

LES FRANÇAIS ET LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

MAI 2023

VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

Federico Vacas
federico.vacas@ipsos.com

Hélène Roué
helene.roue@ipsos.com

Ana Quemada Thibaud
ana.quemadathibaud@ipsos.com

VOS CONTACTS PACTE MONDIAL RESEAU FRANCE

Nils Pedersen
nils.pedersen@pactemondial.org

Olivier Gil
olivier.gil@pactemondial.org



Pacte Mondial
Réseau France

GAME CHANGERS





SOMMAIRE

MÉTHODOLOGIE

Slide 3

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Slide 4

PARTIE 1 – Les perceptions liées à la mondialisation et à l'action de certains acteurs pour agir sur les enjeux mondiaux

Slide 7

PARTIE 2 – L'engagement RSE des entreprises

Slide 14

PARTIE 3 – La notoriété et les connaissances liées aux Objectifs de développement durable des nations unies

Slide 20

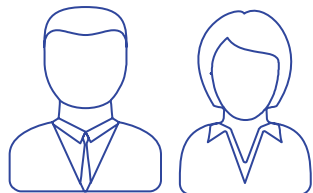
PARTIE 4 – Zoom sur le rapport du GIEC et le constat de l'ONU

Slide 27

GAME CHANGERS



FICHE TECHNIQUE



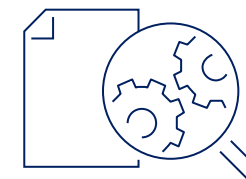
ÉCHANTILLON

2 000 personnes représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus



DATES DE TERRAIN

du 6 mai au 10 mai 2023



METHODOLOGIE

Échantillon interrogé en ligne, via l'Access panel de Ipsos

Méthode des quotas :

Appliquée au sexe, à l'âge, à la profession de l'interviewé, à la région et à la catégorie d'agglomération.

Enquête réalisée pour



Pacte Mondial
Réseau France

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 Federico Vacas, Directeur Adjoint du département Opinion (Ipsos Public Affairs).

LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS



LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

- De manière générale, **les Français se montrent plutôt critiques à l'égard de la mondialisation**. En effet, plus de la moitié d'entre eux considère qu'elle a un impact plutôt négatif sur la croissance économique et une proportion encore plus importante concernant la préservation de l'environnement et les inégalités sociales. D'autre part, au sein de l'opinion publique, **la poursuite de la mondialisation ne semble pas aller de pair avec la lutte contre le réchauffement climatique**.
- Face à ce constat, même si 6 Français sur 10 considèrent que les Etats ont aujourd'hui la plus grande influence sur la scène internationale pour changer les choses, **une majorité relative pense toutefois qu'il faut agir via l'ensemble des échelons** – qu'ils soient locaux, nationaux, européens et mondiaux - afin de répondre aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux qui se posent dans le monde. De ce fait, **une très large majorité pense que les partenariats entre ces différents acteurs sont primordiaux ou importants** pour répondre aux défis du monde.
- **La légitimité des entreprises à jouer un rôle sur les enjeux sociaux et environnementaux ainsi que leur capacité à agir sur ces sujets ne semblent pas faire débat au sein de l'opinion publique**. Dans le détail, si **les grandes entreprises sont davantage attendues** par les Français, les moyennes et les plus petites le sont également. Dans ce contexte, **une large proportion pense que les entreprises ont la capacité de contribuer aux Objectifs de développement durable des Nations Unies**. Pour autant, **un certain scepticisme semble à l'oeuvre concernant la sincérité de l'engagement actuel des entreprises** : une moitié estime qu'elles ont la volonté de s'engager - qu'elles fassent des efforts importants ou non – quand une proportion quasi équivalente considère qu'elles cherchent surtout à améliorer leur image.
- **4 Français sur 10 déclarent avoir entendu parler des Objectifs de développement durable des Nations Unies**. C'est davantage le fait des moins de 35 ans, des catégories socio-professionnelles supérieures ainsi que des sympathisants de gauche et de la majorité présidentielle. Après explication des Objectifs de développement durable, **une très large majorité se montre aujourd'hui sceptique en jugeant qu'ils ne pourront être atteints d'ici 2030**, notamment les plus âgés.
- **S'agissant de l'ONU, les Français lui font davantage confiance pour poser le bon diagnostic sur les principaux problèmes du monde mais se montrent plus partagés quant à sa capacité à agir efficacement** pour y remédier. A noter que **l'universalité de ses valeurs les partage fortement avec un net divage d'âge** (les plus jeunes considérant l'ONU comme davantage universelle que leurs aînés) **et politique** (les proches du RN, de DLF et de Reconquête étant moins d'accord avec cette idée).
- Enfin, **une très large majorité estime que les pouvoirs publics doivent agir davantage pour lutter contre le changement climatique (88%) ainsi que contre les inégalités sociales dans le monde (86%)**. En effet, la **réalité du changement climatique semble acquise** par une large majorité. D'ailleurs, **aux yeux des Français, la lutte contre le changement climatique va de pair avec les inégalités (67% sont d'accord avec cette opinion)**.



LES 10 CHIFFRES CLÉS

- ▶ **72%** considèrent que la poursuite de la mondialisation est plutôt incompatible avec la lutte contre le réchauffement climatique
- ▶ **94%** pensent que les entreprises ont un rôle à jouer sur les enjeux sociaux et environnementaux dans le monde et **90%** qu'elles ont la capacité d'agir
- ▶ **52%** pensent que les entreprises ont vraiment la volonté de s'engager (qu'elles fassent des efforts importants ou non) contre 48% jugeant qu'elles veulent surtout améliorer leur image
- ▶ **41%** ont déjà entendu parler des Objectifs de développement durable des Nations Unies (dont 12% voyant précisément de quoi il s'agit)
- ▶ **82%** considèrent que les Objectifs de développement durable ne seront pas atteints en 2030
- ▶ **63%** jugent que l'ONU pose le bon diagnostic sur les principaux problèmes du monde mais **47%** estiment qu'elle agit efficacement pour lutter contre les principaux problèmes du monde
- ▶ **75%** ont ressenti ou ont déjà ressenti les effets du changement climatique là où ils vivent
- ▶ **50%** ont le sentiment que c'est trop tard, on ne peut plus rien faire pour lutter contre les dérèglements climatiques (dont 62% chez les moins de 35 ans)
- ▶ Respectivement **86%** et **88%** pensent que les pouvoirs publics doivent agir davantage pour lutter contre les inégalités sociales dans le monde et le dérèglement climatique
- ▶ **67%** pensent qu'il y a un lien direct entre inégalités sociales et écologie

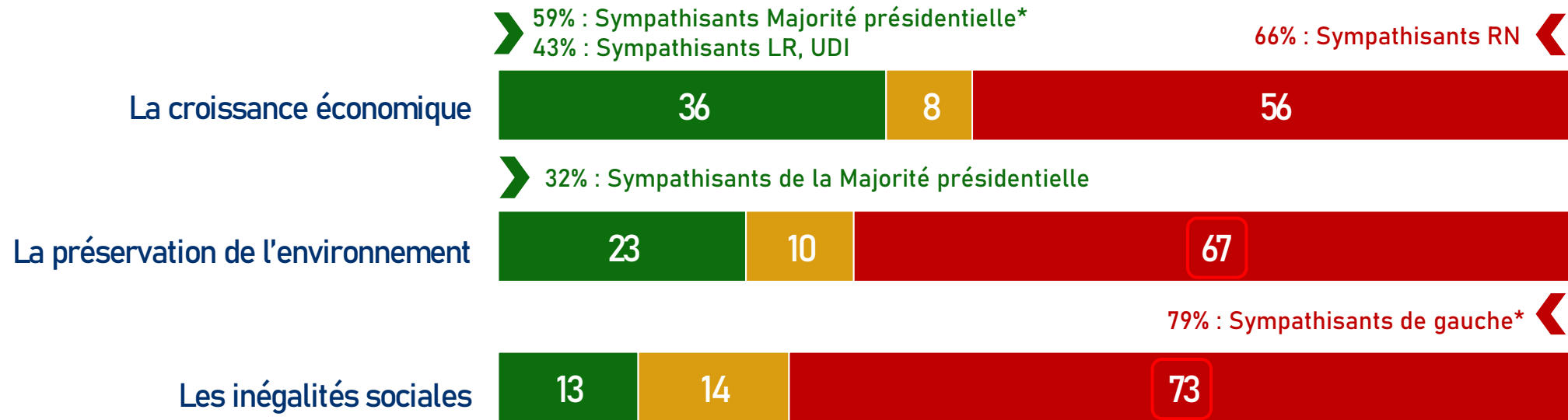
LES PERCEPTIONS LIÉES À LA MONDIALISATION ET À L'ACTION DE CERTAINS ACTEURS POUR AGIR SUR LES ENJEUX MONDIAUX

