

# PERCEPTIONS ET ATTENTES DES PARENTS D'ENFANTS SCOLARISÉS

## DANS L'ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

### Table ronde : Parents d'élèves, consommateurs ou acteurs ?

15 novembre 2023



#### VOS CONTACTS IPSOS

Federico Vacas  
federico.vacas@ipsos.com

Alice Tétaz  
alice.tetaz@ipsos.com

Alexandre Leray  
alexandre.leray@ipsos.com

# MÉTHODOLOGIE



## ÉCHANTILLON

1200 parents d'élèves, ayant au moins un enfant scolarisé dans l'enseignement privé catholique en France, de la maternelle au lycée, constituant un échantillon représentatif de cette population.

### Notes de lecture :

- Des rappels issus de l'enquête réalisée par téléphone par le CREDOC en 2004, auprès d'un échantillon représentatif de 800 parents d'enfants scolarisés dans l'enseignement privé catholique, sont présentés dans ce rapport.
- Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%)
- Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance\*), il est présenté sur fond vert. Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance\*), il est présenté sur fond rouge. [*\*Le calcul des différences significatives (avec des seuils à 95%) s'appuie sur la méthode du khi2.*]

Ce rapport a été réalisé pour :



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 Alice Tétaz, Directrice de Clientèle (Ipsos Public Affairs).



## DATES DE TERRAIN

Du 13 au 28 septembre 2023



## METHODOLOGIE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access panel online d'Ipsos.

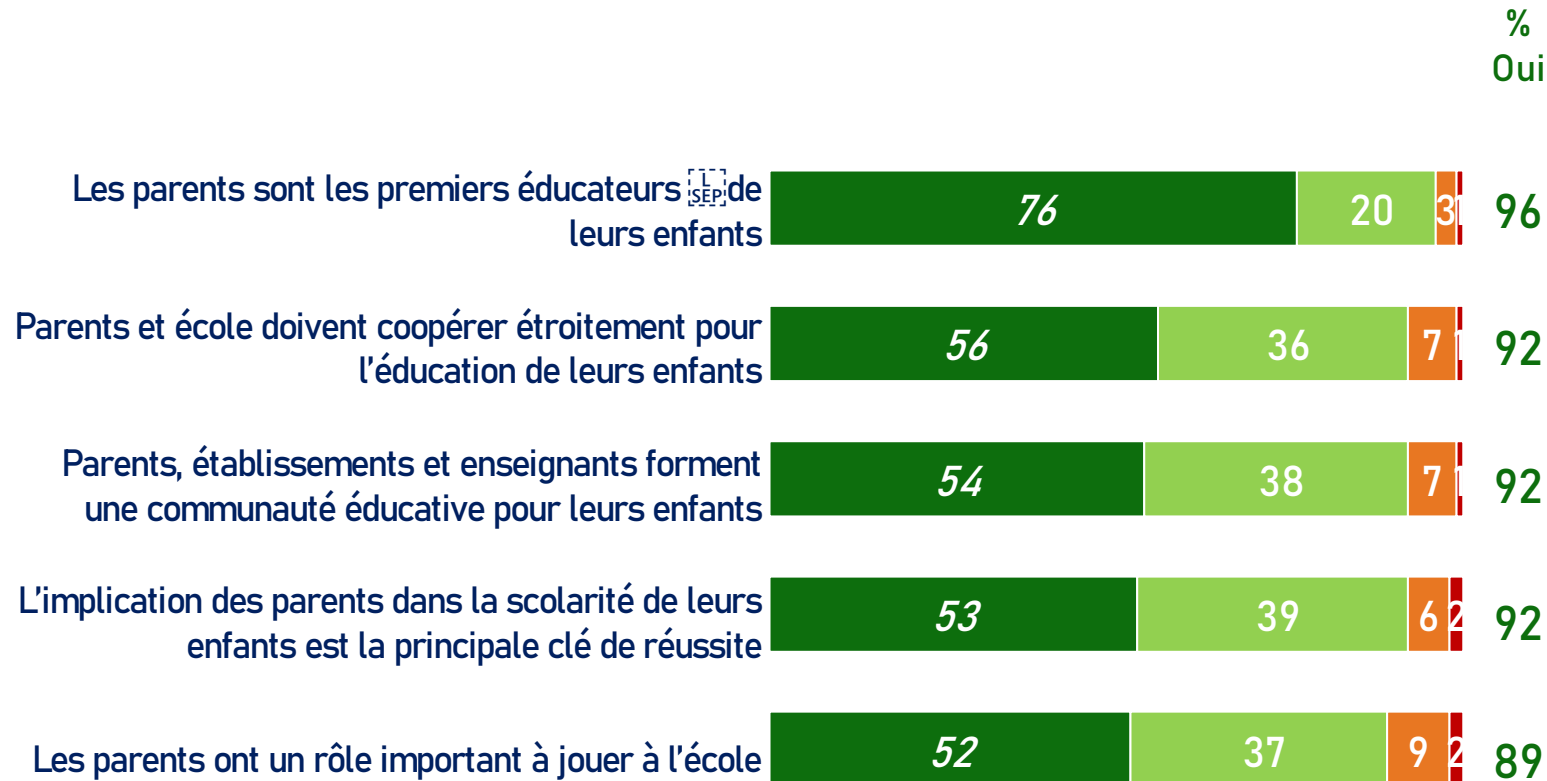
Méthode des quotas appliquée aux variables suivantes :

