



Observatoire de la pauvreté

Edition 2017 :

Focus sur la pauvreté des seniors

Préparé pour le Secours Populaire Français

Par Amandine Lama

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.

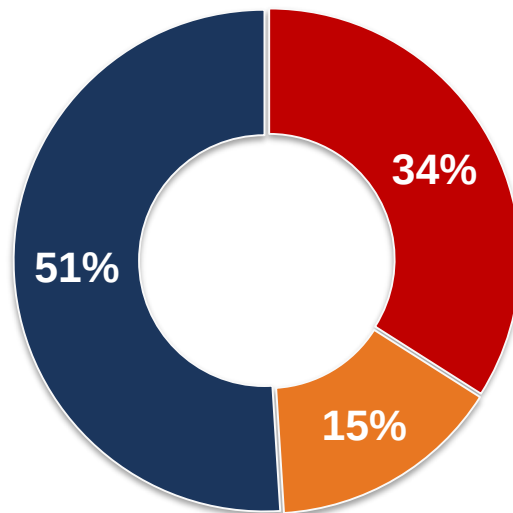
Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». Comme pour toute enquête quantitative, cette étude présente des résultats soumis aux marges d'erreur inhérentes aux lois statistiques.

Une crainte de connaître la pauvreté en hausse chez les seniors, même si elle reste un peu moins forte que pour la population française dans son ensemble.

➤ 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 : Aux personnes de 60 ans et plus

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



OUI : 49%
+4 points par
rapport à 2007

Comparaison
Ensemble des
Français 2017:
57%

68% des seniors dont le revenu mensuel net du foyer est < à 1200€
(dont 58% ont effectivement connu la pauvreté)

La santé, poste de dépense qui pose le plus de problèmes pour les seniors (1)

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

Base : Aux personnes de 60 ans et plus

■ Oui, beaucoup
 ■ Oui, un peu
 ■ Non, pas vraiment
 ■ Non, pas du tout
 ■ (NSP)



Payer certains actes médicaux mal remboursés par la sécurité sociale



Accéder à des biens ou des activités culturelles et de loisirs pour vous ou votre famille



Payer vos dépenses d'énergie (électricité, chauffage...)



