



Résultats du 14e baromètre IPSOS / SPF

**Sur la perception de la pauvreté
par les Françaises et les Français**

**Quel impact de la crise sanitaire
sur la précarité en France ?**

Fiche technique



ÉCHANTILLON

1 002 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 16 ans et plus.



DATES DE TERRAIN

Les **4** et **5** septembre 2020



MÉTHODE

Échantillon interrogé par **téléphone**.

Méthode des quotas : sexe, âge, profession de la personne de référence du foyer, région et catégorie d'agglomération.

Etude préparée pour le :



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, Directeur du Département Opinion & Santé (Ipsos Public Affairs).*

**14e baromètre
IPSOS / SPF**

**Perception de la pauvreté
par les Françaises et les
Français**



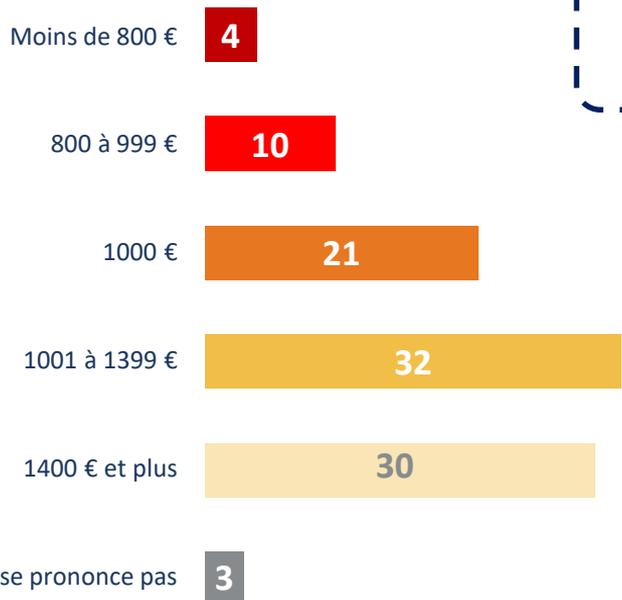
1. Le seuil de pauvreté subjectif des français

GAME CHANGERS



LES FRANÇAIS CONSIDÈRENT QU'UNE PERSONNE SEULE EST PAUVRE QUAND ELLE A UN REVENU MENSUEL NET INFÉRIEUR À 1228€, UN CHIFFRE EN HAUSSE DE 35€ PAR RAPPORT À L' AN DERNIER

Question : Pour vous, en dessous de quel revenu net par mois une personne seule peut-être considérée comme pauvre dans un pays comme la France ? (question ouverte, réponse numérique)



Seuil de pauvreté subjectif moyen : 1 228 €
(+35 € / 2019)



Seuil de pauvreté subjectif moyen : 1 228 €
(+35 €/2019)

Soit davantage que :

SMIC mensuel net 2020 :
1 219 € environ
(1 202 € en 2019)

**Seuil de pauvreté officiel INSEE –
seuil à 60%* : 1 063 €**
Correspondant à plus de 9,3 millions
de pauvres en France

*Seuil de pauvreté INSEE calculé sur la base de 60% du revenu médian en 2018

DÉTAILS SELON LE PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DE L'INDIVIDU

Question : Pour vous, en dessous de quel revenu net par mois une personne seule peut-être considérée comme pauvre dans un pays comme la France ?

Un seuil de pauvreté subjectif qui varie selon :

1 228 € en moyenne
(+35 € / 2019)

