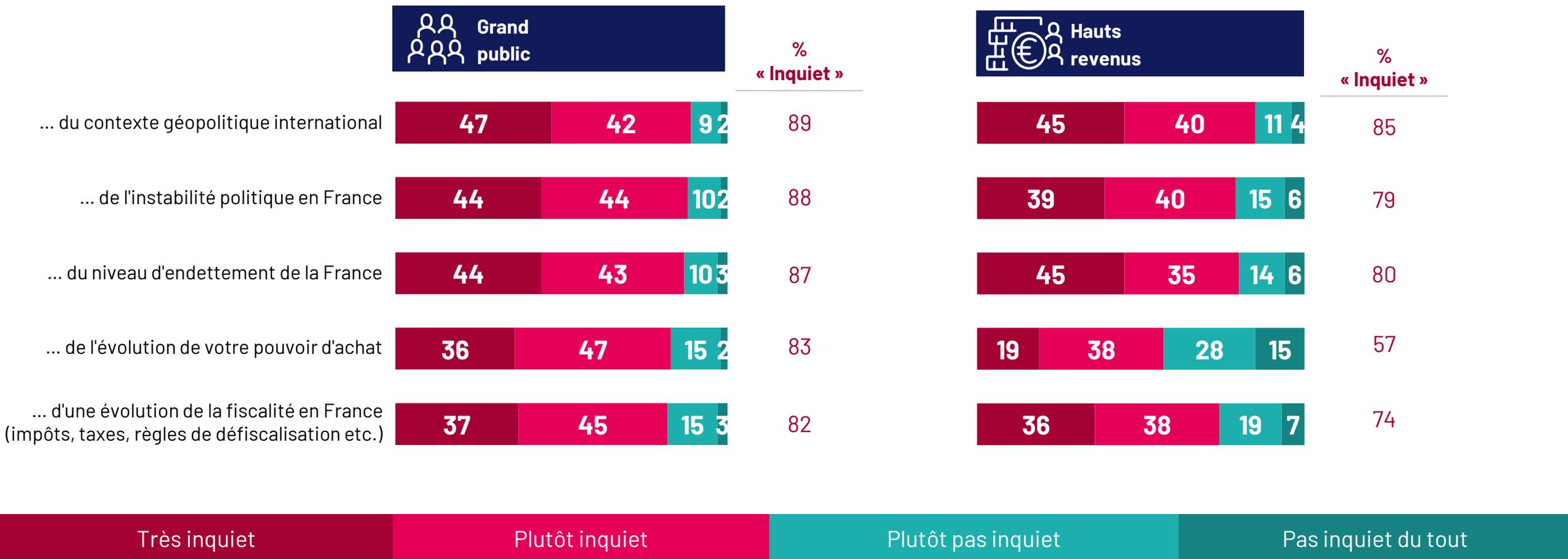


SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

Cette inquiétude est notamment nourrie par le contexte géopolitique, politique et économique actuel, ainsi que les effets qu'ils ont ou pourraient avoir sur leur pouvoir d'achat

NOUVELLE QUESTION

Questions : « Et plus précisément, diriez-vous que vous êtes inquiet ou non à propos ...? »
(bases : à tous)



SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

Dans l'hypothèse d'une aggravation de la situation, de nombreux Français estiment qu'ils réduiraient leurs dons : une perspective assez préoccupante indiquant une forme de repli sur soi par anticipation

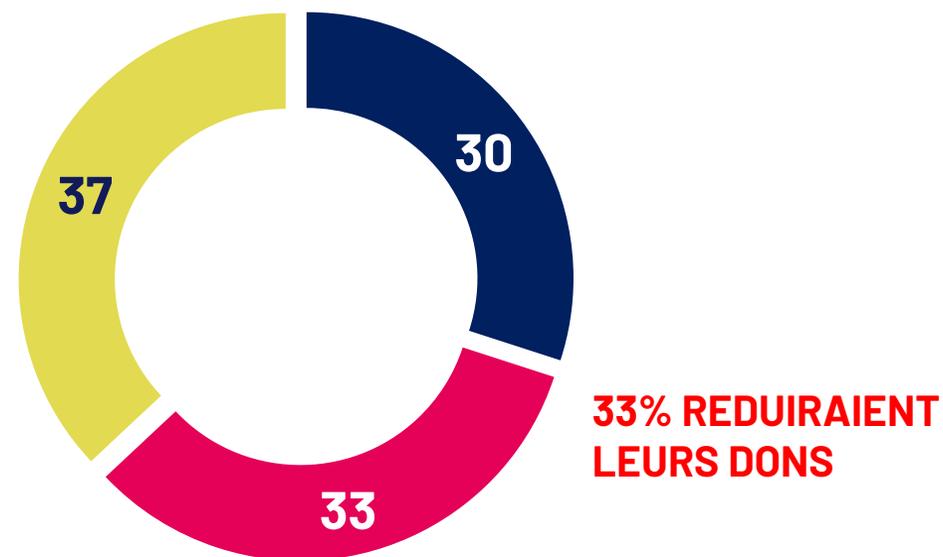
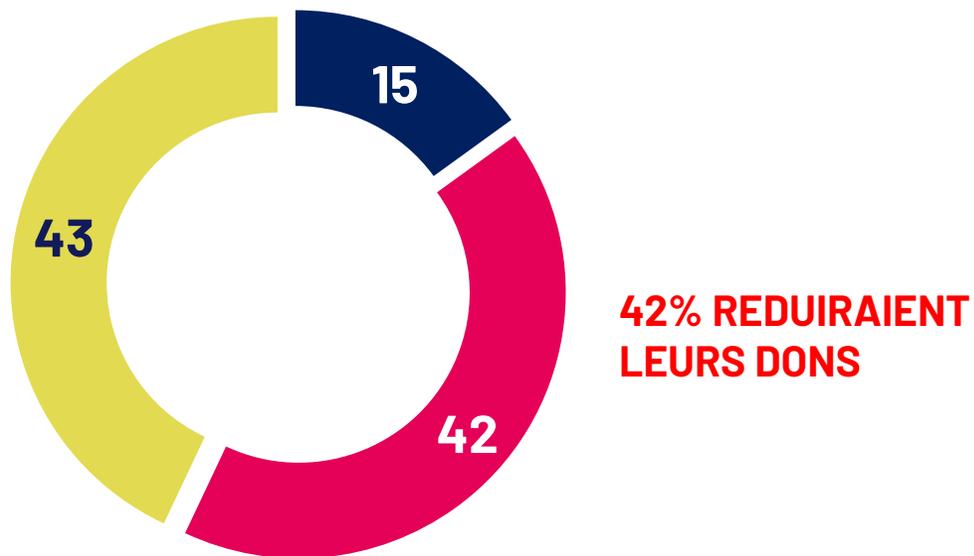
NOUVELLE
QUESTION

