

Résultats sous embargo jusqu'au 4 novembre 2022 - 5h00



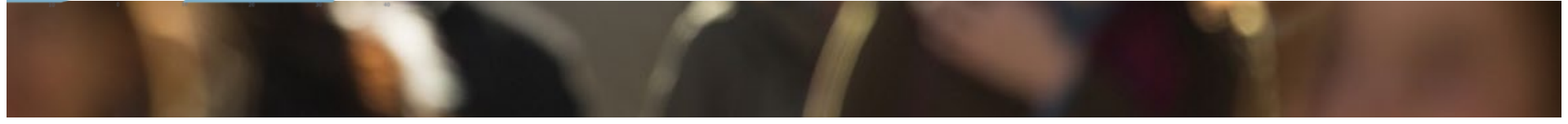
Résultats du 1er baromètre européen de la pauvreté et précarité Ipsos / Secours populaire français

*Sur la perception de la pauvreté et la précarité par les
européens*

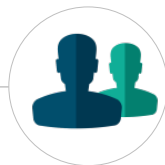




ENQUÊTE EUROPÉENNE MENÉE DANS SIX PAYS



Fiche technique



ÉCHANTILLONS

6000 Européens, représentatifs de la population nationale âgée 18 ans dans chacun des 6 pays interrogés : **France, Allemagne, Grèce, Italie, Pologne, Royaume Uni.**



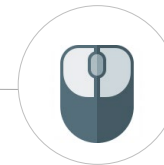
Etude préparée pour le :

Note de lecture : tous les résultats sont exprimés en pourcentage (%), chaque pays est représenté au même poids dans les résultats d'ensemble.



DATES DE TERRAIN

Du **17 juin au 6 juillet 2022**



MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos.

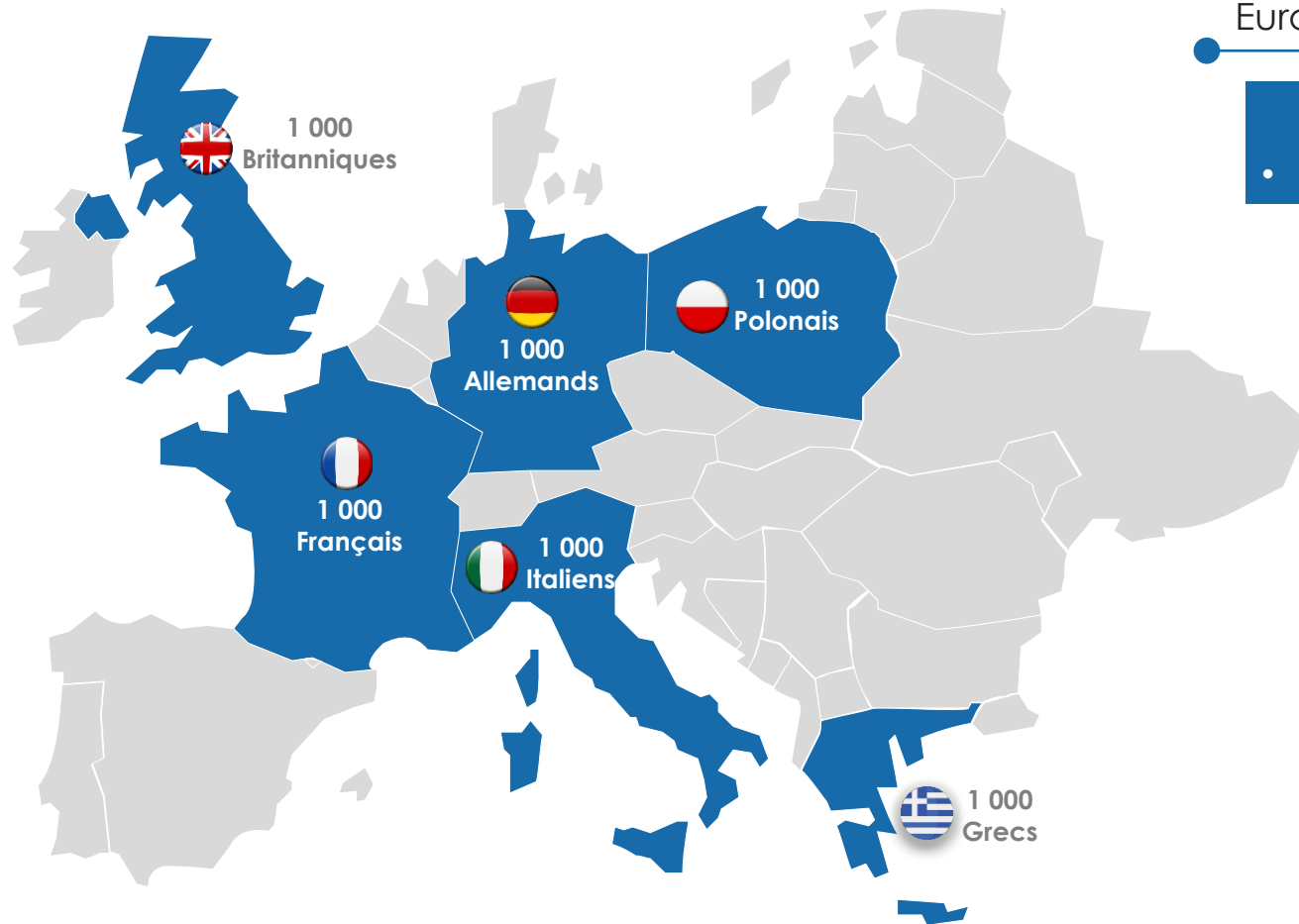
Méthode des quotas :

le sexe, l'âge, la profession du répondant, la région et la catégorie d'agglomération.



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 *Amandine Lama, Directrice de Clientèle (Ipsos Public Affairs)*.

Périmètre de l'étude



Europe

- 6 pays
- 6000 répondants

1 Européen sur 4 déclare être dans une situation précaire, les Grecs se disent très majoritairement fragilisés.

Question : Lorsque vous pensez à votre situation financière et matérielle actuelle, vous diriez qu'elle est ...

(Base : Ensemble)

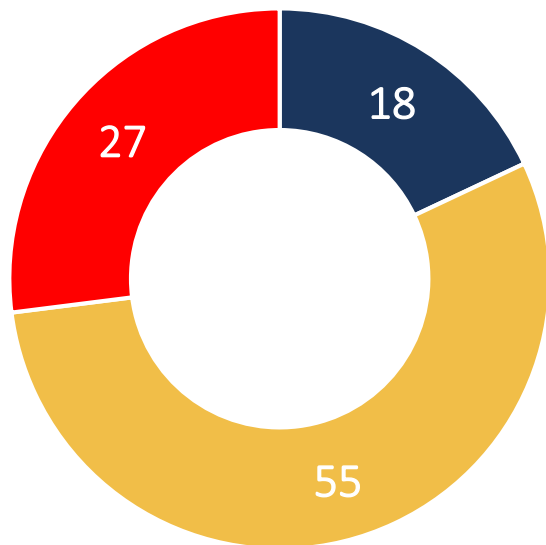
Bonne : vous n'avez pas vraiment besoin de faire attention à vos dépenses de tous les jours