Le sexe



1 198 €
selon les femmes

1 262 €
selon les hommes



L'âge

1 181 €
Selon les moins de 35 ans

1 270 €
Selon les 60 ans et plus

La région



1 204 €
en Province

1 338 €
en Ile-de-France



Le niveau de revenus



1 070 €
Pour ceux dont le revenu mensuel net du foyer est < 1 200 €

1 281 €
Pour ceux dont le revenu mensuel net du foyer est > 3 000 €

**14e baromètre
IPSOS / SPF**

**Perception de la pauvreté
par les Françaises et les
Français**



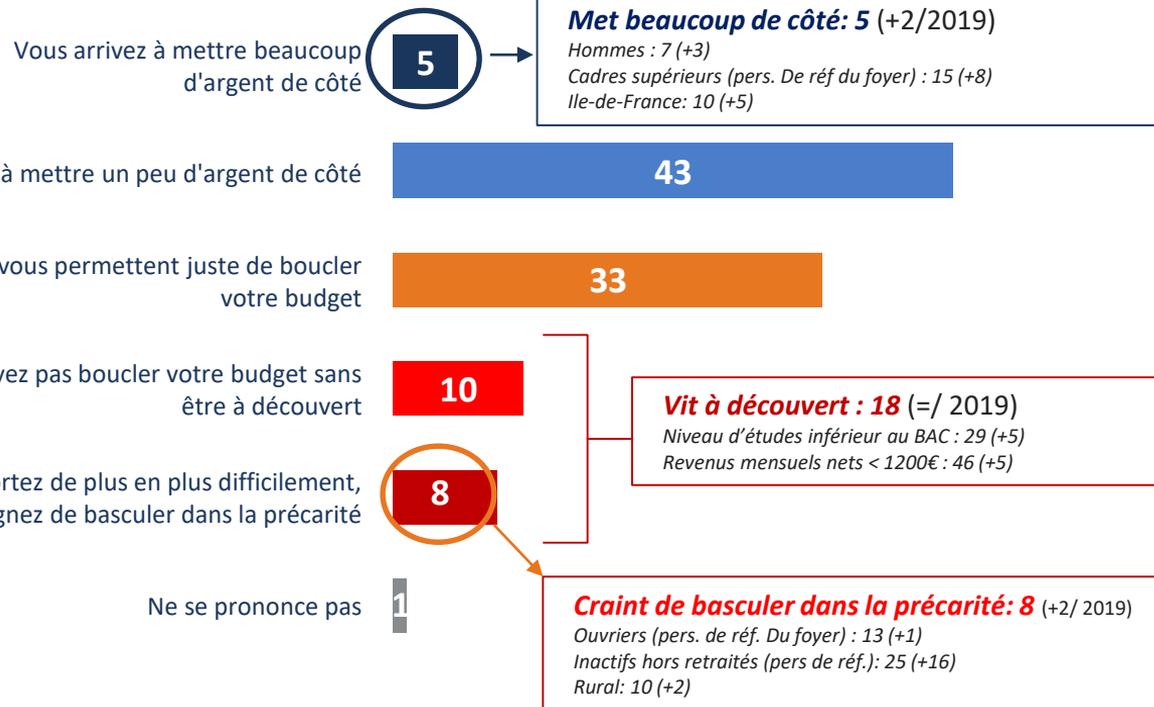
2. La pauvreté dans le quotidien des français

GAME CHANGERS



LES INÉGALITÉS SE CREUSENT: LES FRANÇAIS N'ONT JAMAIS ÉTÉ AUSSI NOMBREUX À METTRE BEAUCOUP D'ARGENT DE CÔTÉ, MAIS AUSSI À ÊTRE SUR LE POINT DE BASCULER DANS LA PRÉCARITÉ

Question : Quelle phrase correspond le mieux à votre situation actuelle ?



Rappels (en %)		
2019	2018	2017
3	4	3
44	48	40
34	32	36
12	7	11
6	7	8
1	2	2

UNE PART SIGNIFICATIVE DE FRANÇAIS RENCONTRE TOUJOURS DES DIFFICULTÉS IMPORTANTES DANS LEURS DÉPENSES QUOTIDIENNES, UNE SITUATION PLUTÔT STABLE A CE JOUR

Question : Rencontrez-vous des difficultés financières pour faire chacune des choses suivantes ?



« OUI » (en %)			
2020	Rappel 2019	Rappel 2018	Rappel 2017
38	38	38	39
29	-	27	-
27	32	27	32
25	28	25	34
23	25	21	23
21	23	21	25

DES DIFFICULTÉS QUI TOUCHENT PARTICULIÈREMENT LES FRANÇAIS LES PLUS MODESTES, MÊME SI LES CHOSES SE SONT LÉGÈREMENT AMÉLIORÉES POUR CERTAINS, LE CONFINEMENT AYANT VRAISEMBLABLEMENT CONTRIBUÉ À UNE RÉDUCTION DES DÉPENSES POUR UNE PARTIE D'ENTRE EUX (RESTAURATION HORS DOMICILE, TRANSPORTS...)

