



FranceAgriMer



## Baromètre de la perception des produits de la pêche et de l'aquaculture - Novembre 2011 -



**MICA Research**

1 rue Alsace Lorraine - 94140 Alfortville - France  
tél : + 33 1 43 96 01 12 - fax : + 33 1 43 96 02 01

**Réf : T77 – version 1**

**Contacts :** Renaud DEDEYAN / Sandrine KAHN



FranceAgriMer

# Sommaire

Méthodologie  
Avant-propos

## **RESULTATS**

1. HABITUDES ALIMENTAIRES
2. CONFIANCE, PERCEPTION ET INTENTION D'ACHAT PAR TYPE DE PRODUIT
3. CONFIANCE, PERCEPTION ET INTENTION D'ACHAT COMPAREES DES DIFFERENTS TYPES DE PRODUITS
4. HABITUDES DE CONSERVATION DU POISSON (SÉQUENCE MODULABLE)

## **ANNEXES**

Echantillon  
Questionnaire



<b>Mode opératoire</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Enquête téléphonique sous système CATI</li><li>■ 2<sup>ème</sup> vague du baromètre bi-annuel 2011 réalisé au moyen d'une approche quantitative ad hoc</li></ul>
<b>Cible</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Population française âgée de 25 à 74 ans</li></ul>
<b>Échantillonnage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 700 personnes participant à la décision des achats alimentaires dans le foyer et représentatives des ménages français en termes :<ul style="list-style-type: none"><li>■ d'âge</li><li>■ de sexe</li><li>■ de catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence du foyer</li><li>■ de région et de type d'habitat (stratification par région et type d'habitat)</li></ul></li></ul>
<b>Questionnaire</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 11 minutes environ</li></ul>
<b>Dates d'enquête</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Du 23 novembre au 3 décembre 2011</li></ul>
<b>Lieux d'enquête</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ France entière</li></ul>



FranceAgriMer

# Résultats



- Les résultats obtenus ce semestre (hors séquence modulable) sont comparés à ceux des 6 précédentes mesures :
  - novembre 2007
  - juin 2008
  - novembre 2008
  - juin 2009
  - novembre 2009
  - mai 2011
  
- Pour chaque vague, le signe + placé entre 2 moyennes (Test de Student) ou 2 pourcentages signifie que les 2 moyennes (pourcentages) sont différentes, au seuil de probabilité de 95%
  
- Les différences significatives entre les vagues sont représentées par des flèches



FranceAgriMer

## **1. Habitudes alimentaires**

2. Confiance, perception et intention d'achat par type de produit

3. Confiance, perception et intention d'achat comparées des différents types de produits

4. Habitudes de conservation du poisson (séquence modulable)

# Habitudes alimentaires concernant la viande et le poisson

## Fréquence de consommation de la viande

N=699

Résultats en %	Nov. 2007	Jun 2008	Nov. 2008	Jun 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Tous les jours ou presque	49 + ↘	43 + ↗	46 +	48 + ↘	40 + ↗	43 + ↗	47 +
3 à 4 fois par semaine	32	36	34	31 ↗	37	35	31
1 à 2 fois par semaine	15	17	16	15	17 ↖	18 ↖	18
2 fois par mois	2	2	2	3	3	2	2
1 fois par mois	-	-	-	1	1	1	1
Moins d'une fois par mois	1	1	-	-	1	-	-
Jamais	1	1	1	1	1	1	1

## Fréquence de consommation du poisson

Résultats en %	Nov. 2007	Jun 2008	Nov. 2008	Jun 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Tous les jours ou presque	2	2	2	2	2	3	3
3 à 4 fois par semaine	14	14	12	14	15	17	14
1 à 2 fois par semaine	52 +	56 +	56 +	56 +	57 +	59 +	62 +
2 fois par mois	19 ↘	15	18	17	16 ↘	12	12
1 fois par mois	6	6	5	4	4	5	5
Moins d'une fois par mois	5	5	6	5	4	2	2
Jamais	2	3	2	2	2	3	2

**Q7.** A quelle fréquence achetez-vous ou consommez-vous de la viande, chez vous ou hors domicile (par exemple au restaurant ou sur votre lieu de travail) ? / **Q8.** A quelle fréquence achetez-vous ou consommez-vous du poisson chez vous ou hors domicile (par exemple au restaurant ou sur votre lieu de travail) ?



