Baromètre COVID 19
un projet de science citoyenne

ENQUÊTE SUR L'ACCES AUX SOINS ET AUX TRAITEMENTS DES MALADES CHRONIQUES EN PERIODE DE CONFINEMENT

Vos contacts IPSOS France, Public Affairs :

Etienne MERCIER, Directeur Département Opinion & Santé
etienne.mercier@ipsos.com

Adeline MERCERON, Responsable Activité Santé
adeline.merceron@ipsos.com

Sophie MORIN, Chef de groupe, Activité Santé
sophie.morin@ipsos.com

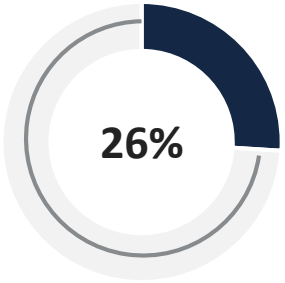
GAME CHANGERS

FICHE TECHNIQUE

ÉCHANTILLON

5 001 personnes, constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

dont



sont concernés par AU MOINS une des pathologies testées *(n=1316)*

DATES DE TERRAIN

Du **15 au 21 avril 2020**.

MÉTHODOLOGIE

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.

Certaines sous cibles sont présentées dans ce document : les différences statistiquement significatives (95%) sont indiquées en couleur pour une meilleure lisibilité des résultats sur ces sous-populations d'intérêt.

XX Résultats significativement SUPÉRIEURS
XX Résultats significativement INFÉRIEURS

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 Adeline Merceron, Responsable Activité Santé (Ipsos Public Affairs).*

© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

GAME CHANGERS

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

Le niveau de bien-être des Français pendant le confinement

Question : « Sur une échelle allant de 0 à 10, comment évaluez-vous aujourd'hui votre niveau de bien-être (votre moral, votre forme physique, votre état d'esprit, etc..) ? »

0 SIGNIFIE QUE VOUS ALLEZ ***TRÈS MAL***

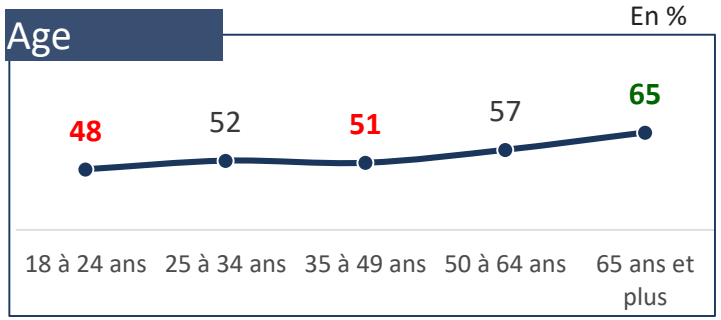
10 SIGNIFIE QUE VOUS ALLEZ ***TRÈS BIEN***

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1%	1%	1%	4%	6%	14%	18%	23%	19%	8%	5%

MAL	NI TRÈS MAL, NI TRÈS BIEN	BIEN
13%	32%	55%

Qui sont-ils ?

NOTE MOYENNE : 7,5 / 10



% Inactifs : **60**

% Sont sortis plus d'une heure en dehors de leur foyer au cours des dernières 24h: **59**

BASE : ENSEMBLE N = 5001

© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

GAME CHANGERS

Profil SOCIO-DEMOGRAPHIQUE des personnes dont le niveau de bien être est faible

(13% des personnes interrogées)

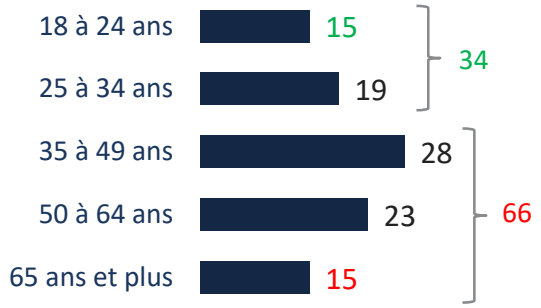
Question : « Sur une échelle allant de 0 à 10, comment évaluez-vous aujourd'hui votre niveau de bien-être (votre moral, votre forme physique, votre état d'esprit, etc..) ? »

Au global de l'échantillon, 13% des Français évaluent leur niveau de bien être entre 0 et 4. Qui sont-ils ?

