



Octobre 2019

Enquête auprès des Français sur l'image de la recherche

Préparé pour le Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation

Par Stéphane Zumsteeg et Laurène Boisson

stephane.zumsteeg@ipsos.com

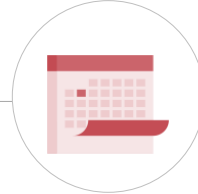
laurene.boisson@ipsos.com

Fiche technique



ÉCHANTILLON

960 personnes constituant un échantillon national représentatif de la population âgée de 18 ans et plus.



DATES DE TERRAIN

Du 23 au 26 août 2019



MÉTHODE

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

Méthode des quotas :

sexe, âge, profession de la personne interrogée, catégorie d'agglomération, 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 Stéphane Zumsteeg, Directeur de département (Ipsos Public Affairs).*



1.

Image de la recherche et des chercheurs

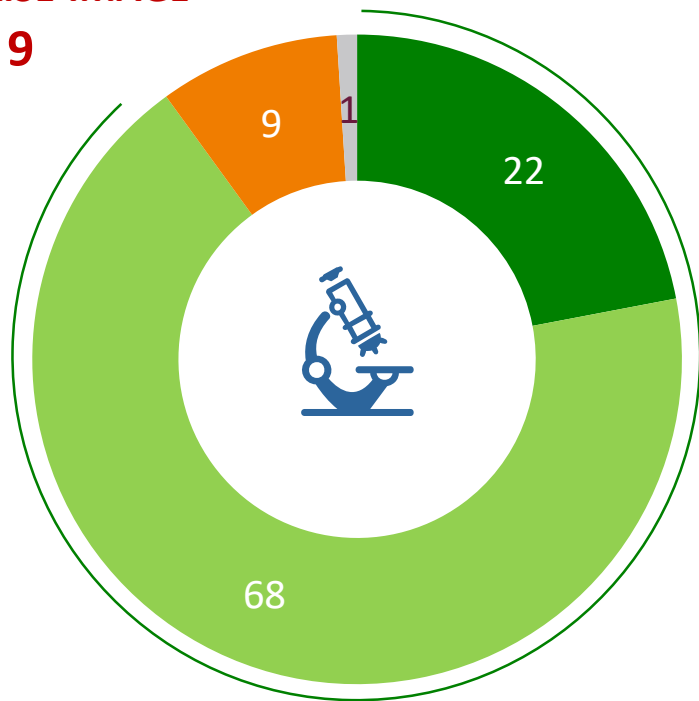
La recherche et les chercheurs bénéficient d'une bonne image auprès des Français

« De manière générale, quelle image avez-vous... » (Base : ensemble)