Équilibrée : vous vous en sortez mais vous devez faire attention

Précaire : une dépense imprévue peut vous faire basculer



Ensemble des Européens interrogés



FRANCE



ALLEMAGNE



GRÈCE



ITALIE



POLOGNE



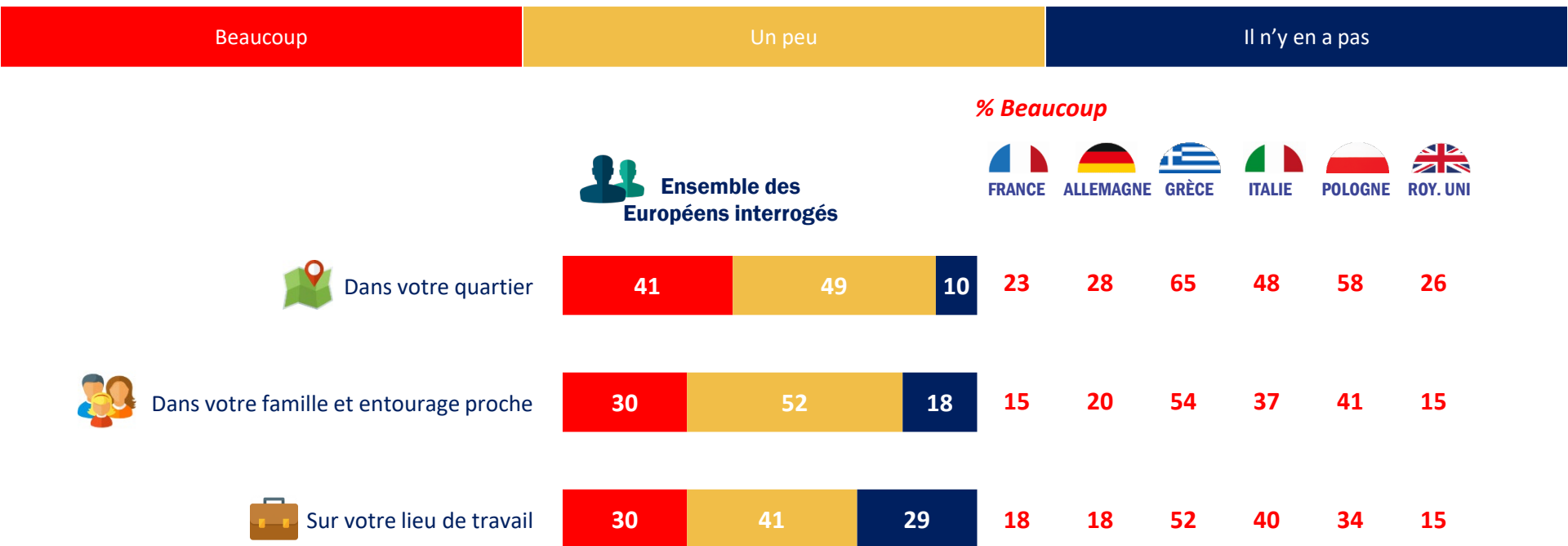
ROY. UNI



Pour les Européens, les personnes en précarité sont aujourd'hui visibles partout : dans leur quartier, sur leur lieu de travail et même dans leur famille et leur entourage proche.

Question : Avez-vous l'impression qu'autour de vous, il y a beaucoup, un peu ou pas de personnes en situation de précarité ?

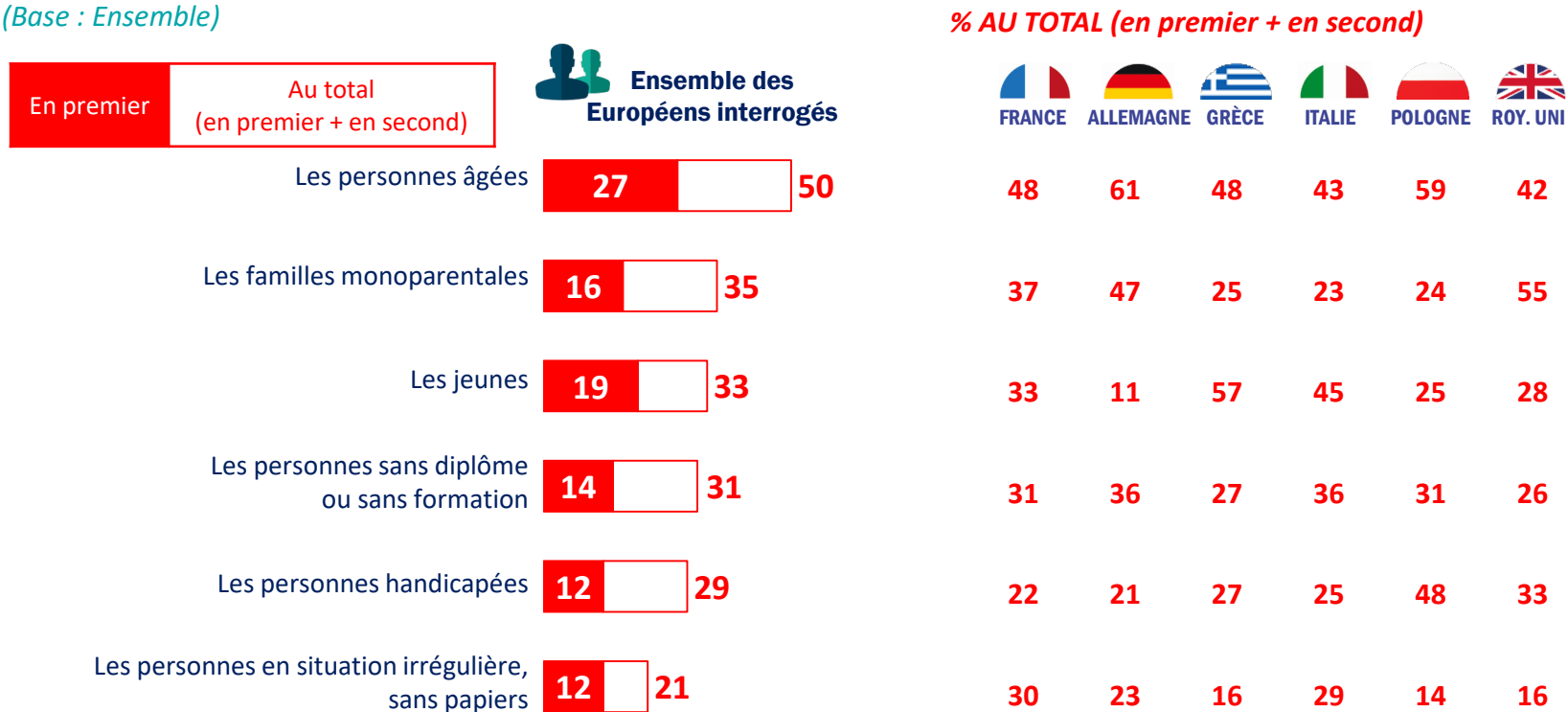
(Base : Ensemble)



Pour les Européens, les personnes âgées sont la catégorie de population la plus touchée par la précarité. Mais la situation est très hétérogène : pour les Britanniques, ce sont plutôt les familles monoparentales, tandis que pour les Italiens et les Grecs, ce sont plus les jeunes.

Question : Dans votre pays, parmi les populations suivantes, quelles sont celles qui sont aujourd'hui les plus touchées par la précarité et la pauvreté ? (En premier ? En second ?)

(Base : Ensemble)



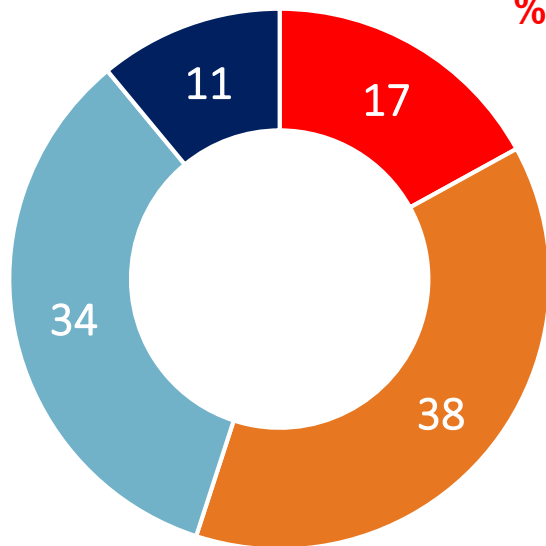
L'inquiétude face au risque de se retrouver en situation de précarité est aujourd'hui majoritaire chez les Européens interrogés, surtout chez les Italiens, les Grecs et les Polonais.