Partir en vacances au moins une fois par an



Payer vos impôts

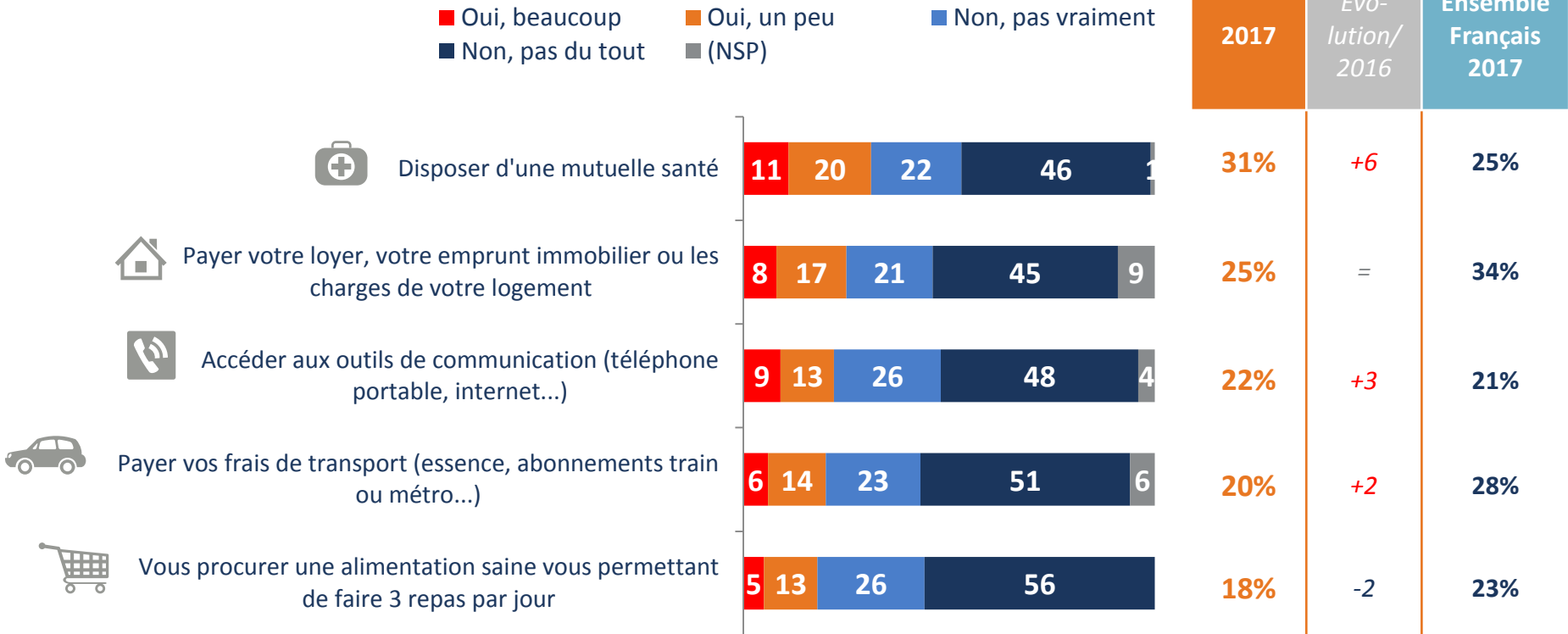


OUI		
2017	Evo- lution/ 2016	Ensemble Français 2017
39%	+4	39%
36%	+5	43%
35%	+5	32%
32%	=	45%
32%	-	34%

Des difficultés croissantes notamment pour accéder à une mutuelle santé (2)

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

Base : Aux personnes de 60 ans et plus



Des difficultés financières particulièrement ressenties par les seniors les plus modestes

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

Base : Aux personnes de 60 ans et plus

Réponses « ST Oui »

- Payer certains actes médicaux mal remboursés par la sécurité sociale
- Accéder à des biens ou des activités culturelles et de loisirs pour vous ou votre famille
- Payer vos dépenses d'énergie (électricité, chauffage...)
- Partir en vacances au moins une fois par an
- Payer vos impôts
- Disposer d'une mutuelle santé
- Payer votre loyer, votre emprunt immobilier ou les charges de votre logement
- Accéder aux outils de communication (téléphone portable, internet...)
- Payer vos frais de transport (essence, abonnements train ou métro...)
- Vous procurer une alimentation saine vous permettant de faire 3 repas par jour

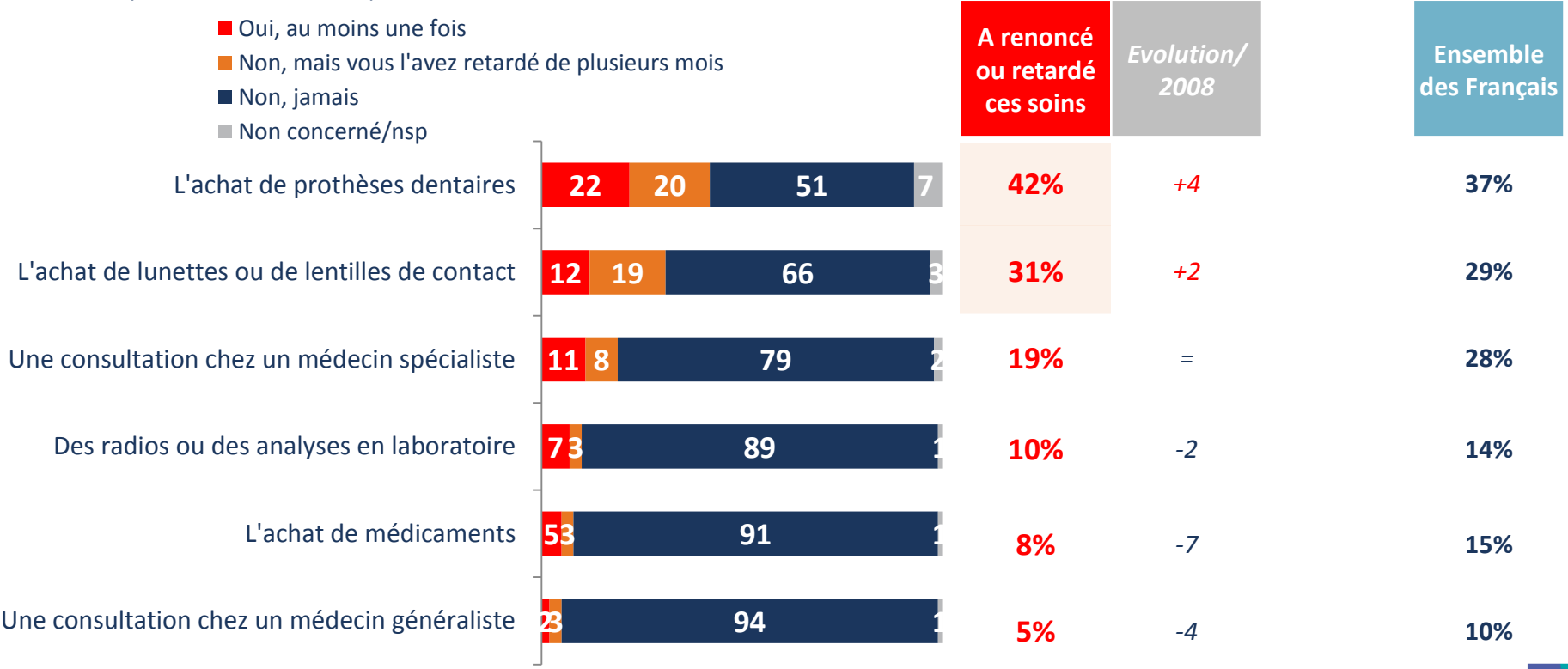
Niveau de revenu mensuel net du foyer	
Moins de 1200 €	1200 € à 2000 €
54%	52%
57%	50%
68%	46%
52%	44%
33%	44%
52%	50%
45%	34%
44%	34%
39%	31%
40%	28%