1

PLUS DE LA MOITIÉ DES FRANÇAIS CONSIDÈRE QUE LA MONDIALISATION A UN IMPACT PLUTÔT NÉGATIF SUR LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE ET UNE PROPORTION ENCORE PLUS IMPORTANTE CONCERNANT LA PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT ET LES INÉGALITÉS SOCIALES

Question : « A propos de la mondialisation, diriez-vous qu'elle a un impact plutôt positif, un impact plutôt négatif ou aucun impact sur chacun des éléments suivants ? »

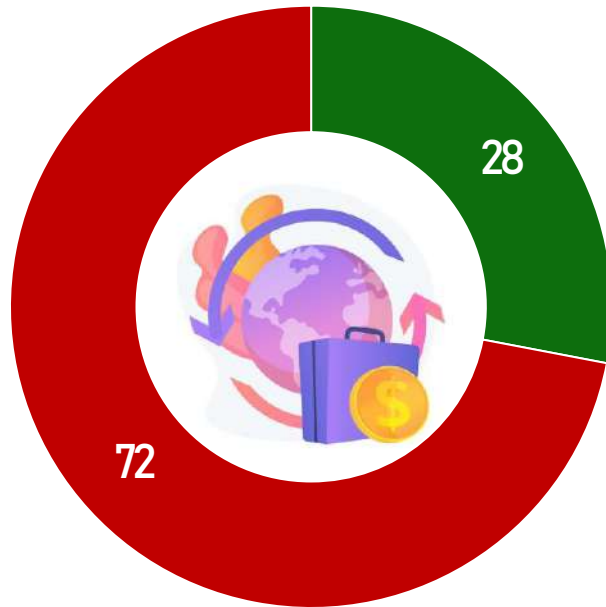
(base: Ensemble)



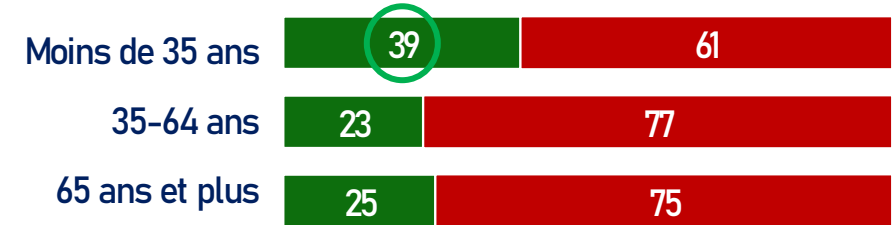
AUX YEUX DES FRANÇAIS, LA POURSUITE DE LA MONDIALISATION NE VA PAS DE PAIR AVEC LA LUTTE CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

Question : « Toujours à propos de la mondialisation, diriez-vous que sa poursuite est plutôt compatible ou plutôt incompatible avec la lutte contre le réchauffement climatique ? »

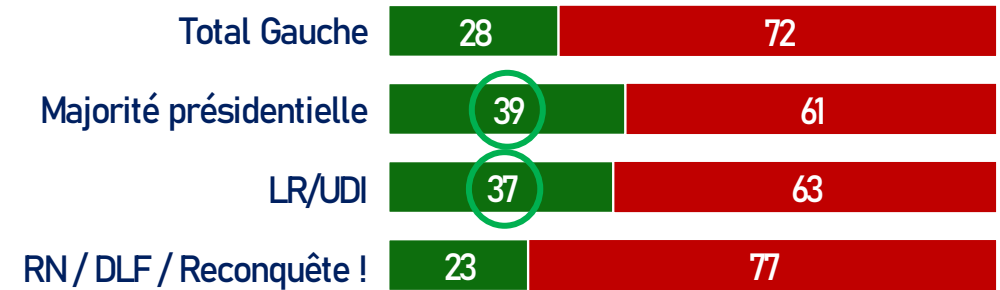
(base: Ensemble)



SELON L'ÂGE



SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE



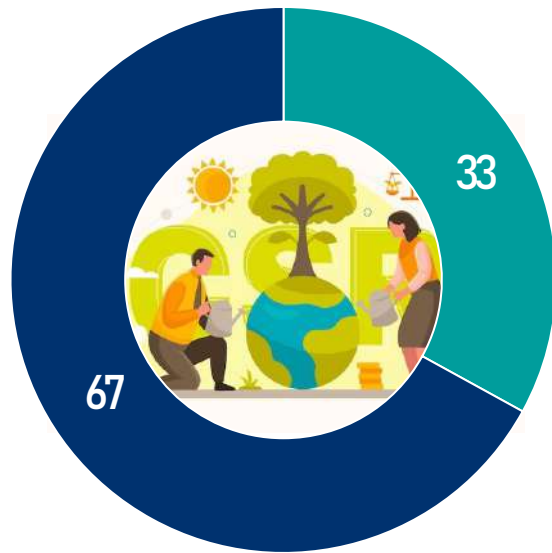
PLUTÔT COMPATIBLE

PLUTÔT INCOMPATIBLE

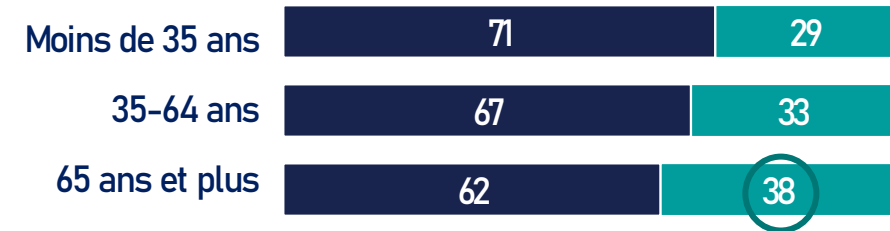
PRÈS DES DEUX TIERS DES FRANÇAIS ESTIMENT QU'IL EXISTE UN LIEN DIRECT ENTRE INÉGALITÉS SOCIALES ET ÉCOLOGIE, UNE OPINION QUI FAIT L'OBJET D'UN CLIVAGE POLITIQUE

Question : « De laquelle des deux affirmations suivantes êtes-vous le plus proche ? »

(base: Ensemble)



SELON L'ÂGE



SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE



IL Y A UN LIEN DIRECT ENTRE INÉGALITÉS SOCIALES ET ÉCOLOGIE. LUTTER CONTRE LES INÉGALITÉS SOCIALES PERMETTRA DE LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE, LES PLUS RICHES ÉTANT CEUX QUI POLLUENT LE PLUS ET LES PLUS PRÉCAIRES N'AYANT SOUVENT PAS LES MOYENS D'ACHETER DES PRODUITS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT.