Question : Et pensez-vous qu'il existe un risque très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas important du tout que dans les prochains mois vous vous retrouviez en situation de précarité ?

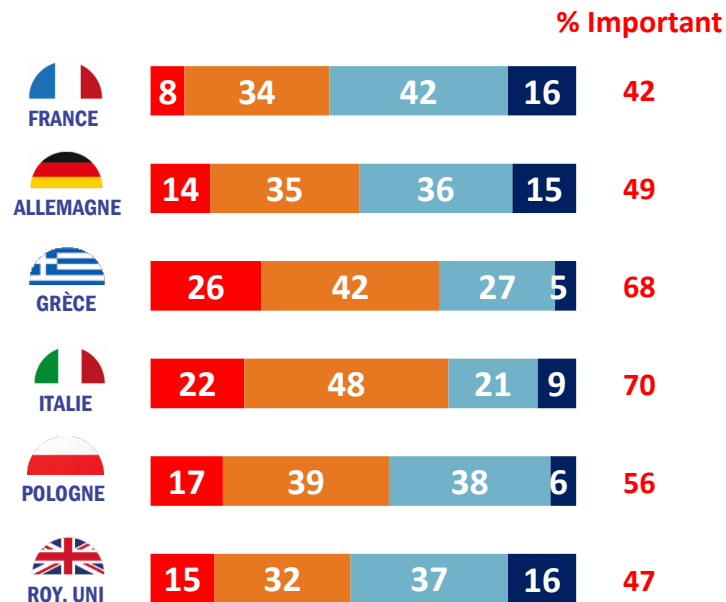
(Base : Ensemble)



Ensemble des Européens interrogés



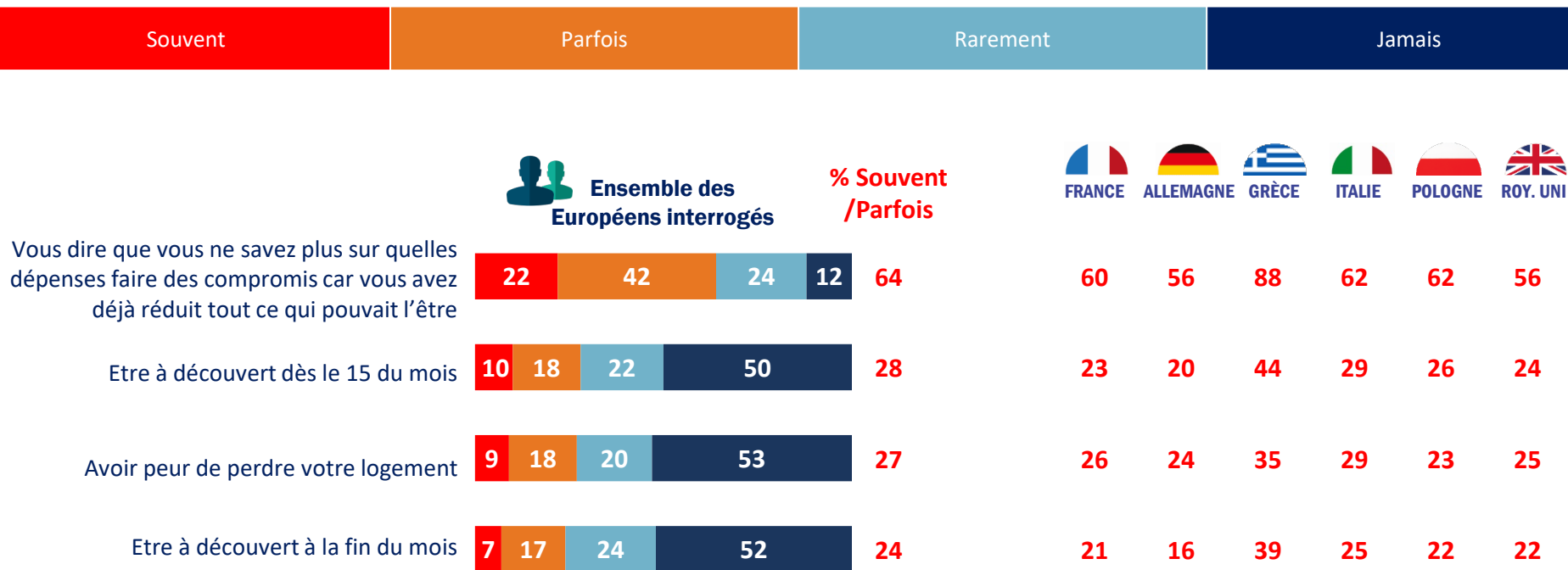
**% Important :
55**



La majorité des Européens se disent financièrement fragilisés: les 2/3 déclarent ne plus savoir sur quelles dépenses faire des compromis, surtout les Grecs.

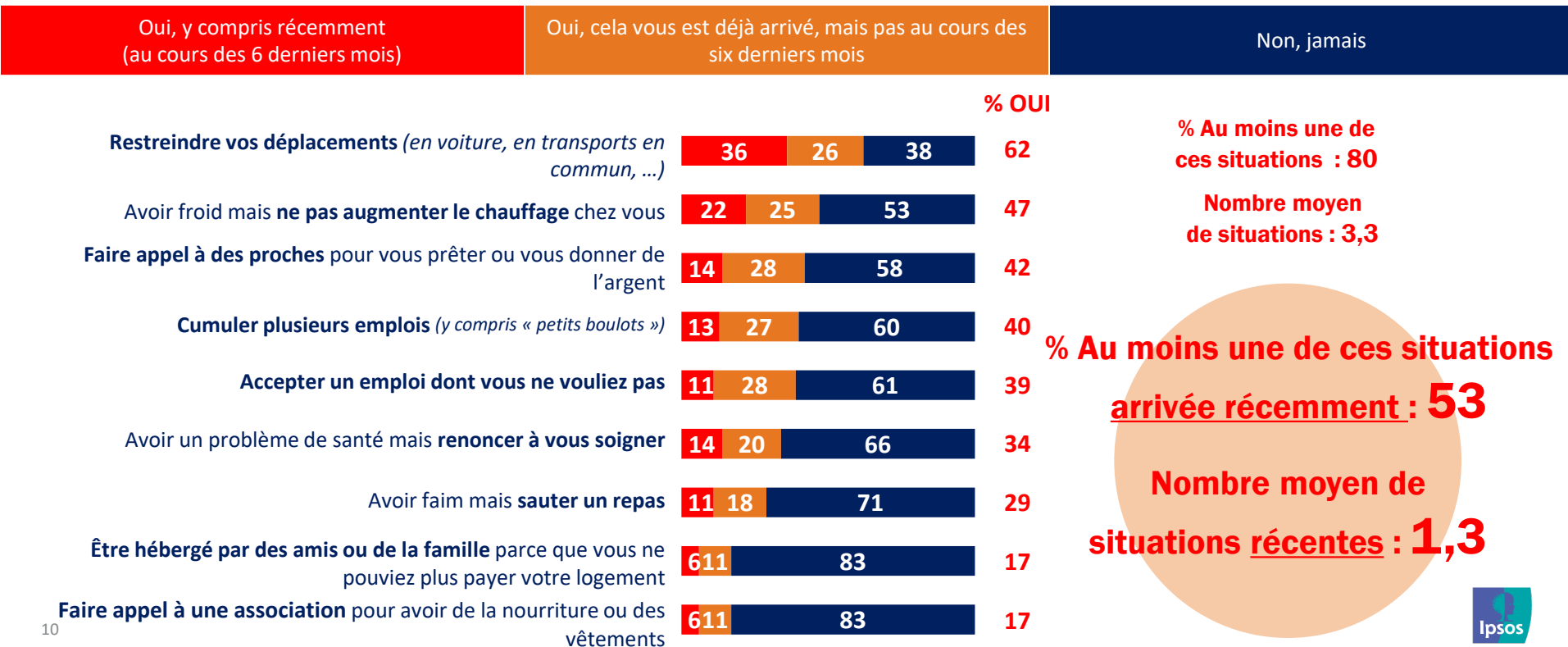
Question : A quelle fréquence rencontrez-vous les situations suivantes ?

