

JANVIER 2019

LES FRANÇAIS ET LA PROSTITUTION

Préparé pour **CAP International**

Par Amandine Lama (amandine.lama@ipsos.com)

FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

1005 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



DATES DE TERRAIN

Enquête réalisée du 11 au 12 Janvier 2019.



MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Ipsos.

Méthode des quotas :

sexe, âge, profession de l'interviewé, catégorie d'agglomération et région.



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*

Plus de 3 Français sur 4 considèrent que la loi de 2016 sur la prostitution est une bonne chose.

UNE TRÈS BONNE CHOSE

UNE PLUTÔT BONNE CHOSE

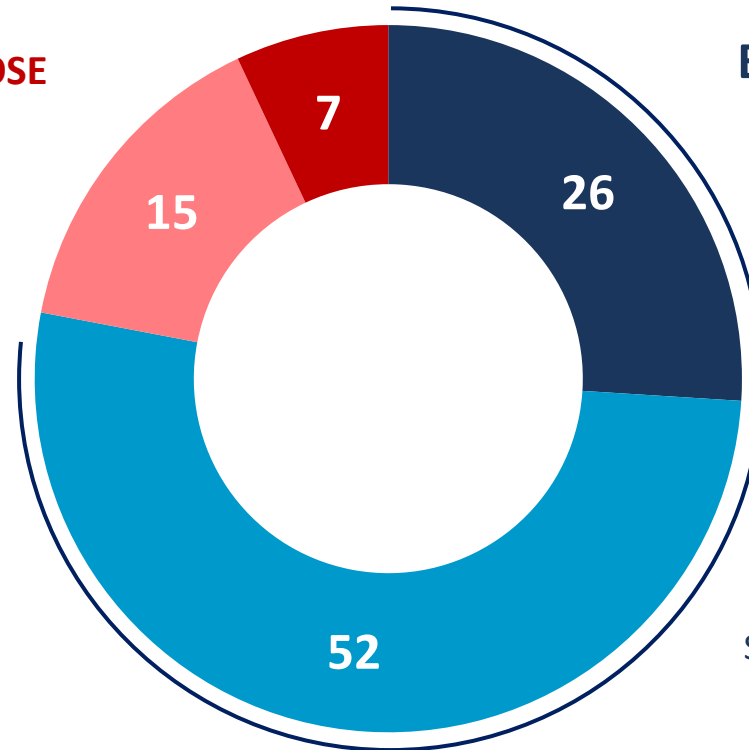
UNE PLUTÔT MAUVAISE CHOSE

UNE TRÈS MAUVAISE CHOSE

MAUVAISE CHOSE

22%

30% des hommes



BONNE CHOSE

78%



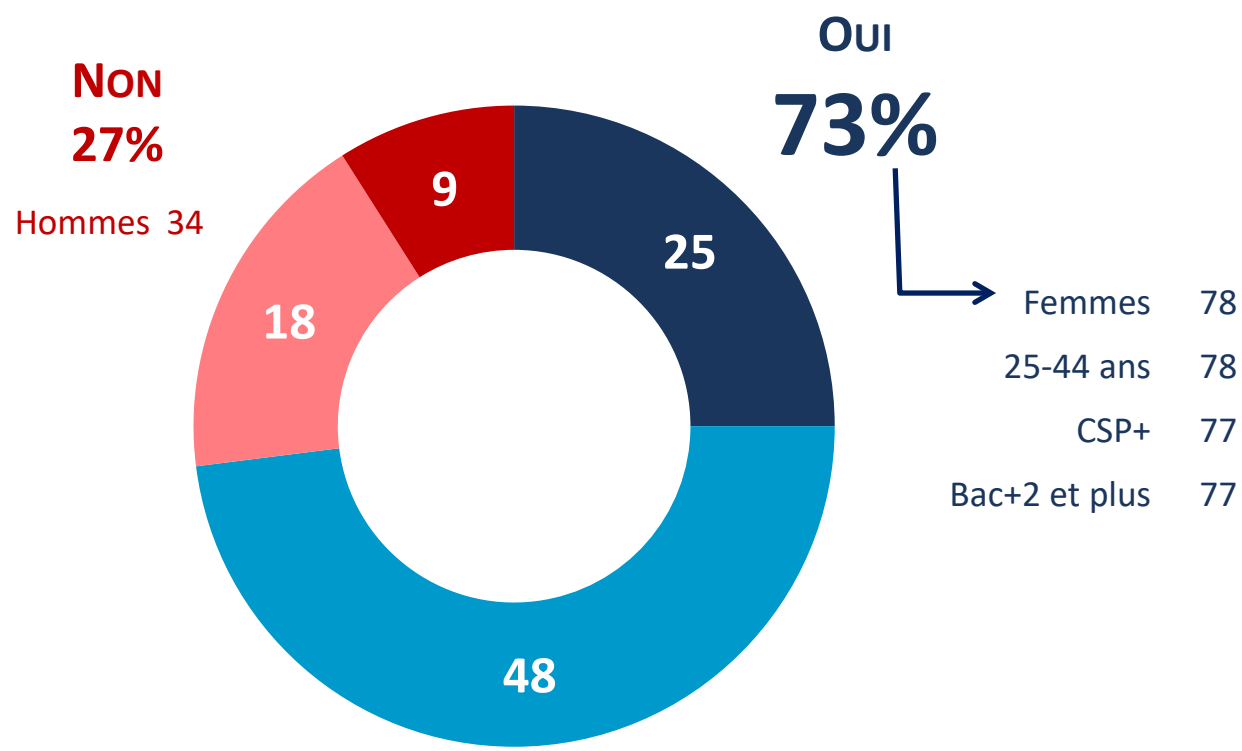
Femmes	85
18-24 ans	82
Revenus mensuels nets foyer < 1200€	86
Bac+2 et plus	82
Sympathisants de gauche (FI, Pdg, PC, PS, EELV)	79
Sympathisants du centre (LREM/Modem)	84
Sympathisants de droite (LR UDI)	79