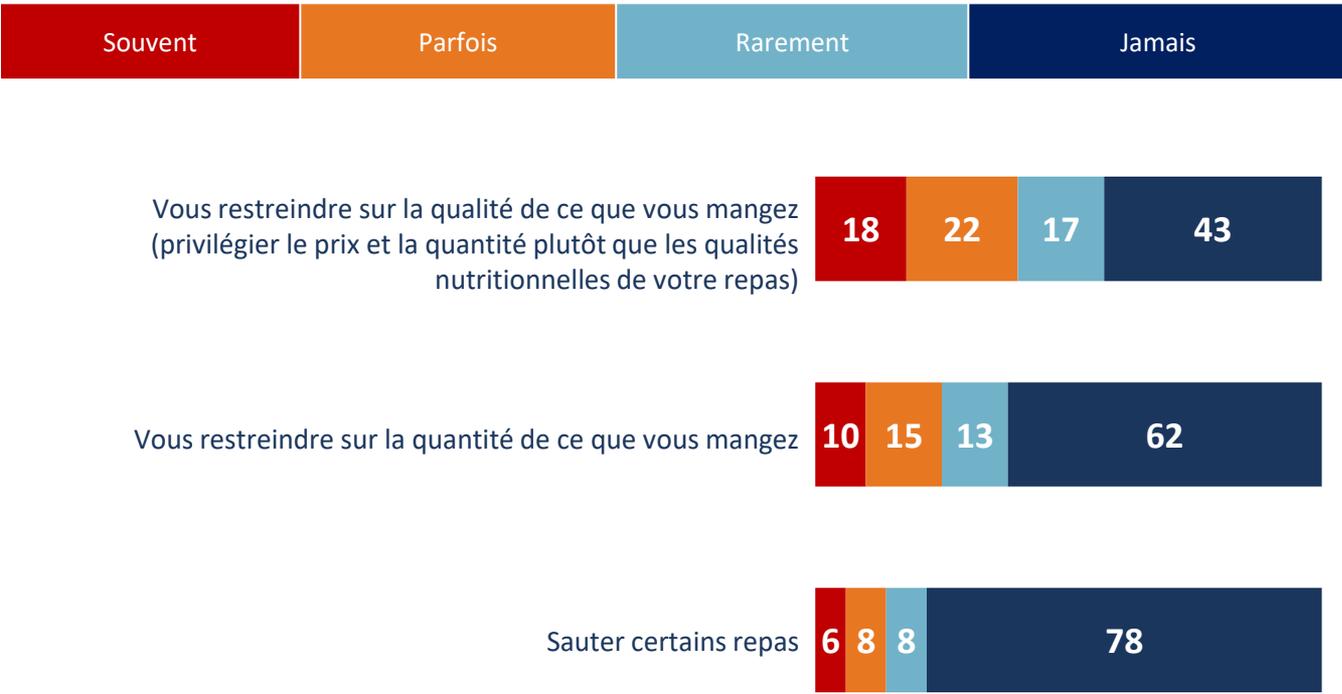
Question : Rencontrez-vous des difficultés financières pour faire chacune des choses suivantes ?

Réponses « Oui »

	Niveau de revenu mensuel net du foyer (en %)					
	Moins de 1 200 €			1 200 € à 2 000 €		
	2020	2019	2018	2020	2019	2018
Consommer des fruits et légumes frais tous les jours	61	-	-	35	-	-
Vous procurer une alimentation saine vous permettant de faire 3 repas par jour	57	59	/	32	39	/
Payer votre loyer, votre emprunt immobilier ou les charges de votre logement	53	55	45	32	37	38
Payer vos dépenses d'énergie (électricité, chauffage.)	52	63	57	41	44	41
Payer certains actes médicaux mal remboursés par la sécurité sociale	51	55	56	46	48	53
Disposer d'une mutuelle santé	46	47	40	29	35	27

40% DES FRANÇAIS, DONT 64% DES PLUS MODESTES, SE RESTREIGNENT SUR LA QUALITÉ DE LEUR ALIMENTATION POUR DES RAISONS FINANCIÈRES

Question : Vous arrive-t-il de faire les choses suivantes pour des raisons financières ?



Souvent/
Parfois %

Selon le revenu mensuel net du foyer

Ensemble

Moins de 1200€

1200 à 2000€

40

64

52

25

46

36

14

38

24

81% DES FRANÇAIS ESTIMENT QUE LEURS ENFANTS ONT PLUS DE RISQUE DE CONNAÎTRE LA PAUVRETÉ, UNE PROPORTION EN HAUSSE DE 2 POINTS APRÈS UNE BAISSÉ CONTINUE DEPUIS 4 ANS.

Question : D'après vous, les risques que vos enfants connaissent un jour une situation de pauvreté sont-ils beaucoup plus, un peu plus, un peu moins ou beaucoup moins élevés que pour votre génération ?

Beaucoup plus élevés

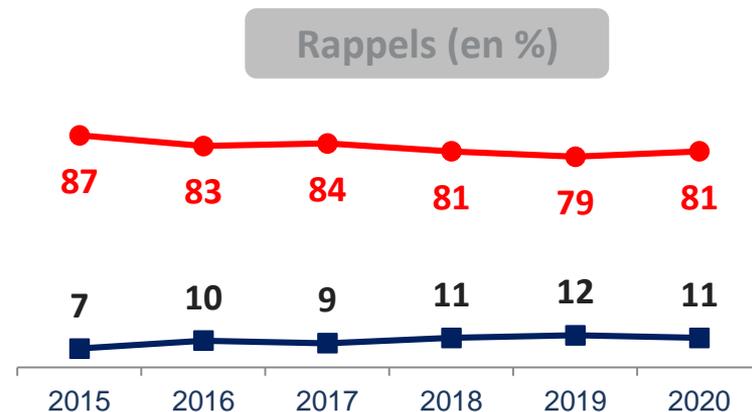
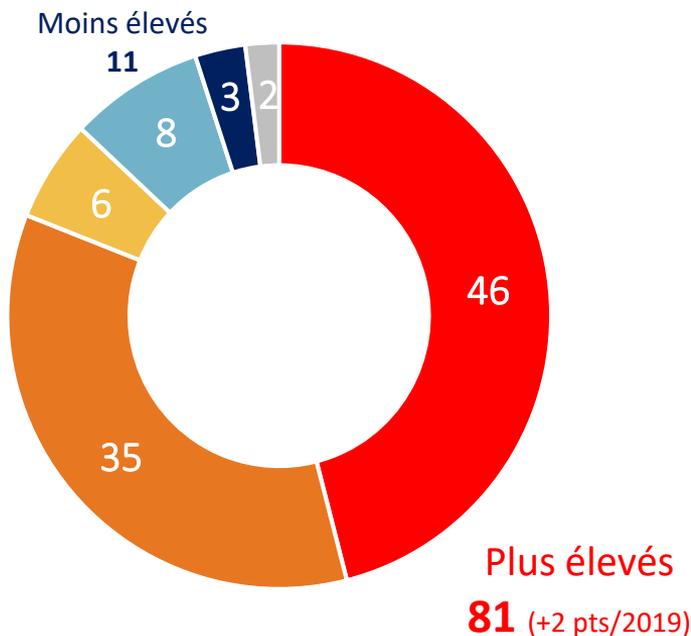
Un peu plus élevés