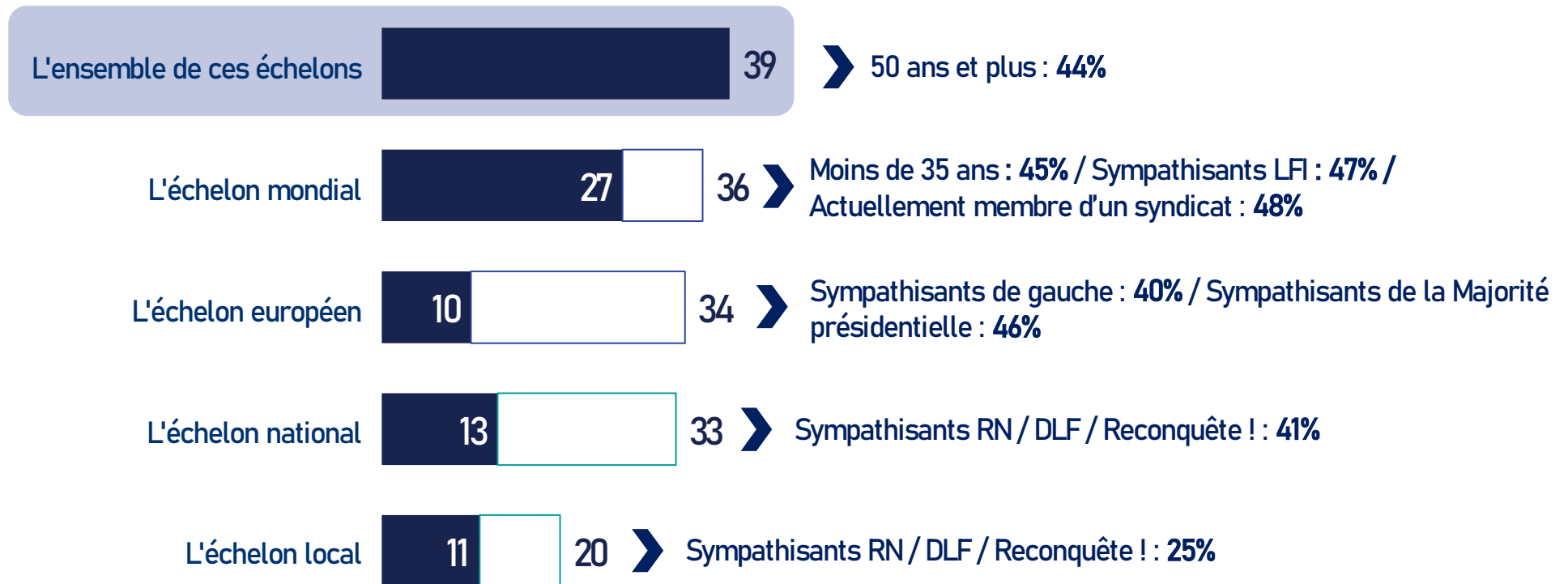
IL N'A PAS DE LIEN DIRECT ENTRE INÉGALITÉS SOCIALES ET ÉCOLOGIE. LE PROBLÈME ÉCOLOGIQUE EST LIÉ À LA SURCONSOMMATION ET LUTTER CONTRE LES INÉGALITÉS SOCIALES N'AURA DONC PAS D'IMPACT SUR LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE.

POUR PRÈS DE 4 FRANÇAIS SUR 10, IL FAUT AGIR VIA L'ENSEMBLE DES ÉCHELONS (LOCAL, NATIONAL, EUROPÉEN ET MONDIAL) AFIN DE RÉPONDRE AUX ENJEUX ÉCONOMIQUES, SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX QUI SE POSENT DANS LE MONDE

Question : « Selon vous, quel est l'échelon le plus adapté pour répondre à l'ensemble des enjeux économiques, sociaux et environnementaux dans le monde ? »

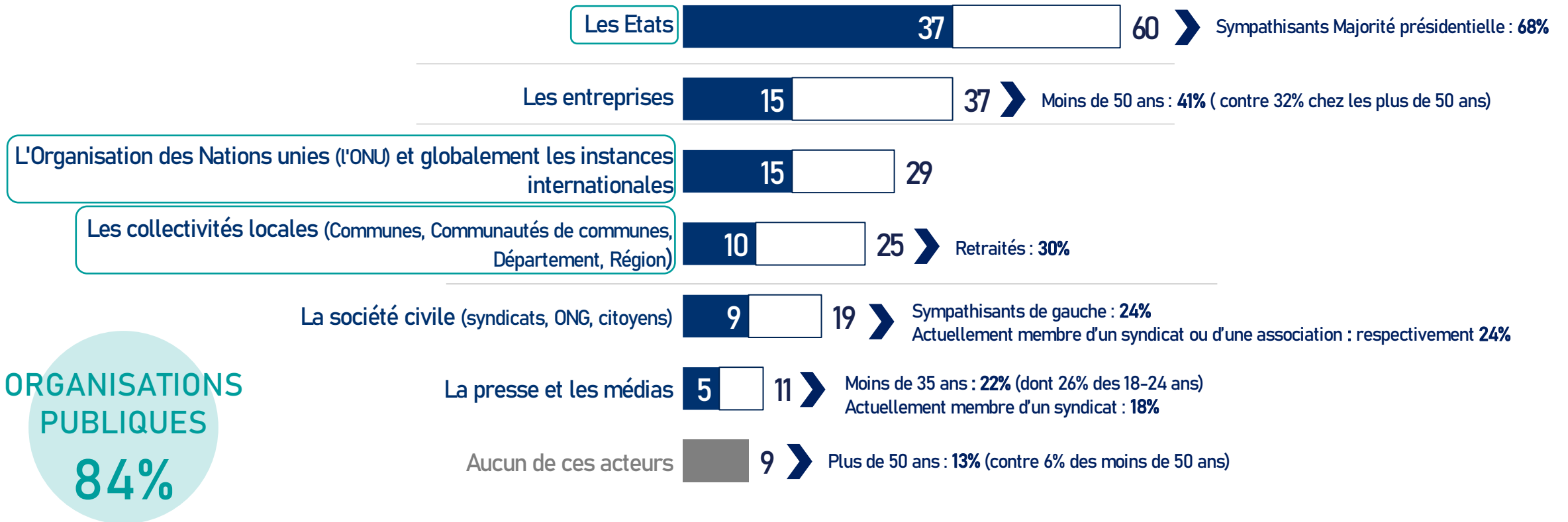
Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

(base : Ensemble)



LES ÉTATS, ACTEURS PERÇUS COMME LES PLUS INFLUENTS POUR CHANGER LES CHOSES POSITIVEMENT, SUIVIS DANS UNE MOINDRE MESURE, PAR LES ENTREPRISES ET L'ONU

Question : « Et d'après vous, qui a aujourd'hui la plus grande influence sur la scène internationale pour changer les choses positivement sur le plan économique, social et environnemental ? » - Total supérieur à 100 car deux réponses possibles
(base : Ensemble)



PRÈS DE 6 FRANÇAIS SUR 10 CONSIDÈRENT QUE LES PARTENARIATS ENTRE CES DIFFÉRENTS ACTEURS SONT PRIMORDIAUX POUR RÉPONDRE AUX DÉFIS DU MONDE

Question : « Pour répondre aux défis économiques, sociaux et environnementaux dans le monde, diriez-vous que les partenariats et actions collectives entre ces différents acteurs sont... ? »

(base: Ensemble)



% TOTAL
« PRIMORDIAUX » OU
« IMPORTANTS » :
85%

Parmi ceux considérant le plus que les partenariats entre ces différents acteurs doivent être primordiaux (56%) :

- 67% des sympathisants de gauche, 64% parmi ceux de la majorité présidentielle et 56% au sein des LR/UDI (contre 42% pour ceux du RN/DLF/Reconquête)
- 65% des diplômés d'un Bac +3 ou plus
- 62% des personnes actuellement membres d'une association