Questions : « Et si ces situations qui vous inquiètent s'aggravaient dans les prochains mois, quelle attitude vous correspondrait le mieux ? »

(bases : A ceux qui ont donné au moins une fois en 2024 et sont inquiets à propos d'au moins une dimension : 51% de l'échantillon grand public, 78% de l'échantillon des hauts revenus)

 Français
donateurs en 2024

 Hauts revenus
donateurs en 2024



JE SERAIS PLUS ENCLIN(E) À AUGMENTER MES DONS AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES, CAR J'ESTIME QUE SOUTENIR LES PLUS VULNÉRABLES EST D'AUTANT PLUS IMPORTANTE DANS UN CONTEXTE DIFFICILE

J'AURAIS TENDANCE À RÉDUIRE MES DONS AUX ASSOCIATIONS, CAR JE DOIS D'ABORD ASSURER MA PROPRE SÉCURITÉ FINANCIÈRE ET CELLE DE MES PROCHES FACE À UN AVENIR INCERTAIN

CELA N'AURAIT PAS D'INCIDENCE SUR MES DONS AUX ASSOCIATIONS CARITATIVE

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

LES DONS RÉALISÉS PAR LES FRANÇAIS EN 2024

02

Jusqu'ici, des Français restent toujours aussi solidaires et assez constants dans leurs dons

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

© Ipsos | Enquête auprès du grand public et des Français avec de hauts revenus – Apprentis d'Auteuil | Mars 2025

7



Ces dernières années, la proportion de donateurs est restée assez stable et a globalement bien résisté à la période de forte inflation



Questions : « Au cours de l'année 2024, 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 2024, à combien de fondations ou d'organismes caritatifs avez-vous fait des dons d'argent ? » Questions numériques ouvertes (base : Ensemble)



Grand public

52% ONT RÉALISÉ AU MOINS UN DON EN 2024

(45% à un organisme, 55% à plusieurs)

- **63%** de ceux avec un **revenu** annuel du foyer de **36 000€** net ou plus (-1 point) contre **36%** de ceux avec un **revenu** annuel du foyer de **15 000€** net ou moins (-7 points)
- **56%** des séniors de **65 ans et plus** (-1 point)
- **54%** des jeunes de **moins de 35 ans** (-2 points)

RAPPELS % AU MOINS UN DON ...



... EN 2019 ... EN 2020 ... EN 2021 ... EN 2022 ... EN 2023 ... EN 2024

Mesuré en 2020 Mesuré en 2021 Mesuré en 2022 Mesuré en 2023 Mesuré en 2024 Mesuré en 2025

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30



Hauts revenus

84% ONT RÉALISÉ AU MOINS UN DON EN 2024

(22% à un organisme, 78% à plusieurs)

RAPPELS % AU MOINS UN DON ...



... EN 2019 ... EN 2020 ... EN 2021 ... EN 2022 ... EN 2023 ... EN 2024

Mesuré en 2020 Mesuré en 2021 Mesuré en 2022 Mesuré en 2023 Mesuré en 2024 Mesuré en 2025

En revanche, concernant les montants de dons (plus fluctuants), la dynamique positive de solidarité des dernières années semble s'être enrayée, et même inversée pour les hauts revenus

Question : « Quel est le montant global de l'ensemble des dons que vous avez faits en 2024 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 2024 : 52% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 84% de l'échantillon des hauts revenus)

Français donateurs en 2024

	vague 2024 donateurs 2023	vague 2023 donateurs 2022	vague 2022 donateurs 2021	vague 2021 donateurs 2020	vague 2020 donateurs 2019
100€ ou moins	52	56	62	65	53
101 à 250 €	21	17	16	19	23
251 à 500 €	13	14	10	8	14
501 à 1000 €	8	5	7	5	8
Plus de 1000 €	6	8	5	3	6

364 €
en moyenne



Hauts revenus donateurs en 2024

	vague 2024 donateurs 2023	vague 2023 donateurs 2022	vague 2022 donateurs 2021	vague 2021 donateurs 2020	vague 2020 donateurs 2019
100€ ou moins	18	16	18	19	16
101 à 250 €	10	10	12	12	11
251 à 500 €	15	15	17	17	15
501 à 1000 €	11	12	12	12	15
Plus de 1000 €	46	47	41	40	43

2 322 €
en moyenne

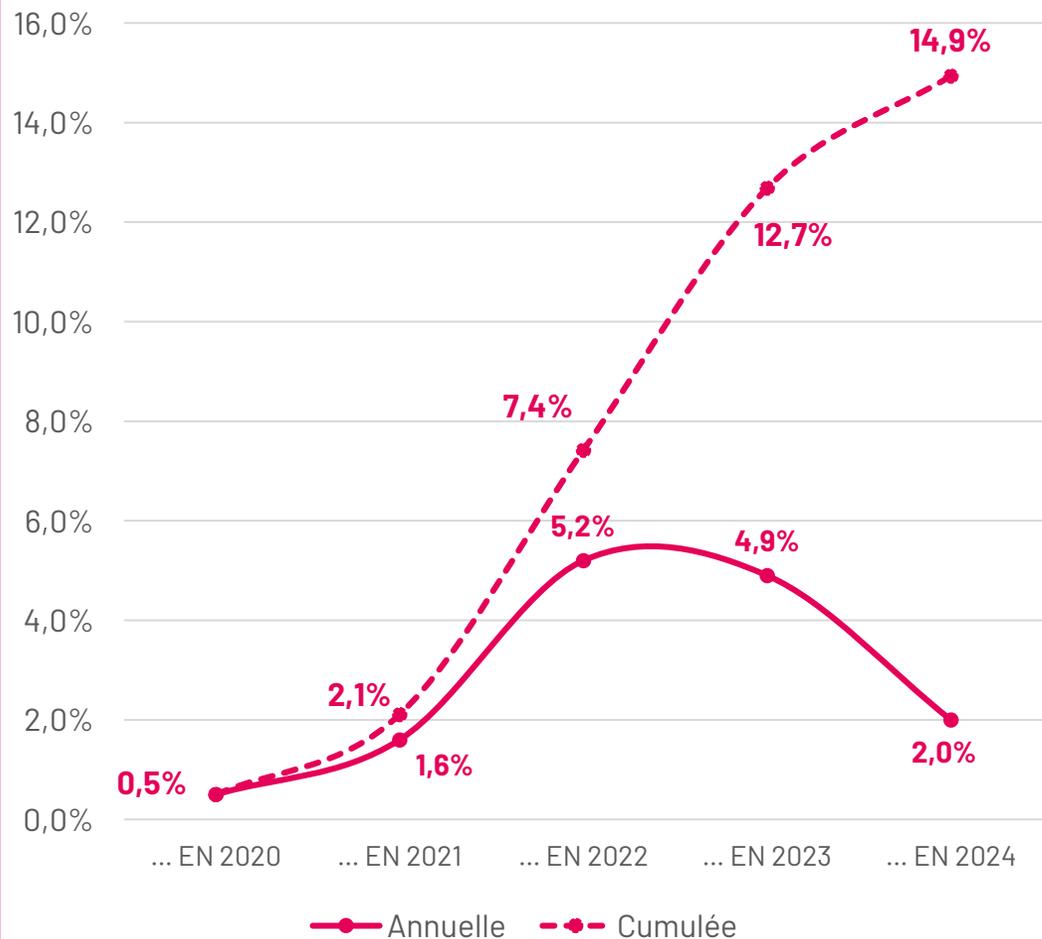


- Jeunes de moins de 35 ans : 340 €
- Séniors de 65 ans et plus : 525 €
- Cadres supérieurs : 472 €