Ni plus, ni moins élevés

Un peu moins élevés

Beaucoup moins élevés

Ne se prononce pas



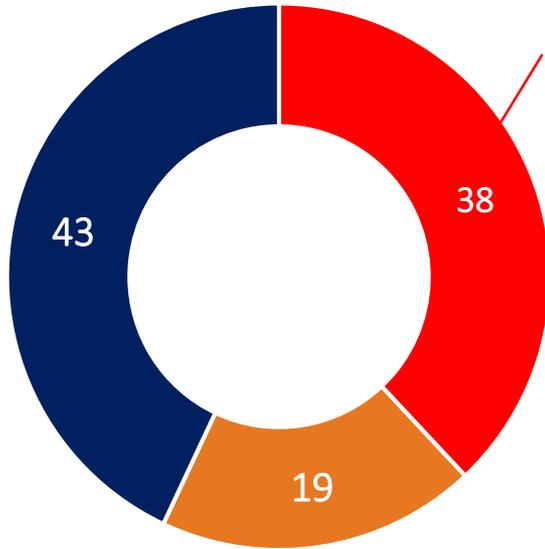
LA PEUR DE BASCULER SOI MÊME DANS LA PAUVRETÉ EST EN HAUSSE DE 3 POINTS PAR RAPPORT À L'ANNÉE DERNIÈRE

Question : Personnellement, vous est-il déjà arrivé de vous dire, à un moment de votre vie, que vous étiez sur le point de connaître une situation de pauvreté ?

Oui, et j'ai connu une telle situation

Oui, mais je n'ai pas connu une telle situation

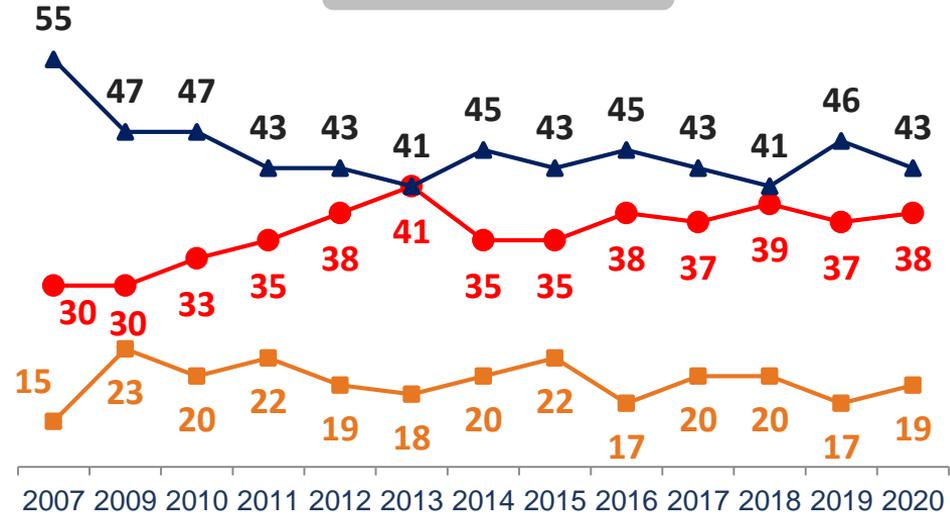
Non, ce n'est jamais arrivé



Revenus mensuels nets < 1200€ : 66
 Revenus mensuels nets entre 1200 et 2000€ : 47
 35-59 ans : 42
 Femmes : 42
 Ouvriers : 52
 Niveau d'études inférieur au BAC : 48