PRIMORDIAUX

IMPORTANTS MAIS PAS PRIMORDIAUX

SECONDAIRES

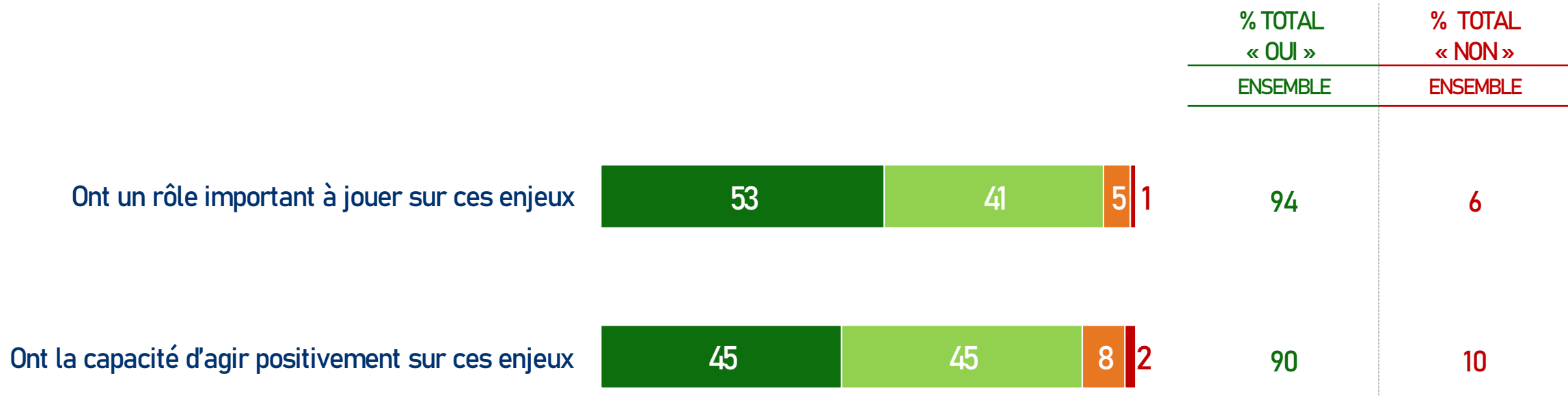
VOUS NE SAVEZ PAS

L'ENGAGEMENT RSE DES ENTREPRISES

2

LA LÉGITIMITÉ DES ENTREPRISES À JOUER UN RÔLE SUR LES ENJEUX SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX AINSI QUE LEUR CAPACITÉ À AGIR SUR CES SUJETS NE SEMBLENT PAS FAIRE DÉBAT AU SEIN DE L'OPINION PUBLIQUE

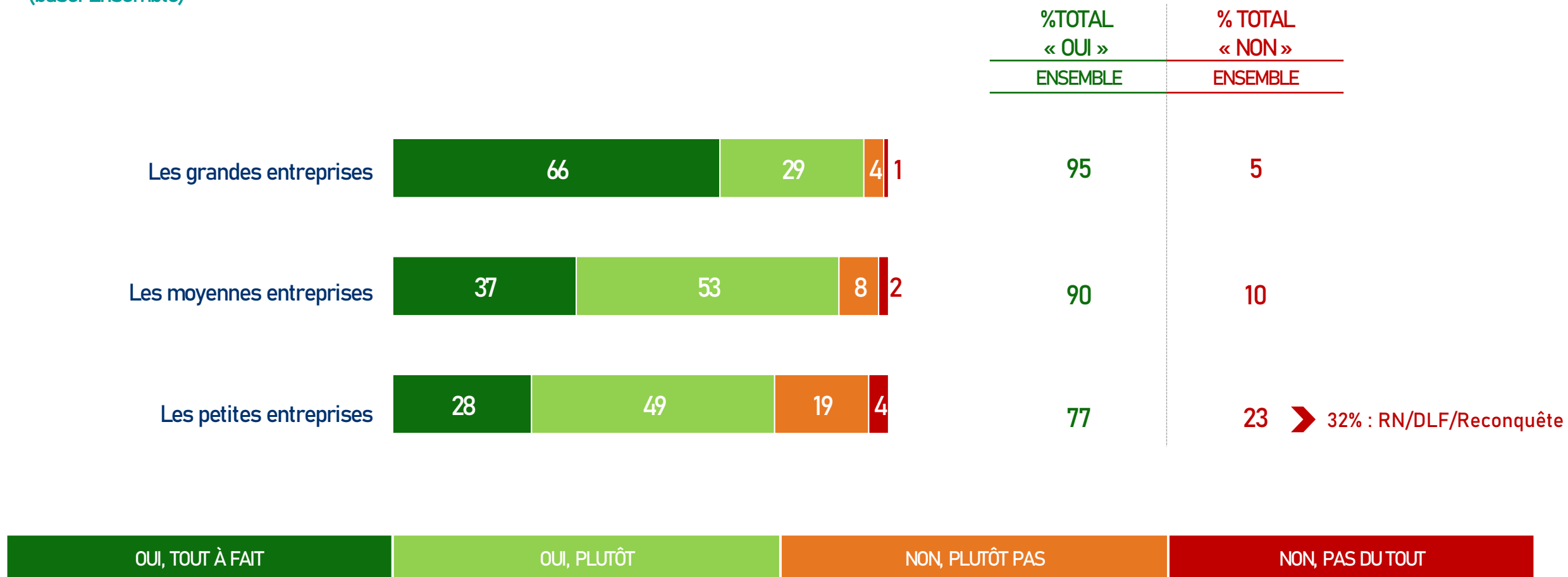
Question : « A propos des enjeux sociaux et environnementaux qui se posent dans le monde, diriez-vous que les entreprises... ? »
 (base: Ensemble)



DANS LE DÉTAIL, L'ENSEMBLE DES ENTREPRISES SONT ATTENDUES QUELLE QUE SOIT LEUR TAILLE, EN PARTICULIER LES GRANDES ENTREPRISES

Question : « Et plus spécifiquement, pour chacun des types d'entreprises suivants, diriez-vous qu'ils ont un rôle important à jouer concernant les enjeux sociaux et environnementaux qui se posent dans le monde ? »

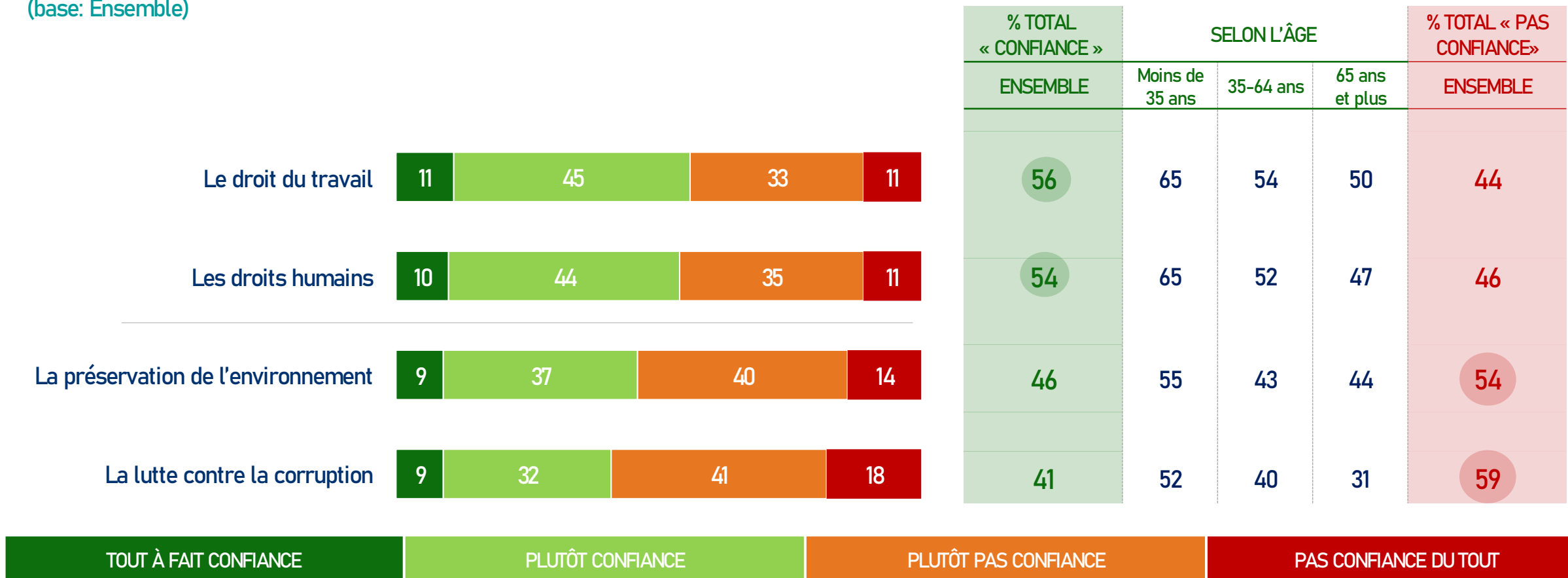
(base: Ensemble)