(Base : Ensemble)



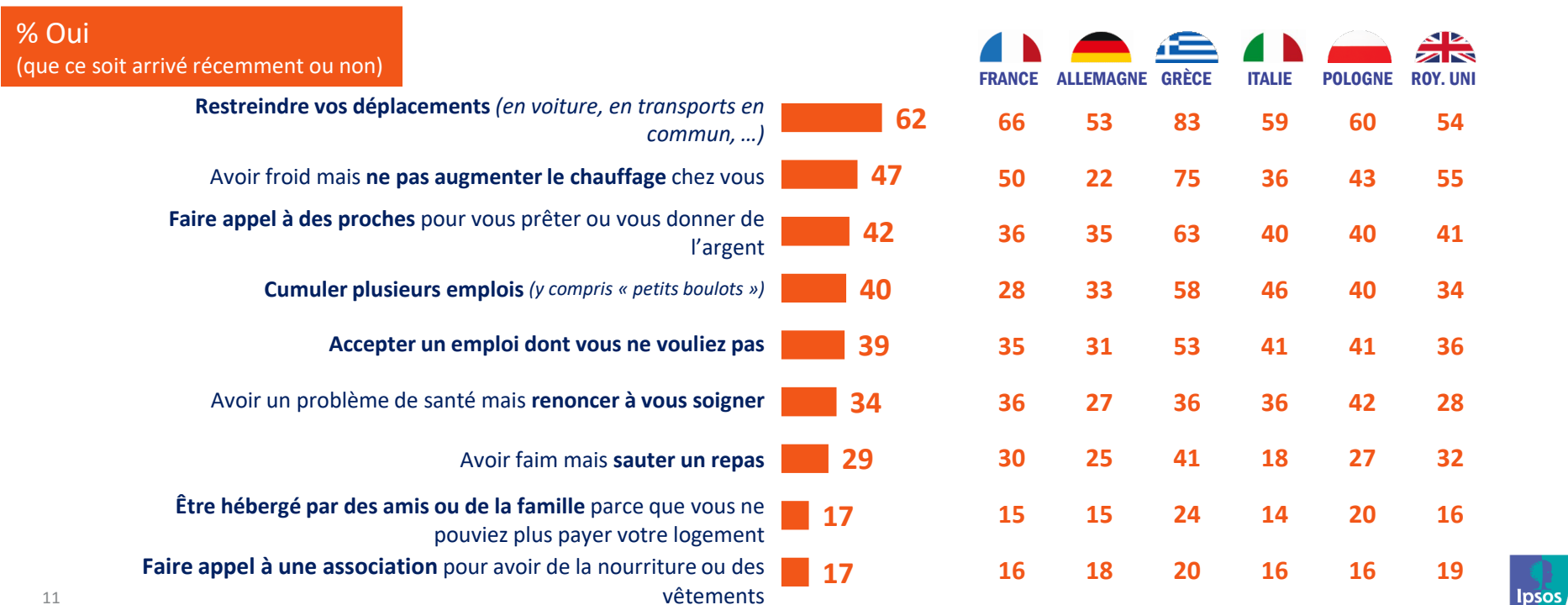
La grande majorité des Européens a déjà été confrontée à des choix compliqués du fait d'une situation financière difficile : restreindre ses déplacements, ne pas chauffer comme il faudrait, faire appel à l'aide des proches ou encore cumuler plusieurs emplois.

Question : Personnellement, avez-vous déjà été confronté aux situations suivantes parce que vous étiez dans une situation financière difficile?
(Base : Ensemble)



Dans l'ensemble des pays européens, de nombreux individus ont déjà dû se restreindre en raison de leur situation financière (dans leurs déplacements, dans leur consommation d'énergie, etc.) : les Grecs avouent avoir rencontré des niveaux de difficultés encore plus élevés que dans les autres pays.

Question : Personnellement, avez-vous déjà été confronté aux situations suivantes parce que vous étiez dans une situation financière difficile?
(Base : Ensemble)

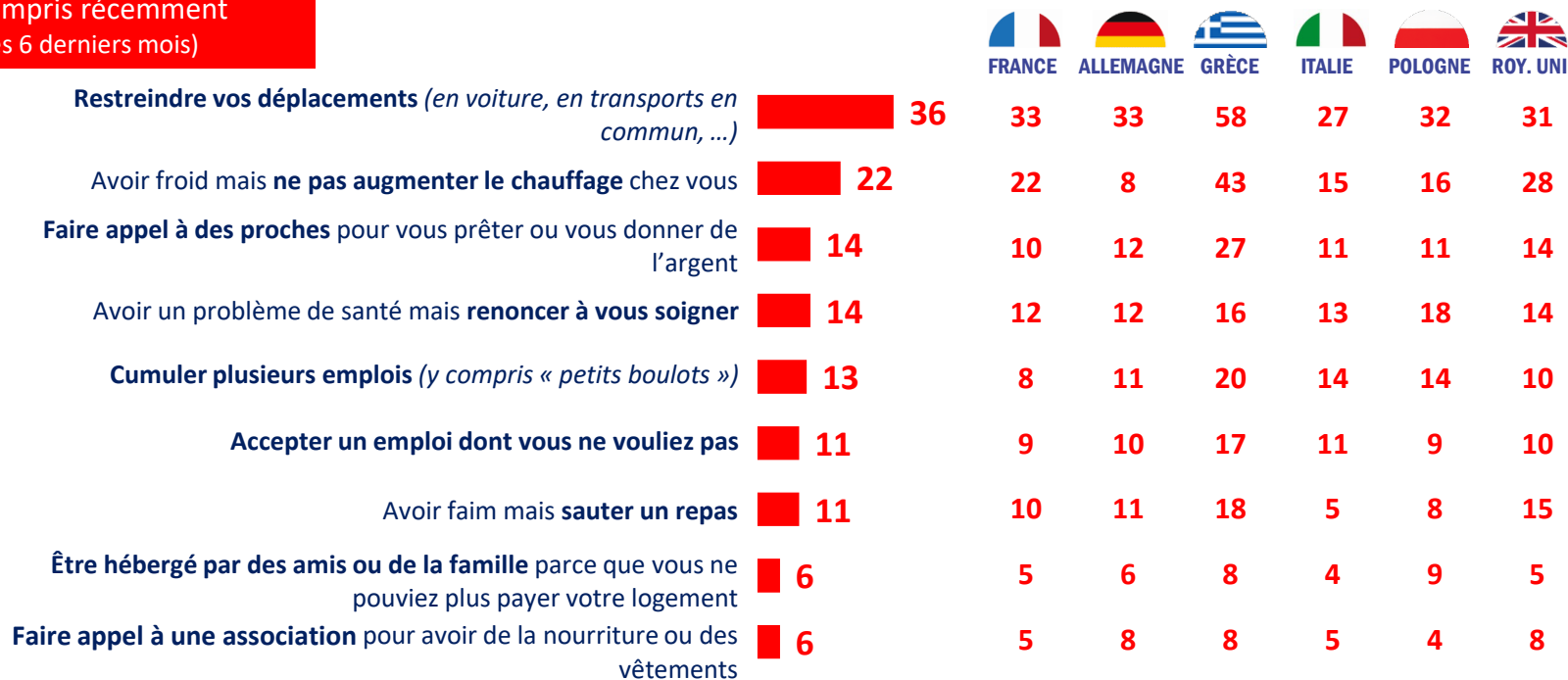


Sur les 6 derniers mois, les restrictions ont touché de nombreux Européens : les principaux postes concernés sont les déplacements, le chauffage et la santé.