Oui
57
 ↗+3

Rappels



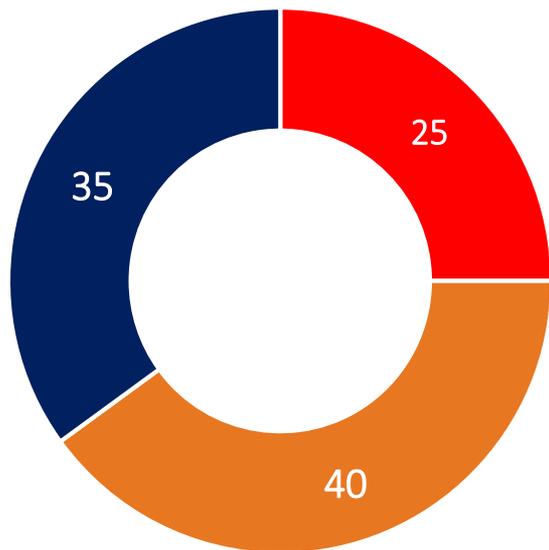
ET PRÈS DES DEUX TIERS DES FRANÇAIS ONT UNE PERSONNE PROCHE DANS UNE SITUATION DE PAUVRETÉ, UNE SITUATION QUI NE S'AMÉLIORE PAS DEPUIS AU MOINS 6 ANS

Question : Et connaissez-vous une personne proche de vous qui vous semble être aujourd'hui dans une situation de pauvreté ?

Oui, dans ma famille

Oui, parmi mes amis, mes connaissances

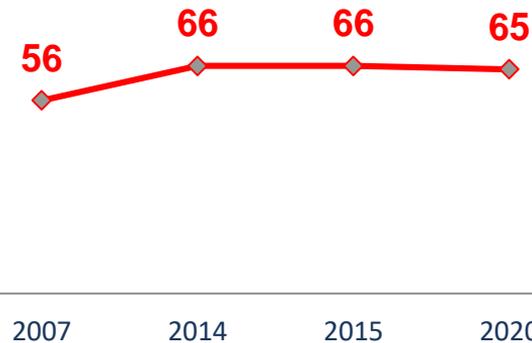
Non



Oui
65

Moins de 35 ans : 75
Inactifs : 76

Répond au moins une fois "Oui"



**14e baromètre
IPSOS / SPF**

**Perception de la pauvreté
par les Françaises et les
Français**



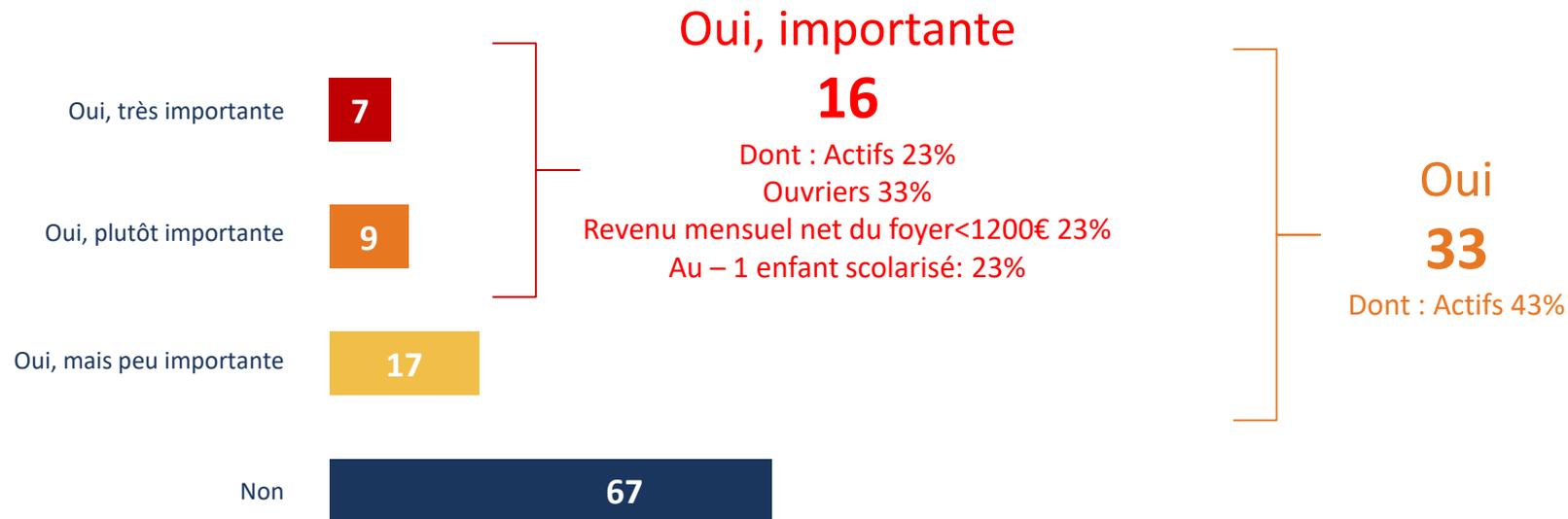
3. Les impacts de la crise liée à la Covid-19