LES FRANÇAIS – ET NOTAMMENT LES PLUS ÂGÉS – EXPRIMENT UNE CONFIANCE MODÉRÉE À L'ÉGARD DES ENTREPRISES CONCERNANT LEUR ÉVENTUEL IMPACT POSITIF SUR LE DROIT DU TRAVAIL, LES DROITS HUMAINS, LA PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT AINSI QUE LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Question : « Faites-vous confiance ou pas confiance aux entreprises pour avoir un impact positif dans chacun des domaines suivants ? »

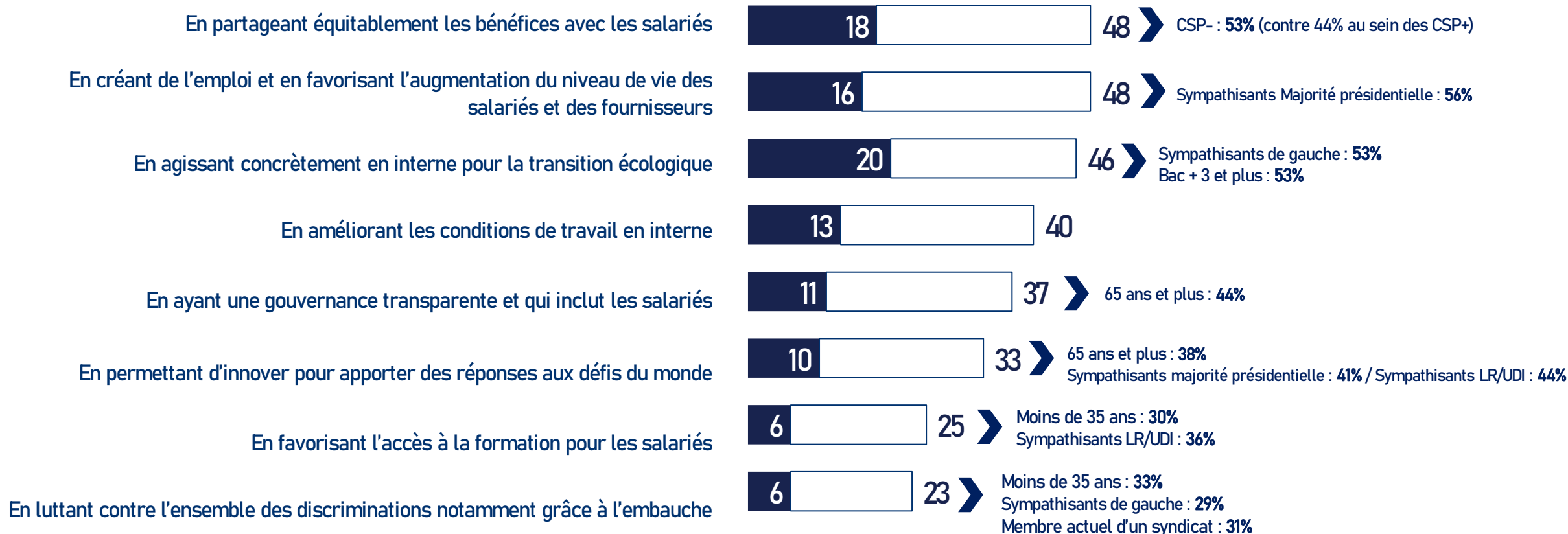
(base: Ensemble)



LE POUVOIR D'ACHAT ET LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE EN INTERNE, PRINCIPAUX VECTEURS DES ENTREPRISES POUR CONTRIBUER À RÉSOUDRE LES PROBLÈMES SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX AUX YEUX DES FRANÇAIS

Question : « Plus précisément, de quelle manière les entreprises peuvent-elles contribuer en priorité à résoudre les problèmes sociaux et environnementaux dans le monde ? » - Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

(base: Ensemble)



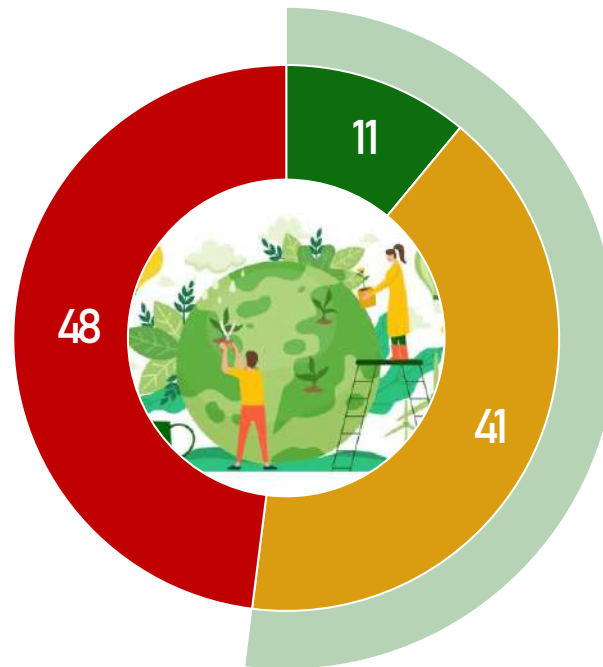
LES FRANÇAIS SE MONTRENT TRÈS PARTAGÉS CONCERNANT LA SINCÉRITÉ DE L'ENGAGEMENT DES ENTREPRISES : UNE MOITIÉ ESTIME QU'ELLES ONT LA VOLONTÉ DE S'ENGAGER - QU'ELLES FASSENT DES EFFORTS IMPORTANTS OU NON - QUAND UNE PROPORTION QUASI ÉQUIVALENTE CONSIDÈRE QU'ELLES CHERCHENT SURTOUT À AMÉLIORER LEUR IMAGE

Question : « Aujourd'hui, certaines entreprises déclarent s'engager sur les sujets sociaux et/ou environnementaux. Vous personnellement, diriez-vous que ces entreprises qui communiquent sur ce sujet le font avant tout parce que ... ? »

(base: Ensemble)

**% « VEULENT SURTOUT AMÉLIORER LEUR IMAGE » :
48%**

... 52% des 50 ans et plus
... 55% des personnes ne se sentant proches d'aucun parti



**% SOUS-TOTAL
« ONT VRAIMENT LA VOLONTÉ DE S'ENGAGER » :
52%**

... dont 58% des moins de 35 ans
... dont 63% des sympathisants de la majorité présidentielle
... dont 60% des personnes actuellement membres d'un syndicat