Le dentaire et l'optique, postes de dépenses particulièrement problématiques pour les seniors

➤ En raison de leur coût, vous est-il déjà arrivé de renoncer à...

Base : Aux personnes de 60 ans et plus

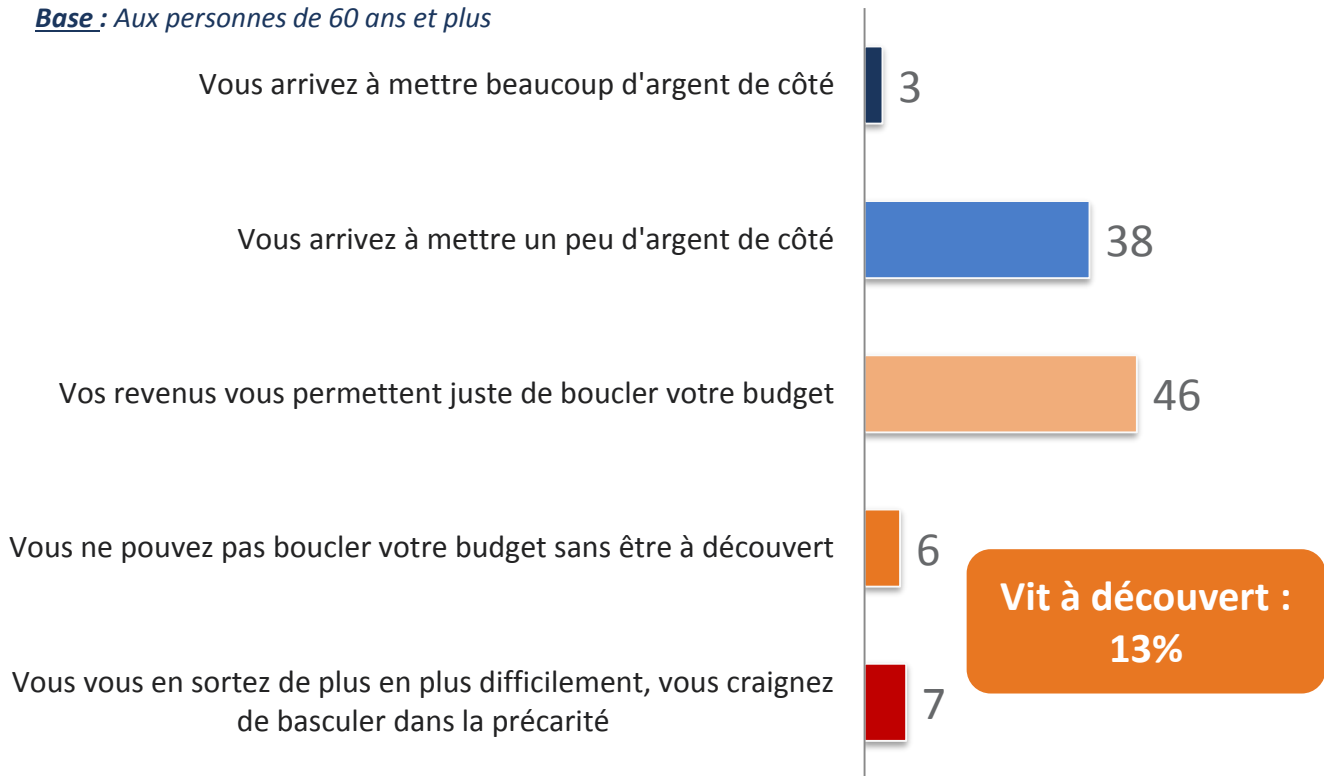
- Oui, au moins une fois
- Non, mais vous l'avez retardé de plusieurs mois
- Non, jamais
- Non concerné/nsp