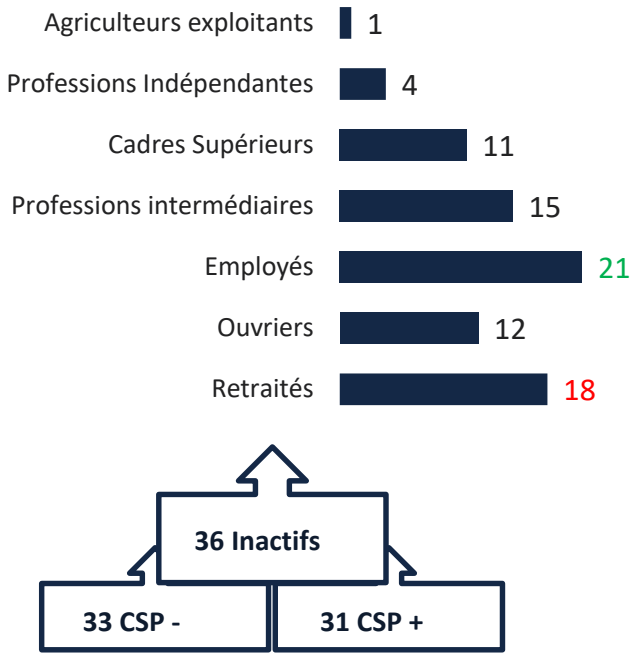
Sexe

56 (*) | 44

Age



Situation professionnelle



Catégorie d'agglomération

Rural	2000 - 19 999 habitants	20000 – 99999 habitants	100000 habitants et plus	Agglomération de Paris
18	18	15	29	20

Pas de différences significatives d'un point de vue régional

Concerné par une maladie chronique

OUI : 32 | **NON : 56**

Non réponse : 12

(*) **Note de lecture : Sur 100 personnes qui témoignent d'un faible niveau de bien être, 56 sont des femmes, 44 des hommes**

EN %

Base : Ceux évaluant leur niveau de bien être entre 0 et 4, N = 638

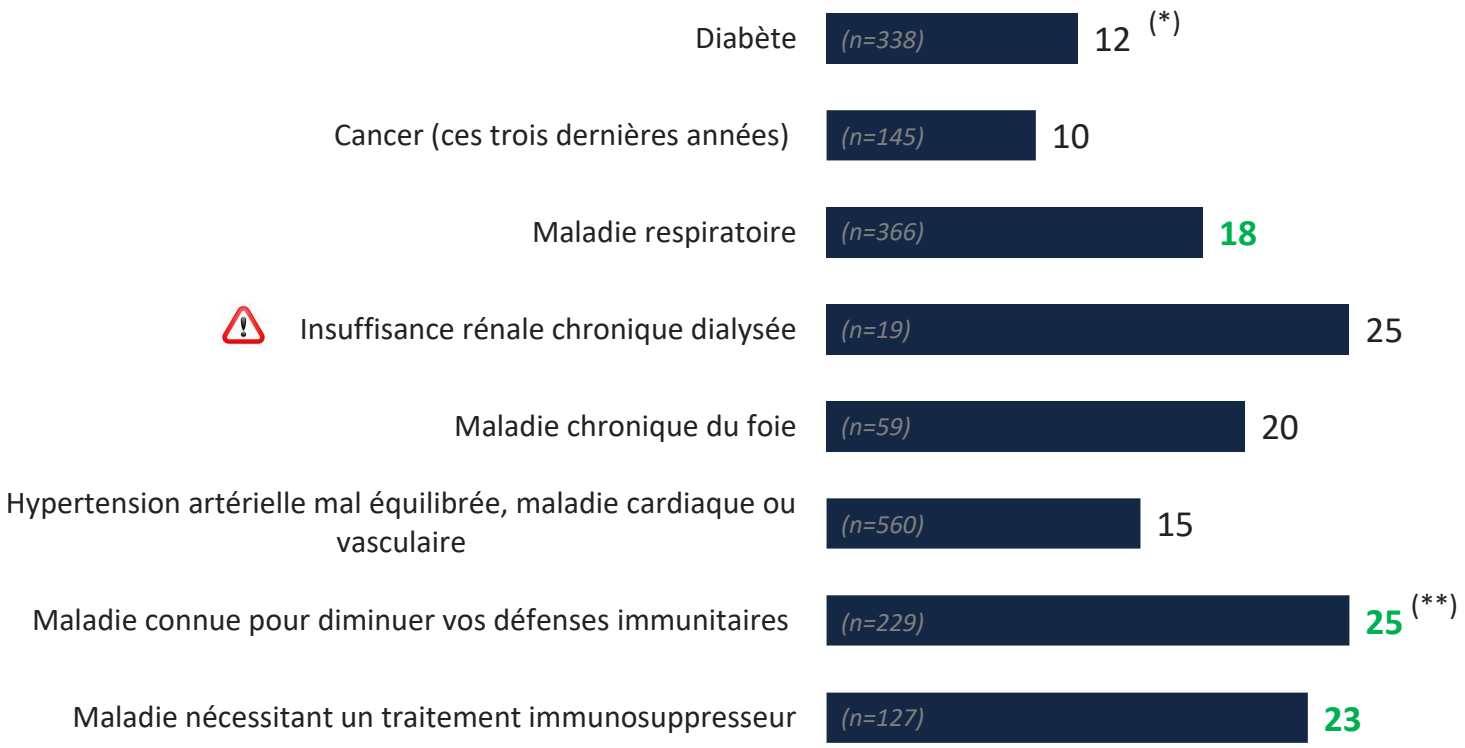
© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