Sexe, âge et profession du parent interrogé, région du foyer, et niveau de scolarité de l'enfant\*

[\*dans les familles ayant plusieurs enfants scolarisés dans l'enseignement privé catholique, la « méthode de l'anniversaire » a été appliquée : l'enfant ayant la date d'anniversaire la plus proche à venir a été retenu pour la constitution des quotas].

# La quasi-totalité des parents s'accordent à dire que les parents sont les premiers éducateurs de leurs enfants, et insistent sur la nécessaire coopération entre parents et école

Question : « Etes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? »  
(base: Ensemble de l'échantillon)



Sexe du parent répondant		Âge du parent répondant			Niveau d'intégration de l'enseignement catholique privé					
		Femmes	Hommes	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Maternelle	Primaire	Collège	Lycée
Les parents sont les premiers éducateurs de leurs enfants		72	79	64	77	84	81	66	76	77
Parents et école doivent coopérer étroitement pour l'éducation de leurs enfants		49	61	53	57	56	60	56	55	43
Parents, établissements et enseignants forment une communauté éducative pour leurs enfants		48	58	51	55	54	62	55	48	41
L'implication des parents dans la scolarité de leurs enfants est la principale clé de réussite		51	55	53	55	49	59	56	53	34
Les parents ont un rôle important à jouer à l'école		48	55	44	56	46	58	53	48	41

OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

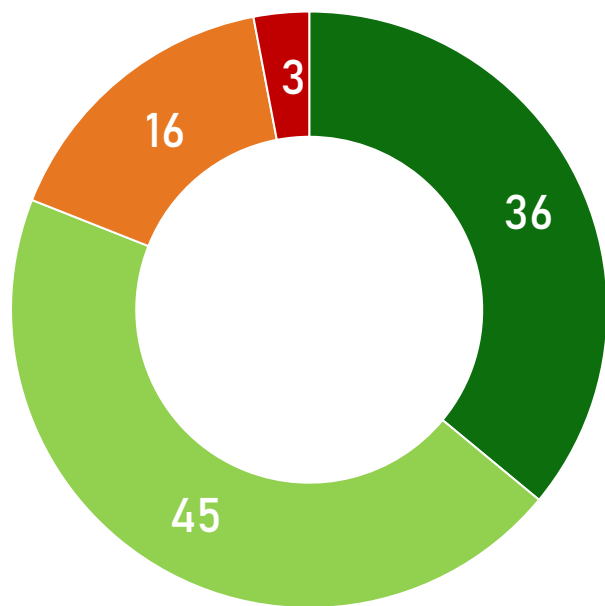
NON, PLUTÔT PAS

NON, PAS DU TOUT

Avoir des liens fréquents avec les enseignants est une motivation importante pour 8 parents sur 10 au moment d'inscrire leur enfant dans une école privée – une motivation particulièrement forte chez les parents d'enfants en maternelle et en primaire