GAME CHANGERS



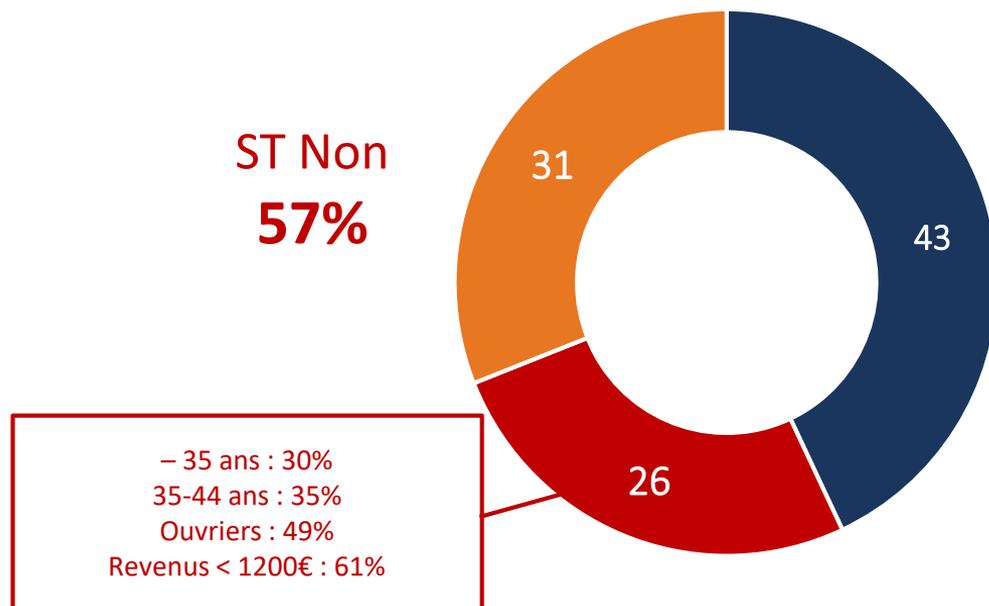
AVEC LA CRISE SANITAIRE, UN FRANÇAIS SUR TROIS A SUBI UNE PERTE DE REVENUS, IMPORTANTE DANS 16% DES CAS

Question : Avec la crise sanitaire, avez-vous subi une perte de revenus (comparez le mois d'août par rapport à janvier ou février 2020) ?



57% DES FRANÇAIS NE SONT PAS PARTIS EN VACANCES CET ÉTÉ, UN SUR QUATRE POUR DES RAISONS FINANCIÈRES

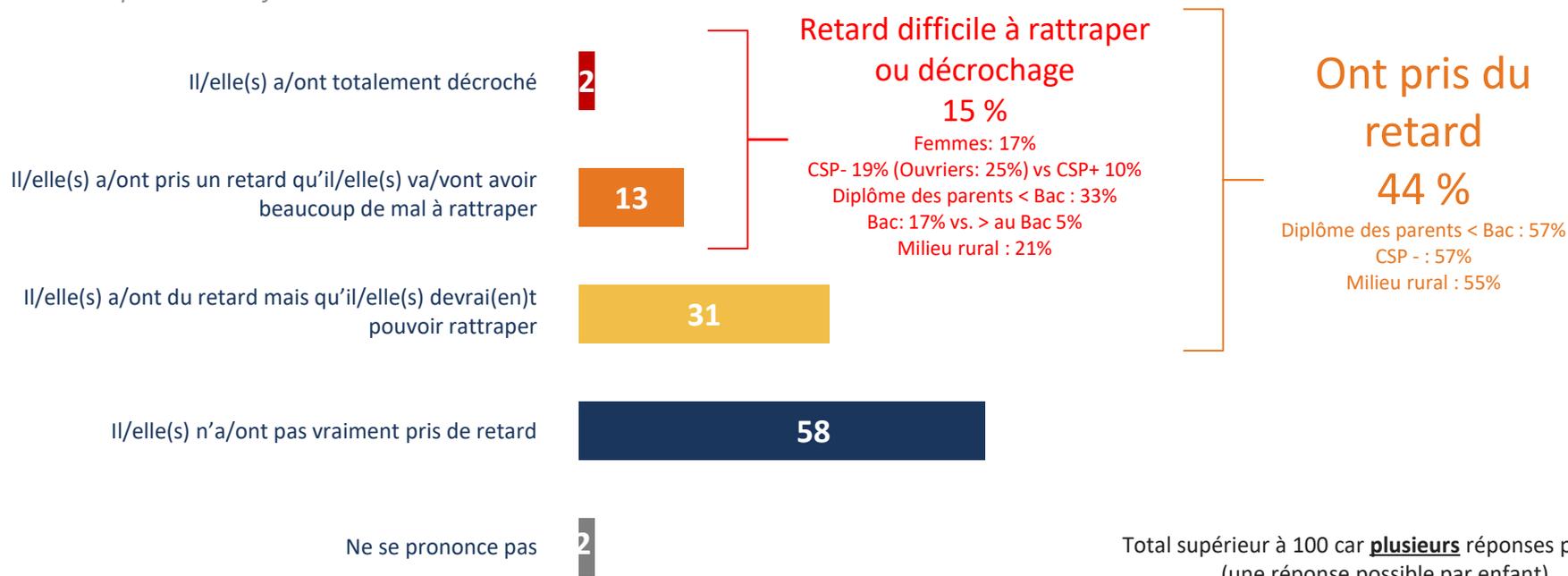
Question : Cet été, avez-vous pu partir en vacances ?