FranceAgriMer

1. Habitudes alimentaires

**2. Confiance, perception et intention d'achat par type de produit**

3. Confiance, perception et intention d'achat comparées des différents types de produits

4. Habitudes de conservation du poisson (séquence modulable)

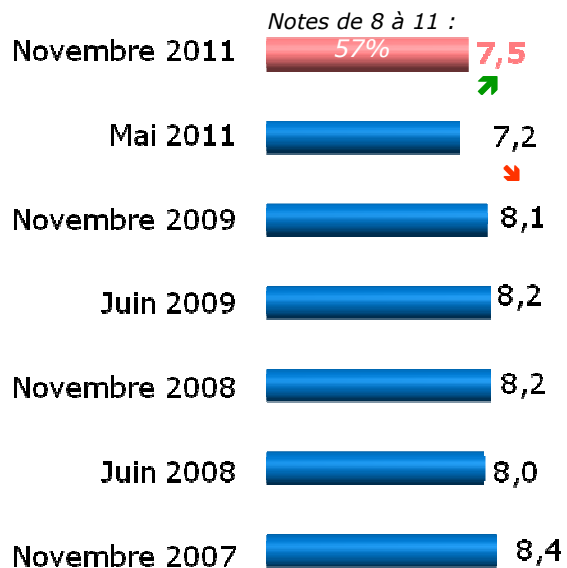


# Confiance – Perception – Intention d'achat Saumon

N=699

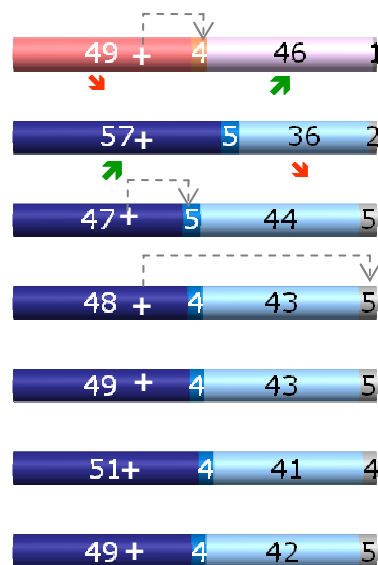
## CONFIANCE

Notes moyennes de 1 à 11



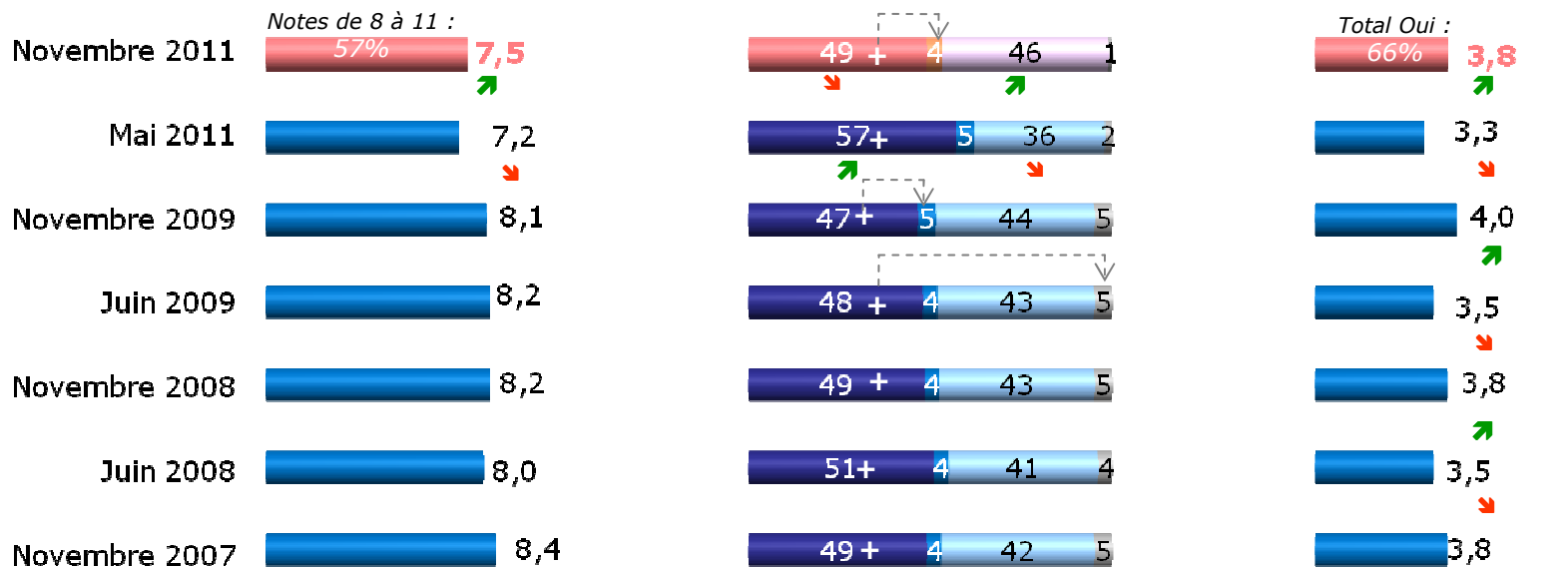
## PERCEPTION

Résultats en %



## INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5



■ Polisson d'élevage ■ Polisson sauvage  
■ Les deux ■ Ne sait pas

Viande de bœuf 71% 8,3+

86% 4,4+

Poulet 53% 7,3

78% 4,1+

**Q9.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance dans le saumon en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que le saumon ne vous inspire pas confiance actuellement et 11 qu'il vous inspire totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q10.** Selon vous, le saumon vendu dans le commerce est-il un poisson d'élevage ou un poisson sauvage ? / **Q11.** Envisagez-vous d'acheter du saumon dans les 4 prochaines semaines ?