SOUS EMBARGO - 29/04/2025 à 6h30

Des données à mettre en perspective avec celles de l'inflation

Evolution annuelle de l'indice des prix à la consommation (Insee)



Français donateurs en 2024

Evolution si les dons avaient suivi l'inflation



Evolution par an	=	+2%	+5%	+5%	+2%
	32%	-31%	+22%	+11%	-2%

... EN 2019 ... EN 2020 ... EN 2021 ... EN 2022 ... EN 2023 ... EN 2024

Hauts revenus donateurs en 2024

Evolution si les dons avaient suivi l'inflation



Evolution par an	=	+2%	+5%	+5%	+2%
	15%	-11%	+8%	+13%	-14%

... EN 2019 ... EN 2020 ... EN 2021 ... EN 2022 ... EN 2023 ... EN 2024

SOUS EMBARGO - 29/04/2025 à 6h30

QUELS DONNS POUR LES ASSOCIATIONS ET FONDATIONS EN 2025 ?

03

Une baisse des dons préoccupante au premier trimestre

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

© Ipsos | Enquête auprès du grand public et des Français avec de hauts revenus – Apprentis d'Auteuil | Mars 2025

11



Au sein de la population française, la part de donateurs sur le début de l'année 2025 est en retrait par rapport à celle observée à la même période les années précédentes mais en légère augmentation chez les Hauts revenus.

JANVIER À DÉBUT MARS

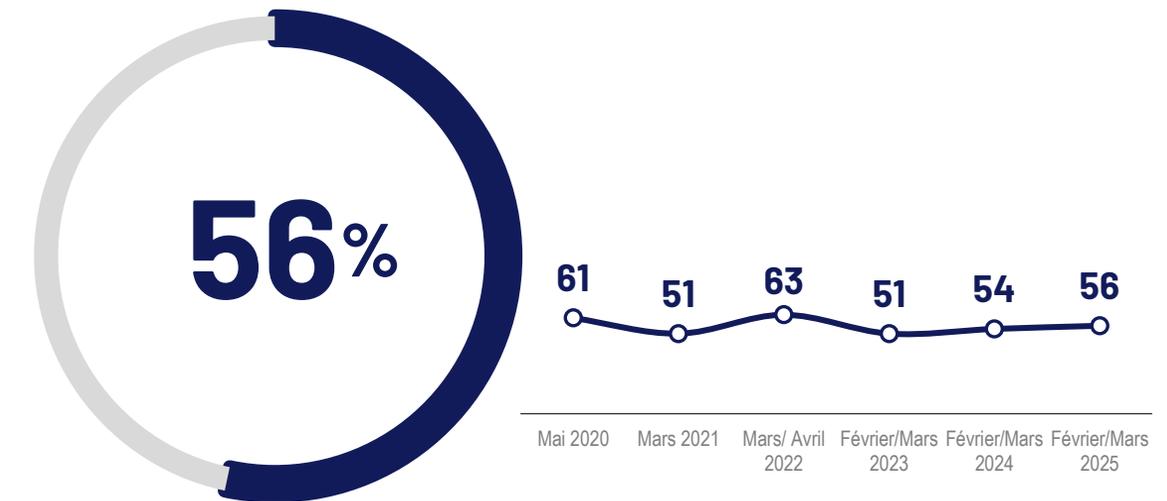
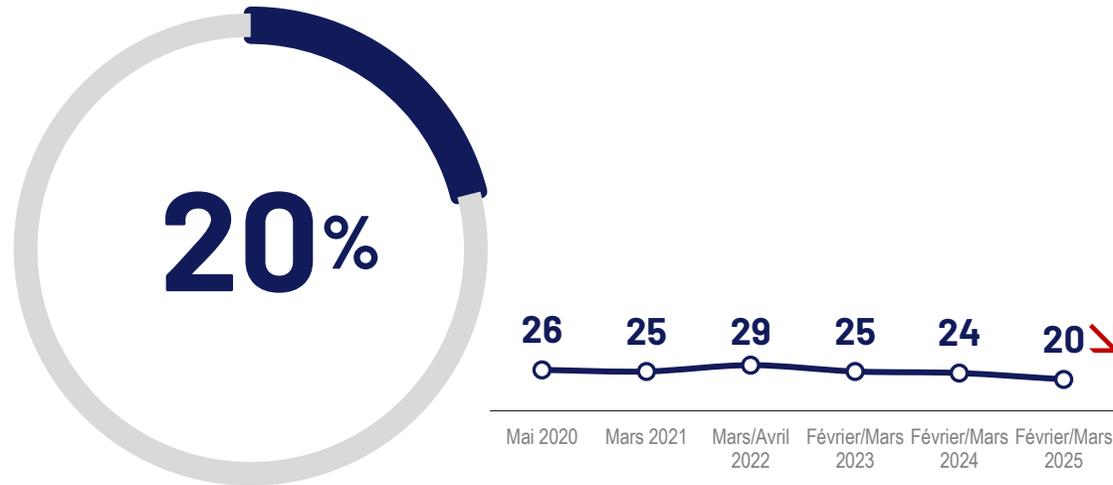
Question : « Depuis le début de l'année 2025, avez-vous déjà fait des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? »

(base: Ensemble)

% Oui

Grand public

Hauts revenus



- 27% des cadres supérieurs (-12 points)
- 26% des jeunes de moins de 35 ans (-8 points)
- 18% des seniors (-4 points)

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

* 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)
- En 2024, elle avait 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)
- Cette année, elle a été menée **entre le 26 février et le 12 mars** (la question porte donc sur les dons réalisés sur les **56-70** premiers jours de l'année : 15-19% de l'année était déjà écoulée)