44% DES PARENTS ESTIMENT QUE LEURS ENFANTS ONT PRIS DU RETARD À L'ÉCOLE DEPUIS LE DÉBUT DE LA CRISE SANITAIRE; UN RETARD ENCORE PLUS DIFFICILEMENT RATTRAPABLE POUR LES PLUS FRAGILES.

Question : A propos de la rentrée scolaire / étudiante de votre enfant ou vos enfants, de quelle situation parmi les suivantes sont-ils le plus proche ? Avec la crise sanitaire et le confinement...

Base : Aux parents d'enfants scolarisés



Total supérieur à 100 car **plusieurs** réponses possibles (une réponse possible par enfant)

**14e baromètre
IPSOS / SPF**

**Perception de la pauvreté
par les Françaises et les
Français**



4. Un élan de solidarité post- confinement

GAME CHANGERS



PLUS DES DEUX-TIERS DES FRANÇAIS SE DISENT PRÊTS À S'IMPLIQUER PERSONNELLEMENT POUR AIDER LES PERSONNES EN SITUATION DE PAUVRETÉ, UNE ENVIE ENCORE PLUS FORTE CHEZ LES JEUNES

Question : Seriez-vous disposé à vous impliquer personnellement pour aider les personnes en situation de pauvreté ?

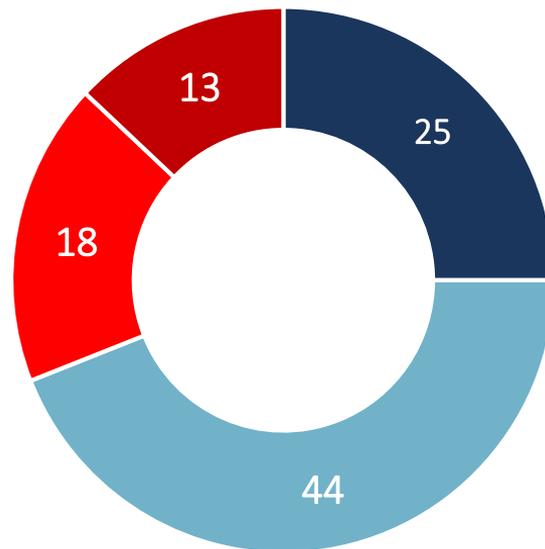
Oui, vraiment

Oui, un peu

Non, pas vraiment

Non, pas du tout

ST Non
31%

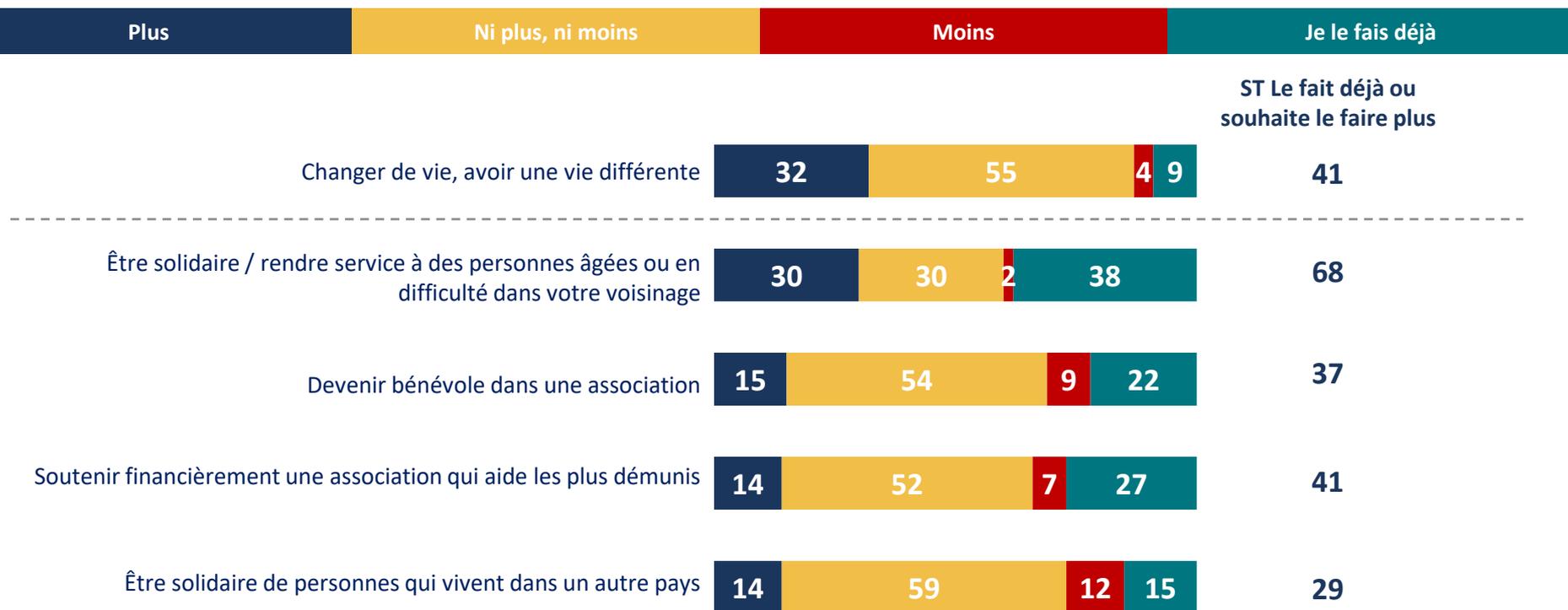


ST Oui
69%

16-24 ans : 78%
Femmes : 71%
Ile de France : 75%

UNE VOLONTÉ D'ÊTRE SOLIDAIRE QUI CROIT NOTAMMENT ENVERS LES PERSONNES ÂGÉES OU EN DIFFICULTÉ DANS SON VOISINAGE

Question : Par rapport à avant la crise sanitaire, avez-vous plus, moins ou ni plus ni moins envie de...?



ANNEXES

Etudes administrées par enquêteur



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 des études.

☑ 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.