Question : « Les raisons suivantes pouvant intervenir dans votre choix d'inscrire votre enfant dans une école privée ont-elles été importantes ? »  
(base: Ensemble de l'échantillon)

### Avoir des liens fréquents avec les enseignants



**Importante**  
**81%**

*Rappel 2004*  
*83%*

#### Sexe du parent répondant

Sexe	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas importante du tout	% Importante
Femmes	38	46	13	3	84
Hommes	33	45	19	3	78

#### Niveau de scolarité de l'enfant

Niveau	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas importante du tout	% Importante
En maternelle	45	40	11	4	85
En primaire	42	45	11	2	87
Au collège	32	45	20	3	77
Au lycée	28	51	18	3	79

TRÈS IMPORTANTE

ASSEZ IMPORTANTE

PEU IMPORTANTE

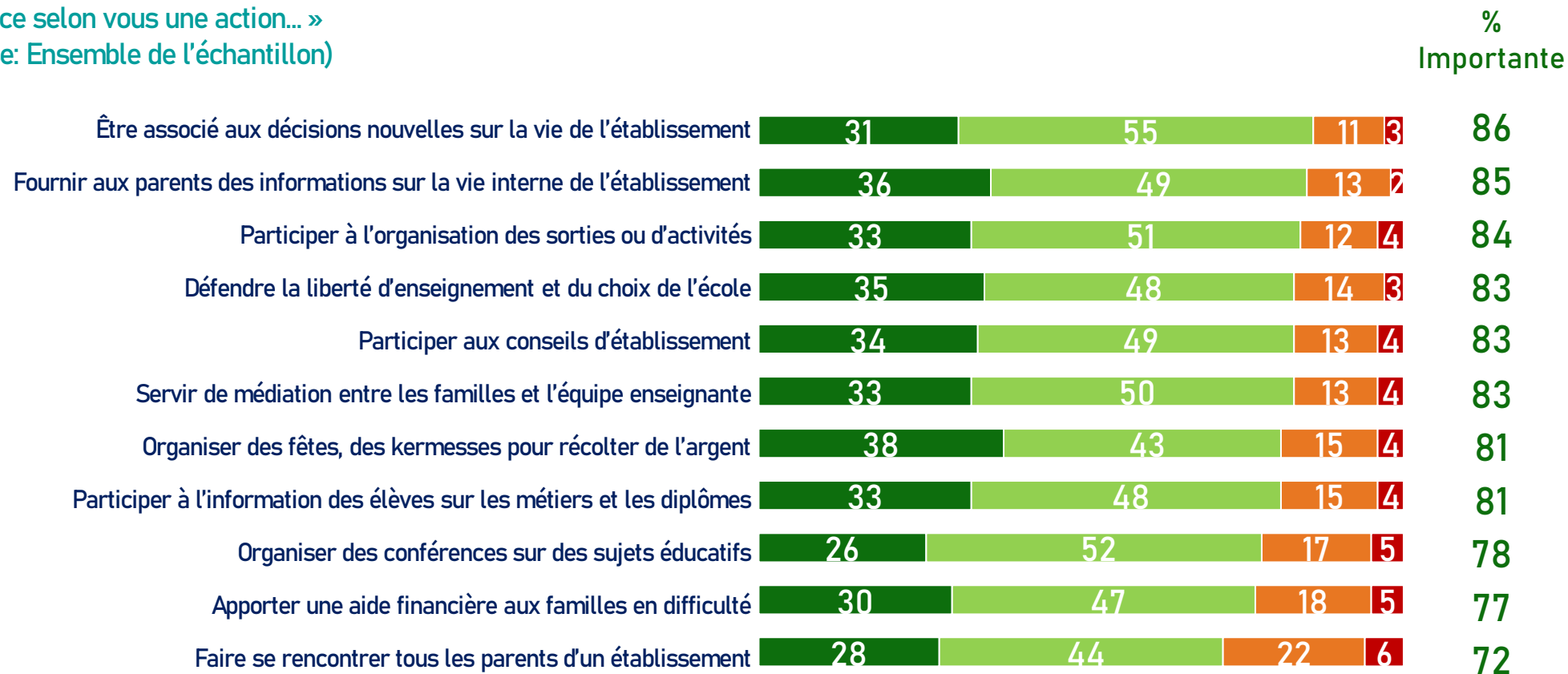
PAS IMPORTANTE DU TOUT

Dans ce contexte, le rôle des associations de parents d'élèves est essentiel pour faire le lien entre parents et établissements : les parents attendent notamment de ces associations qu'elles leur fournissent des informations sur la vie de l'école

Question : « Voici une série d'actions que peut mener une association de parents d'élèves.

Est-ce selon vous une action... »

(base: Ensemble de l'échantillon)