Question : « Depuis 2016, la loi interdit d'acheter un acte sexuel et sanctionne les clients de la prostitution, et non plus les personnes prostituées. Si elles souhaitent arrêter leur activité, ces dernières peuvent bénéficier d'un accompagnement social. Cette loi est-elle selon vous... » (Base : Ensemble)

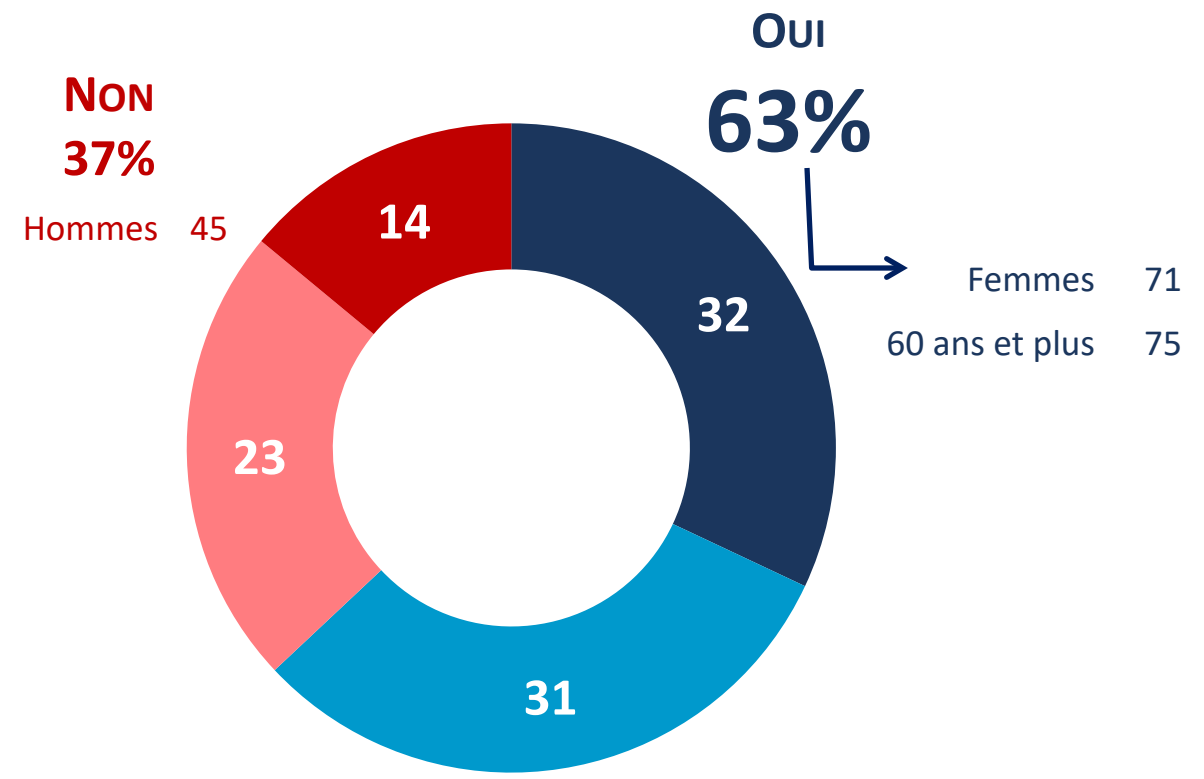
Ils considèrent majoritairement que cette loi contribue à permettre aux personnes qui se prostituent de sortir de la prostitution, et dans une moindre mesure de lutter contre les réseaux criminels, même si les hommes se montrent plus souvent dubitatifs.