ELLES ONT VRAIMENT LA VOLONTÉ DE S'ENGAGER ET FONT DES EFFORTS IMPORTANTS À LA MESURE DES ENJEUX

ELLES ONT VRAIMENT LA VOLONTÉ DE S'ENGAGER MAIS FONT DES EFFORTS INSUFFISANTS AU REGARD DES ENJEUX

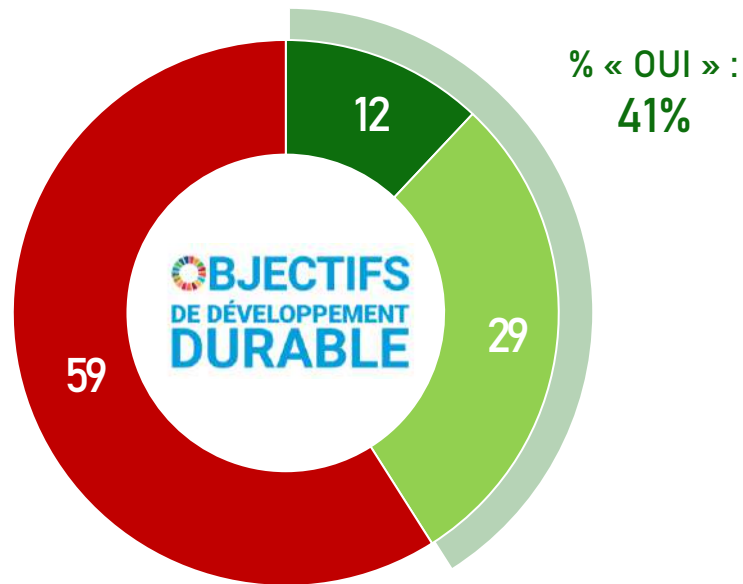
ELLES VEULENT SURTOUT AMÉLIORER LEUR IMAGE ET NE FONT PAS D'EFFORTS PARTICULIERS

NOTORIÉTÉ ET CONNAISSANCES LIÉES AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

3

PLUS DE 4 FRANÇAIS SUR 10 DÉCLARENT AVOIR ENTENDU PARLER DES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES, DONT 12% DE MANIÈRE PRÉCISE

Question : « Vous personnellement, avez-vous déjà entendu parler des Objectifs de développement durable des Nations Unies (ODD) ? »
(base: Ensemble)



Les personnes déclarant le plus avoir déjà entendu parler des ODD (41%) :

- 60% des moins de 35 ans
- 48% des CSP+ (dont 57% des cadres supérieurs)
 - 55% des diplômés d'un BAC+3 et plus
- 54% des sympathisants de gauche et 55% auprès de ceux de la majorité présidentielle
- 68% auprès des personnes actuellement ou anciennement membres d'un syndicat et 57% auprès des personnes actuellement ou anciennement membres d'une association

Les personnes déclarant le plus ne pas avoir entendu parler des ODD (59%) :

- 66% des 50 ans et plus
- 68% des personnes ayant un niveau de diplôme inférieur au BAC
- 69% des personnes ne se sentant proches d'aucun parti politique

OUI, ET VOUS VOYEZ PRÉCISÉMENT DE QUOI IL S'AGIT

OUI, MAIS VOUS NE VOYEZ PAS PRÉCISÉMENT DE QUOI IL S'AGIT

NON

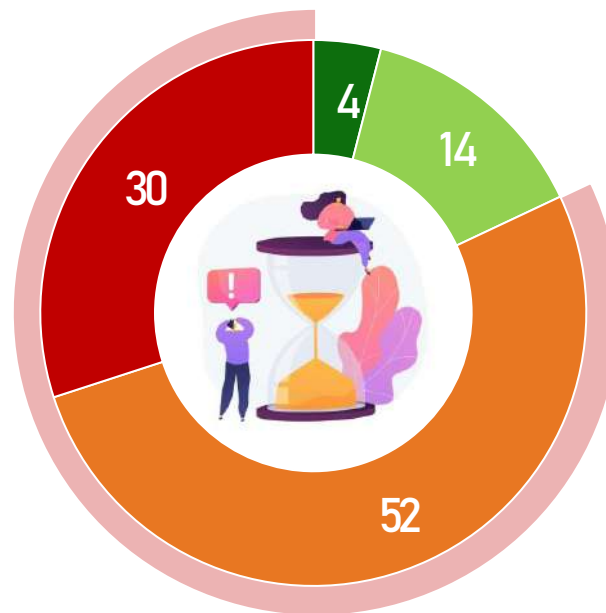
APRÈS EXPOSITION AU PRINCIPE DES ODD, UNE LARGE MAJORITÉ DE FRANÇAIS SE MONTRE AUJOURD'HUI SCEPTIQUE QUANT À L'ATTEINTE DES OBJECTIFS D'ICI 2030

Question : « Et pensez-vous que les Objectifs de développement durable seront atteints en 2030 ? »

(base: Ensemble)

% « NON »
82%

... dont 91% des 50 ans et plus
... dont 92% des personnes ne connaissant pas spontanément les ODD



% « OUI »
18%

... dont 45% des 18-24 ans et 30% des 25-34 ans
... dont 23% des CSP+
... dont 31% des personnes ayant spontanément entendu parler des ODD

OUI, CERTAINEMENT

OUI, PROBABLEMENT

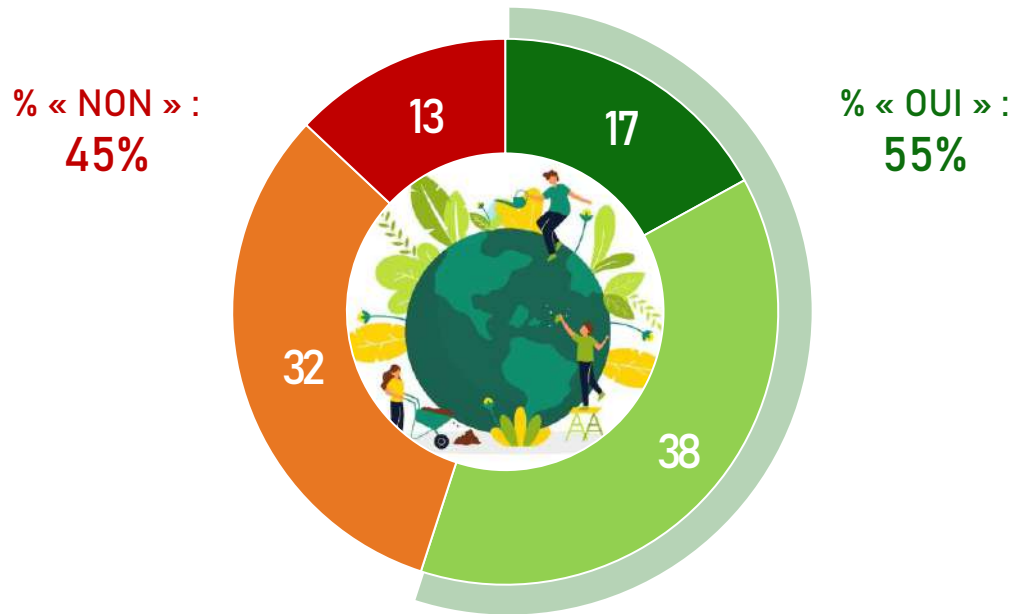
NON, PROBABLEMENT PAS

NON, CERTAINEMENT PAS

L'UNIVERSALITÉ DES VALEURS DE L'ONU PARTAGE NETTEMENT LES FRANÇAIS ET FAIT L'OBJET D'UN CLIVAGE D'ÂGE ET POLITIQUE

Question : « De manière générale, considérez-vous que les valeurs défendues par l'ONU (l'Organisation des Nations unies) soient universelles, c'est-à-dire qu'elles s'adressent à l'ensemble des populations dans le monde ? »

(base: Ensemble)

