

Nouvelles formes de sociabilité, nouveaux bonheurs ?

Une enquête Ipsos pour Burson-Marsteller dans le cadre de :



L'OBSERVATOIRE
DU BONHEUR

Par Federico VACAS

federico.vacas@ipsos.com

Et Vincent DUSSEaux

vincent.dusseaux@ipsos.com

ENQUÊTE RÉALISÉE POUR



DATE DE TERRAIN

Du 26 février au 1^{er} mars 2016.

ÉCHANTILLON

1 089 personnes, représentatif de la population française âgée entre 18 ans et 75 ans

MÉTHODE

Echantillon interrogé par Internet via l'Access Panel d'Ipsos.

Méthode des quotas appliquée aux variables sexe, âge, profession de la personne interrogée, 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.



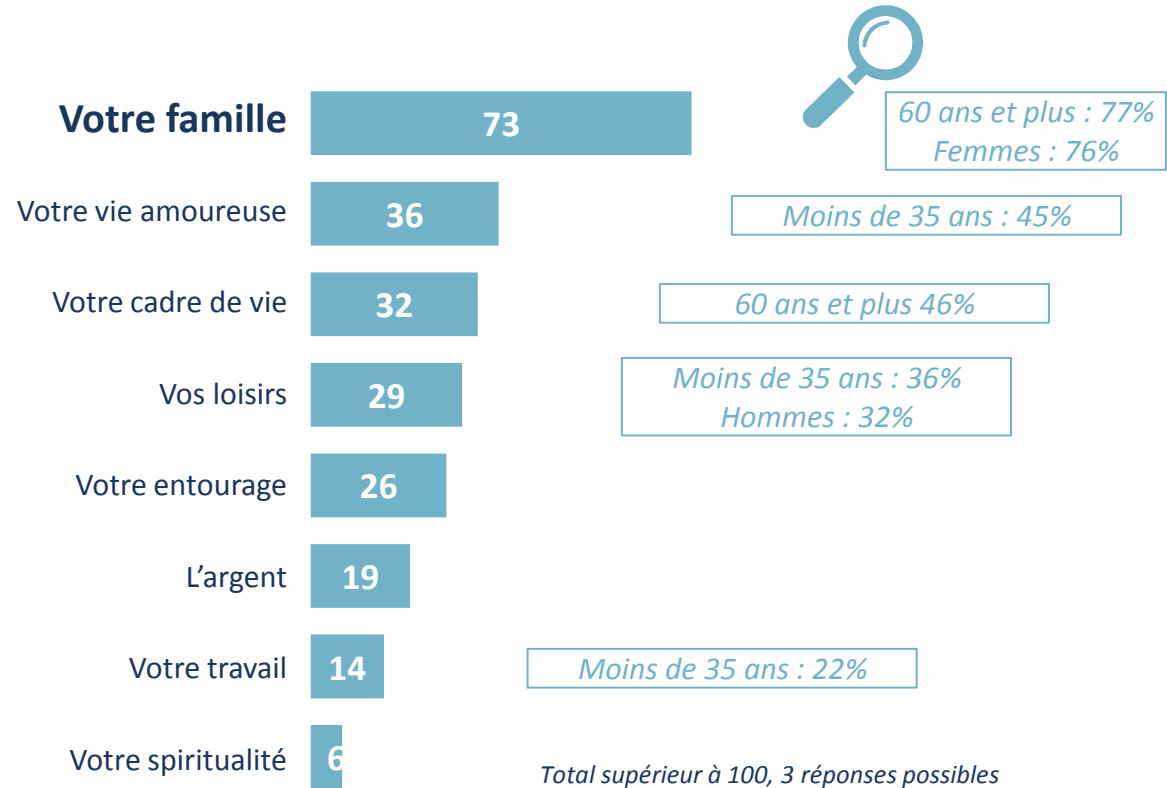
DES BONHEURS MIEUX PARTAGÉS

GAME CHANGERS



La famille, de loin la première source de bonheur pour les Français

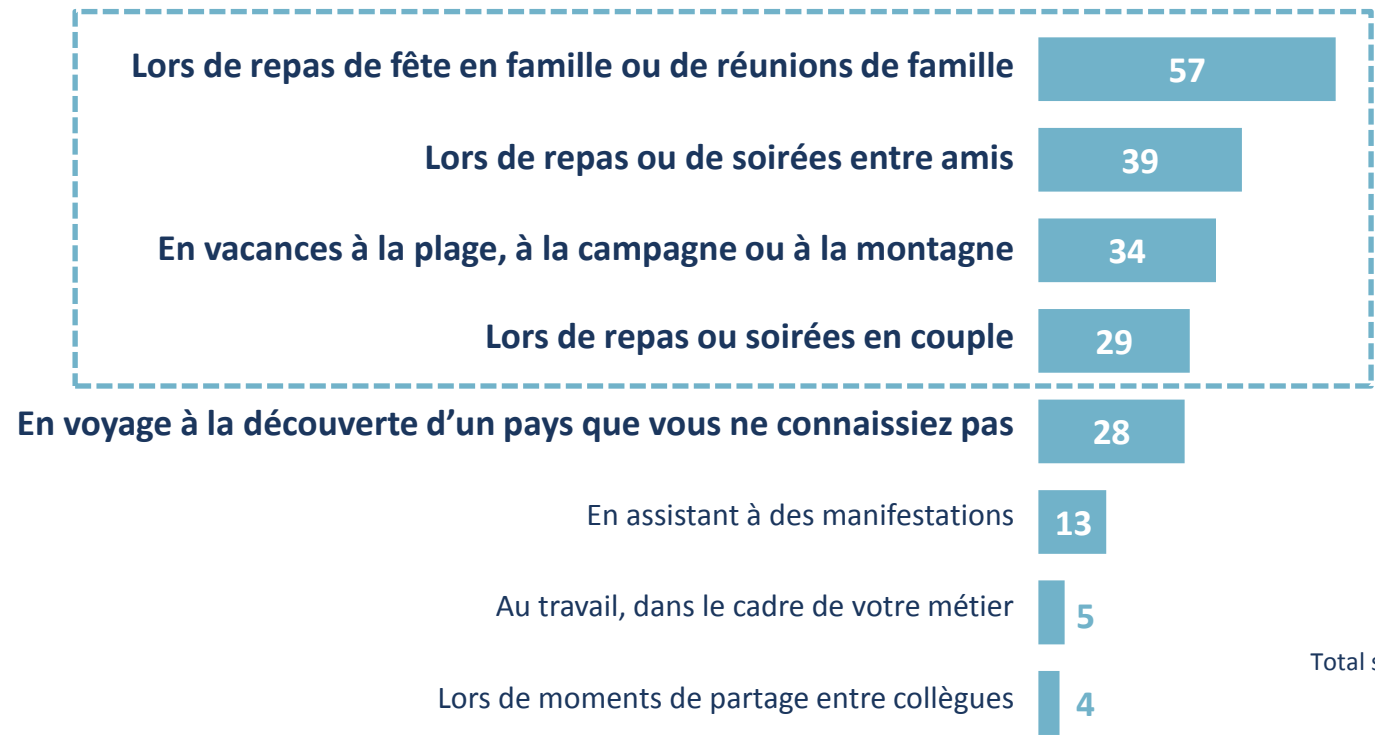
Parmi les éléments suivants, lesquels contribuent le plus à votre bonheur ?



Total supérieur à 100, 3 réponses possibles

C'est autour de la table ou en vacances que les moments de bonheurs sont les plus intenses

Ces douze derniers mois, les moments de bonheur les plus intenses que vous avez vécus, c'était...

