



# Observatoire de la pauvreté

Edition 2017

Préparé pour le Secours Populaire Français

Par Amandine Lama

[amandine.lama@ipsos.com](mailto:amandine.lama@ipsos.com) / 01 41 98 92 87

# FICHE TECHNIQUE



## ÉCHANTILLON

**1 005** personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.

+ un sur-échantillon de 277 séniors permettant de disposer au total de :

**565** personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 60 ans et plus.



## DATES DE TERRAIN

Du 23 juin au 1er juillet 2017.



## MÉTHODE

Échantillon interrogé **par téléphone**.

**Méthode des quotas** : sexe, âge, profession de la personne de référence du foyer, région et 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 ». Comme pour toute enquête quantitative, cette étude présente des résultats soumis aux marges d'erreur inhérentes aux lois statistiques.



# Volet Barométrique

## Les Français et la pauvreté

GAME CHANGERS

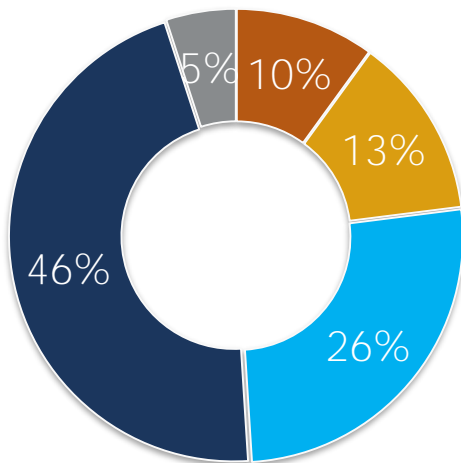


# Le seuil de pauvreté aux yeux des Français est en augmentation, mais reste très légèrement inférieur au SMIC

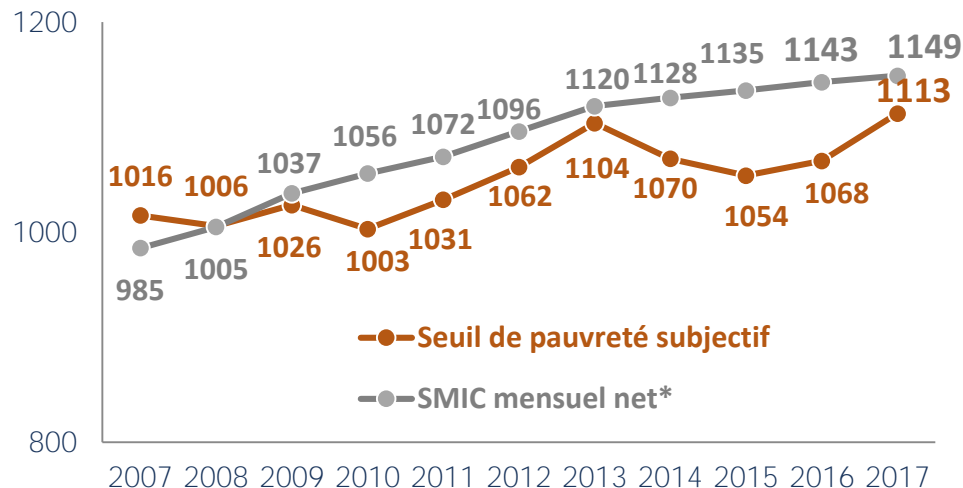
➤ Pour vous en dessous de quel revenu net par mois une personne seule peut-être considérée comme pauvre dans un pays comme la France ?

Base : A tous

- Moins de 800 €
- Entre 800 et 999 €
- 1 000 €
- Plus de 1000 €
- Ne se prononce pas



**Seuil de pauvreté subjectif  
moyen : 1 113 € (+ 45 €)**



2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017  
 \*Montant mensuel net du smic au 1<sup>er</sup> janvier de l'année pour 35h de travail par semaine (151,67 heures par mois) - Après déduction de la CSG et CRDS

# La perception du seuil de pauvreté varie assez fortement selon le profil

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

Base: A tous

**1 113 € en moyenne**

(+45€ / 2016)

Un seuil de pauvreté subjectif qui varie selon:

Le sexe



1 090 €  
selon les femmes  
(+ 75 € / 2016)