... DE LA RECHERCHE

MAUVAISE IMAGE

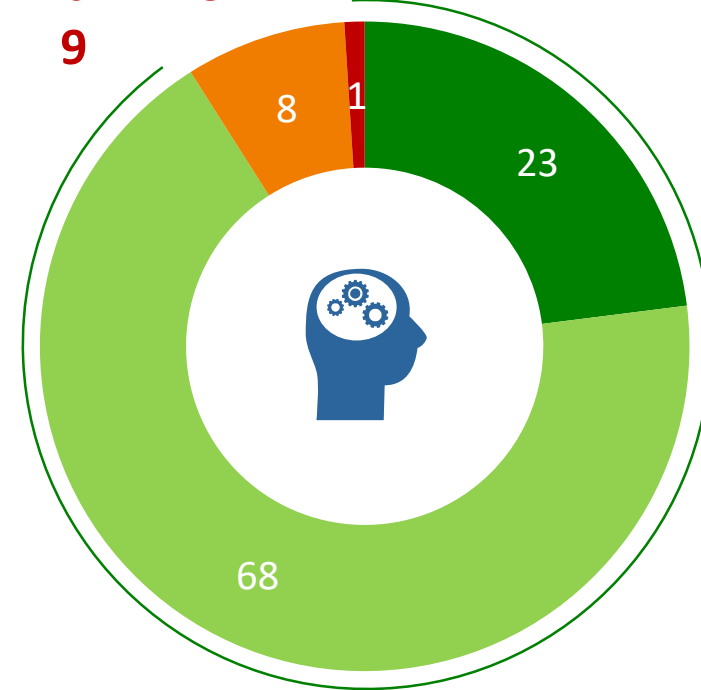
9



... DES CHERCHEURS EN FRANCE

MAUVAISE IMAGE

9



BONNE IMAGE
90

BONNE IMAGE
91

EN %

TRÈS BONNE

PLUTÔT BONNE

PLUTÔT MAUVAISE

TRÈS MAUVAISE

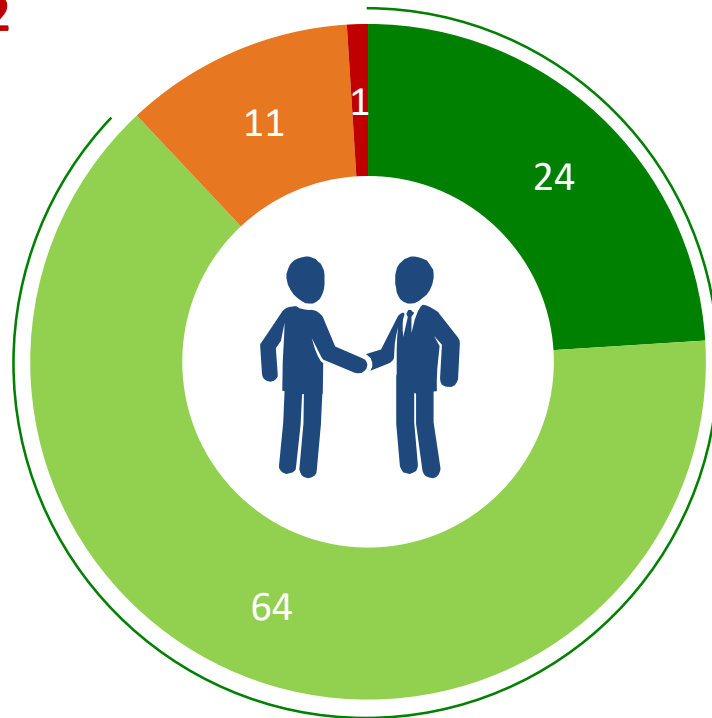
(NSP)

Une très large majorité font par ailleurs plutôt confiance à la recherche pour garantir le progrès en France

« Et d'une manière générale, avez-vous confiance en la recherche pour garantir le progrès en France ? » (Base : ensemble)

PAS CONFIANCE

12



CONFIANCE

88

CONFIANCE...

SELON LE SEXE	
HOMMES	91
FEMMES	85
SELON L'ÂGE	
MOINS DE 35 ANS	83
35 – 59 ANS	88
60 ANS ET PLUS	91
SELON LE DIPLÔME	
INFÉRIEUR AU BAC	87
BAC	84
SUPÉRIEUR AU BAC	90