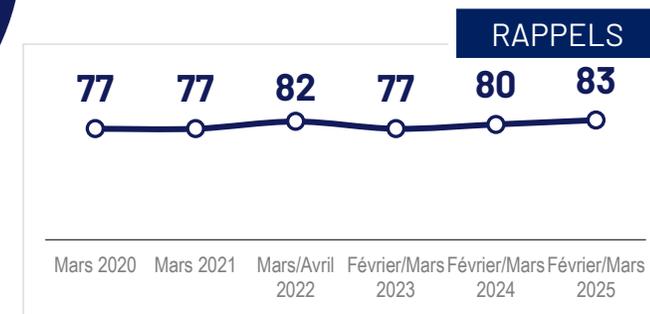
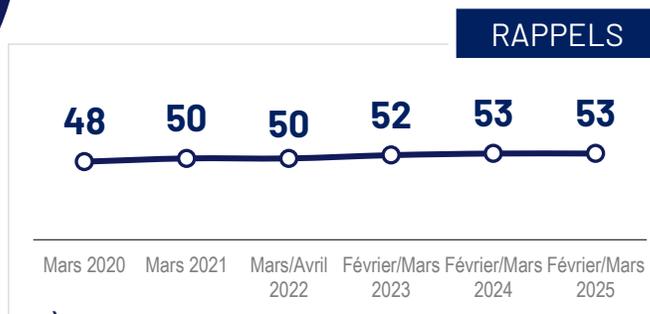
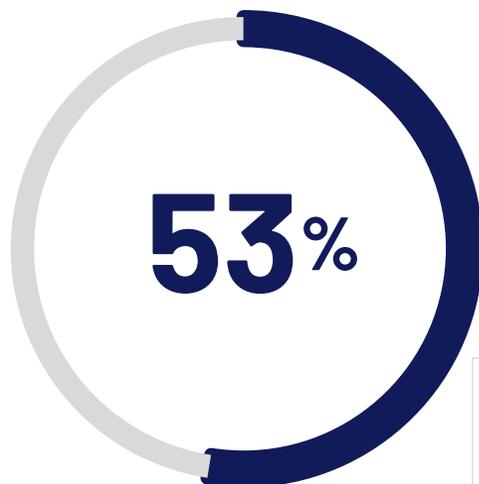


Les intentions de dons pour le reste de l'année sont en revanche stables par rapport à 2024, et augmentent même chez les hauts revenus



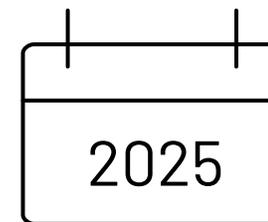
Question : « Et à partir d'aujourd'hui et jusqu'à la fin de l'année 2025, avez-vous l'intention de faire des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? »
(base: Ensemble)

% OUI



- 65% des cadres supérieurs (-10 points)
 - 63% des jeunes de moins de 35 ans (+1 point)
 - 53% des seniors (-3 points)
- SOUS EMBARGO - 29/04/2025 à 6h30**

In fine, la part de Français ayant fait un don ou ayant l'intention d'en faire un en 2025 est stable; du côté des hauts revenus, les prévisions sont encourageantes et plutôt en hausse

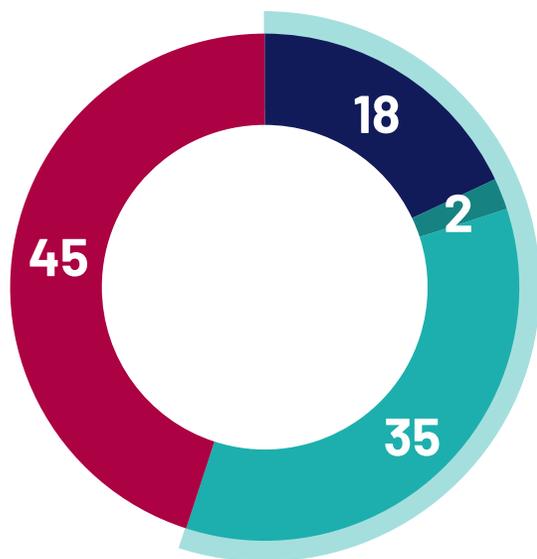


Questions : « Depuis le début de l'année 2025, avez-vous déjà fait des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? » / « Et à partir d'aujourd'hui et jusqu'à la fin de l'année 2025, avez-vous l'intention de faire des dons d'argent à des associations ou organismes caritatifs ? »

(base: Ensemble)

 Grand public

 Hauts revenus

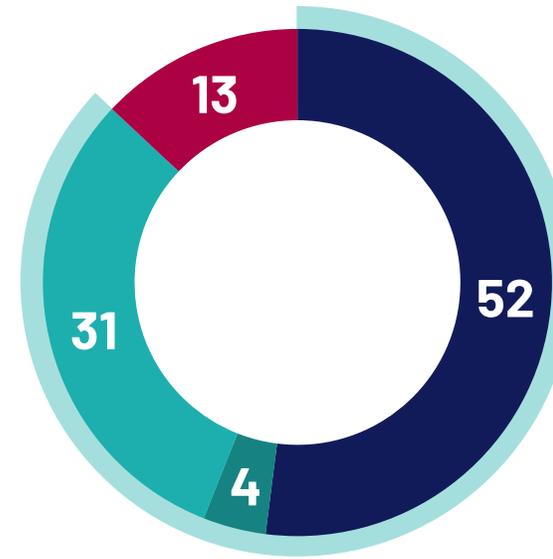


55%

DÉCLARENT QU'ILS ONT
DONNÉ OU VONT
DONNER EN 2025

55% en déclaraiet autant
pour 2024 (Chiffre de la vague 2024)

Mais finalement
52% déclarent avoir effectivement
donné en 2024



87%

DÉCLARENT QU'ILS ONT
DONNÉ OU VONT
DONNER EN 2025

83% en déclaraiet autant
pour 2024 (Chiffre de la vague 2024)

et finalement
84% déclarent avoir effectivement
donné en 2024

DON AU 1ER ET 2ND SEMESTRE 2025

DON AU 1ER SEMESTRE
UNIQUEMENT

DON AU 2ND SEMESTRE UNIQUEMENT

NE VA PAS DONNER

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

Rétrospectivement, la proportion effective de donateurs sur 2024 est moins élevée que le laissait entendre les intentions l'an dernier (-3 points), mais se révèle plus importante pour les hauts revenus (+1 point), pour la deuxième fois en cinq ans

HISTORIQUE DES INTENTIONS DE DONNS VS DONNS RÉALISÉS



Grand public



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%	52%
2025	55%	-

	... intention de dons (mesuré en début d'année pour l'année en cours)	... dons réalisés (mesuré <u>rétrospectivement</u>)
2019	-	77%
2020	82%	77%
2021	81%	80%
2022	84%	78%
2023	80%	81%
2024	83%	84%
2025	87%	-

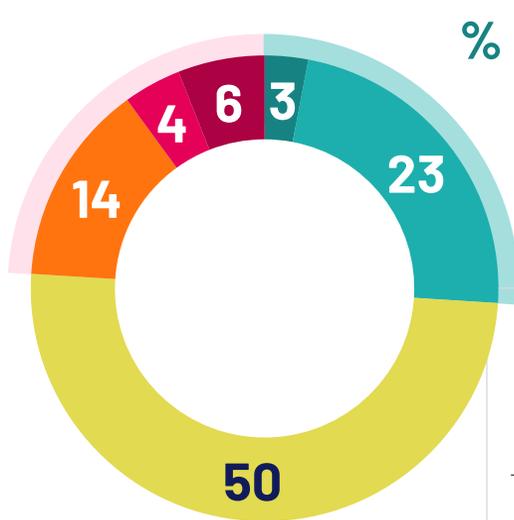
SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

La part de donateurs qui prévoient de donner davantage en 2025 qu'en 2024 stagne voire baisse très légèrement par rapport à l'année dernière.