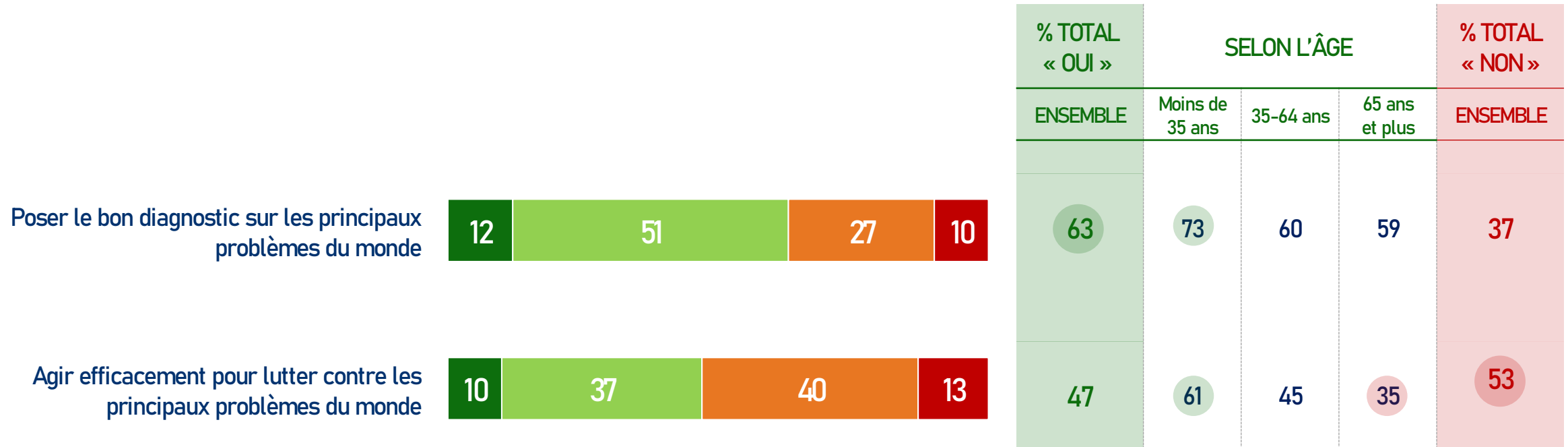


	SELON L'ÂGE				% « OUI »	% « NON »
Moins de 35 ans	23	43	27	7	66	34
35-64 ans	16	36	32	16	52	48
65 ans et plus	14	37	36	13	51	49
	SELON LA CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					
CSP +	22	40	27	11	62	38
CSP-	15	38	33	14	53	47
	SELON LA PROXIMITE PARTISANE					
Sous-total Gauche	27	39	26	8	66	34
Majorité présidentielle	24	49	22	5	73	27
LR/UDI	20	46	28	6	66	34
RN/DLF/Reconquête!	9	31	38	22	40	60



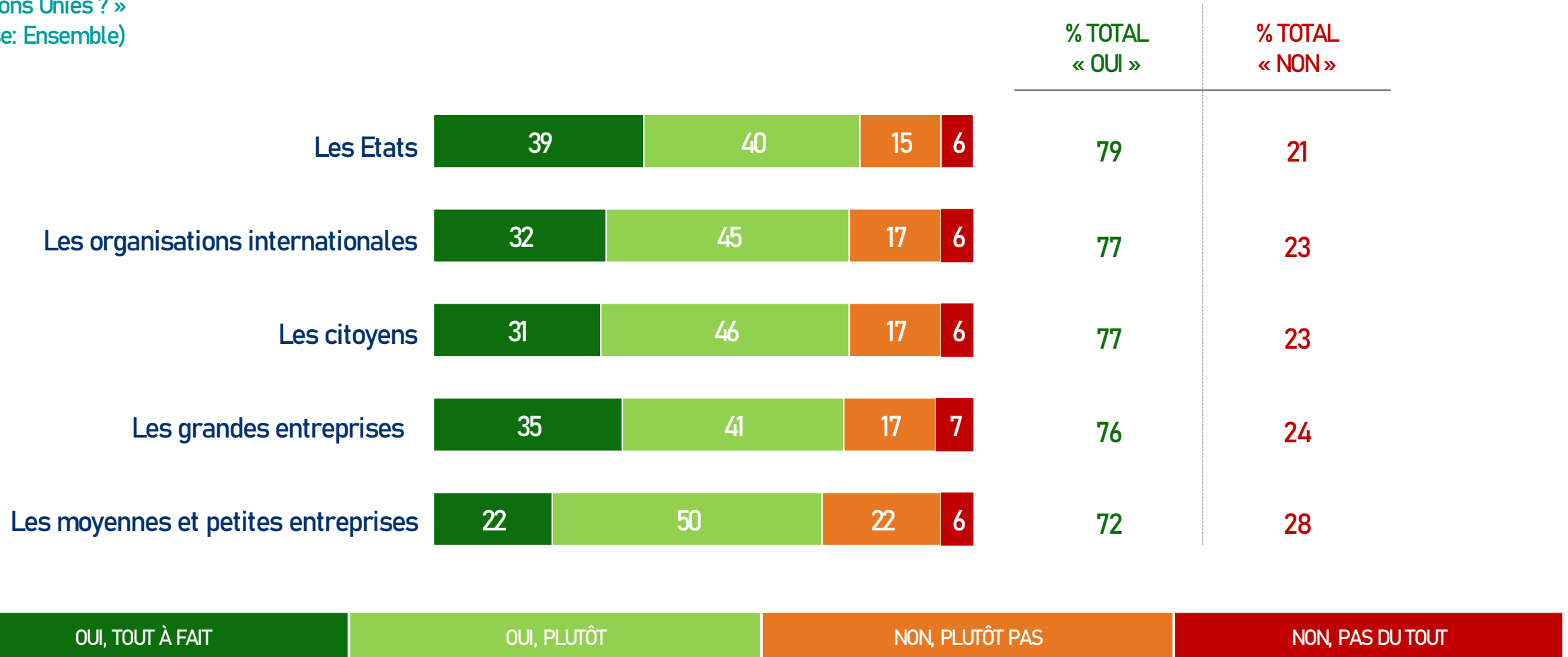
LES FRANÇAIS FONT DAVANTAGE CONFIANCE À L'ONU POUR POSER LE BON DIAGNOSTIC SUR LES PRINCIPAUX PROBLÈMES DU MONDE MAIS SE MONTRENT PLUS PARTAGÉS QUANT À SA CAPACITÉ À AGIR EFFICACEMENT POUR Y REMÉDIER

Question : « Vous personnellement, diriez-vous que vous faites confiance à l'ONU (l'Organisation des Nations unies) pour ... ? »
(base: Ensemble)



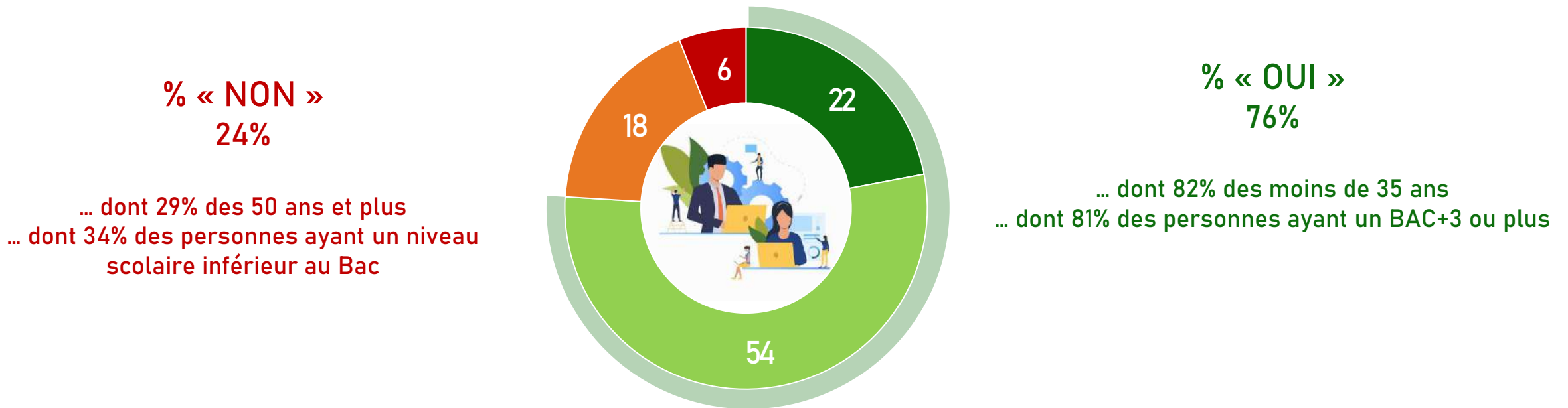
DIFFÉRENTS ACTEURS SONT PERÇUS COMME LÉGITIMES POUR METTRE EN ŒUVRE LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