GAME CHANGERS

En fonction de la pathologie

Question : « Sur une échelle allant de 0 à 10, comment évaluez-vous aujourd'hui votre niveau de bien-être (votre moral, votre forme physique, votre état d'esprit, etc..) ? »

Au global de l'échantillon, 13% des Français évaluent leur niveau de bien être entre 0 et 4. Qui sont-ils ?



(*) Parmi les personnes qui ont du diabète, 12% évaluent leur niveau de bien-être entre 0 et 4, une proportion qui se situe dans la moyenne des Français

(*) Parmi les personnes sont concernées par une maladie qui atteint leurs défenses immunitaire, 25% évaluent leur niveau de bien-être entre 0 et 4, soit une proportion nettement supérieure à la moyenne des Français et qui en fait la catégorie la plus en souffrance.

EN % *Effectif inférieur à 20*

BASE : CEUX ÉVALUANT LEUR NIVEAU DE BIEN ÊTRE ENTRE 0 ET 4, N = 638

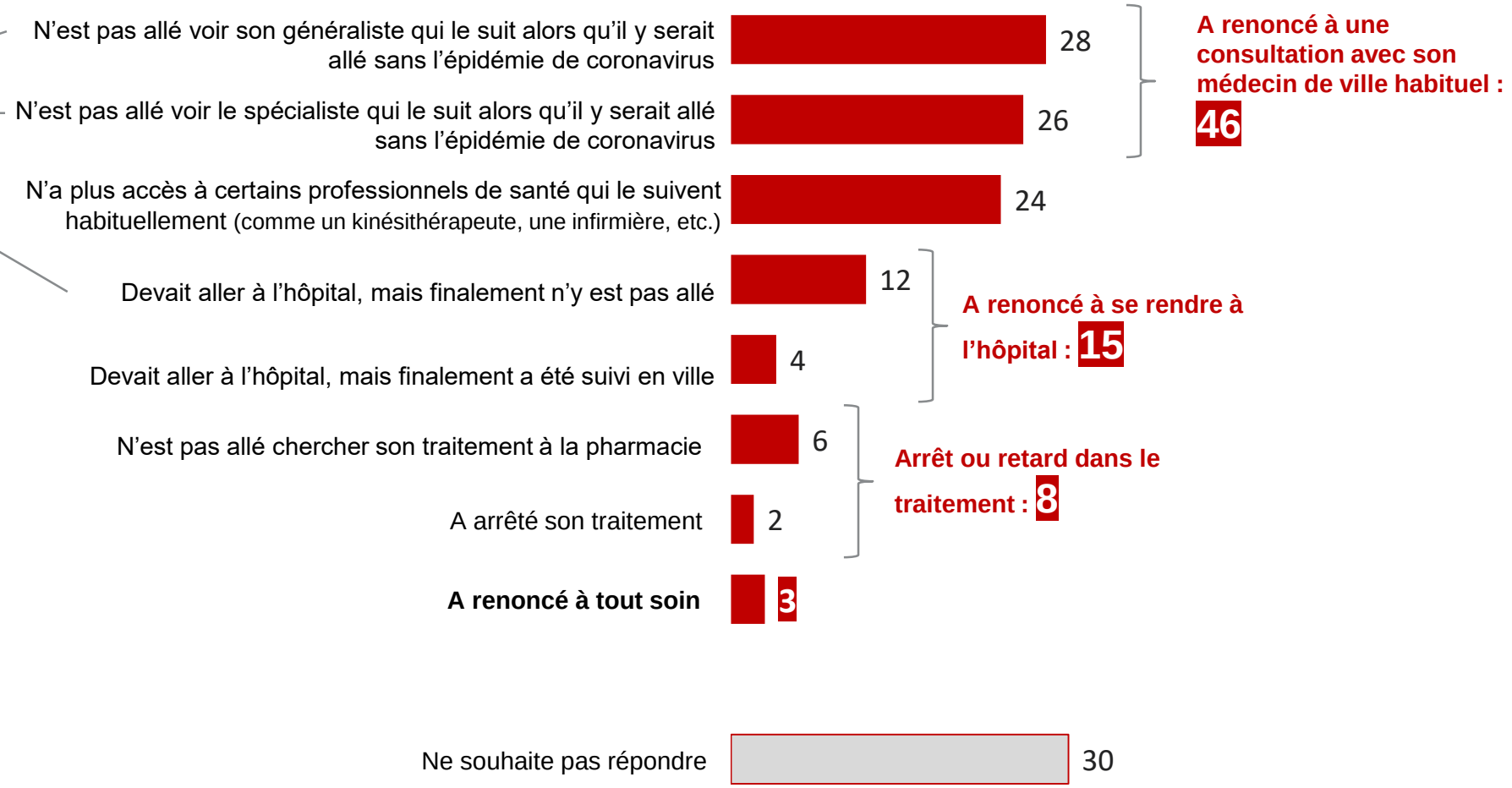
© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