Question : Personnellement, avez-vous déjà été confronté aux situations suivantes parce que vous étiez dans une situation financière difficile?

(Base : Ensemble)

% Oui, y compris récemment
(au cours des 6 derniers mois)

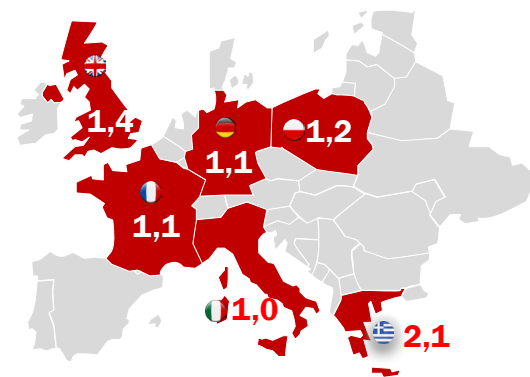
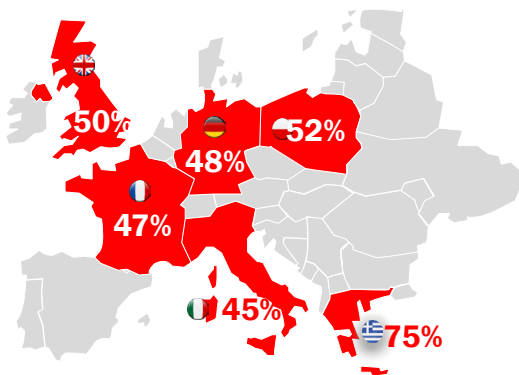


Ces situations difficiles concernent plus d'un Européen sur deux dans les 6 derniers mois, les répondants grecs étant particulièrement touchés

- Avoir froid mais **ne pas augmenter le chauffage** chez vous
- Avoir faim mais **sauter un repas**
- Avoir un problème de santé mais **renoncer à vous soigner**
- **Cumuler plusieurs emplois** (y compris « petits boulots »)
- **Accepter un emploi dont vous ne vouliez pas**
- **Faire appel à des proches** pour vous prêter ou vous donner de l'argent
- **Faire appel à une association** pour avoir de la nourriture ou des vêtements
- **Être hébergé par des amis ou de la famille** parce que vous ne pouviez plus payer votre logement
- **Restreindre vos déplacements** (en voiture, en transports en commun, ...)

A connu au moins l'une de ces situations récemment : 53%

Nombre moyen de situations récentes : 1,3



Une majorité de parents d'enfants de moins de 18 ans a déjà été confronté à une des situations proposées

Question : Personnellement, avez-vous déjà été confronté aux situations suivantes parce que vous étiez dans une situation financière difficile?

(Base : Aux parents d'enfants de moins de 18 ans)

Oui, y compris récemment
(au cours des 6 derniers mois)

Oui, cela vous est déjà arrivé, mais pas au cours des
six derniers mois

Non, jamais

Avoir peur **de ne pas pouvoir subvenir aux besoins de vos enfants** (repas, frais de santé, frais de scolarité, vêtements)



% OUI

49 % **Au moins une de ces situations : 66%**

Nombre moyen de situations : 2,4



Renoncer à ce que votre enfant parte en vacances



49

Renoncer à ce que votre enfant fasse une activité
(sport, musique...)



45

% **Au moins une de ces
arrivées récemment : 40**

**Nombre moyen de
situations récentes : 1,1**

Ne pas pouvoir donner à votre enfant une alimentation
suffisamment variée (fruits, légumes, protéines...)



33

Continuer à habiller votre enfant avec des vêtements trop petits



32

Ne pas pouvoir payer la cantine ou les fournitures scolaires de
votre enfant



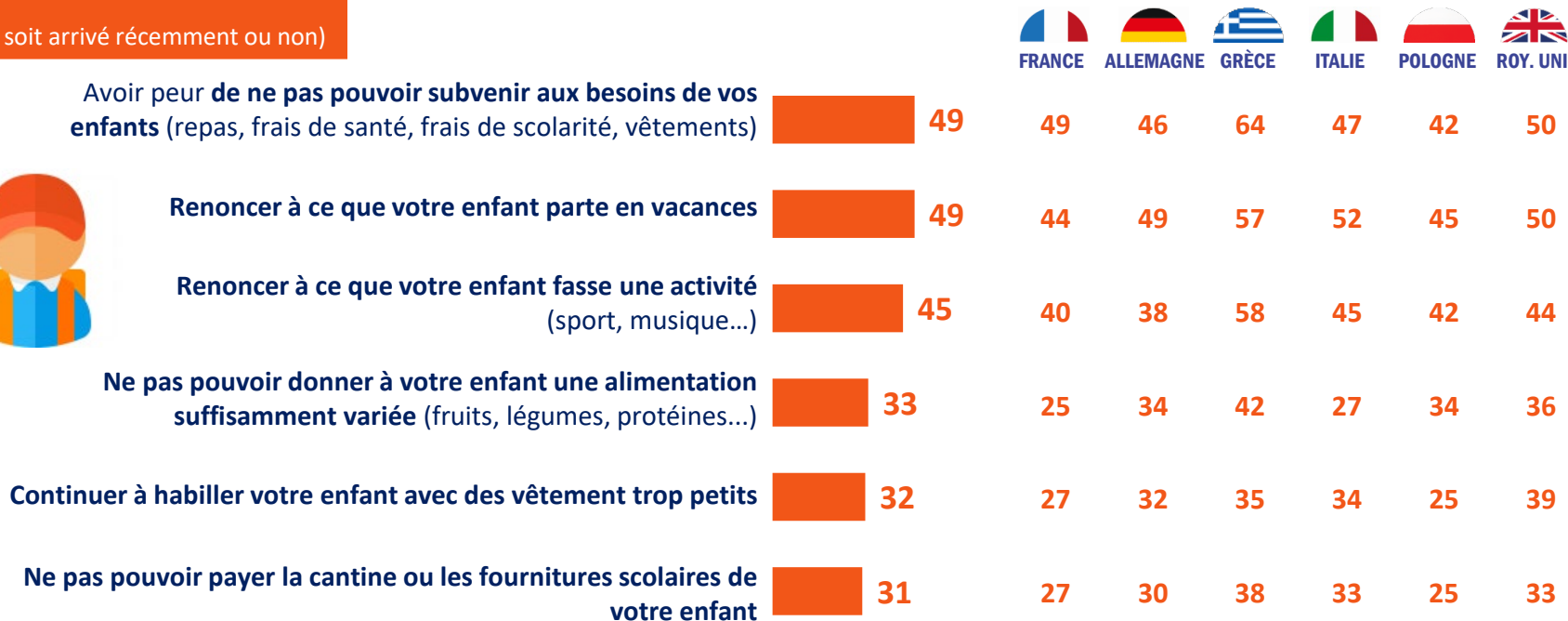
31

Près d'un Européen sur deux a déjà renoncé aux vacances ou aux activités de ses enfants du fait d'une situation financière difficile

Question : Personnellement, avez-vous déjà été confronté aux situations suivantes parce que vous étiez dans une situation financière difficile?

(Base : Aux parents d'enfants de moins de 18 ans)

% Oui
(que ce soit arrivé récemment ou non)



Au cours des 6 derniers mois on constate les mêmes situations que sur le plus long terme, avec de nombreux parents qui renoncent aux vacances de leurs enfants

Question : Personnellement, avez-vous déjà été confronté aux situations suivantes parce que vous étiez dans une situation financière difficile?