Une majorité de seniors parvient juste à boucler son budget, voire termine le mois à découvert

➤ Quelle phrase correspond le mieux à votre situation actuelle ?

Base : Aux personnes de 60 ans et plus

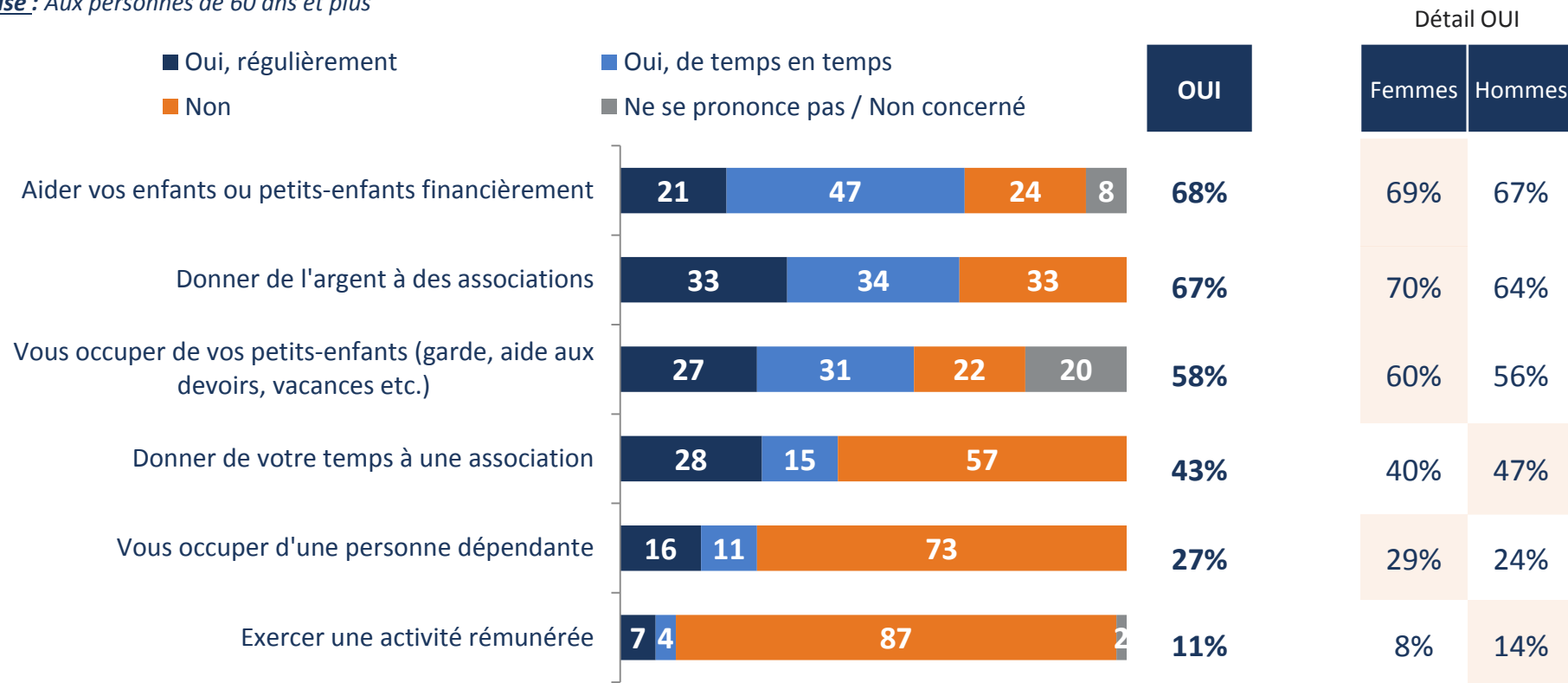


- **15% des femmes de 60 ans et plus** (dont 9% craignent de basculer dans la précarité)
- **37% des seniors dont le revenu du foyer est inférieur à 1200€** (dont 26% craignent de basculer dans la précarité)