EN %

TOUT À FAIT CONFIANCE

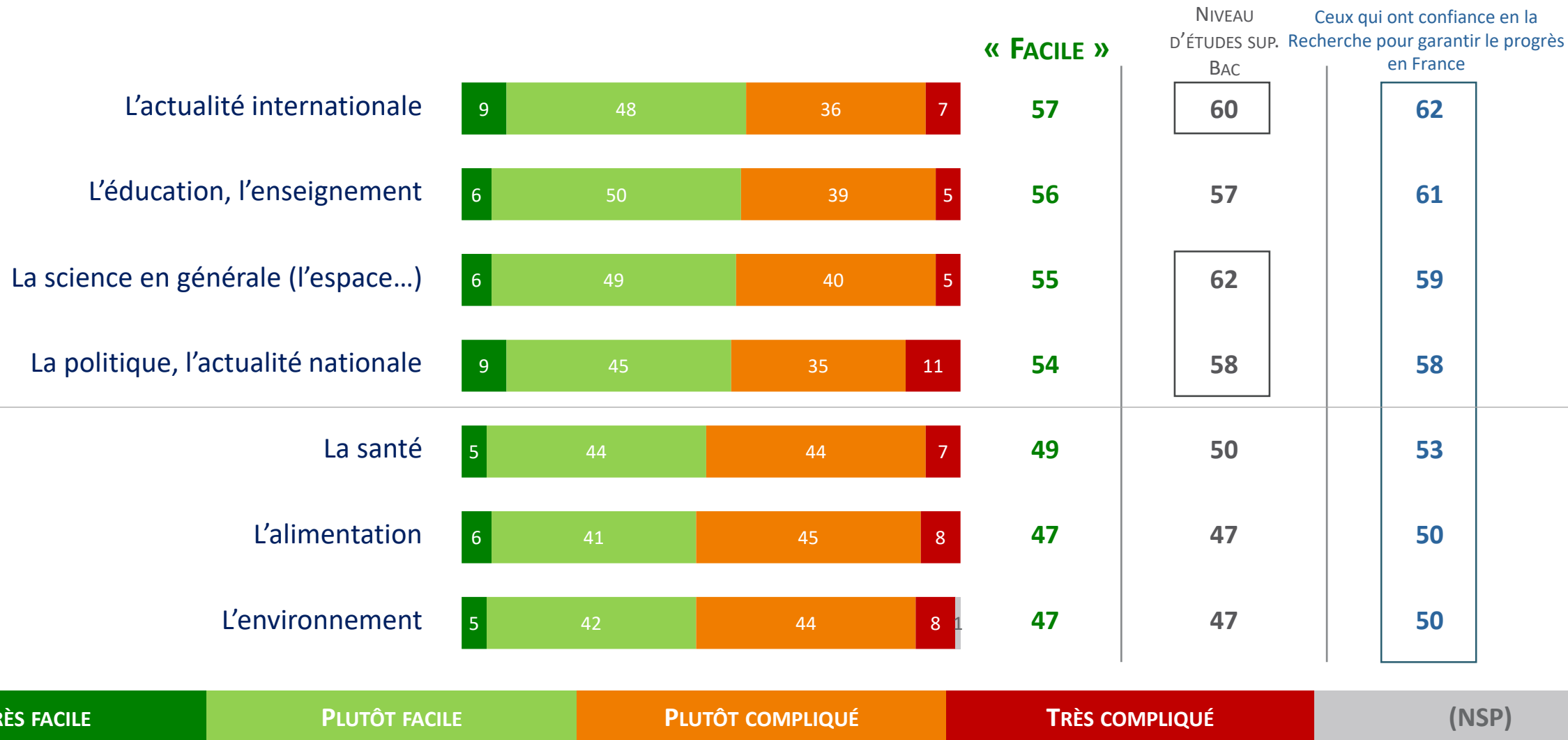
PLUTÔT CONFIANCE

PLUTÔT PAS CONFIANCE

PAS CONFIANCE DU TOUT

Se procurer des informations fiables : une difficulté pour environ un Français sur deux, quels que soient les sujets

« Est-il selon vous facile ou compliqué de se procurer des informations fiables et/ou vérifiées scientifiquement, sur les sujets suivants ? » (Base : ensemble)