(Base : Aux parents d'enfants de moins de 18 ans)

**% Oui, y compris récemment
(au cours des 6 derniers mois)**



	FRANCE	ALLEMAGNE	GRÈCE	ITALIE	POLOGNE	ROY. UNI
Avoir peur de ne pas pouvoir subvenir aux besoins de vos enfants (repas, frais de santé, frais de scolarité, vêtements)	20	24	32	19	17	26
Renoncer à ce que votre enfant parte en vacances	21	26	27	20	19	22
Renoncer à ce que votre enfant fasse une activité (sport, musique...)	16	21	27	17	17	19
Ne pas pouvoir donner à votre enfant une alimentation suffisamment variée (fruits, légumes, protéines...)	12	23	17	11	14	20
Continuer à habiller votre enfant avec des vêtements trop petits	10	17	14	9	9	18
Ne pas pouvoir payer la cantine ou les fournitures scolaires de votre enfant	11	15	17	10	8	14

Les parents grecs sont de loin les plus nombreux à avoir connu une de ces situations récemment mais ces situations sont vécues par de très nombreux autres parents européens : en Allemagne, e, Grande-Bretagne ou encore en Italie et en France.

(Question posée aux parents uniquement)

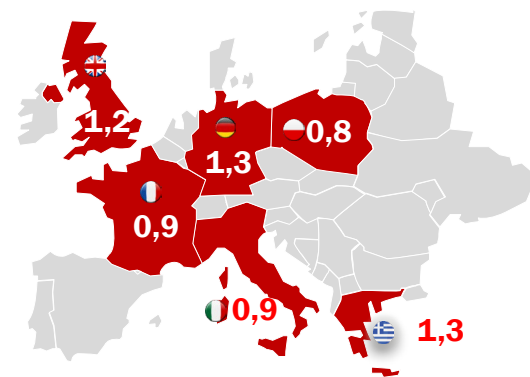
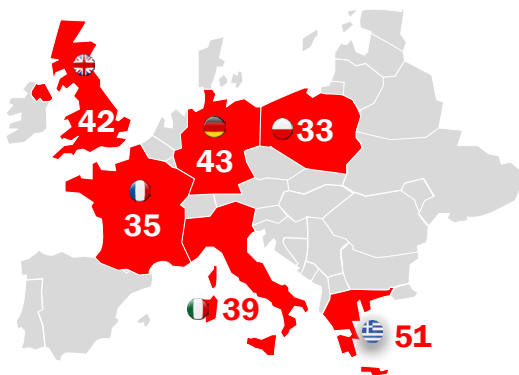
% Au moins une de ces situations

arrivée récemment : 40

Nombre moyen de

situations récentes : 1,1

- Avoir peur de ne pas pouvoir subvenir aux besoins de vos enfants (repas, frais de santé, frais de scolarité, vêtements)
- Ne pas pouvoir donner à votre enfant une alimentation suffisamment variée (fruits, légumes, protéines...)
- Renoncer à ce que votre enfant fasse une activité (sport, musique...)
- Renoncer à ce que votre enfant parte en vacances
- Continuer à habiller votre enfant avec des vêtements trop petits
- Ne pas pouvoir payer la cantine ou les fournitures scolaires de votre enfant



Plus d'1 Européen sur 2 a le sentiment que son pouvoir d'achat a diminué au cours des 3 dernières années

Question : Et au cours des 3 dernières années, diriez-vous que votre pouvoir d'achat a augmenté, est resté stable ou a diminué ?
(Base : Ensemble)

Il a beaucoup augmenté

Il a un peu augmenté

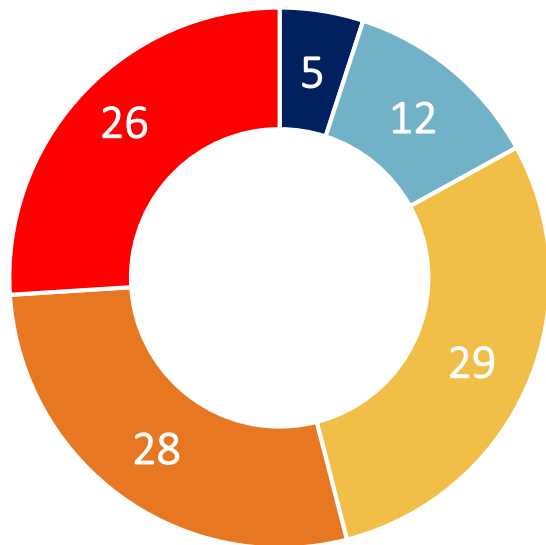
Il est resté stable

Il a un peu diminué

Il a beaucoup diminué



Ensemble des Européens interrogés



% Augmenté :
17

% Diminué :
54



FRANCE



%
Augmenté

%
Diminué

13

63



ALLEMAGNE



15

54



GRÈCE



12

68



ITALIE



13

57



POLOGNE



25

38



ROY. UNI



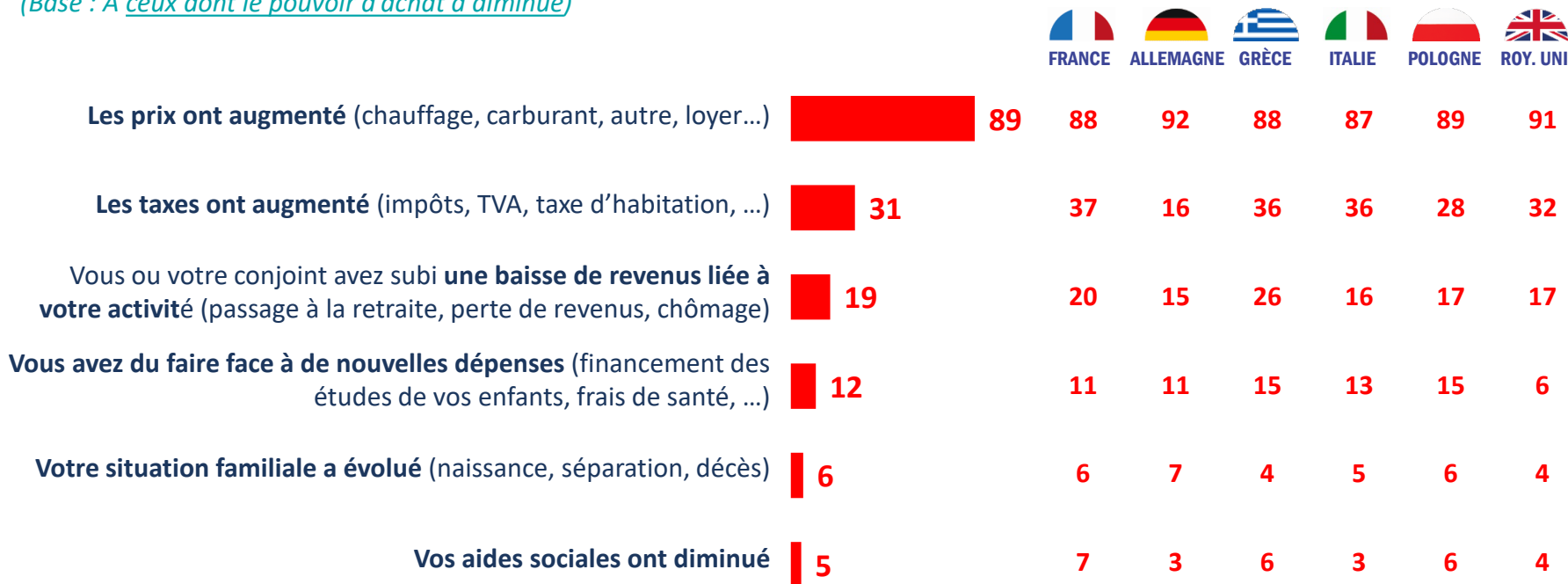
24

47

Pour la très grande majorité des Européens concernés, c'est l'augmentation des prix qui explique le plus la diminution de leur pouvoir d'achat, loin devant les taxes et la baisse de revenu liée à leur activité.