TRÈS IMPORTANTE

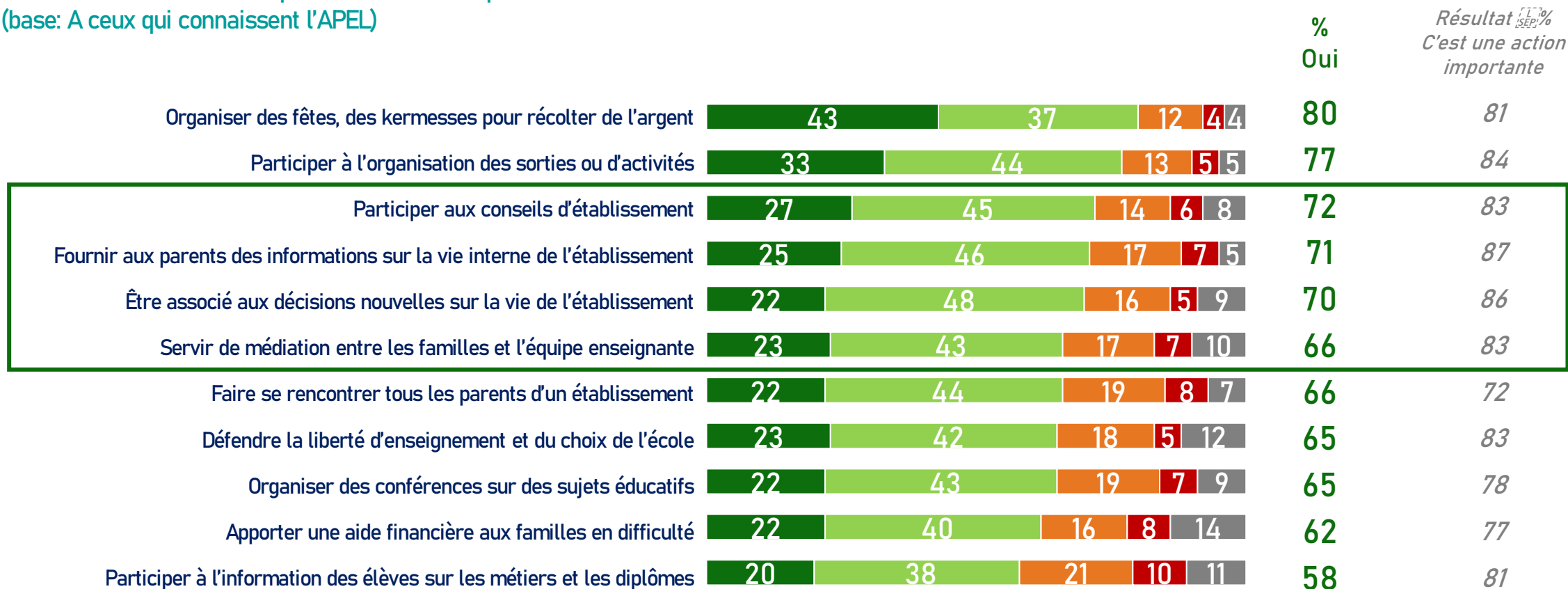
ASSEZ IMPORTANTE

PEU IMPORTE

PAS IMPORTANTE DU TOUT

# Des actions que fait l'APEL selon la grande majorité des parents

Question : « Et diriez-vous que c'est une action que fait l'APEL ? »  
(base: A ceux qui connaissent l'APEL)



OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

NON, PAS DU TOUT

JE NE SAIS PAS

# A PROPOS D'IPSOS

---

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Fondée en France en 1975, Ipsos est cotée sur Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société fait partie du SBF 120 et de l'indice Mid-60 et est éligible au Service de Règlement Différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

---

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :  
« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE\*** »

\*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.

PERCEPTIONS ET ATTENTES DES PARENTS D'ENFANTS SCOLARISÉS

DANS L'ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

Typologie issue de l'enquête quantitative réalisée pour l'APEL

Novembre 2023

*Résultats de la typologie*



VOS CONTACTS IPSOS

Federico Vacas  
federico.vacas@ipsos.com

Alice Tétaz  
alice.tetaz@ipsos.com

Alexandre Leray  
alexandre.leray@ipsos.com



# MÉTHODOLOGIE



## ÉCHANTILLON

1200 parents d'élèves, ayant au moins un enfant scolarisé dans l'enseignement privé catholique en France, de la maternelle au lycée, constituant un échantillon représentatif de cette population.



## DATES DE TERRAIN

Du 13 au 28 septembre 2023



## METHODOLOGIE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access panel online d'Ipsos.

Méthode des quotas appliquée aux variables suivantes :

Sexe, âge et profession du parent interrogé, région du foyer, et niveau de scolarité de l'enfant\*

[\*dans les familles ayant plusieurs enfants scolarisés dans l'enseignement privé catholique, la « méthode de l'anniversaire » a été appliquée : l'enfant ayant la date d'anniversaire la plus proche à venir a été retenu pour la constitution des quotas].

Ce rapport a été réalisé pour :