Question : « Et en pensant à l'année 2025, 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 2024: 52% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 84% de l'échantillon hauts revenus)

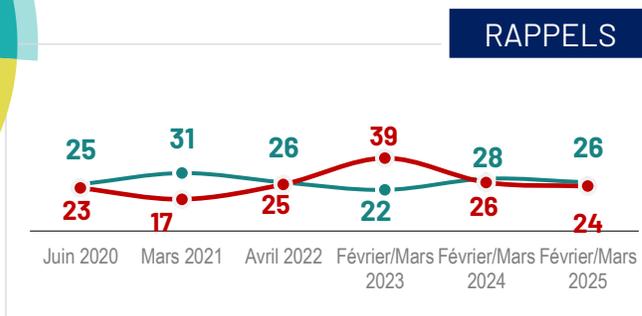
Français donateurs en 2024

Hauts revenus donateurs en 2024

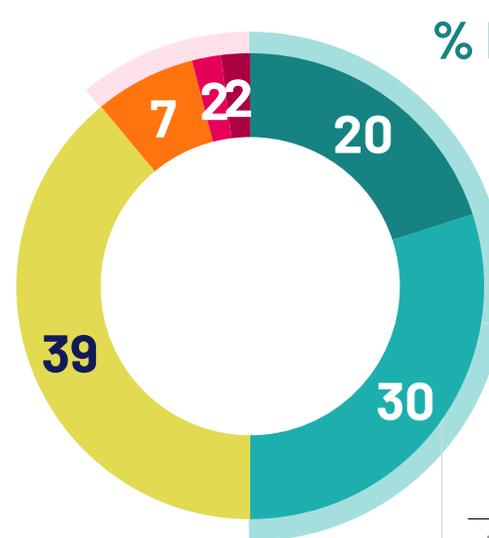


% PLUS ÉLEVÉS : 26

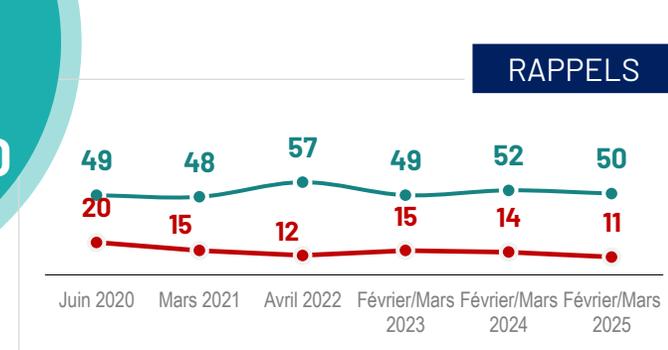
- 48% des moins de 35 ans (+4 points)



% MOINS ÉLEVÉS : 24



% PLUS ÉLEVÉS : 50



% MOINS ÉLEVÉS : 11



SOUS EMBARGO - 29/04/2025 à 6h30

En effet, les difficultés économiques continuent d'être ressenties par de nombreux Français : près d'une personne sur deux déclare ainsi que son pouvoir d'achat a baissé par rapport à l'année dernière (18% beaucoup)

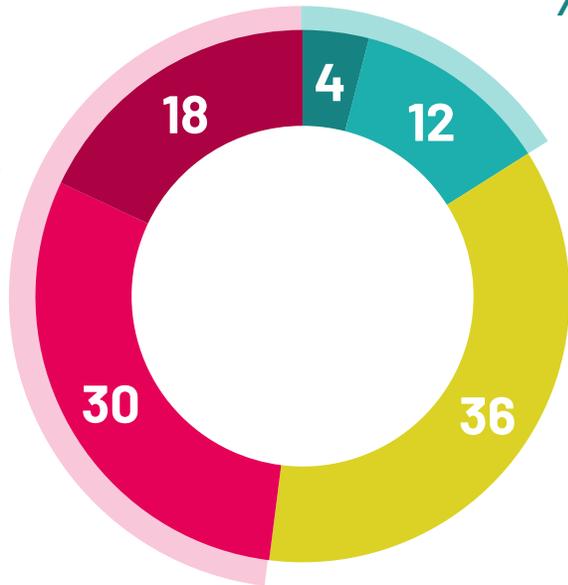
Question : « Par rapport à l'an dernier, diriez-vous votre pouvoir d'achat a plutôt augmenté ou diminué ? »
(base: Ensemble)

 Grand public

 Hauts revenus

% DIMINUÉ
48

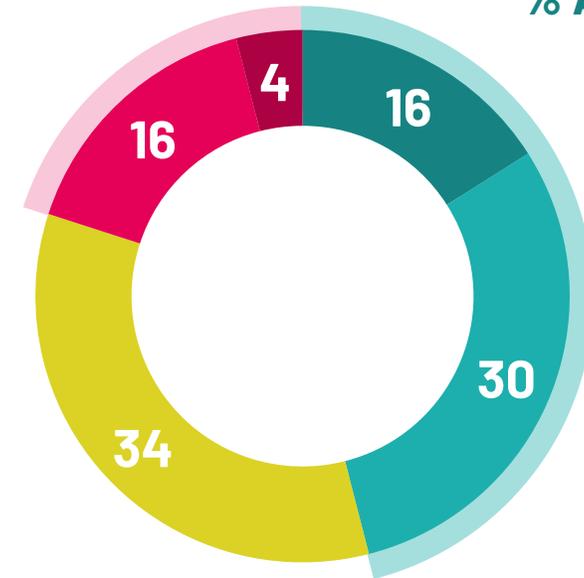
- 51% des Français âgés de 65 ans et plus