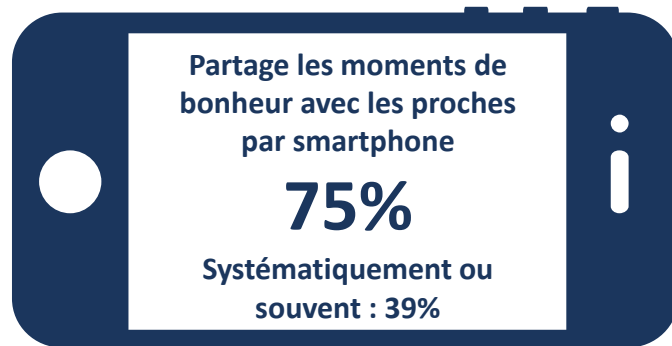
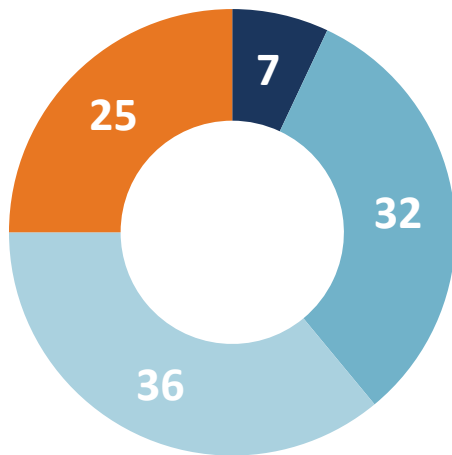


Total supérieur à 100, 3 réponses possibles

Des moments de bonheur que beaucoup de Français partagent instantanément avec leurs proches sur leur smartphone

Lorsque vous vivez des moments de bonheur, vous arrive-t-il d'envoyer à vos proches, avec votre smartphone, des photos ou des vidéos pour partager ces moments avec eux ?

■ Systématiquement ou presque ■ Souvent ■ Rarement ■ Jamais



Une pratique qui touche toutes les générations

Moins de 35 ans : 88%

35-59 ans : 71%

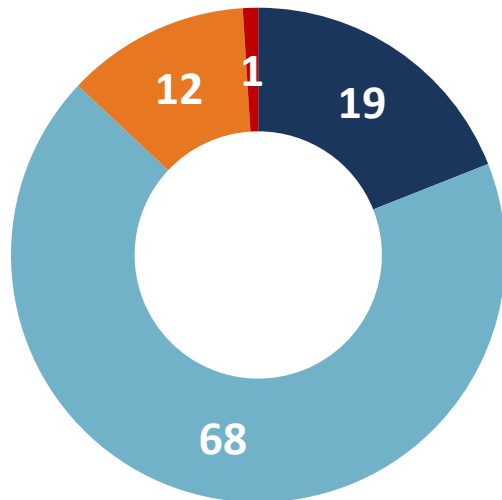
60 ans et plus : 65%

Partager instantanément ces moments avec les proches renforce le bonheur sur le moment...

Partager immédiatement ces moments avec vos proches renforce-t-il votre bonheur sur le moment ?

Base : à ceux qui partagent systématiquement ou souvent

■ Oui, vraiment ■ Oui, plutôt ■ Non, pas vraiment ■ Non, pas du tout

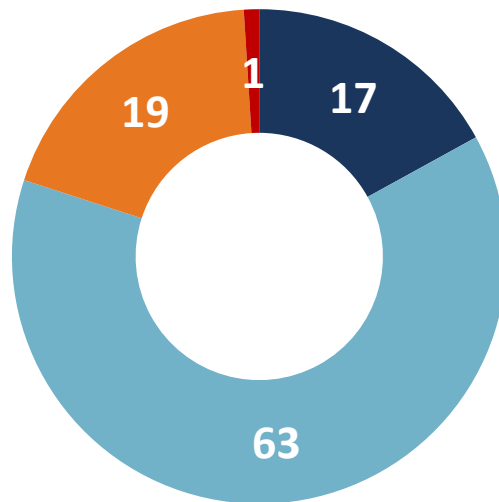


... Et renforce les liens avec les proches

Et diriez-vous que le fait de pouvoir partager immédiatement ces moments avec vos proches a renforcé le lien que vous entreteniez avec eux ?