# Confiance – Perception – Intention d'achat Truite

N=699

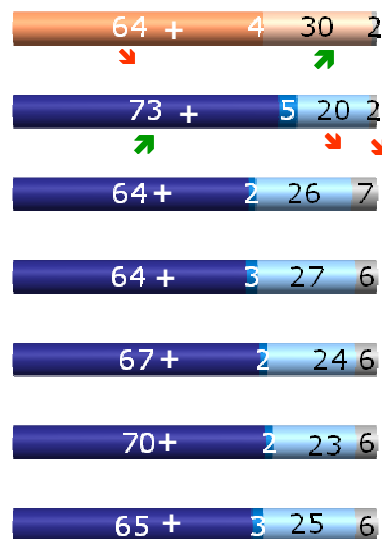
## CONFIANCE

Notes moyennes de 1 à 11



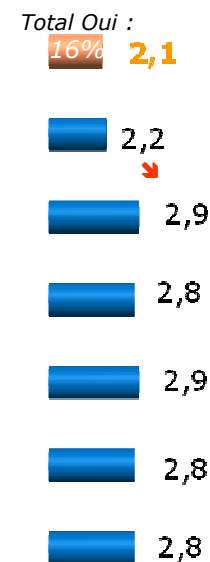
## PERCEPTION

Résultats en %



## INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5



■ Polisson d'élevage ■ Polisson sauvage  
■ Les deux ■ Ne sait pas

Viande de bœuf 71% 8,3 +

86% 4,4 +

Poulet 53% 7,3 +

78% 4,1 +

**Q12.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers la truite en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que la truite ne vous inspire pas confiance actuellement et 11 qu'elle vous inspire totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q13.** Selon vous, la truite vendue dans le commerce est-elle un poisson d'élevage ou un poisson sauvage ? / **Q14.** Envisagez-vous d'acheter de la truite dans les 4 prochaines semaines ?

# Confiance – Perception – Intention d'achat

## Poissons à chair blanche

N=699

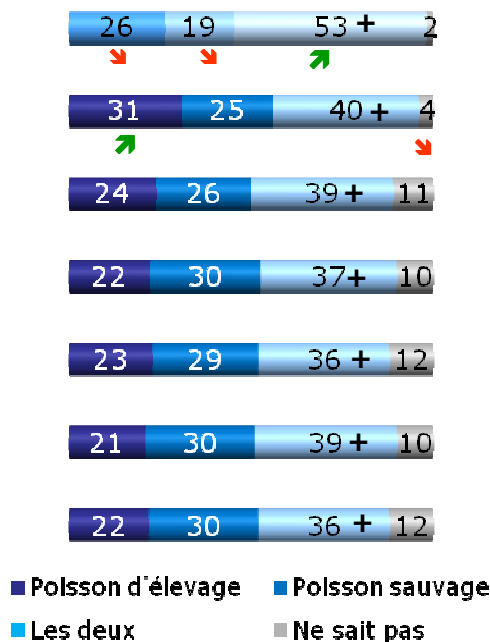
### CONFIANCE

Notes moyennes de 1 à 11



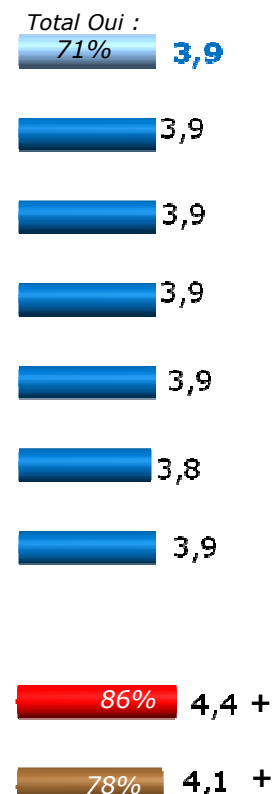
### PERCEPTION

Résultats en %



### INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5



**Q15.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers les poissons à chair blanche en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que les poissons à chair blanche ne vous inspirent pas confiance actuellement et 11 qu'ils vous inspirent totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q16.** Selon vous, les poissons à chair blanche vendus dans le commerce sont-ils des poissons d'élevage ou des poissons sauvage ? / **Q17.** Envisagez-vous d'acheter des poissons à chair blanche dans les 4 prochaines semaines ?

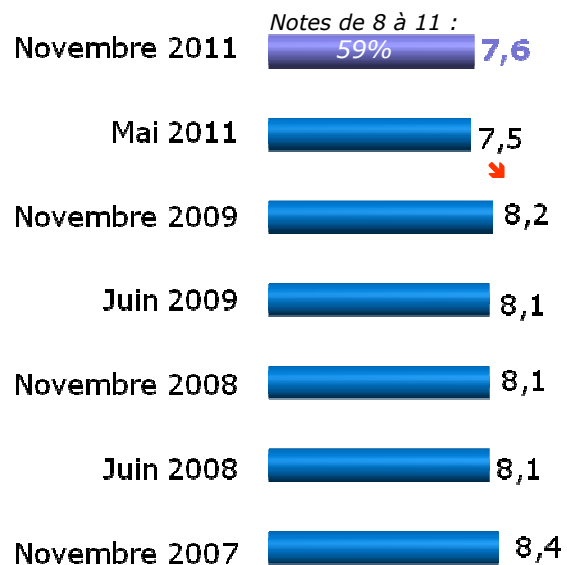
# Confiance – Perception – Intention d'achat