GAME CHANGERS

Les situations rencontrées dans le cadre de leur maladie depuis l'épidémie

Question : « Vous avez déclaré souffrir de certains problèmes de santé, autres que le coronavirus. Parmi les situations suivantes, cochez toutes celles que vous avez rencontrées dans le cadre du traitement de votre maladie à cause de l'épidémie de coronavirus ? »

A renoncé à une consultation médicale prévue dans le cadre de la prise en charge : 51



EN %

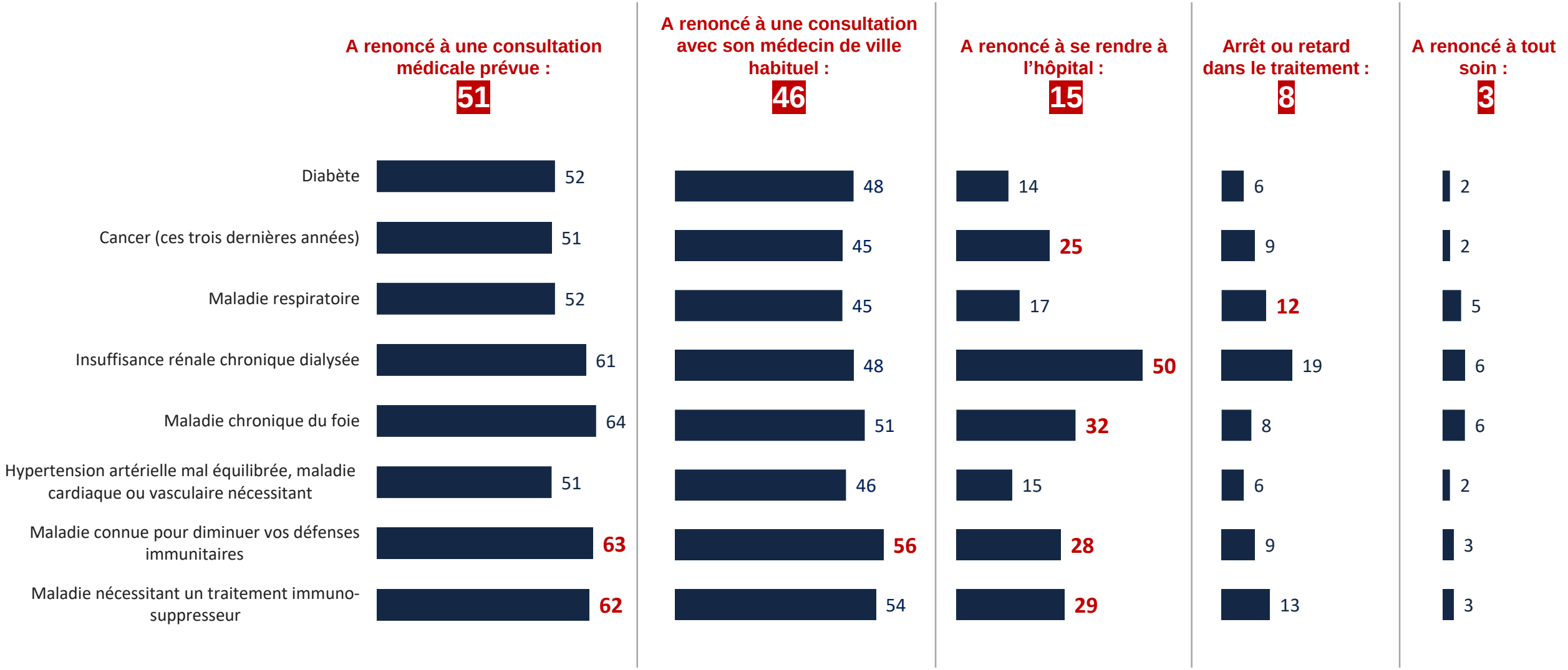
Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