EN %

TRÈS FACILE

PLUTÔT FACILE

PLUTÔT COMPLIQUÉ

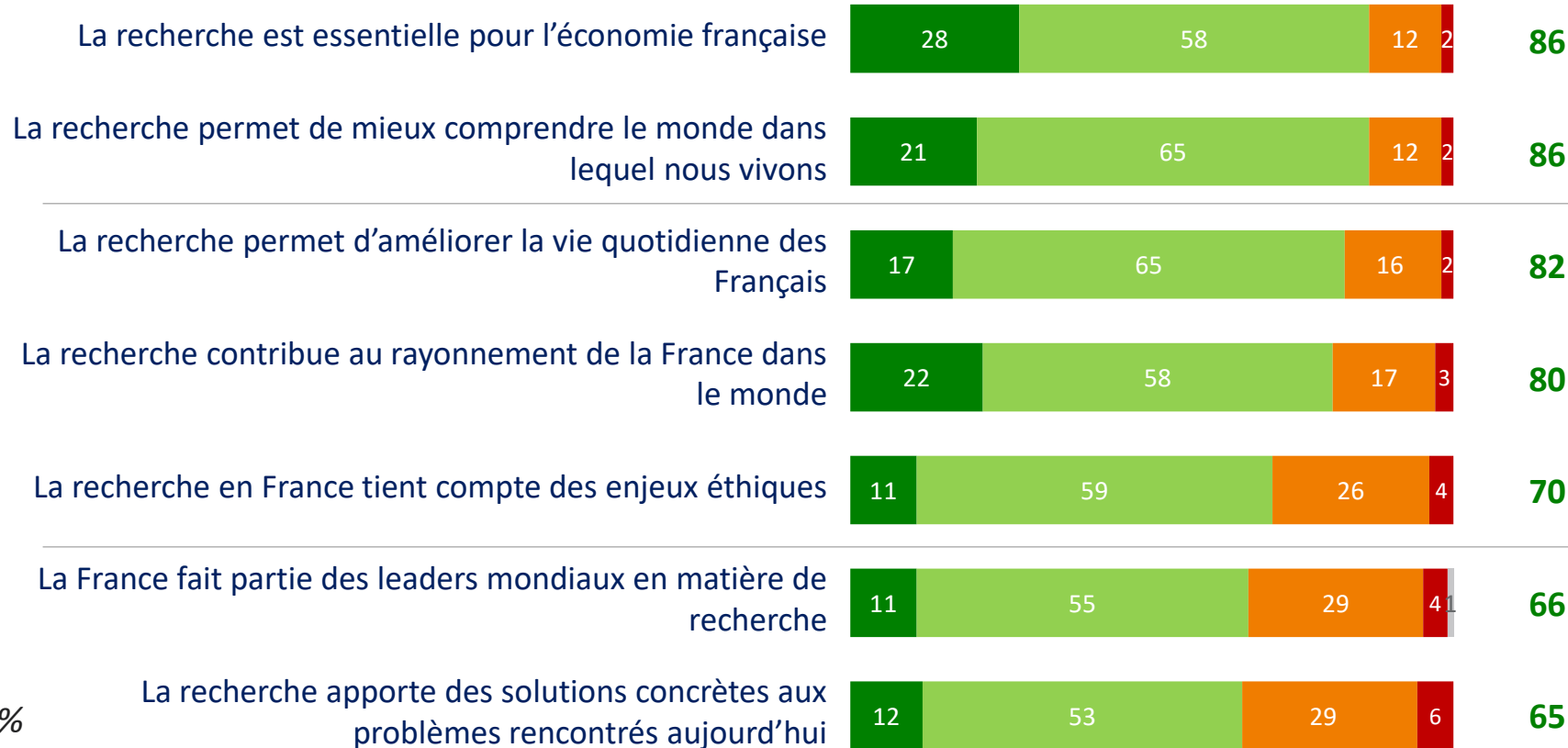
TRÈS COMPLIQUÉ

(NSP)

Les Français n'ont pas de doute sur l'utilité de la recherche, toutefois ils sont un peu plus réservés sur son impact concret et sur le rôle que joue la France sur la scène internationale

«Êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec les opinions suivantes ? » (Base : ensemble)

« D'ACCORD »