PERMETTRE AUX PERSONNES QUI SE PROSTITUENT DE SORTIR DE LA PROSTITUTION ET DE S'INSÉRER SOCIALEMENT



PERMETTRE DE LUTTER CONTRE LES RÉSEAUX CRIMINELS QUI EXPLOITENT LA PROSTITUTION



Question : « Et plus précisément, estimez-vous que cette loi contribue à : » (Base : Ensemble)

Plus de 2 Français sur 3 sont opposés à l'abrogation de la loi de 2016, et même plus de 3 femmes sur 4.

Vous êtes favorable à l'abrogation de la loi de 2016 et donc au fait que les clients qui ont recours à une prestation sexuelle tarifée ne soient plus sanctionnés



39% des hommes
contre 20% des femmes

Vous comprenez les arguments de ces associations et acteurs, mais ils ne justifient pas selon vous l'abrogation de cette loi



Vous ne partagez pas cette analyse et vous êtes contre l'abrogation de cette loi



ST CONTRE
l'abrogation de la loi de 2016:

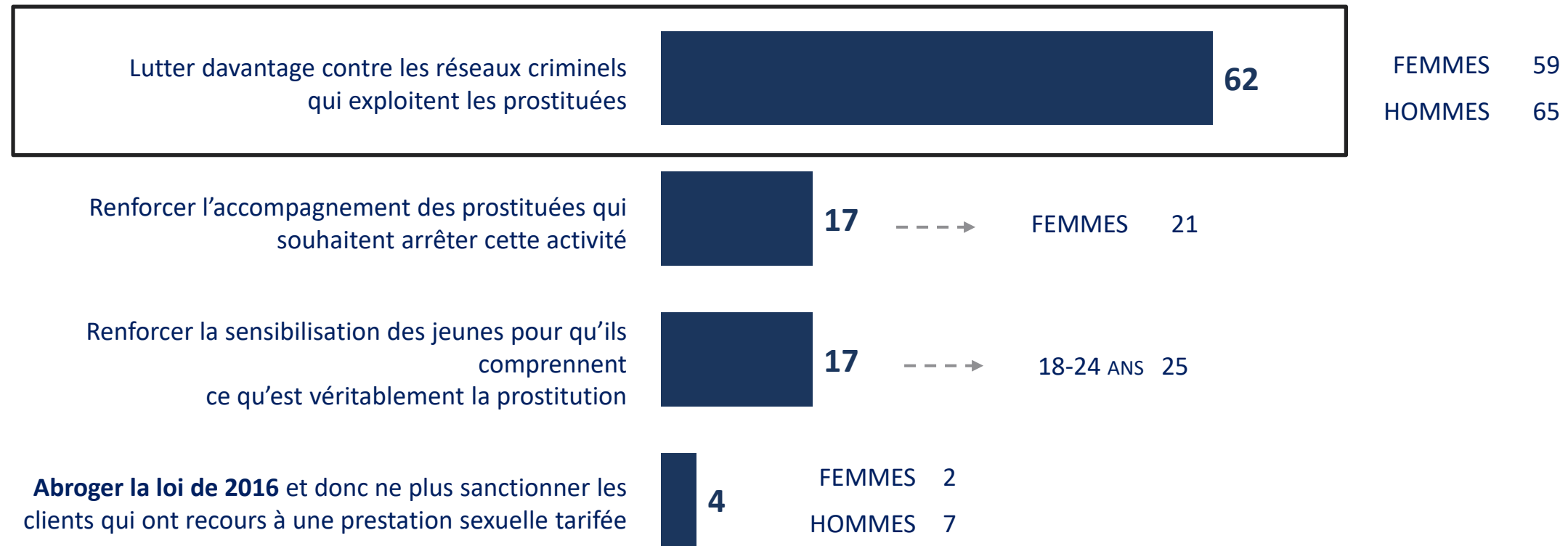
71%

80% des femmes
et 61% des hommes

82% des 18-24 ans

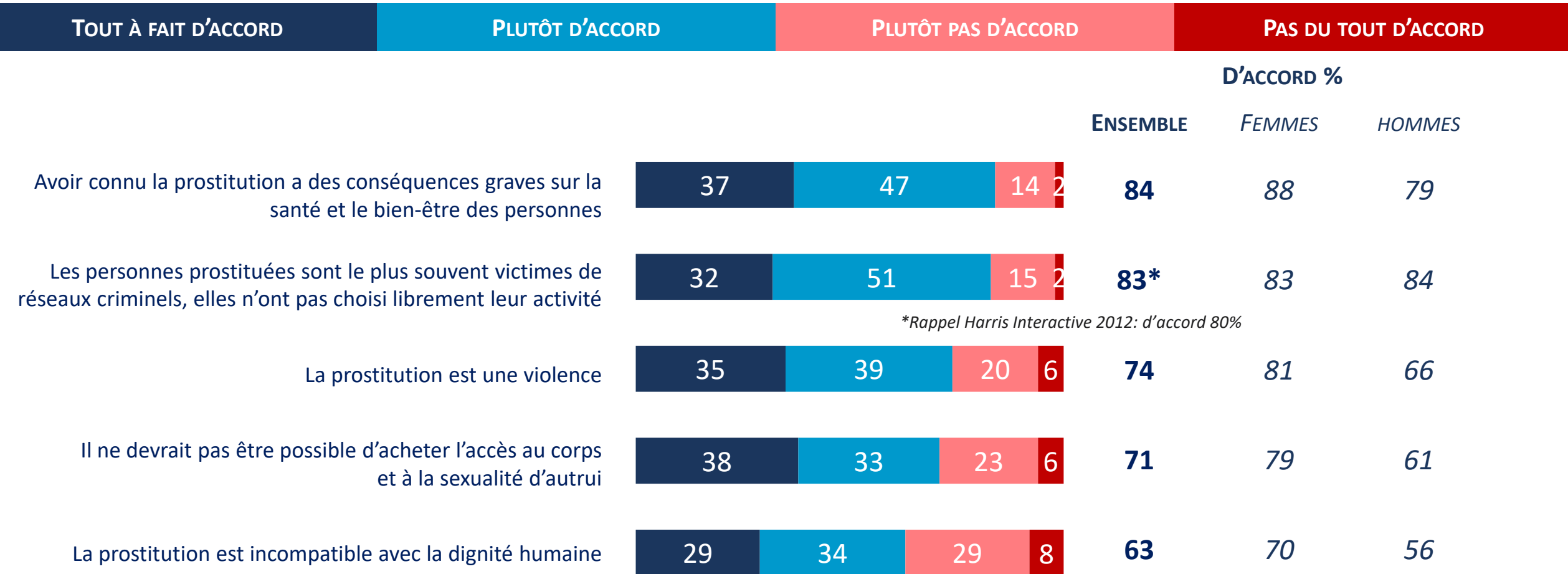
Question : « Certaines associations et acteurs demandent aujourd'hui l'abrogation de cette loi au nom de la liberté d'entreprendre, et parce qu'ils considèrent qu'elle renforce la vulnérabilité des personnes prostituées. A ce sujet, de laquelle des opinions suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné ? »
(Base : Ensemble)

Pour lutter contre la vulnérabilité des personnes prostituées, les Français considèrent qu'il faut avant tout combattre davantage les réseaux criminels qui les exploitent.