Base : Ceux qui souffrent d'au moins un problème de santé n = 1316

© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

GAME CHANGERS

Les situations rencontrées dans le cadre de leur maladie depuis l'épidémie : Le détail



EN %

Base : Ceux qui souffrent d'au moins un problème de santé n = 1316

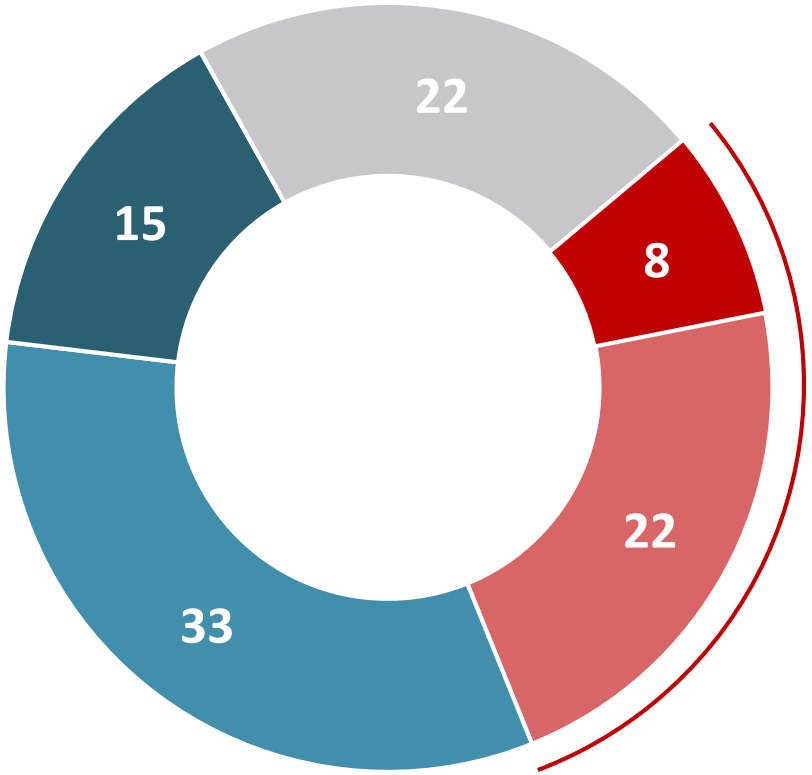
© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

GAME CHANGERS

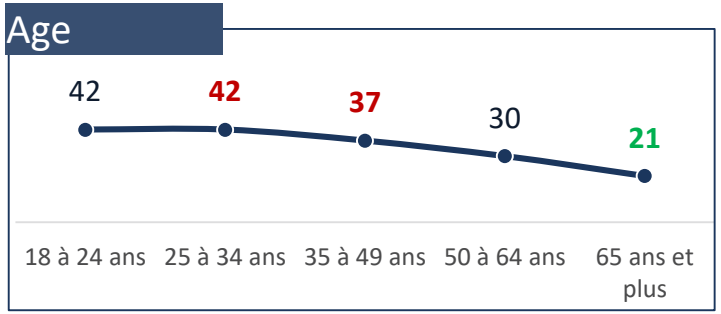
L'impact de l'épidémie sur la prise en charge de leur maladie

Question : « Plus précisément, diriez-vous que l'épidémie de coronavirus a eu des impacts importants ou pas en ce qui concerne la prise en charge de votre maladie ? »