Question : « Pour chacun des acteurs suivants dans le monde, diriez-vous qu'ils sont légitimes pour mettre en œuvre les Objectifs de développement durable des Nations Unies ? »
(base: Ensemble)



DANS CE CONTEXTE, LES FRANÇAIS PENSENT TRÈS MAJORITAIREMENT QUE LES ENTREPRISES ONT LA CAPACITÉ DE CONTRIBUER AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

Question : « De manière générale, diriez-vous que les entreprises ont la capacité de contribuer aux Objectifs de développement durable des Nations Unies ? »
(base: Ensemble)



OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

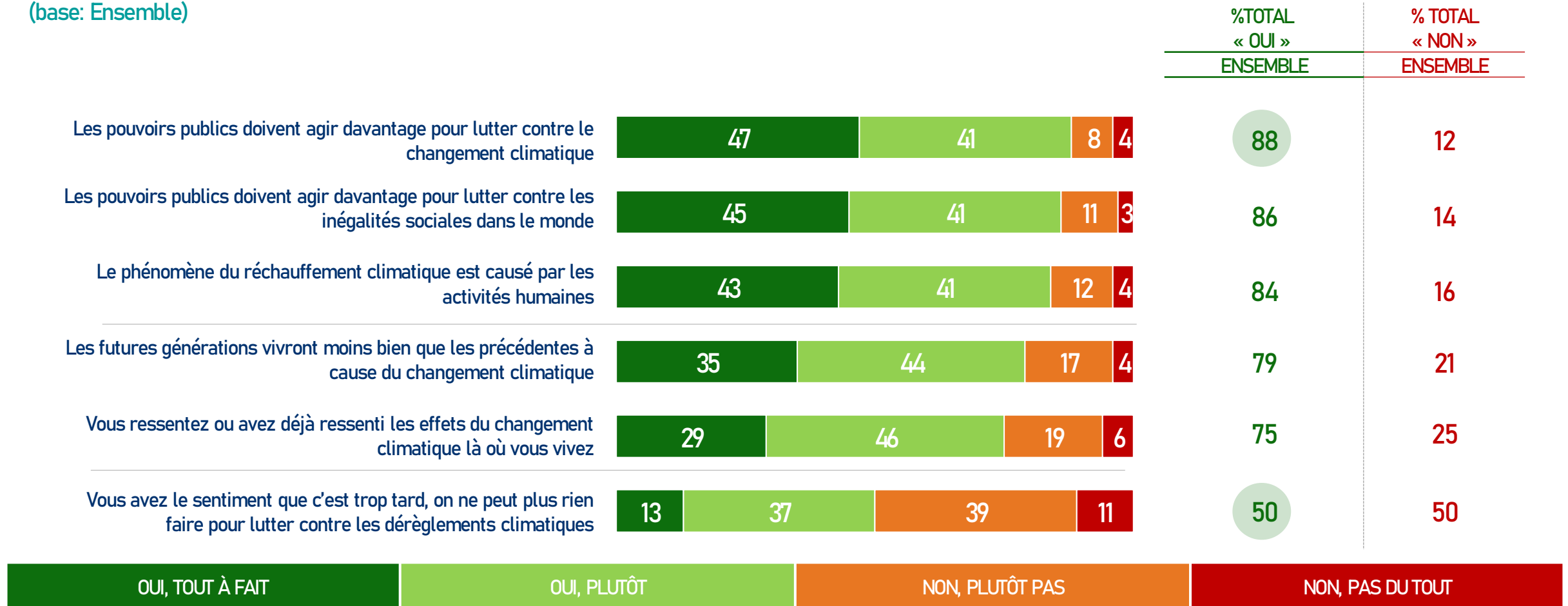
NON, PAS DU TOUT

ZOOM SUR LE RAPPORT DU GIEC ET LE CONSTAT DE L'ONU

4

LA RÉALITÉ DU CHANGEMENT CLIMATIQUE SEMBLE ACQUISE PAR UNE LARGE MAJORITÉ DE FRANÇAIS MAIS UNE MOITIÉ D'ENTRE EUX CONSIDÈRE QU'IL EST TROP TARD POUR LUTTER CONTRE SES DÉRÈGLEMENTS

Question : « Vous personnellement, diriez-vous que vous êtes d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ? »
(base: Ensemble)



SI L'INTENSITÉ DES OPINIONS À L'ÉGARD DU CHANGEMENT CLIMATIQUE DIFFÈRE SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE, LES PLUS JEUNES SE MONTRENT LES PLUS RÉSIGNÉS QUANT À LA CAPACITÉ À LUTTER CONTRE LES DÉRÈGLEMENTS CLIMATIQUES

Question : « Vous personnellement, diriez-vous que vous êtes d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ? »

(base: Ensemble)

	%TOTAL « OUI »	SELON L'ÂGE			SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE			
	ENSEMBLE	Moins de 35 ans	35-64 ans	65 ans et plus	Gauche	Majorité présidentielle	LR/UDI	RN/DLF/ Reconqu ête!
Les pouvoirs publics doivent agir davantage pour lutter contre le changement climatique	88	85	88	89	92	93	89	77
Les pouvoirs publics doivent agir davantage pour lutter contre les inégalités sociales dans le monde	86	82	86	88	91	91	87	76
Le phénomène du réchauffement climatique est causé par les activités humaines	84	85	85	82	90	91	84	74
Les futures générations vivront moins bien que les précédentes à cause du changement climatique	79	80	81	75	85	77	79	70
Vous ressentez ou avez déjà senti les effets du changement climatique là où vous vivez	75	77	76	70	84	75	75	63
Vous avez le sentiment que c'est trop tard, on ne peut plus rien faire pour lutter contre les dérèglements climatiques	50	62	48	41	50	45	49	52

OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

NON, PAS DU TOUT

ANNEXES



NOS ENGAGEMENTS

Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), **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
- **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,...).

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.

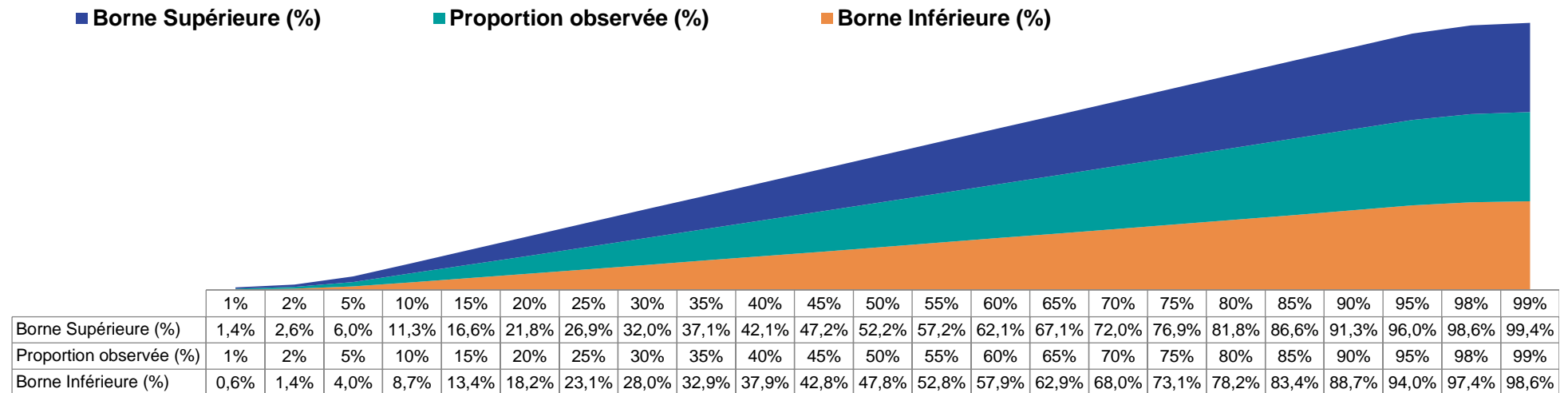
FIABILITÉ DES RÉSULTATS



En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **2 000**

Les proportions observées sont comprises entre :



A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE*** »