## Bar et dorade

N=699

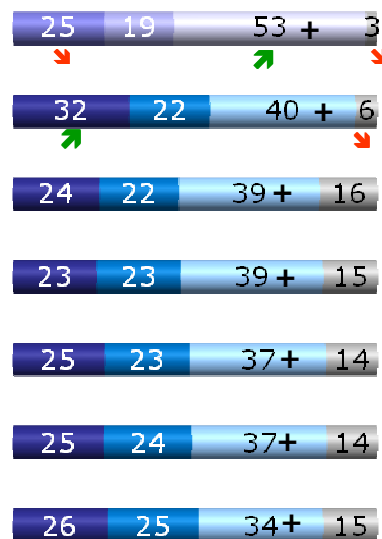
### CONFIANCE

Notes moyennes de 1 à 11



### PERCEPTION

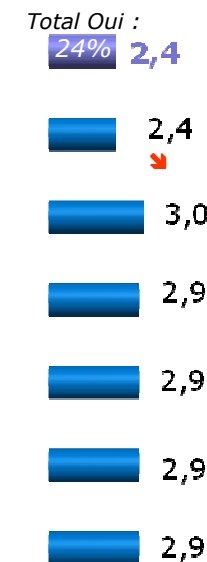
Résultats en %



■ Polisson d'élevage ■ Polisson sauvage  
■ Les deux ■ Ne sait pas

### INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5



Viande de bœuf 71% 8,3 +

86% 4,4 +

Poulet 53% 7,3-

78% 4,1 +

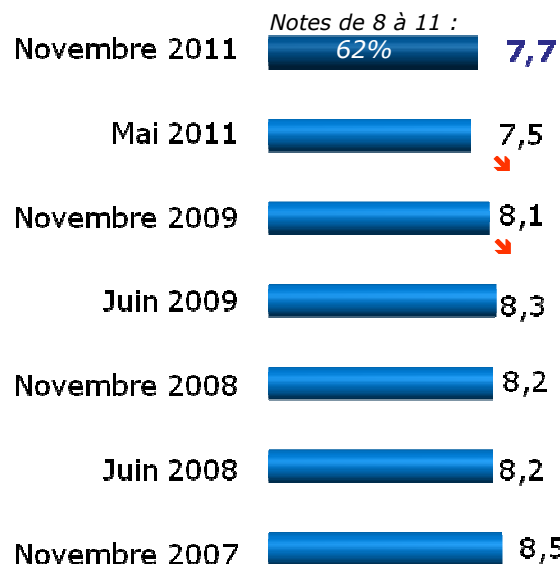
**Q18.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers le bar et la dorade en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que le bar et la dorade ne vous inspirent pas confiance actuellement et 11 qu'ils vous inspirent totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q19.** Selon vous, le bar et la dorade vendus dans le commerce sont-ils des poissons d'élevage ou des poissons sauvages ? / **Q20.** Envisagez-vous d'acheter du bar et de la dorade dans les 4 prochaines semaines ?