Question : Et parmi les raisons suivantes, quelles sont celles qui expliquent le plus que votre pouvoir d'achat ait baissé ?

(Base : A ceux dont le pouvoir d'achat a diminué)



Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

Afin d'offrir de bonnes conditions de vie à leurs enfants, de nombreux parents se privent sur certains postes : d'abord les loisirs, devant les soins esthétiques et les vêtements. Près d'1 Européen sur 2 est contraint d'économiser sur l'alimentation et sur la santé.

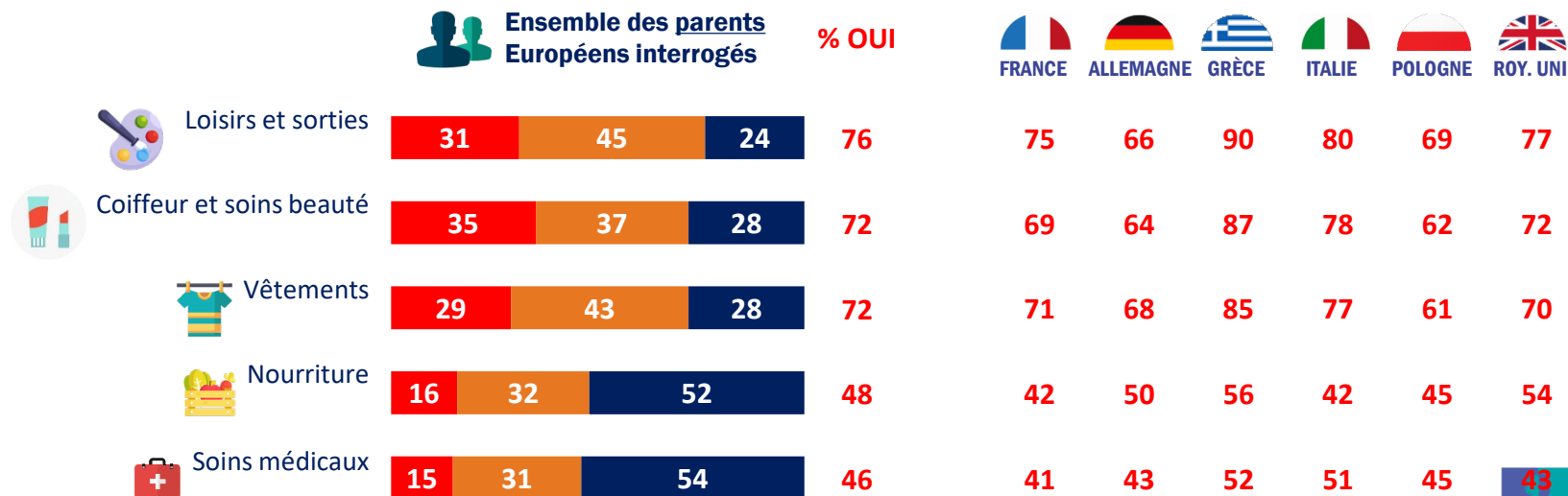
Question : D'une manière générale, pour faire plaisir à vos enfants ou simplement leur offrir de bonnes conditions de vie, vous arrive-t-il de vous priver des choses suivantes :

(Base : *Aux parents d'enfants de moins de 18 ans*)

Oui, souvent

Oui, quelques fois

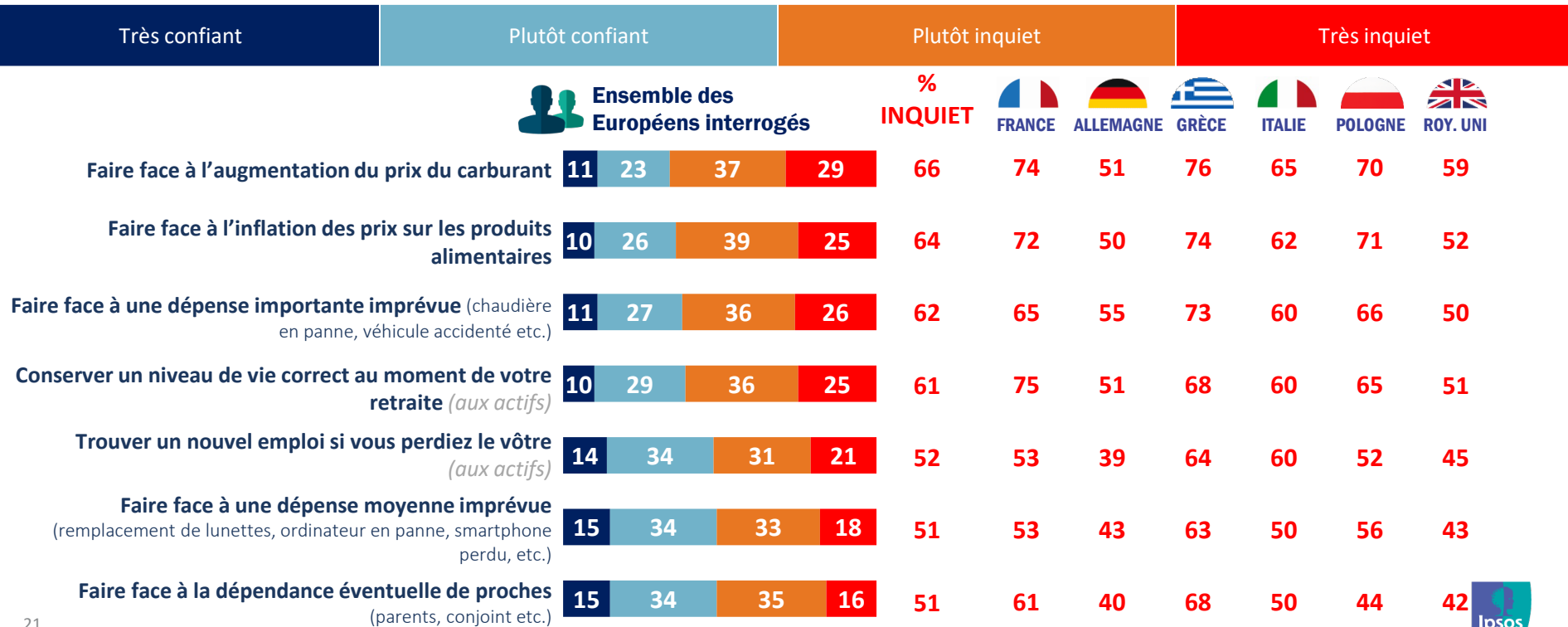
Non, jamais



Face aux hausses importantes des prix, une grande majorité d'Européens se disent inquiets quand à leurs capacités à y faire face financièrement : beaucoup sont inquiets sur leur capacité à faire face à une dépense imprévue.

Question : Etes-vous confiant ou inquiet en ce qui concerne vos capacités à faire face financièrement à chacune des choses suivantes ?