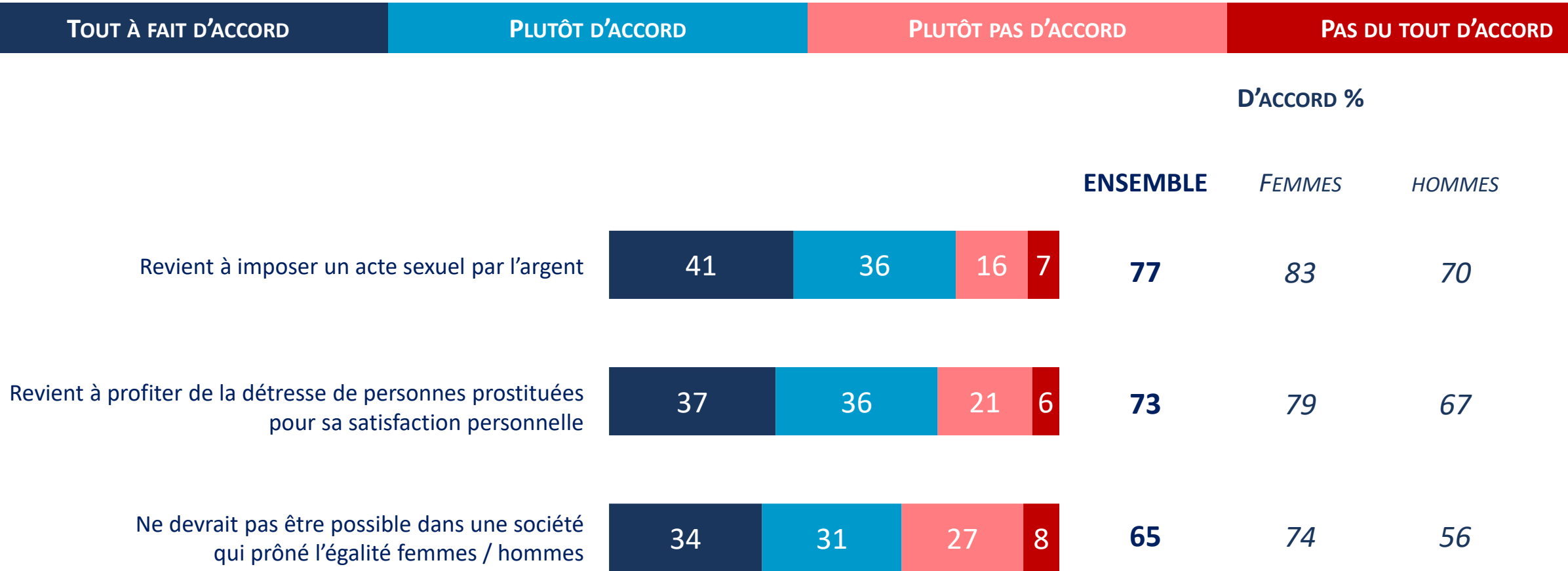
Question : « Selon vous, parmi les mesures suivantes, laquelle serait la plus efficace pour lutter contre la vulnérabilité des personnes prostituées ? »
 (Base : Ensemble)

Les Français portent un jugement sévère sur la prostitution et ses conséquences, en particulier les femmes.



Question : « Voici plusieurs affirmations que l'on peut entendre sur la prostitution. Pour chacune d'entre elles, indiquez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord ? » (Base : Ensemble)

Et sont une large majorité à considérer qu'acheter une prestation sexuelle revient à imposer un acte sexuel et à profiter de la détresse des personnes qui se prostituent.



Question : « Selon vous, acheter une prestation sexuelle... » (Base : Ensemble)

Pour près de 3 Français sur 4, seule une minorité de personnes prostituées ont fait librement le choix d'exercer cette activité.