# Confiance – Perception – Intention d'achat Poissons bleus

N=699

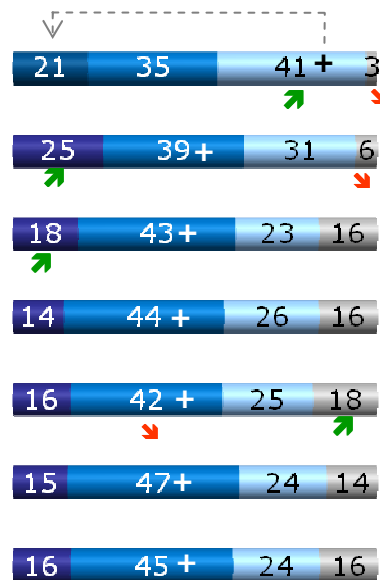
## CONFIANCE

Notes moyennes de 1 à 11



## PERCEPTION

Résultats en %

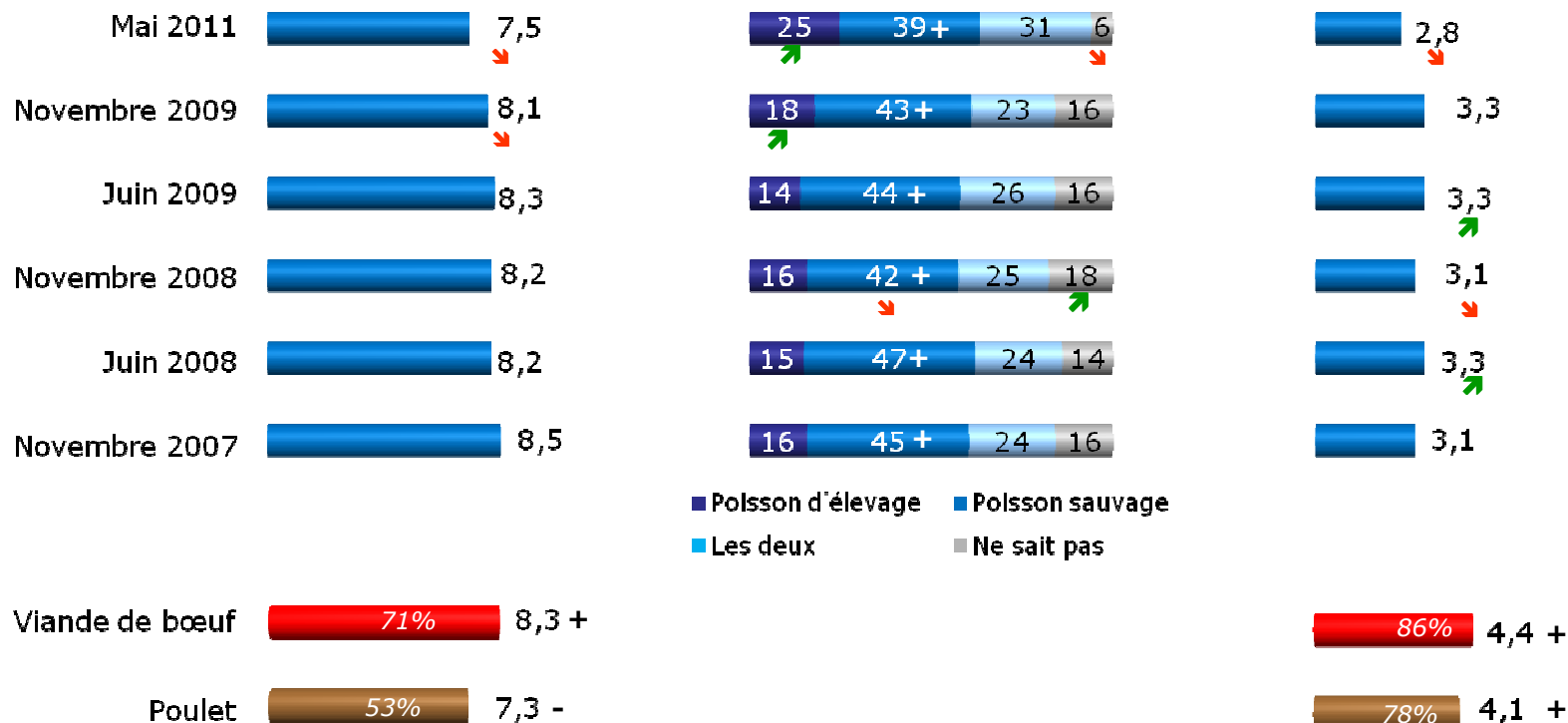


■ Polisson d'élevage ■ Polisson sauvage  
■ Les deux ■ Ne sait pas

## INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5

Total Oui : 37% 2,7



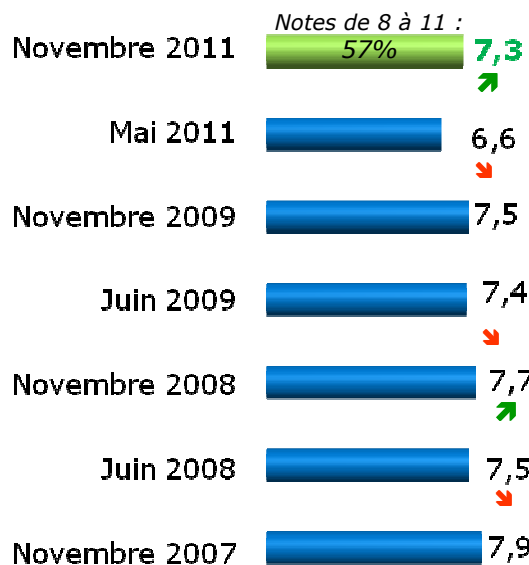
**Q21.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers les poissons bleus en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que les poissons bleus ne vous inspirent pas confiance actuellement et 11 qu'ils vous inspirent totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q22.** Selon vous, les poissons bleus vendus dans le commerce sont-ils des poissons d'élevage ou des poissons sauvages ? / **Q23.** Envisagez-vous d'acheter des poissons bleus dans les 4 prochaines semaines ?

# Confiance – Perception – Intention d'achat Huîtres

N=699

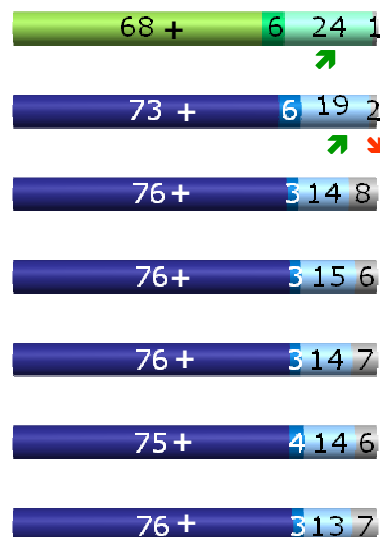
## CONFIANCE

Notes moyennes de 1 à 11



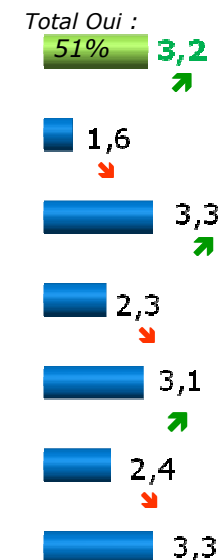
## PERCEPTION

Résultats en %



## INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5



■ Coquillages d'élevage ■ Coquillages sauvages  
■ Les deux ■ Ne sait pas

Viande de bœuf 71% 8,3 +

86% 4,4 +

Poulet 53% 7,3

78% 4,1 +

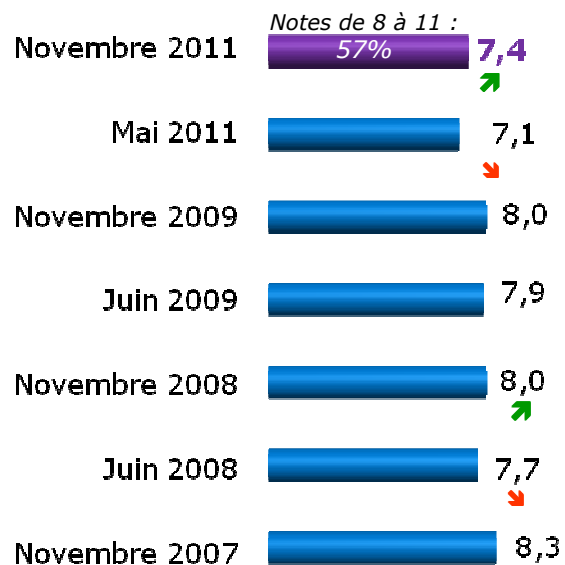
**Q24.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers les huîtres en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que les huîtres ne vous inspirent pas confiance actuellement et 11 qu'elles vous inspirent totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q25.** Selon vous, les huîtres vendues dans le commerce sont-elles des coquillages d'élevage ou des coquillages sauvages ? / **Q26.** Envisagez-vous d'acheter des huîtres dans les 4 prochaines semaines ?