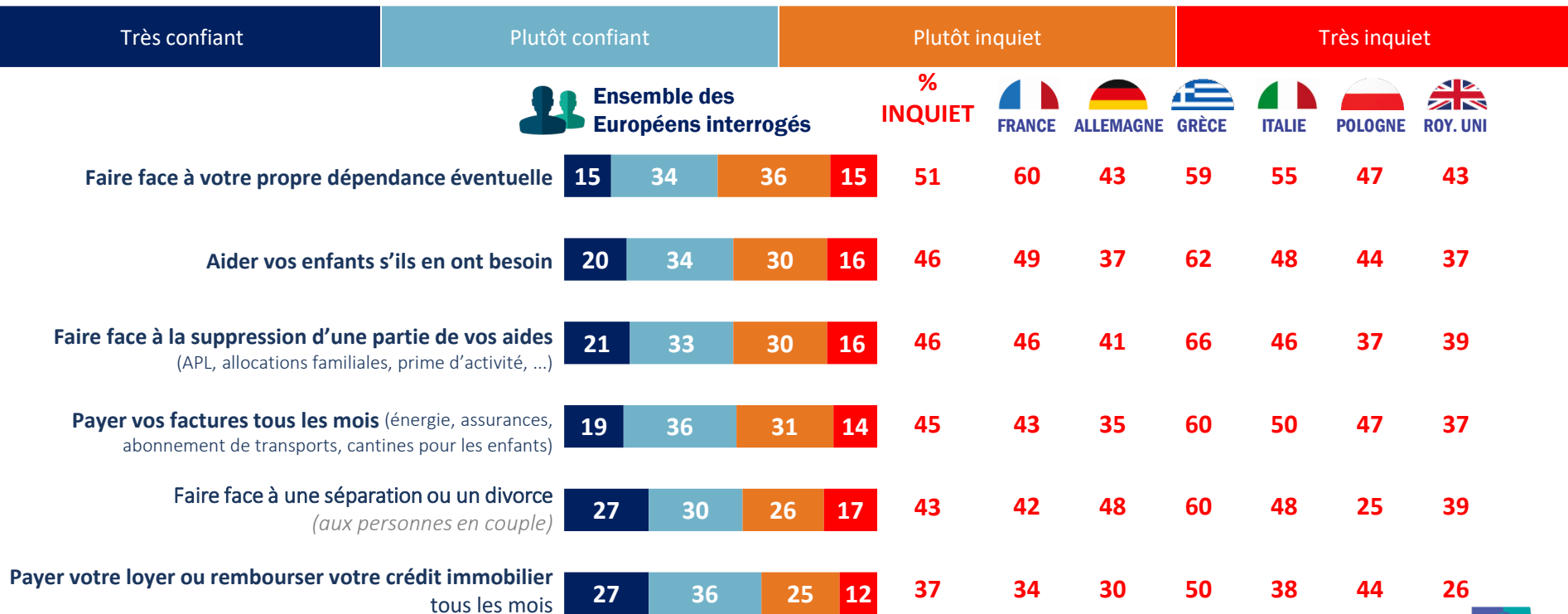
(Base : Ensemble)



La fragilité à faire face à des imprévus financiers ou des dépenses de la vie courante concerne de très nombreux Européens et illustre leur très forte fragilité.

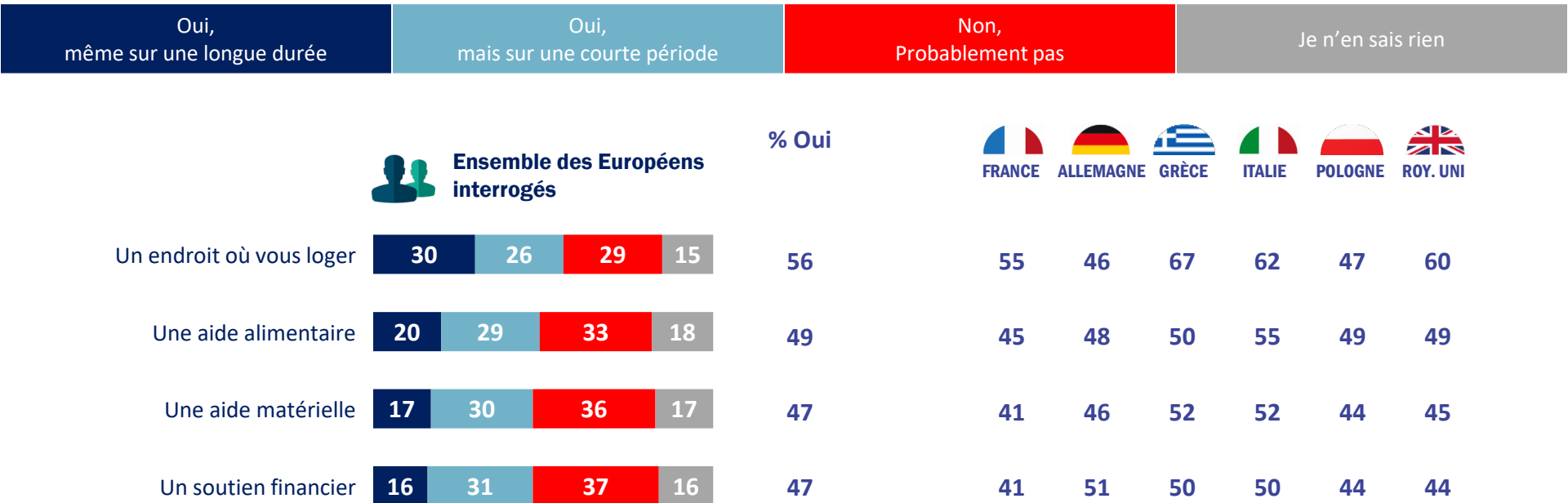
Question : Etes-vous confiant ou inquiet en ce qui concerne vos capacités à faire face financièrement à chacune des choses suivantes ?

(Base : Ensemble)



En cas de coup dur, près d'1 Européen 2 n'est pas sûr de pouvoir disposer de soutien sauf pour trouver un logement.

Question : Si demain vous connaissiez une situation de pauvreté suite à un événement majeur (divorce, perte d'emploi...), seriez-vous certain de pouvoir disposer des soutiens suivants ?



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), 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'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 d'une étude.

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.

LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : 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 (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, 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 FEUILLE DE CALCUL

En l'occurrence s'agissant de cette étude : Les proportions observées sont comprises entre :

■ Borne Supérieure (%) ■ Proportion observée (%) ■ Borne Inférieure (%)

Taille d'échantillon : **6000** (Intervalle de confiance : **95%**)

	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,3%	2,4%	5,6%	10,8%	15,9%	21,0%	26,1%	31,2%	36,2%	41,2%	46,3%	51,3%	56,3%	61,2%	66,2%	71,2%	76,1%	81,0%	85,9%	90,8%	95,6%	98,4%	99,3%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,7%	1,6%	4,4%	9,2%	14,1%	19,0%	23,9%	28,8%	33,8%	38,8%	43,7%	48,7%	53,7%	58,8%	63,8%	68,8%	73,9%	79,0%	84,1%	89,2%	94,4%	97,6%	98,7%

■ Borne Supérieure (%) ■ Proportion observée (%) ■ Borne Inférieure (%)

Taille d'échantillon : **1000** (Intervalle de confiance : **95%**)

	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,6%	2,9%	6,4%	11,9%	17,2%	22,5%	27,7%	32,8%	38,0%	43,0%	48,1%	53,1%	58,1%	63,0%	68,0%	72,8%	77,7%	82,5%	87,2%	91,9%	96,4%	98,9%	99,6%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,4%	1,1%	3,6%	8,1%	12,8%	17,5%	22,3%	27,2%	32,0%	37,0%	41,9%	46,9%	51,9%	57,0%	62,0%	67,2%	72,3%	77,5%	82,8%	88,1%	93,6%	97,1%	98,4%

■ Borne Supérieure (%) ■ Proportion observée (%) ■ Borne Inférieure (%)

Taille d'échantillon : **500** (Intervalle de confiance : **95%**)

	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,9%	3,2%	6,9%	12,6%	18,1%	23,5%	28,8%	34,0%	39,2%	44,3%	49,4%	54,4%	59,4%	64,3%	69,2%	74,0%	78,8%	83,5%	88,1%	92,6%	96,9%	99,2%	99,9%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,1%	0,8%	3,1%	7,4%	11,9%	16,5%	21,2%	26,0%	30,8%	35,7%	40,6%	45,6%	50,6%	55,7%	60,8%	66,0%	71,2%	76,5%	81,9%	87,4%	93,1%	96,8%	98,1%

A PROPOS D'IPROS

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

© 2021 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)