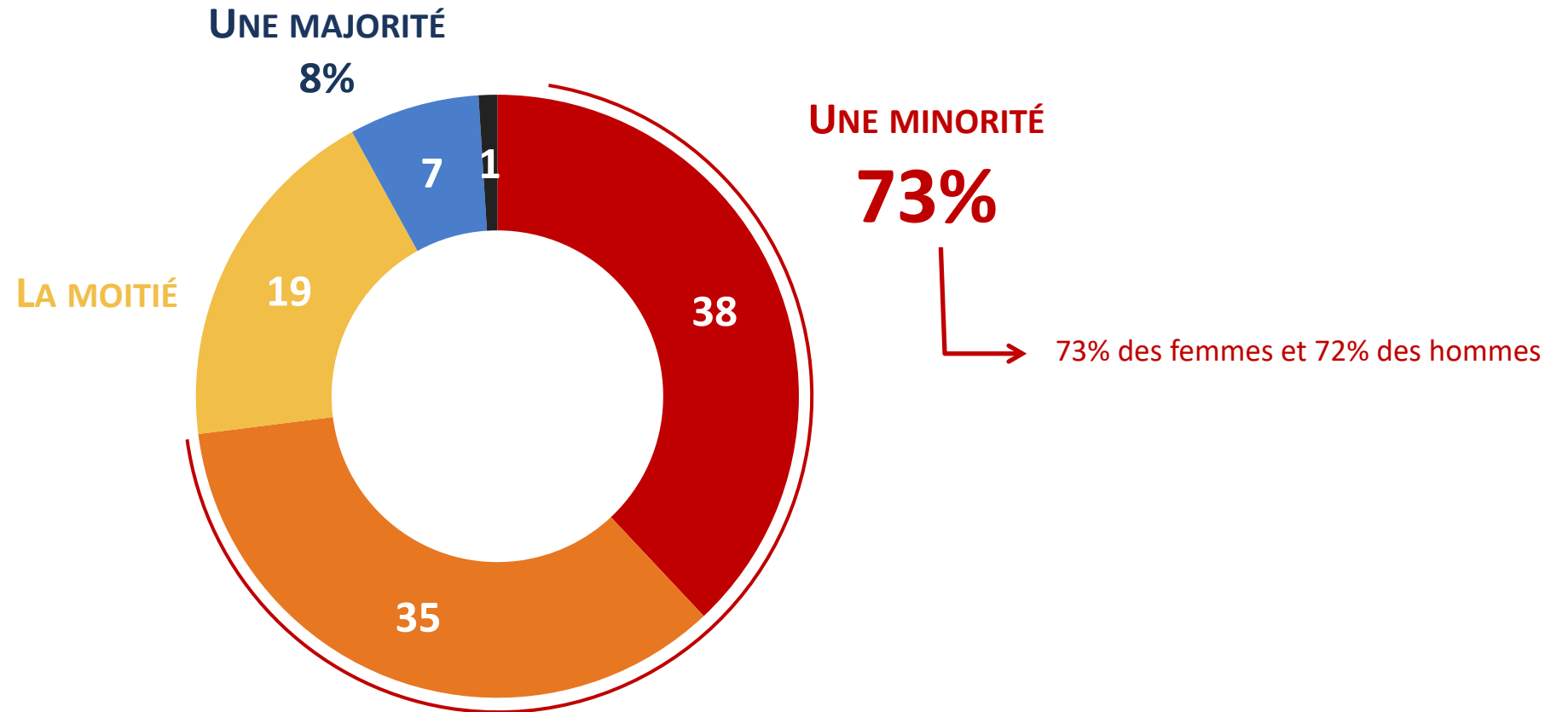
UNE TRÈS PETITE MINORITÉ

MOINS DE LA MOITIÉ

LA MOITIÉ

PLUS DE LA MOITIÉ

LA TOTALITÉ OU PRESQUE



Question : « Parmi les personnes prostituées en France, quelle proportion a fait selon vous librement le choix d'exercer cette activité (et de la poursuivre) ? »
(Base : Ensemble)

Seul un Français sur quatre considère d'ailleurs que la prostitution est un travail comme un autre.

TOUT À FAIT D'ACCORD

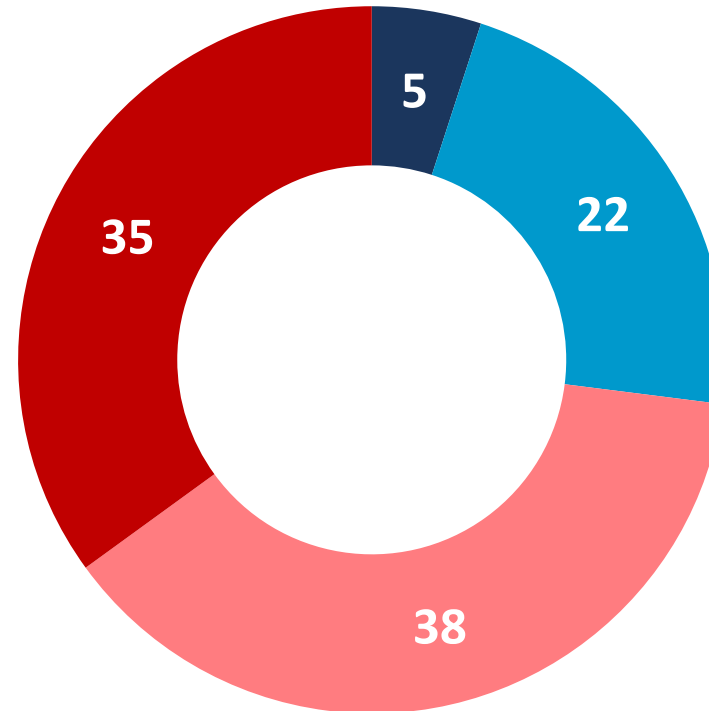
PLUTÔT D'ACCORD

PLUTÔT PAS D'ACCORD

PAS DU TOUT D'ACCORD

« La prostitution est un travail comme un autre »