% AUGMENTÉ
16

- 30% des Français âgés de moins de 35 ans
- 23% des cadres

% DIMINUÉ
20



% AUGMENTÉ
46

Beaucoup augmenté

Un peu augmenté

Ni augmenté, ni diminué

Un peu diminué

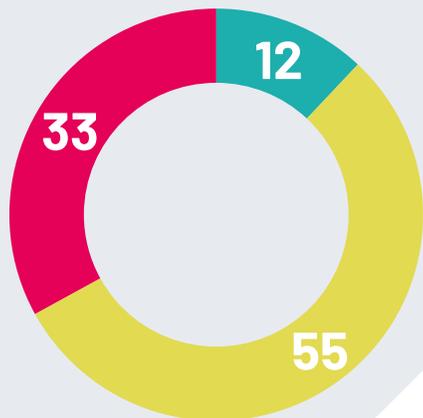
Beaucoup diminué

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

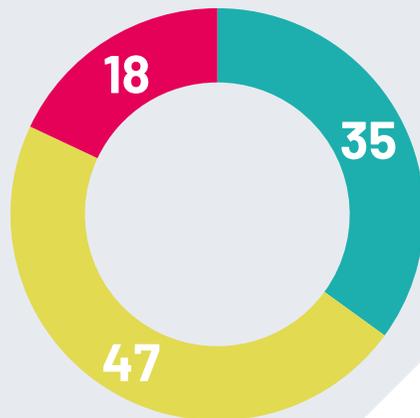
Dans les faits, au niveau individuel, même si de nombreux facteurs peuvent entrer en jeu, l'évolution du montant des dons prévus est aujourd'hui très corrélée à celle de l'évolution du pouvoir d'achat

 Français donateurs
en 2024

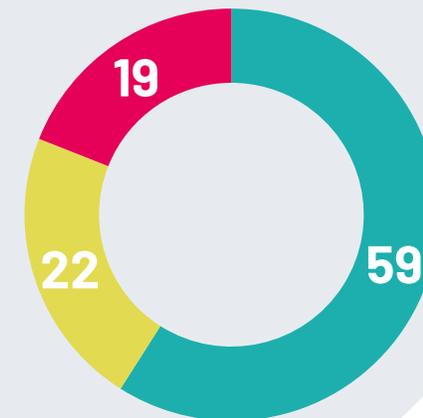
**DONATEURS DÉCLARANT
QUE LEUR POUVOIR
D'ACHAT A DIMINUÉ**



**DONATEURS
DÉCLARANT QUE LEUR
POUVOIR D'ACHAT EST
RESTÉ STABLE**



**DONATEURS
DÉCLARANT QUE LEUR
POUVOIR D'ACHAT A
AUGMENTÉ**



Plus élevé

Ni plus
ni moins élevé

Moins élevé

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

LES CAUSES POUR LESQUELLES LES FRANÇAIS COMPTENT DONNER EN 2025

04

La santé redevient la première cause pour laquelle les Français prévoient de donner

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

La santé et la recherche médicale redevient – de loin – la cause vers laquelle les donateurs prévoient le plus de se tourner

Question : « Pour quelles causes parmi les suivantes comptez-vous donner en 2025 ? »

(base: A ceux qui ont donné ou comptent donner en 2025 : 55% de l'échantillon pour l'ensemble des Français et 87% de l'échantillon hauts revenus)

Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles

	Grand public	Rappels					Hauts revenus	Rappels				
		vague 2024	vague 2023	vague 2022	vague 2021*	vague 2020*		Vague 2024	Vague 2023	Vague 2022	vague 2021*	vague 2020*
La santé, la recherche médicale	44 ↗	37	38	43	49	51	46	45	47	51	48	52
L'aide aux personnes démunies	32 ↘	38	32	39	47	39	40	39	42	44	51	45
La défense des animaux	26	28	25	21	28	26	32 ↘	38	29	35	28	31
L'enfance, la jeunesse et l'éducation	24	24	20	22	33	27	33 ↘	42	39	42	45	39
Le handicap	22	20	19	21	28	20	30	28	27	36	31	26
Si cela se présente, les situations d'urgence (catastrophes naturelles, conflits)	20	17	22	33	-	-	26 ↗	21	28	34	-	-
L'environnement	16	17	18	16	26	28	27	27	29	31	29	31
La défense des droits de l'Homme	11	10	9	12	14	14	16 ↘	21	17	23	21	21
La culture / Le patrimoine	10	9	9	12	19	15	19	19	21	29	30	31
Les personnes âgées	7 ↘	11	11	11	16	15	18	19	20	26	22	24
Un autre domaine	7	8	8	6	6	6	4	5	4	6	5	2
Nombre moyen de causes par donateur	2,2	2,2	2,1	2,4	2,7	2,4	2,9	3,0	3,0	3,6	3,1	3,0

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30



*En raison de l'ajout d'un item dans la liste en 2022, les évolutions entre 2021 et 2022 sont à interpréter avec précaution.



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

05

**Des hauts revenus de plus en plus
informés, notamment grâce au travail des
associations et fondations**

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

Le plafond de déduction des dons aux associations reste assez bien connu et atteint un record auprès des hauts revenus

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)

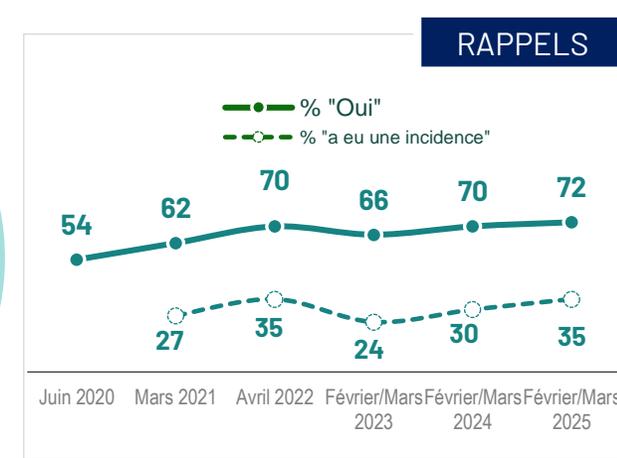
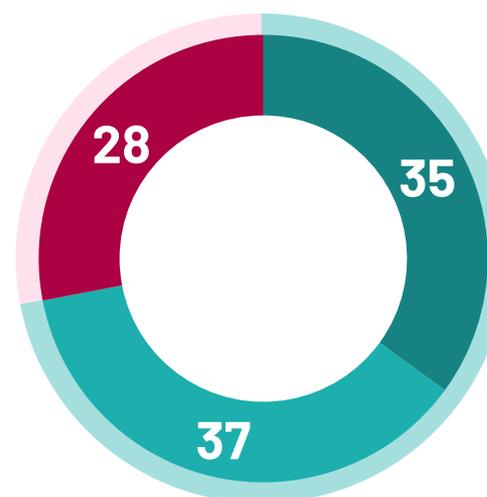
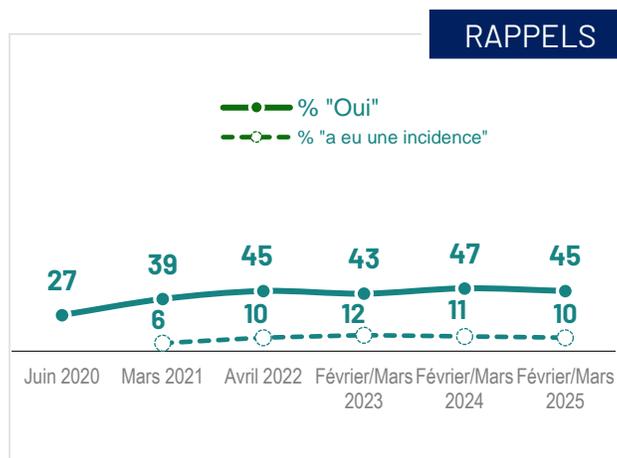
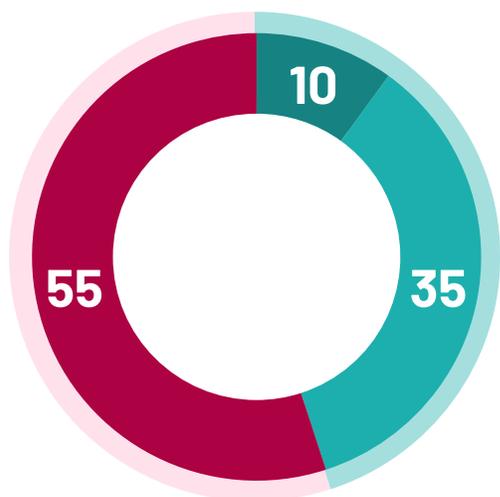
 Grand public