- **Collecte** : les enquêteurs sont formés aux techniques d'enquêtes dans un module de formation dédié préalable à toute participation à une étude. Par ailleurs, ils reçoivent ou assistent à un briefing détaillé au démarrage de chaque étude.

☑ LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes sur ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire sur liste pour le téléphone, méthode des quotas, ...

- **Suivi du terrain** : la collecte des questionnaires est suivie (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses) et le travail de l'enquêteur contrôlé soit par écoute du questionnaire complet (5% des questionnaires réalisés,) soit par téléphone a posteriori (10% en rappels)

☑ 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.



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'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

• A ce titre, 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 : version 2012** 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.



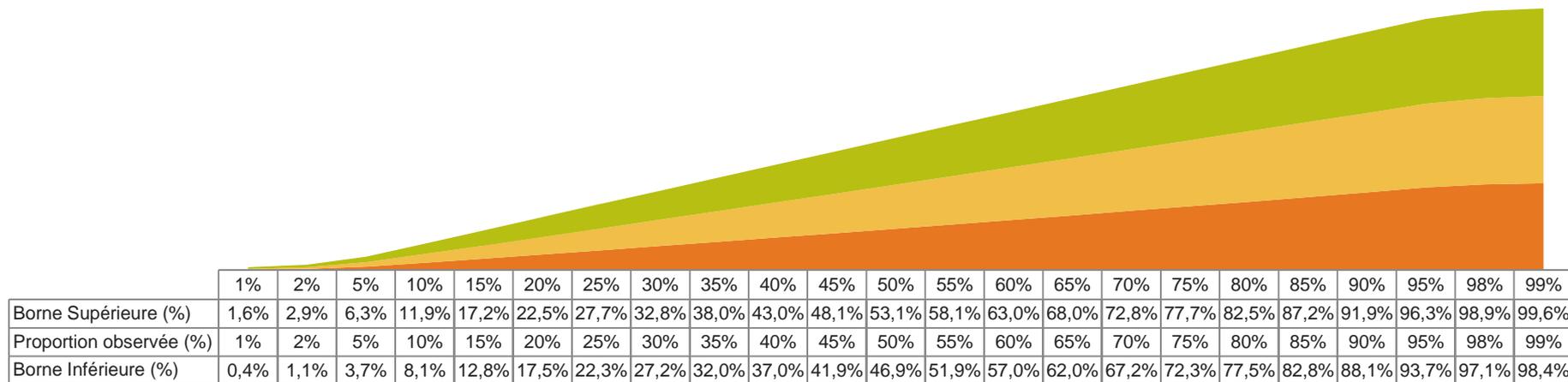
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

FIABILITÉ DES RÉSULTATS

Feuille de calcul

- En l'occurrence s'agissant de cette étude :
 - Intervalle de confiance : **95%**
 - Taille d'échantillon : **1002**
- 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 dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. 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

Ad hoc studies

© 2020 Ipsos. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos.

GAME CHANGERS

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.

Nous sommes des Game Changers

RETROUVEZ-NOUS



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