EN %

TOUT À FAIT D'ACCORD

PLUTÔT D'ACCORD

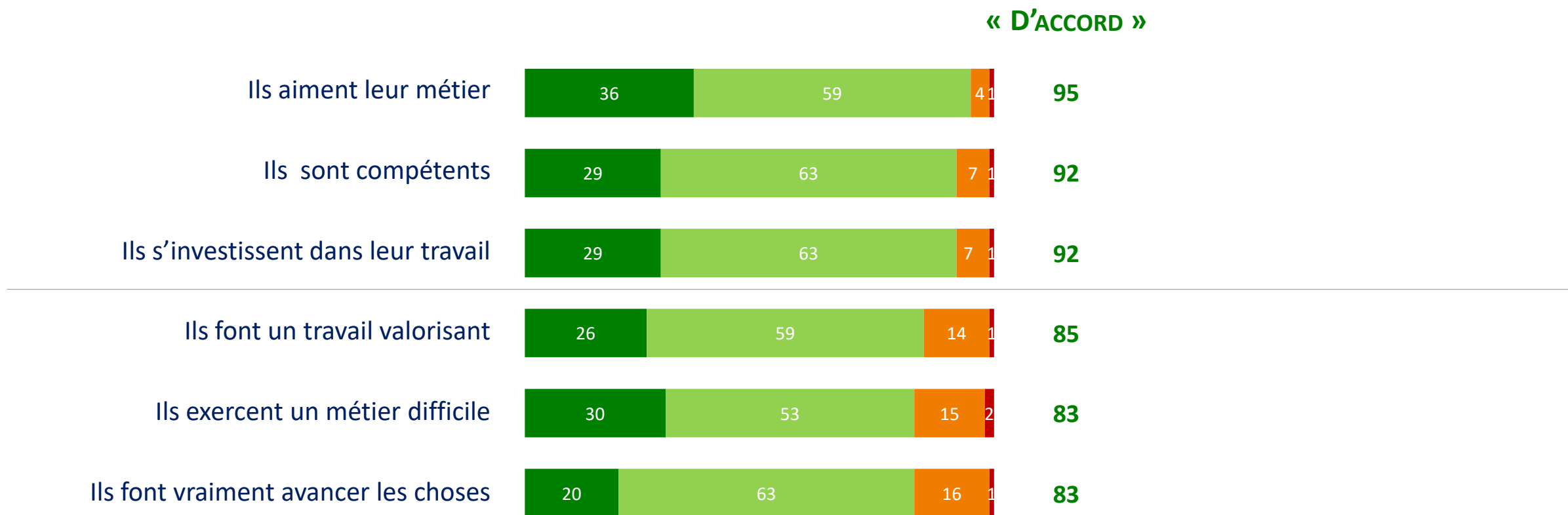
PLUTÔT PAS D'ACCORD

PAS DU TOUT D'ACCORD

(NSP)

Les chercheurs : des professionnels reconnus par les Français

«Êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec les opinions suivantes concernant les chercheurs ? » (Base : ensemble)



EN %

TOUT À FAIT D'ACCORD

PLUTÔT D'ACCORD

PLUTÔT PAS D'ACCORD

PAS DU TOUT D'ACCORD

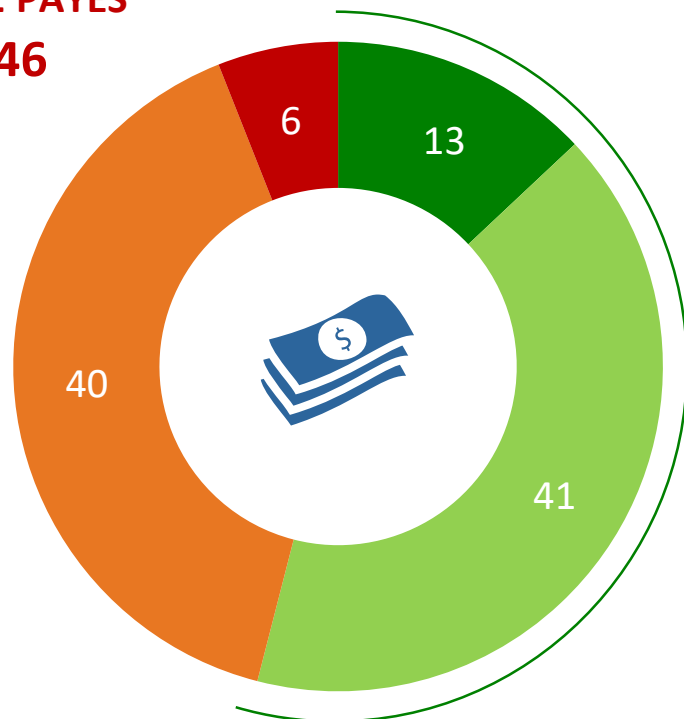
Toutefois, les personnes interrogées sont partagées sur la reconnaissance financière dont ils bénéficient : seule une courte majorité considère qu'ils sont bien payés

« D'après ce que vous en savez, diriez-vous que les chercheurs en France sont globalement ... » (Base : ensemble)

« D'après vous, quel est le revenu moyen mensuel net d'un chercheur ? » (Base : ensemble)

MAL PAYÉS

46



BIEN PAYÉS

54

Moins de 35 ans : 73
 60 ans et plus : 38
 CSP- : 71
 Niveau d'études < Bac : 66
 Niveau d'études > Bac : 47
 Symp. FI : 47
 Symp. EELV : 49
 Symp. LREM : 37
 Symp. LR : 41
 Symp. RN : 73
 Considèrent que la recherche doit être avant tout financée par les entreprises : 71