PAS D'ACCORD
73%



D'ACCORD
27%

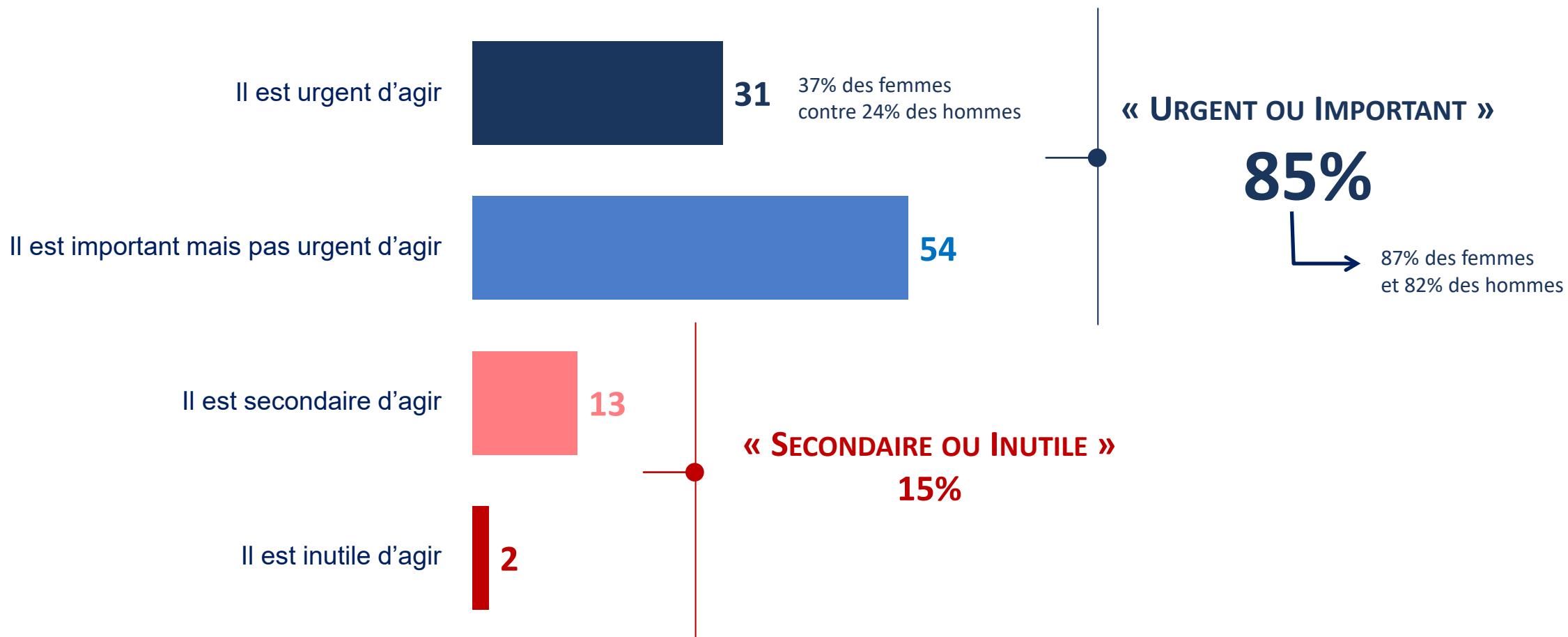


33% des hommes
contre 22% des femmes

35% des moins de 35 ans
Contre 28% des 35-59 ans
Et 19% des 60 ans et plus

Question : « Voici plusieurs affirmations que l'on peut entendre sur la prostitution. Pour chacune d'entre elles, indiquez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord ? » (Base : Ensemble)

Une très large majorité de Français considère qu'il est important voire urgent de lutter contre la prostitution.



Question : « Selon vous, la lutte contre la prostitution est-elle un sujet sur lequel... »
(Base : Ensemble)



ANNEXES

GAME CHANGERS





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 des études.

☑ 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 (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.



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

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

© 2019 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 companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

© Ipsos – Enquête sur la prostitution – CAP International – Janvier 2019

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