# Confiance – Perception – Intention d'achat Moules

N=699

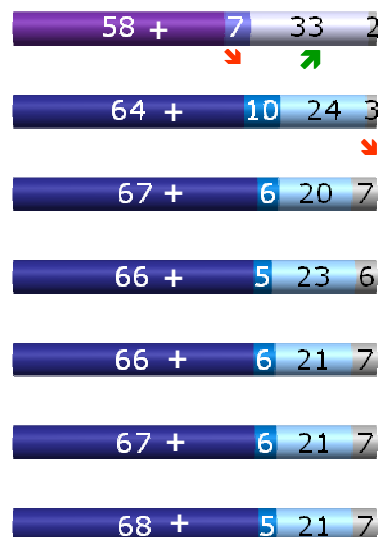
## CONFIANCE

Notes moyennes de 1 à 11



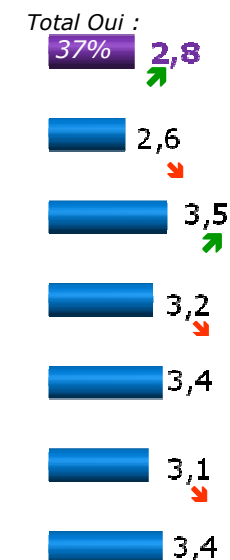
## PERCEPTION

Résultats en %



## INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5



■ Coquillages d'élevage ■ Coquillages sauvages  
■ Les deux ■ Ne sait pas

Viande de bœuf 71% 8,3 +

86% 4,4 +

Poulet 53% 7,3

78% 4,1 +

**Q27.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers les moules en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que les moules ne vous inspirent pas confiance actuellement et 11 qu'elles vous inspirent totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q28.** Selon vous, les moules vendues dans le commerce sont-elles des coquillages d'élevage ou des coquillages sauvages ? / **Q29.** Envisagez-vous d'acheter des moules dans les 4 prochaines semaines ?

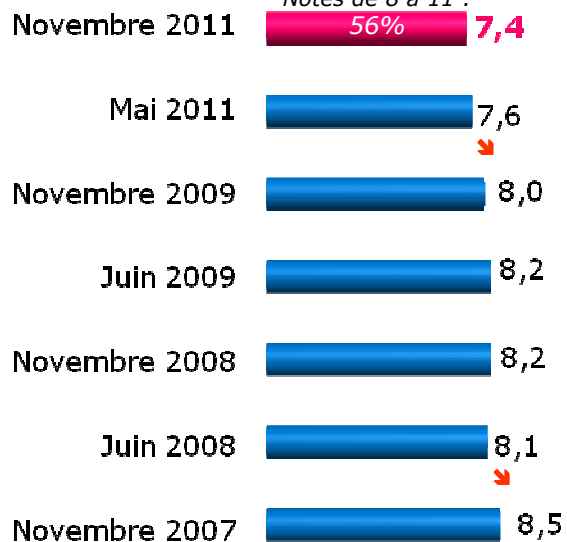
# Confiance – Perception – Intention d'achat Crevettes