1500€ ou moins **3%**

Entre 1501€ et 2000€ **16%**

Entre 2001€ et 2500€ **19%**

Entre 2501€ et 3000€ **21%**

Entre 3001€ et 4000€ **20%**

Plus de 4000€ **17%**

(NSP) **4%**

**2500€ ou -
38%**

**+ DE 2500€
58%**

En moyenne

3 375 €

TRÈS BIEN PAYÉS

PLUTÔT BIEN PAYÉS

PLUTÔT MAL PAYÉS

TRÈS MAL PAYÉS

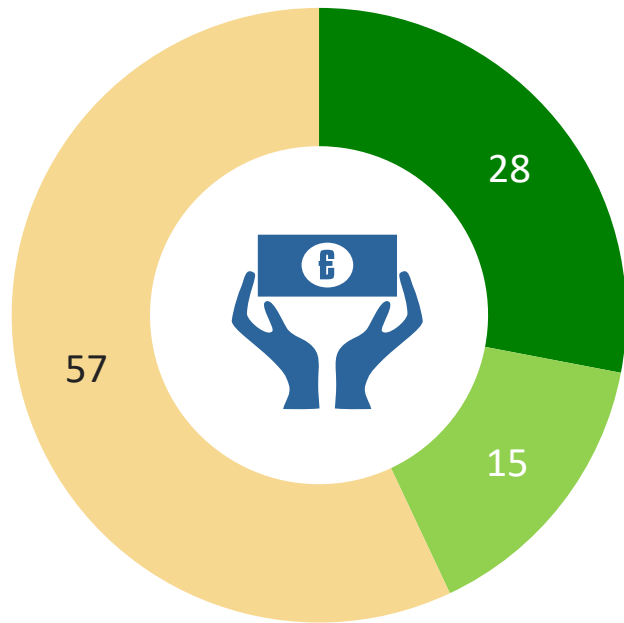


2.

Financement de la recherche

Pour une majorité de Français, la recherche doit être autant financée par les pouvoirs publics que par les entreprises

« Selon vous, comment doit être financée la recherche en France ? » (Base : ensemble)



EN %

PAR LES POUVOIRS PUBLICS...

SELON LE SEXE	
HOMMES	26
FEMMES	29
SELON L'ÂGE	
MOINS DE 35 ANS	26
35 – 59 ANS	27
60 ANS ET PLUS	27
SELON LE DIPLÔME	
INFÉRIEUR AU BAC	23
BAC	32
SUPÉRIEUR AU BAC	28
SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE	
LA FRANCE INSOUMISE	29
PARTI SOCIALISTE	35
EUROPE ÉCOLOGIE LES VERTS	46
LREM	24
LES RÉPUBLICAINS	19
RASSEMBLEMENT NATIONAL	18