PEU/PAS IMPORTANTS : **48%**



IMPORTANTS : 30%



Pense avoir été infecté par le virus : **47**

■ TRÈS IMPORTANTS ■ ASSEZ IMPORTANTS ■ PEU IMPORTANTS ■ PAS DU TOUT IMPORTANTS ■ AUCUN IMPACT

EN %

BASE : CEUX QUI SOUFFRENT D'AU MOINS UN PROBLÈME DE SANTÉ N = 1316

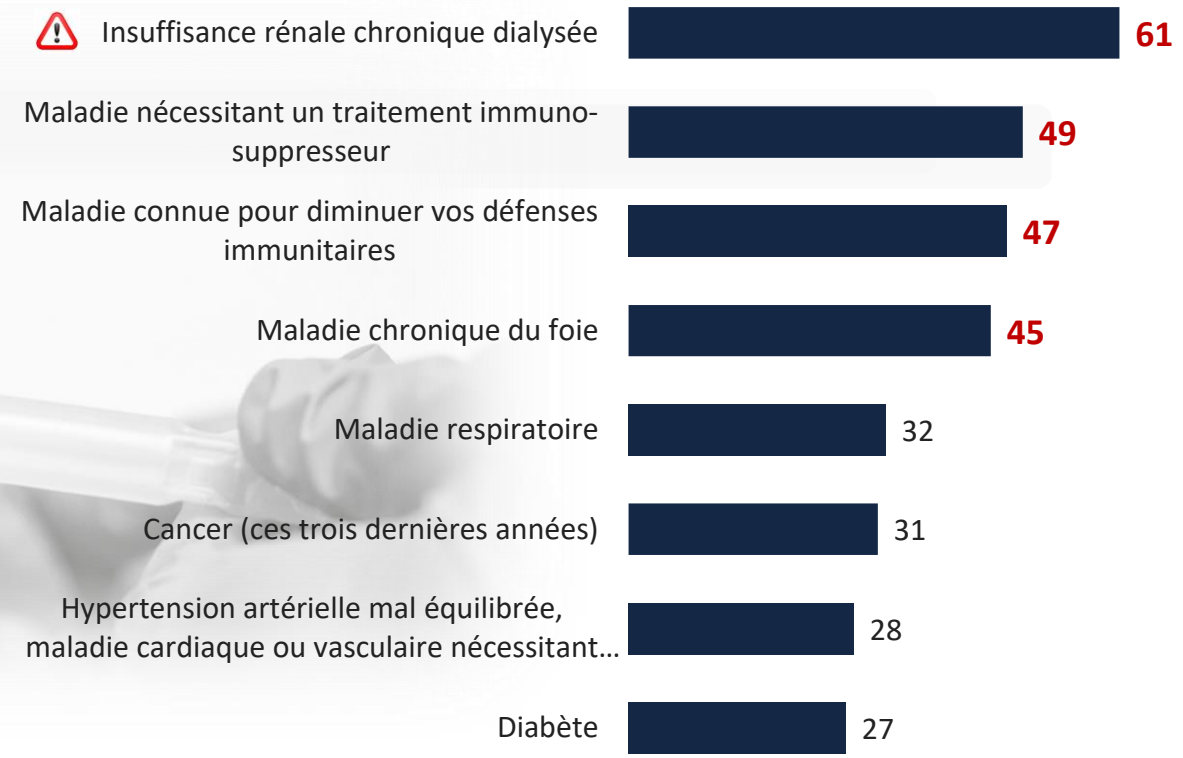
© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

GAME CHANGERS

L'impact de l'épidémie sur la prise en charge de leur maladie, en fonction de la pathologie

Question : « Plus précisément, diriez-vous que l'épidémie de coronavirus a eu des impacts importants ou pas en ce qui concerne la prise en charge de votre maladie ? »

30% des personnes souffrant d'au moins une de ces pathologies chroniques estiment que l'épidémie de coronavirus a eu un impact important sur la prise en charge de leur maladie.



EN %

Effectif inférieur à 20

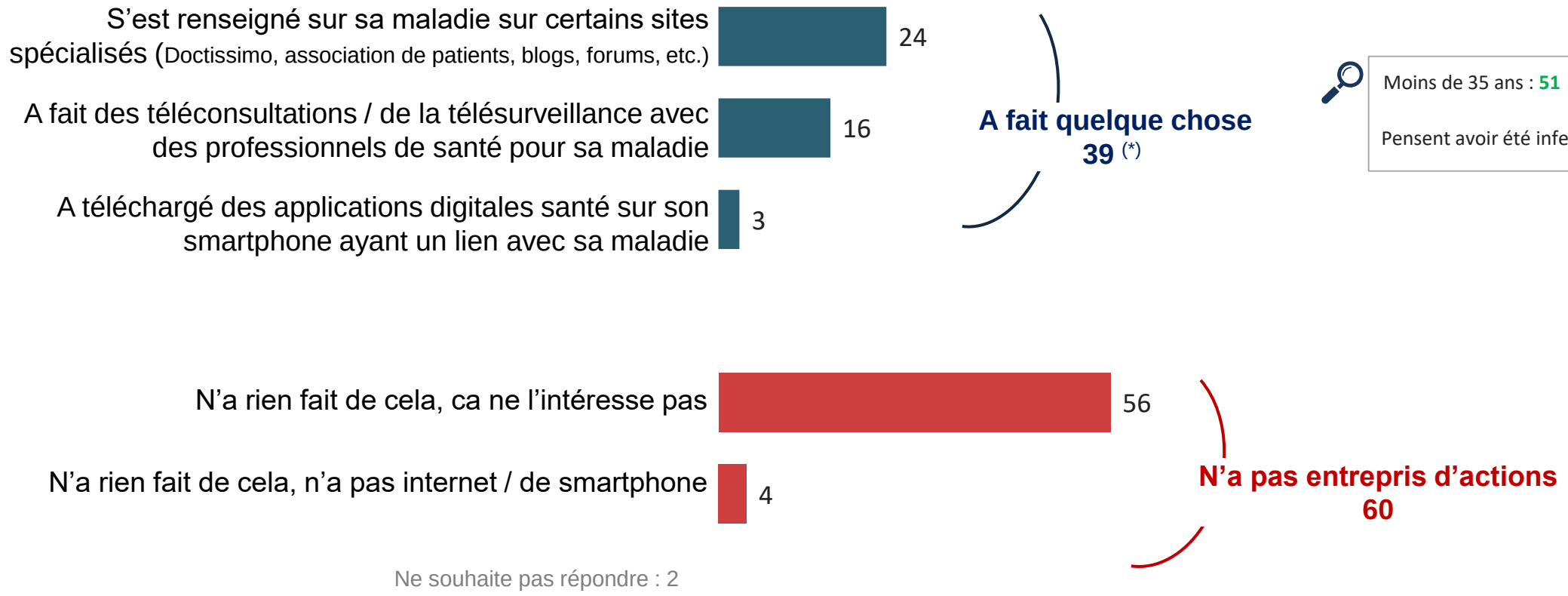
Base : Ceux qui souffrent d'au moins un problème de santé n = 1316

© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

GAME CHANGERS

Les actions réalisées dans le cadre du suivi de leur maladie depuis le confinement

Question : « Cochez toutes les choses que vous avez faîtes dans le cadre du suivi de votre maladie depuis le début du confinement ? »



Moins de 35 ans : **51**

Pensent avoir été infecté par le coronavirus : **53**

EN %

(*) Total supérieur à 39 car plusieurs réponses possibles

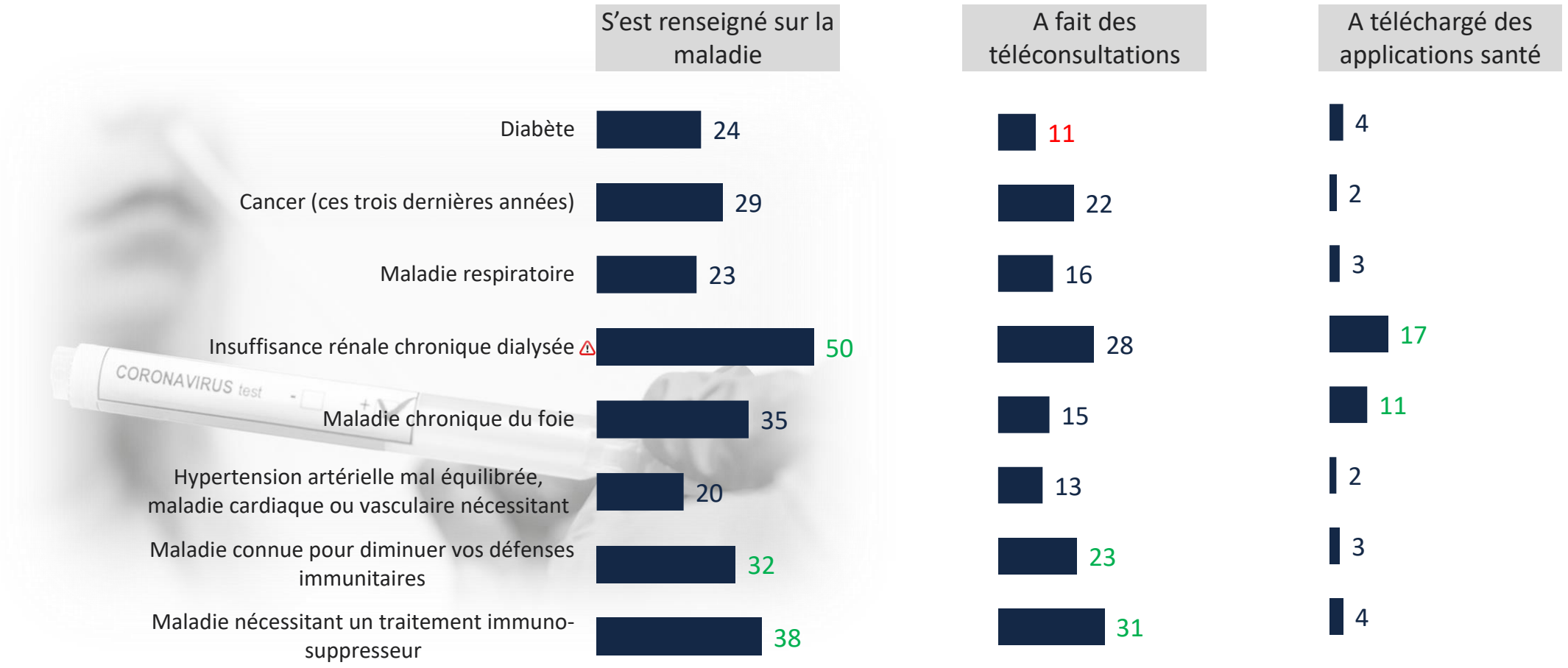
Base : Ceux qui souffrent d'au moins un problème de santé n = 1316

© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

GAME CHANGERS

En fonction de la pathologie

Question : « Cochez toutes les choses que vous avez faîtes dans le cadre du suivi de votre maladie depuis le début du confinement ? »



EN %

Effectif inférieur à 20

Base : Ceux qui souffrent d'au moins un problème de santé n = 1316

© Ipsos | Enquête Amgen – Avril 2020

GAME CHANGERS

ANNEXES

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), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **Mar**ket 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'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles

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 : Market Research 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

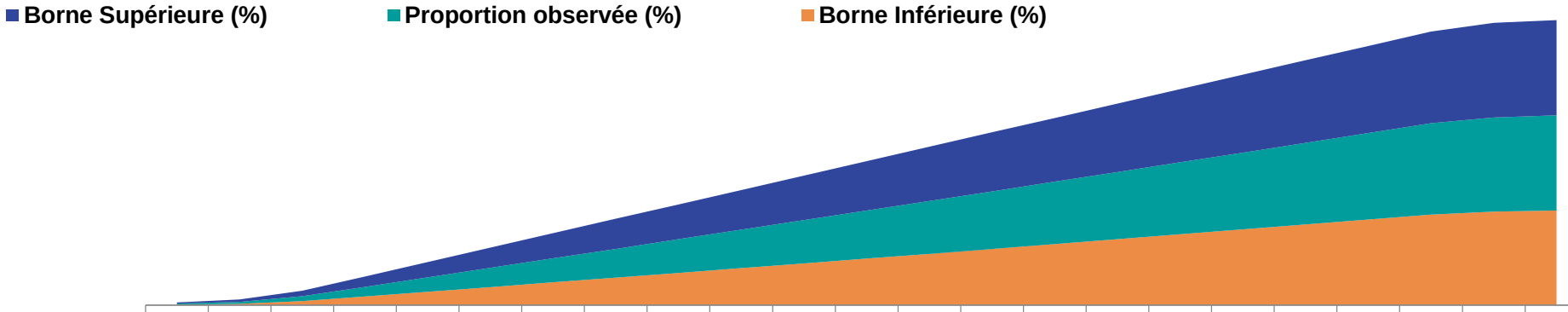
FIABILITÉ DES RÉSULTATS

Feuille de calcul

En l’occurrence s’agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : *[sélectionner entre]* **95%**
- Taille d’échantillon : *[saisir la taille de l’échantillon]* **N=5000**

Les proportions observées sont comprises entre :



	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,3%	2,4%	5,6%	10,8%	16,0%	21,1%	26,2%	31,3%	36,3%	41,4%	46,4%	51,4%	56,4%	61,4%	66,3%	71,3%	76,2%	81,1%	86,0%	90,8%	95,6%	98,4%	99,3%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,7%	1,6%	4,4%	9,2%	14,0%	18,9%	23,8%	28,7%	33,7%	38,6%	43,6%	48,6%	53,6%	58,6%	63,7%	68,7%	73,8%	78,9%	84,0%	89,2%	94,4%	97,6%	98,7%

FICHE TECHNIQUE

Étude CAWI sur panel IIS

ÉCHANTILLON

- **Population cible** : population générale 18 ans et plus
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- Le cas échéant, tirage raisonné permettant de sur représenter les cibles présentant systématiquement des taux de participation inférieurs à la moyenne
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge, CSP, région, catégorie d'agglomération (données INSEE…)

COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : du 15 au 21 avril
- **Taille de l'échantillon final** : 5001 individus
- **Mode de recueil** : Recueil On line
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.

TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon non pondéré
- Critères de pondération : sexe, âge, CSP, région, catégorie d'agglomération (données INSEE…)

LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Echantillonnage
- Elaboration du questionnaire / Scripting et validation
- Collecte des données France
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Analyses et synthèse

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 d'une étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon :** structure et représentativité
- **Questionnaire :** le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant les 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

- **Échantillonnage :** 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.

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

Syndicated studies
© 2020 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.

Ad hoc studies
© 2020 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.

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

GAME CHANGERS