N=699

## CONFIANCE

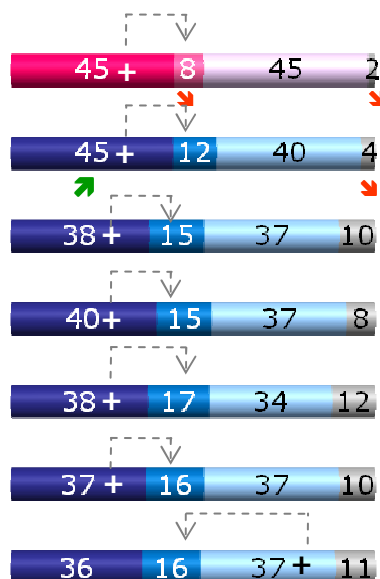
Notes moyennes de 1 à 11

Notes de 8 à 11 :  
56% 7,4



## PERCEPTION

Résultats en %

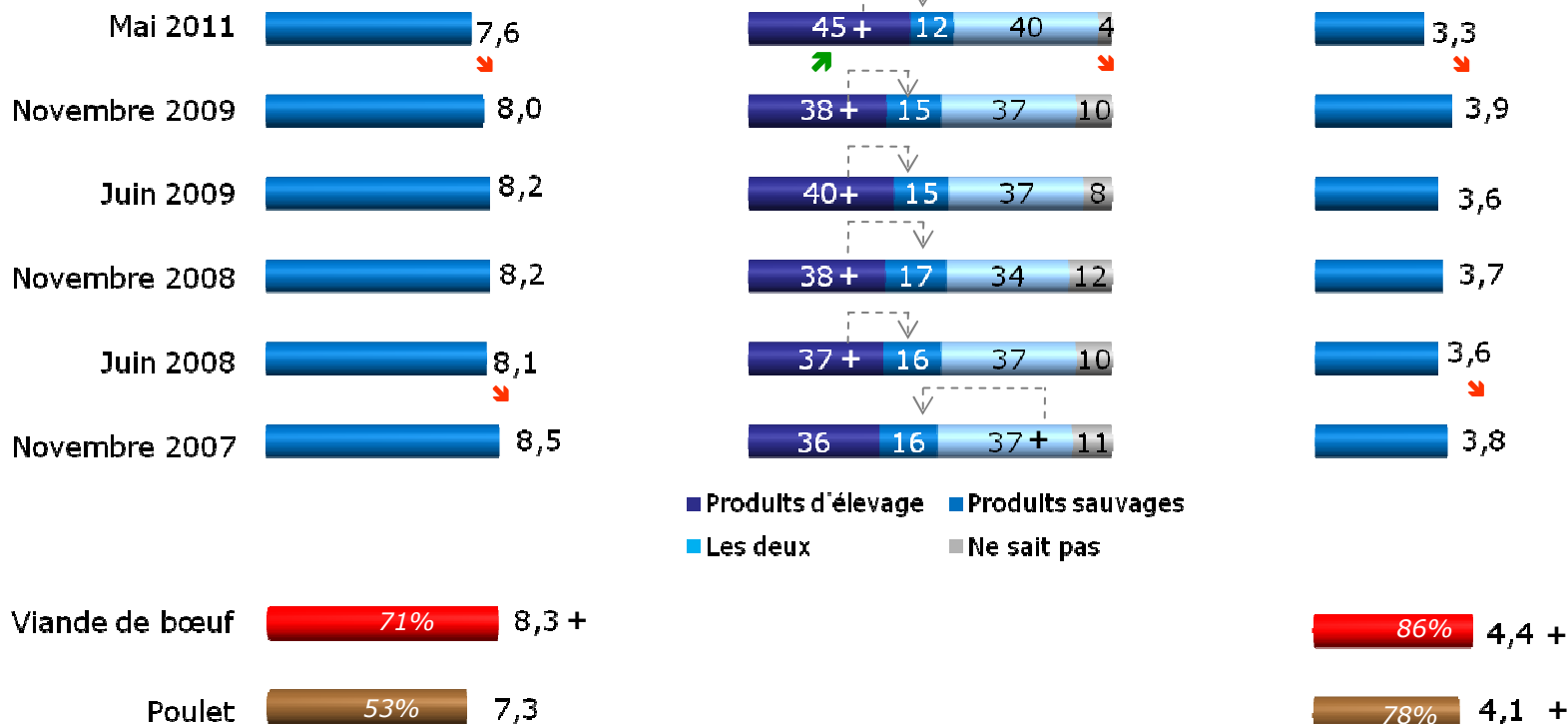


■ Produits d'élevage ■ Produits sauvages  
■ Les deux ■ Ne sait pas

## INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5

Total Oui :  
64% 3,7



**Q30.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers les crevettes en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que les crevettes ne vous inspirent pas confiance actuellement et 11 qu'elles vous inspirent totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q31.** Selon vous, les crevettes vendues dans le commerce sont-elles des produits d'élevages ou des produits sauvages ? / **Q32.** Envisagez-vous d'acheter des crevettes dans les 4 prochaines semaines ?



# Confiance – Perception – Intention d'achat Coquilles Saint-Jacques\*

N=699

## CONFIANCE

Notes moyennes de 1 à 11

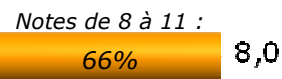
## PERCEPTION

Résultats en %

## INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5

Coquilles Saint-Jacques



Viande de bœuf



Poulet



■ Produits d'élevage ■ Produits sauvages  
■ Les deux ■ Ne sait pas



**\* Pour les coquilles Saint-Jacques il s'agissait de la première mesure en soi.  
Cette mesure sera d'ailleurs réalisée uniquement pour la deuxième vague de l'année**

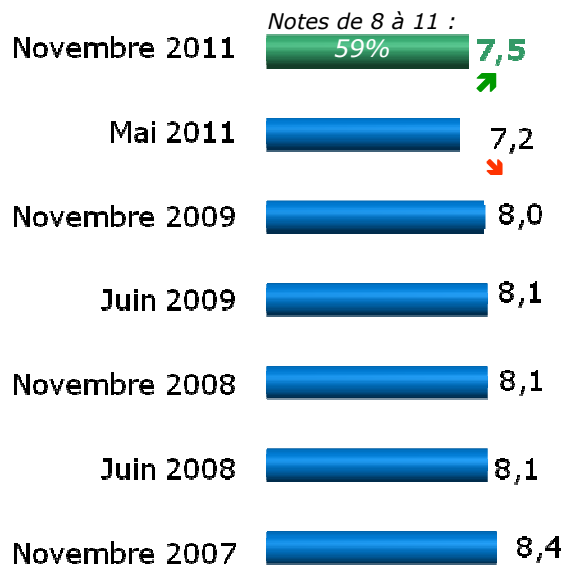
**Q33.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers les coquilles Saint-Jacques en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que les coquilles Saint-Jacques ne vous inspirent pas confiance actuellement et 11 qu'elles vous inspirent totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q34.** Selon vous, les coquilles Saint-Jacques vendues dans le commerce sont-elles un produit d'élevage ou un produit sauvage ? / **Q35.** Envisagez-vous d'acheter des coquilles Saint-Jacques dans les 4 prochaines semaines ?