AVANT TOUT PAR LES POUVOIR PUBLICS

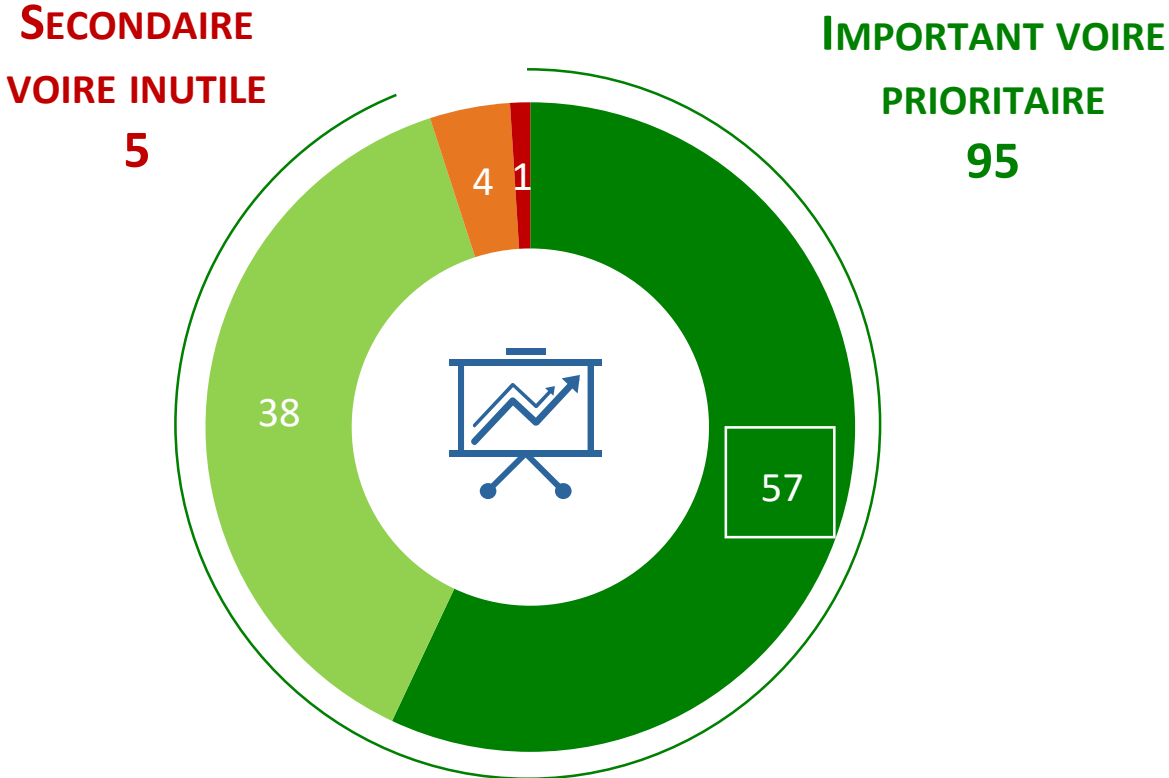
AVANT TOUT PAR LES ENTREPRISES

AUTANT PAR L'UN QUE PAR L'AUTRE

Plus de la moitié des Français estiment qu'il est prioritaire que l'Etat français investisse dans la recherche

«Est-il selon vous prioritaire, important, secondaire ou inutile que l'Etat français investisse dans la recherche ? » (Base : ensemble)

PRIORITAIRE...



SELON LE SEXE	
HOMMES	56
FEMMES	58
SELON L'ÂGE	
MOINS DE 35 ANS	46
35 – 59 ANS	54
60 ANS ET PLUS	70
SELON LE DIPLÔME	
INFÉRIEUR AU BAC	57
BAC	54
SUPÉRIEUR AU BAC	58
SELON LA PROXIMITÉ PARTISANE	
LA FRANCE INSOUmise	64
PARTI SOCIALISTE	66
EUROPE ÉCOLOGIE LES VERTS	70
LREM	57
LES RÉPUBLICAINS	56
RASSEMBLEMENT NATIONAL	48





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,



• 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 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>

☑ 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.



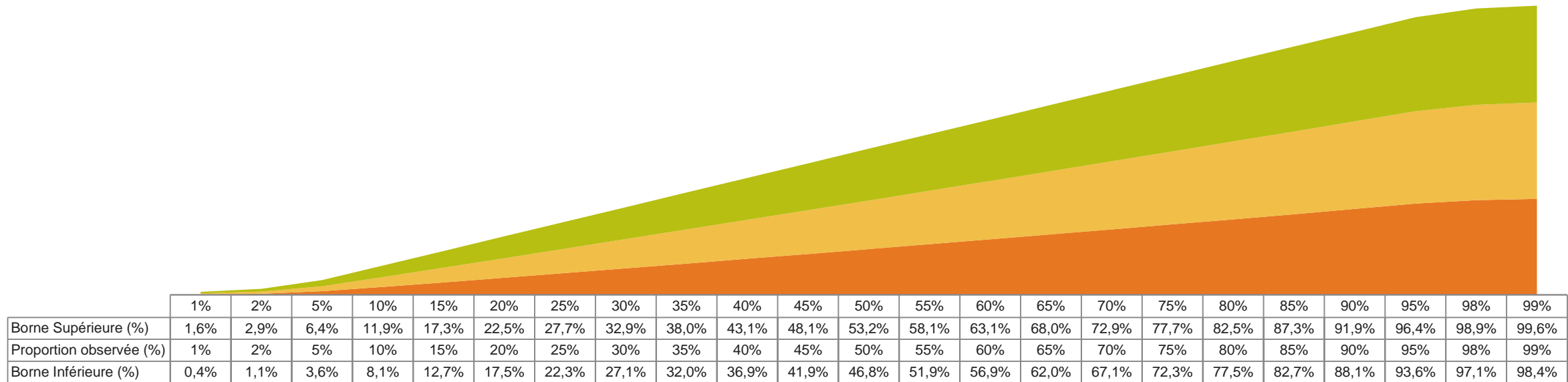
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

FIABILITÉ DES RÉSULTATS

Feuille de calcul

- En l'occurrence s'agissant de cette étude :
 - Intervalle de confiance : **95%**
 - Taille d'échantillon : **960**
- Les proportions observées sont comprises entre :

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



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

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

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)