1 139 €  
selon les hommes  
(+ 14 € / 2016)

L'âge



1 028 €  
Selon les moins de 35 ans  
(+ 54 € / 2016)



1 186 €  
Selon les 60 ans et plus  
(+ 77 € / 2016)

La région



1 100 €  
en Province  
(+ 8 € / 2016)



1 171 €  
en Ile-de-France  
(+ 79 € / 2016)

Le niveau de  
revenus



968 €  
Pour ceux dont le foyer a un  
revenu mensuel net < 1 200 €  
(+ 34 € / 2016)



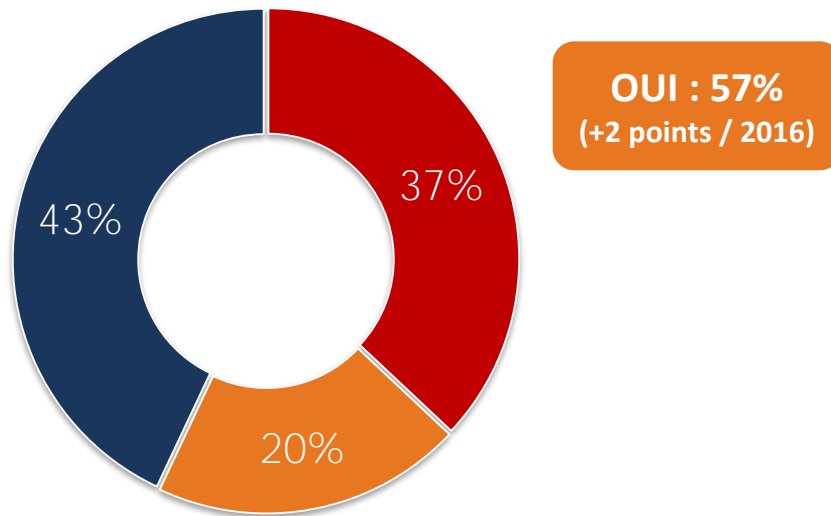
1 157 €  
Pour ceux dont le foyer a un  
revenu mensuel net > 3 000 €  
(+ 35 € / 2016)

# Plus d'un Français sur deux s'est déjà dit à un moment de sa vie qu'il était sur le point de basculer dans la précarité, et 37% ont connu une telle situation.

- 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 ?

**Base :** A tous

- Oui, et j'ai connu une telle situation
- Oui, mais je n'ai pas connu une telle situation
- Non, ce n'est jamais arrivé



# Un risque de pauvreté qui reste perçu comme beaucoup plus fort pour la génération à venir, en particulier par la génération des baby-boomers

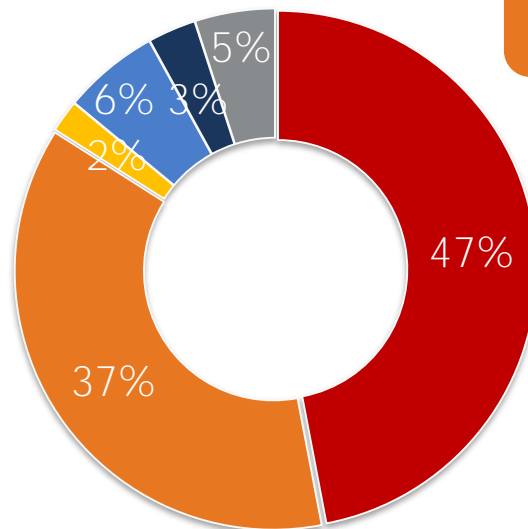
➤ D'après vous, les risques que vos enfants connaissent un jour une situation de pauvreté sont-ils beaucoup plus, un peu plus, un peu moins ou beaucoup moins élevés que pour votre génération ?