 Hauts revenus

% OUI : 45

- 54% des donateurs (-5 points)
- 49% de ceux qui payent l'impôt sur le revenu (-3 points)

% OUI : 72



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

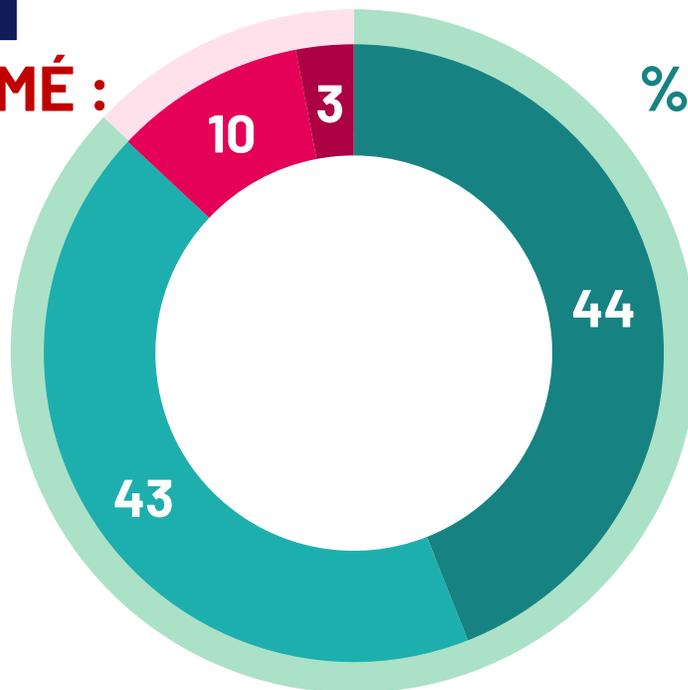
SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

Cette année, 4 Français ayant des hauts revenus sur 5 déclarent se sentir bien informés sur les avantages fiscaux liés aux dons, donations et legs, une proportion record, en hausse après deux années de baisses consécutives

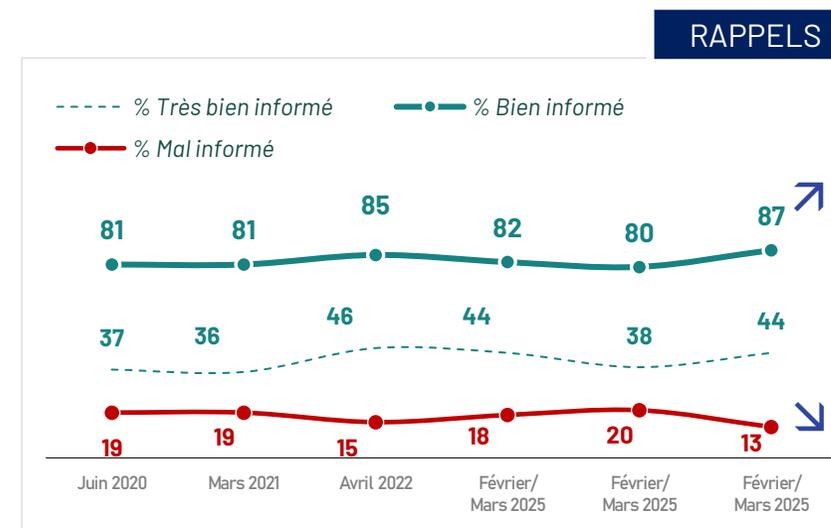
Question : « Globalement, vous sentez-vous aujourd'hui bien ou mal informé sur les avantages fiscaux liés aux dons, donations et legs à des organismes caritatifs ? »
 (base: A l'échantillon des hauts revenus)

Focus sur les Hauts revenus

% MAL INFORMÉ : 13



% BIEN INFORMÉ : 87



Très bien informé

Assez bien informé

Assez mal informé

Très mal informé

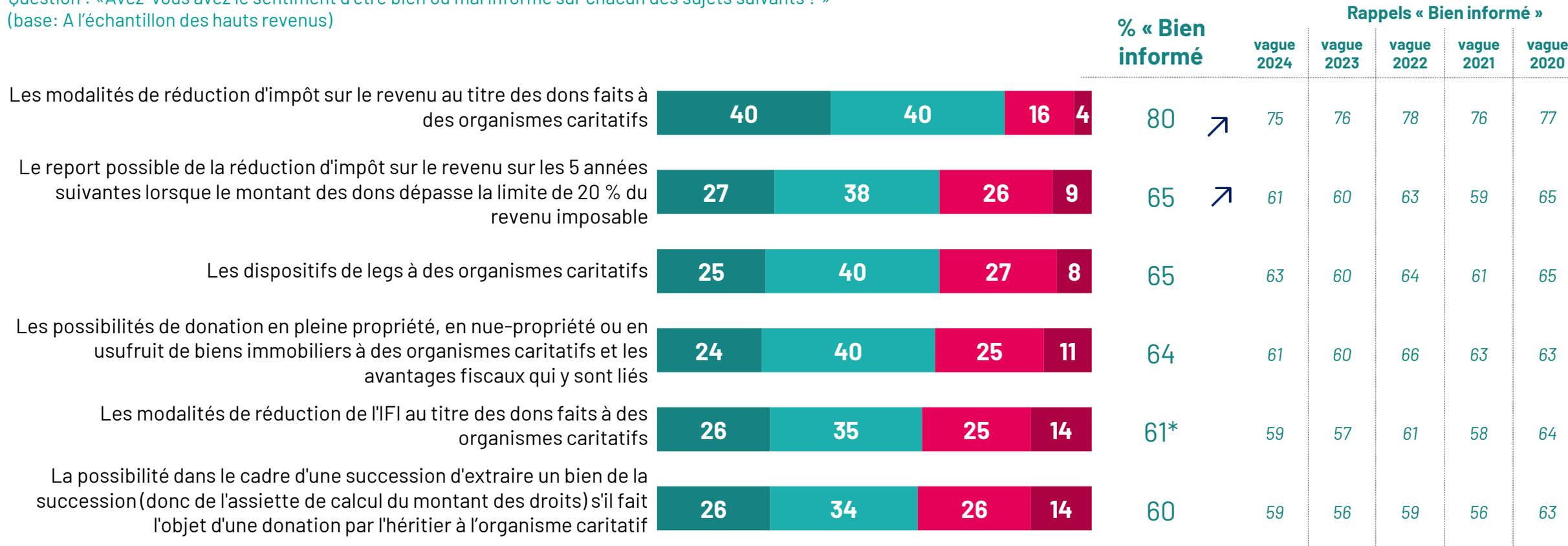
SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