Des seniors très impliqués socialement, et qui contribuent notamment à soutenir financièrement leur famille

➤ Faites-vous chacune des choses suivantes ?

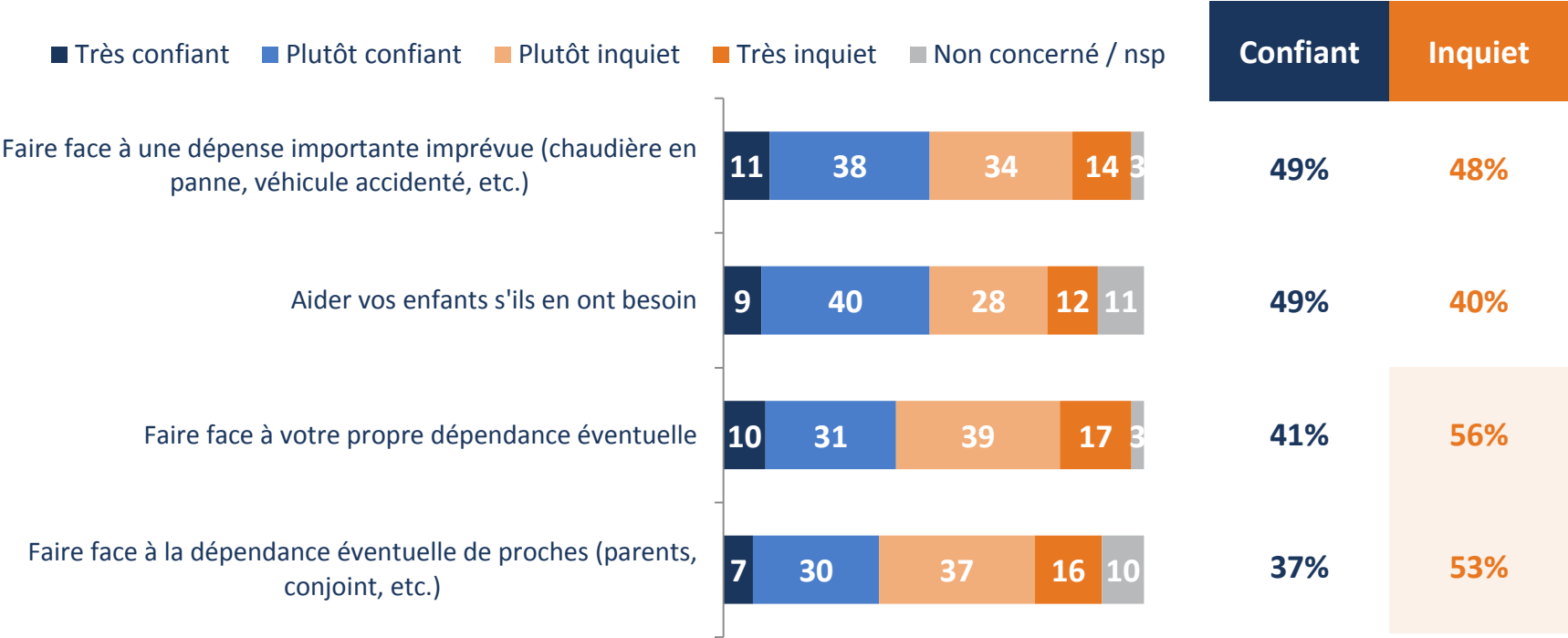
Base : Aux personnes de 60 ans et plus



Mais qui sont pour une majorité d'entre eux particulièrement inquiets quant à leur capacité à faire face financièrement à une éventuelle dépendance.

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

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), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (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 2052 : 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

© 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 it 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



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



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

GAME CHANGERS