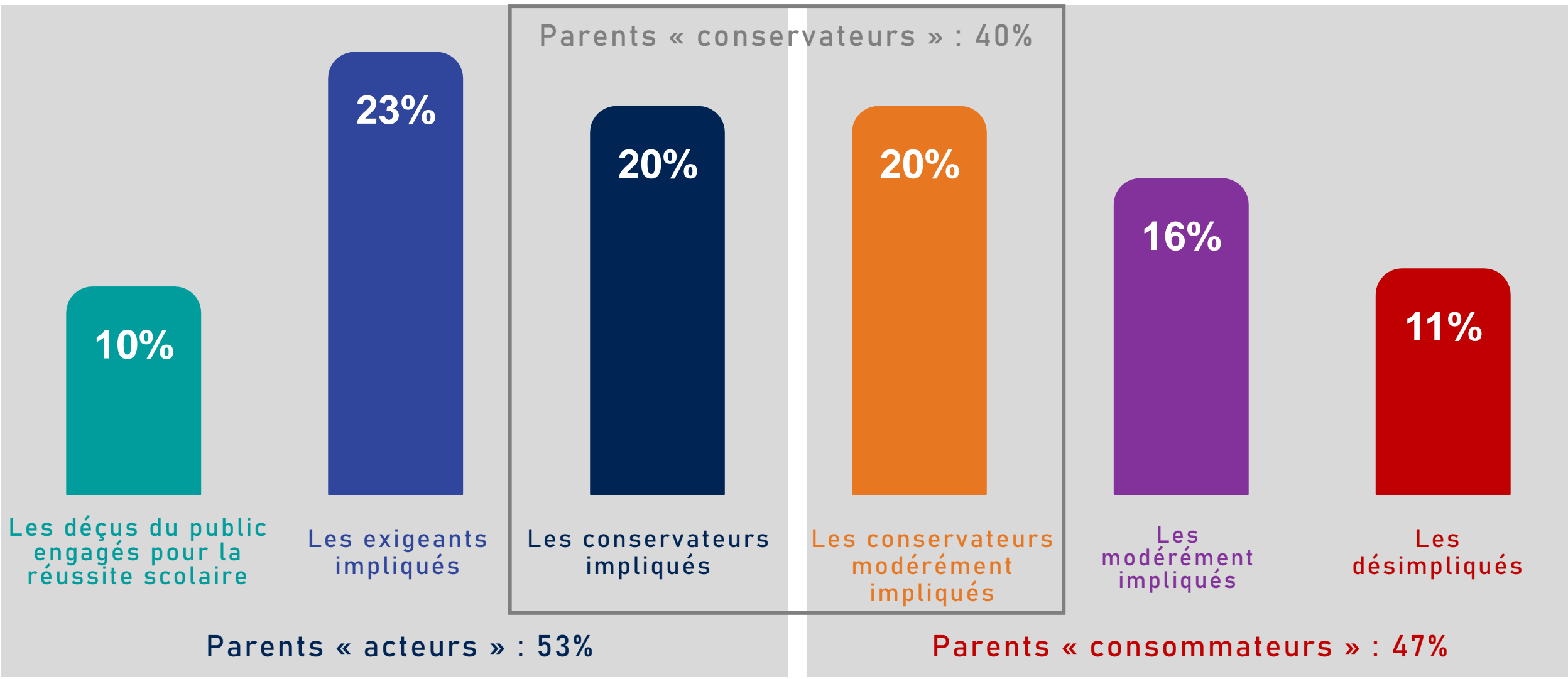


Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».

Ce rapport a été relu par Alice Tétaz, Directrice de Clientèle (Ipsos Public Affairs).

# RÉSULTATS DE LA TYPOLOGIE

# SIX GROUPES DE PARENTS D'ÉLÈVES SELON LEURS ATTENTES ENVERS L'ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE PRIVÉ ET LEUR IMPLICATION DANS L'ÉDUCATION DE LEURS ENFANTS



# SIX GROUPES DE PARENTS D'ÉLÈVES SELON LEURS ATTENTES ENVERS L'ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE PRIVÉ ET LEUR IMPLICATION DANS L'ÉDUCATION DE LEURS ENFANTS

## Parents « acteurs » : 53%

### Les déçus du public, engagés pour la réussite scolaire (10%) :

Ce groupe se caractérise non seulement par des attentes fortes envers l'enseignement catholique privé, mais aussi par une déception forte à l'égard de l'enseignement public (motivation importante pour avoir rejoint le privé), une forte implication dans l'éducation de leurs enfants, mais peu d'attachement à l'enseignement religieux ou à la tradition.

### Les exigeants impliqués (23%) :

Des parents d'élèves aux attentes extrêmement fortes, que ce soit en termes d'encadrement, de niveau scolaire, d'épanouissement de leurs enfants mais dont l'inscription dans le privé n'est ni motivée par la tradition ni par l'enseignement religieux. Un groupe qui se caractérise par ailleurs par un très fort engagement des parents pour la réussite de leurs enfants.

### Les conservateurs impliqués (20%) :

Des parents pour qui l'enseignement religieux et la tradition sont particulièrement importants, tout comme les valeurs morales, la réputation de l'établissement et le lien avec les enseignants. Fortement impliqués dans la scolarité de leurs enfants, ils sont aussi attachés à la proximité géographique de l'établissement fréquenté.