Les hauts revenus se sentent mieux informés sur les différents sujets liés aux dons et à la fiscalité, la hausse étant cependant assez concentrée sur les modalités d'imposition sur le revenu



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

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

88% de ceux qui payent l'IFI



Les organismes caritatifs et la presse jouent un rôle de plus en plus important pour informer les hauts revenus des avantages fiscaux liés aux dons, donations et legs

Question : « Auprès 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

	Rappels				
	vague 2024	vague 2023	vague 2022	vague 2021	vague 2020
Les organismes caritatifs et associations auxquels vous donnez	32	26	29	23	19
L'administration fiscale (Service des Impôts)	31	28	24	25	25
La presse spécialisée (économique, gestion de patrimoine, etc.)	25	22	20	21	19
Vos proches, votre entourage	22	25	20	20	15
Votre conseiller bancaire	21	21	22	19	21
Un comptable	20	18	19	21	20
Un conseiller patrimonial	19	18	12	13	15
La presse généraliste	16	17	16	16	13
Un notaire	15	12	13	13	14
Un avocat	12	12	7	15	12
Aucun de ces acteurs	12	10	14	10	14



% « Presse »
35



SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

ANNEXES

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

© Ipsos | Enquête auprès du grand public et des Français avec de hauts revenus – Apprentis d'Auteuil |
Mars 2025





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 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

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

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 le plus récentes
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process 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

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30



COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : du 26 février au 12 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.



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

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30



Fiabilité des résultats

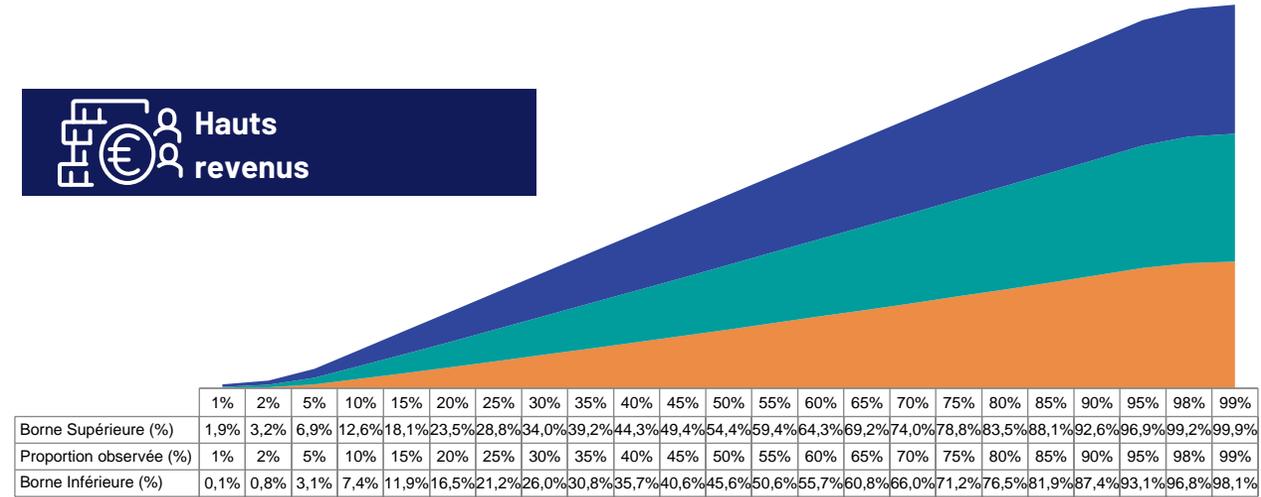
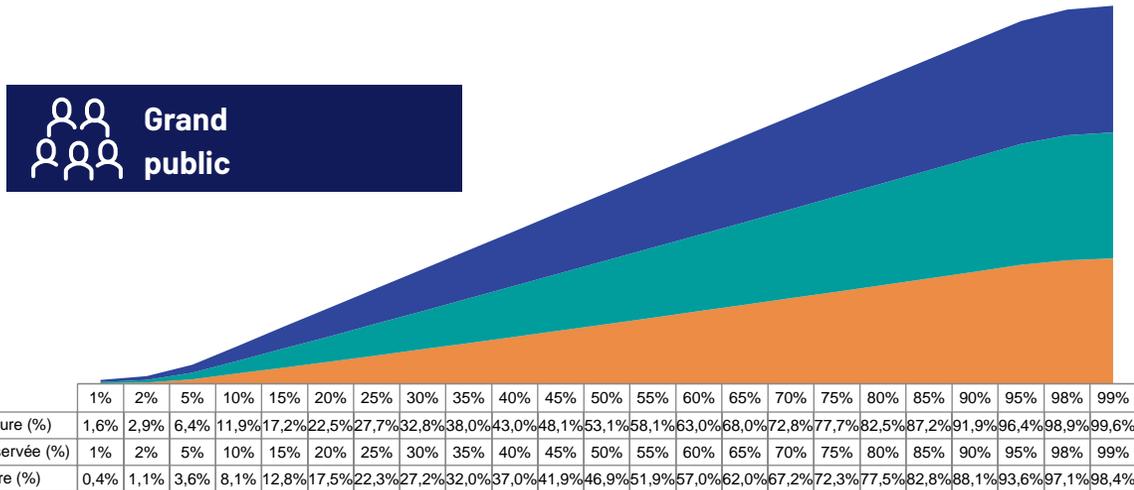
Feuille de calcul

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 (%)



SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30



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

SOUS EMBARGO – 29/04/2025 à 6h30

© Ipsos | La culture de l'alerte | Octobre 2024

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.