Base : à ceux qui partagent systématiquement ou souvent

■ Oui, vraiment ■ Oui, plutôt ■ Non, pas vraiment ■ Non, pas du tout



ST
Oui
80%





VERS DE NOUVELLES FORMES DE BIEN ÊTRE COLLECTIF ?

GAME CHANGERS



Des pratiques collaboratives qui restent minoritaires dans l'ensemble de la population, mais qui sont plus fréquentes chez les jeunes

Avez-vous déjà...

■ Oui, plusieurs fois ■ Oui, une fois ■ Non, jamais **ST Oui**



Des pratiques qui permettent avant tout d'économiser de l'argent et de consommer de façon responsable, et pour les plus jeunes une façon d'être solidaire et de créer du lien

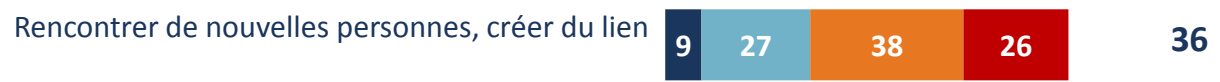
Et ces expériences vous ont-elles permis chacune des choses suivantes ?

Base : A ceux ayant réalisé au moins l'une des 4 pratiques

■ Oui, vraiment ■ Oui, plutôt ■ Non, pas vraiment ■ Non, pas du tout **ST Oui**



60% des 18-24 ans



50% des 18-24 ans



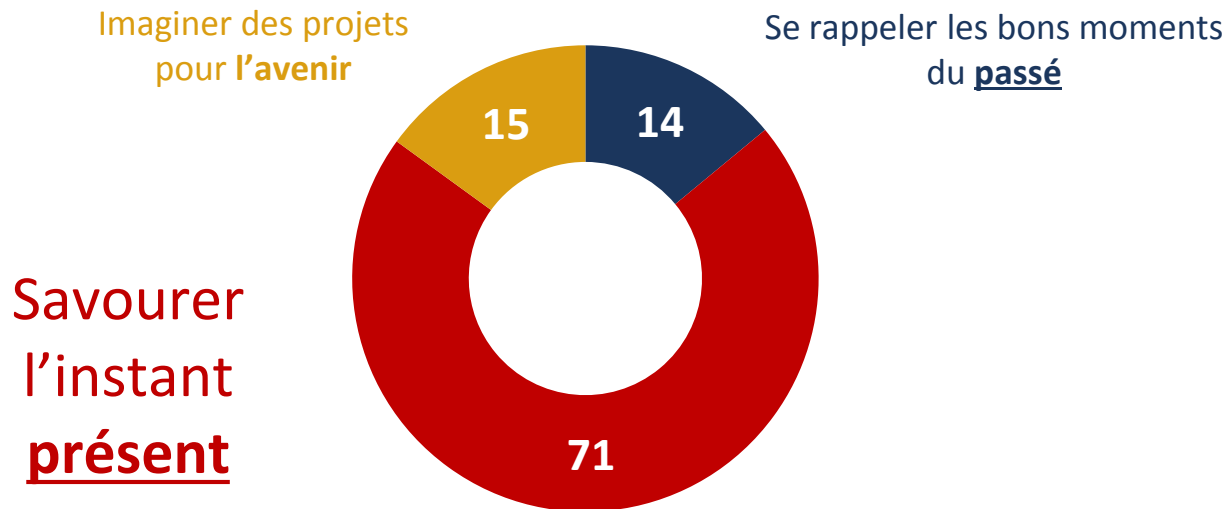
UN BONHEUR QUI SE SAVOURE DANS L'INSTANT

GAME CHANGERS



Pour une majorité de Français, le bonheur se savoure dans l'instant présent

Et diriez-vous que ce qui vous apporte le plus de bonheur, c'est... ?



A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 87 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 et Traitement des Données sur mobile, internet, face à face –.

Depuis 1999, Ipsos est coté sur l'Eurolist de NYSE-Euronext Paris.

www.ipsos.com

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

GAME CHANGERS



FIND US



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



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



vimeo.com/ipsos

© 2016 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