## Parents « consommateurs » : 47%

### Les modérément impliqués (16%) :

Des parents d'élèves aux attentes moyennes et modérément impliqués dans l'éducation de leurs enfants, sans attachement fort à la tradition ni à l'enseignement religieux.

### Les désimpliqués (11%) :

Des parents distants, aux motivations plutôt moyennes sur l'ensemble des dimensions testées (y compris la tradition et la religion), et peu impliqués dans la scolarité de leurs enfants.

### Les conservateurs modérément impliqués (20%) :

Des parents qui, plus que la moyenne, ont choisi le privé par tradition, car eux-mêmes ont fait leur scolarité dans l'enseignement catholique et pour l'enseignement religieux. Sur les autres dimensions, des parents aux attentes dans la moyenne, et modérément impliqués dans l'éducation de leurs enfants.

# SIX GROUPES DE PARENTS D'ÉLÈVES : QUI SONT-ILS ?

## Principales caractéristiques distinctives

### Parents « acteurs » : 53%

#### Les déçus du public, engagés pour la réussite scolaire (10%) :

- Ont une mauvaise image de l'enseignement public (82% vs. 53% au global).
- Ont rejoint le privé « tardivement » - au collège (44% vs. 27% au global).
- Sont plus âgés que la moyenne (47% ont plus de 45 ans, vs 35% au global).
- 25% habitent en milieu rural (vs 20% au global).

#### Les exigeants impliqués (23%) :

- Leur profil est largement féminin (63% sont des femmes vs. 54% au global).
- 55% ont entre 40 et 49 ans (vs. 45%).
- 56% ont un diplôme BAC+3 ou plus (vs. 51% au global).
- Ont plus souvent des revenus supérieurs (43%, vs 39% au global).
- Ont plus souvent 3 enfants ou plus (19%, contre 12% au global).

#### Les conservateurs impliqués (20%) :

- 46% ont rejoint le privé dès la maternelle (vs. 37%).
- 50% sont cadres ou prof. libérales (vs 44%).
- 73% sont mariés (vs 66% au global).
- 31% ont moins de 35 ans (vs. 19% au global).
- 82% ont une bonne idée des activités de l'APEL (vs. 68%).
- 36% sont bénévoles pour l'APEL (vs. 19%).
- 56% en ont une très bonne image (vs. 31%).

### Parents « consommateurs » : 47%

#### Les modérément impliqués (16%) :

- 53% ont entre 40 et 49 ans (vs. 45%).
- Leur profil est plus féminin que la moyenne (61%, contre 54% au global).
- Plus de la moitié habitent dans le Nord-Ouest (52% vs 36% pour l'ensemble).
- Et presque la moitié dans des communes de moins de 20 000 hab. (48% vs 36%).
- Seuls 33% se déclarent adhérents de l'APEL (vs. 44% pour l'ensemble).

#### Les désimpliqués (11%) :

- Leur profil est largement masculin (57% sont des hommes vs. 46% au global).
- La moitié a des revenus modestes (49%, vs 24% au global).
- 16% de familles monoparentales (vs. 11%).
- 38% ont moins de 35 ans (vs. 19% au global).
- Seuls 80% satisfaits de l'établissement fréquenté par l'enfant (vs. 95%).

#### Les conservateurs modérément impliqués (20%) :

- Leur profil est largement masculin (57% sont des hommes, vs. 46% au global).
- Ils sont plus nombreux dans les villes de plus de 100 000 hab. (55% vs 51% au global).
- Plus de la moitié a un seul enfant (51%, vs 43% pour l'ensemble).

# A PROPOS D'IPSOS

---

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Fondée en France en 1975, Ipsos est cotée sur Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société fait partie du SBF 120 et de l'indice Mid-60 et est éligible au Service de Règlement Différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

---

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE\*** »

\*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.