**Base :** A tous

■ Beaucoup plus élevés    ■ Un peu plus élevés    ■ Ni plus, ni moins élevés  
■ Un peu moins élevés    ■ Beaucoup moins élevés    ■ (NSP)

**Moins élevés :**  
**9%**  
(-1 point / 2016)

**Plus élevés :**  
**84%**  
(+1 point / 2016)



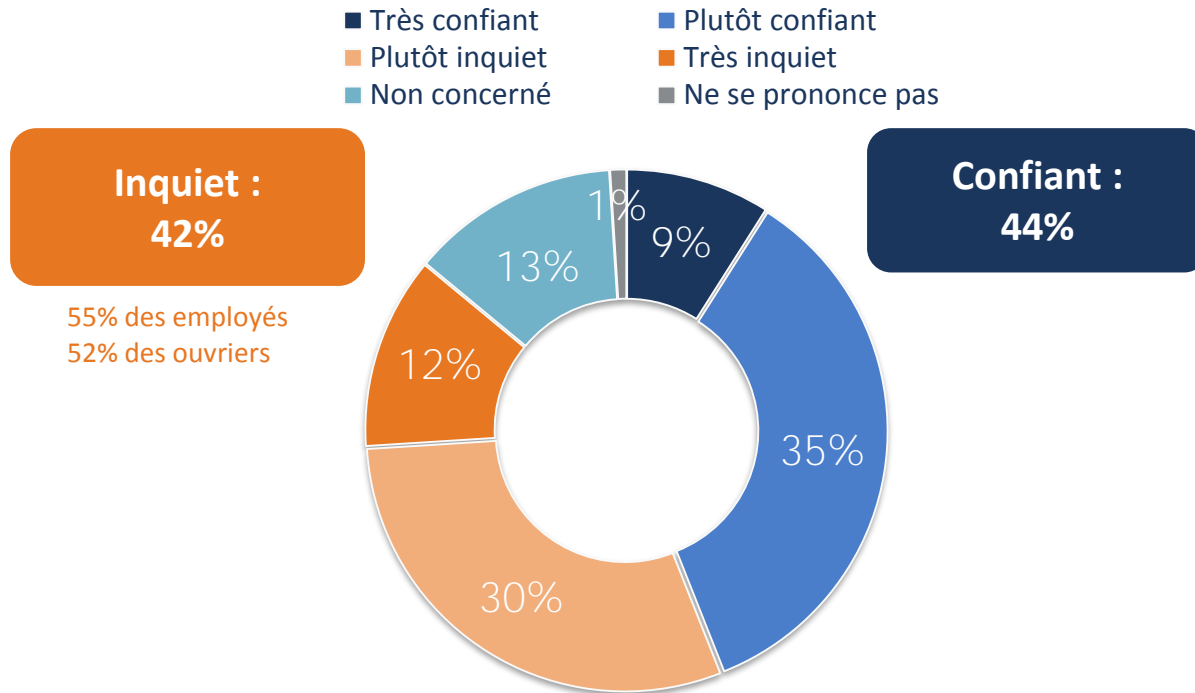
Risques « beaucoup plus élevés » surtout selon la génération des baby-boomers: 55% des 60-69 ans

# Et des Français qui ne sont pas certains de pouvoir aider leurs enfants s'ils en ont besoin

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

- aider vos enfants s'ils en ont besoin

**Base :** A tous







# ANNEXES

GAME CHANGERS





## NOS ENGAGEMENTS :

# Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

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

- **SYNTEC** ([www.syntec-etudes.com](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), European Society for Opinion and Market Research,

☑ A ce titre, 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 l'article 29 de la Loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 modifiée en 2004 et les recommandations de la **CNIL**. A ce titre, Ipsos a nommé un Correspondant Informatique et Libertés.

☑ Ipsos France est certifiée **ISO 9001: version 2008 et ISO 20252 : version 2012**. A ce titre, la durée de conservation des documents et données relatifs à l'étude sont , à moins d'un engagement contractuel spécifique , et à partir de la date d'achèvement du contrat :

- de 12 mois pour les données primaires (données sources d'enquête)
- de 24 mois pour les données secondaires (autres documents relatifs à l'étude)

☑ Ce document est élaboré dans le respect de ces 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 normes internationales

## ABOUT IPSOS

---

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

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](http://www.ipsos.com)

© 2017 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 its confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.*

## GAME CHANGERS

---

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.

## FIND US

---



[www.ipsos.fr](http://www.ipsos.fr)



[facebook.com/ipsos.fr](https://facebook.com/ipsos.fr)



[vimeo.com/ipsos](https://vimeo.com/ipsos)



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

GAME CHANGERS