# Confiance – Perception – Intention d'achat Crustacés

N=699

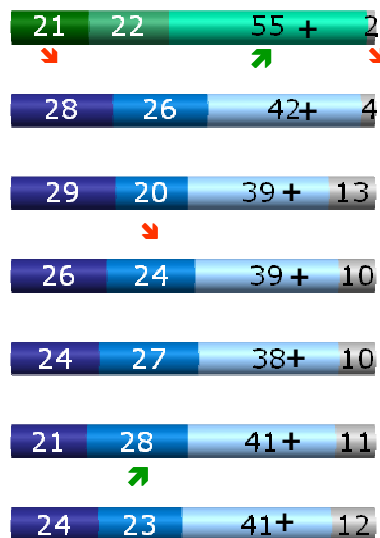
## CONFIANCE

Notes moyennes de 1 à 11



## PERCEPTION

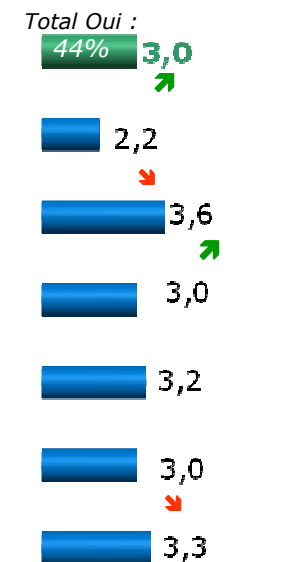
Résultats en %



■ Produits d'élevage ■ Produits sauvages  
■ Les deux ■ Ne sait pas

## INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5



Viande de bœuf 71% 8,3 +

86% 4,4 +

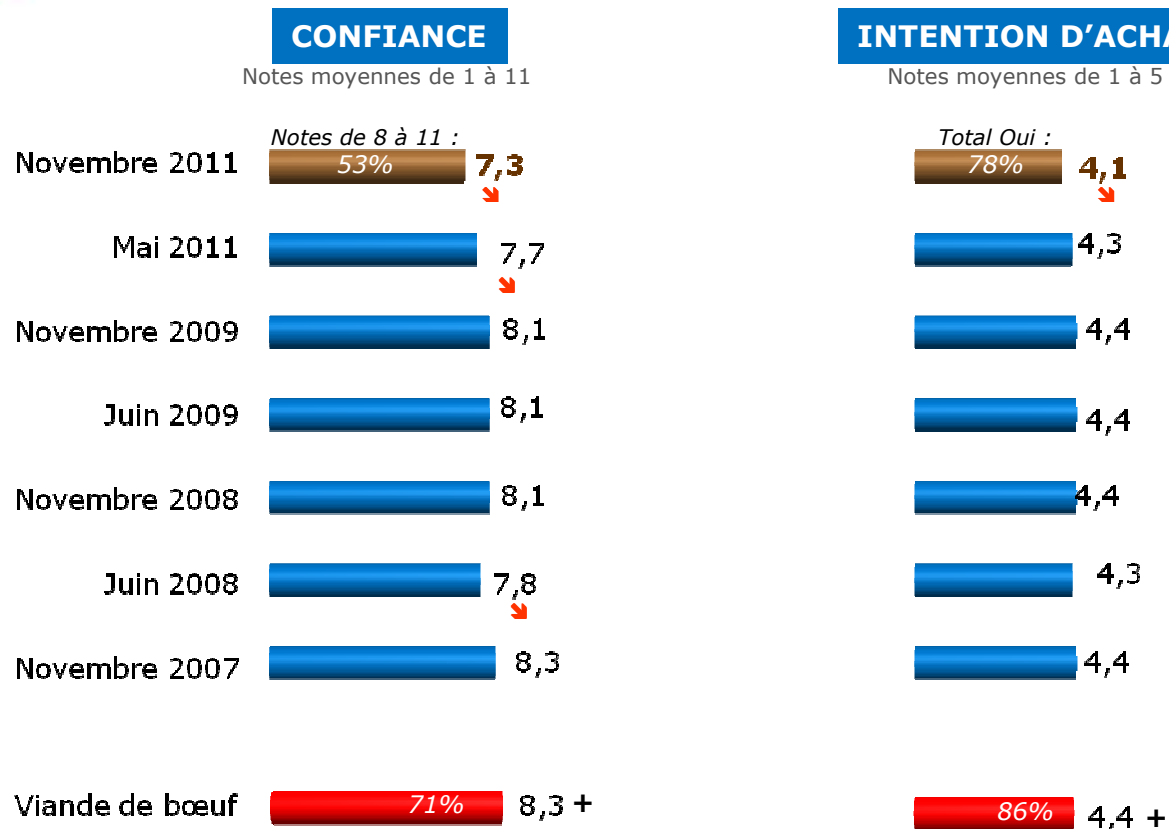
Poulet 53% 7,3

78% 4,1 +

**Q36.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers les crustacés en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que les crustacés ne vous inspirent pas confiance actuellement et 11 qu'elles vous inspirent totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q37.** Selon vous, les crustacés vendus dans le commerce sont-ils des produits d'élevages ou des produits sauvages ? / **Q38.** Envisagez-vous d'acheter des crustacés dans les 4 prochaines semaines ?

# Confiance – Intention d'achat Poulet\*

N=699

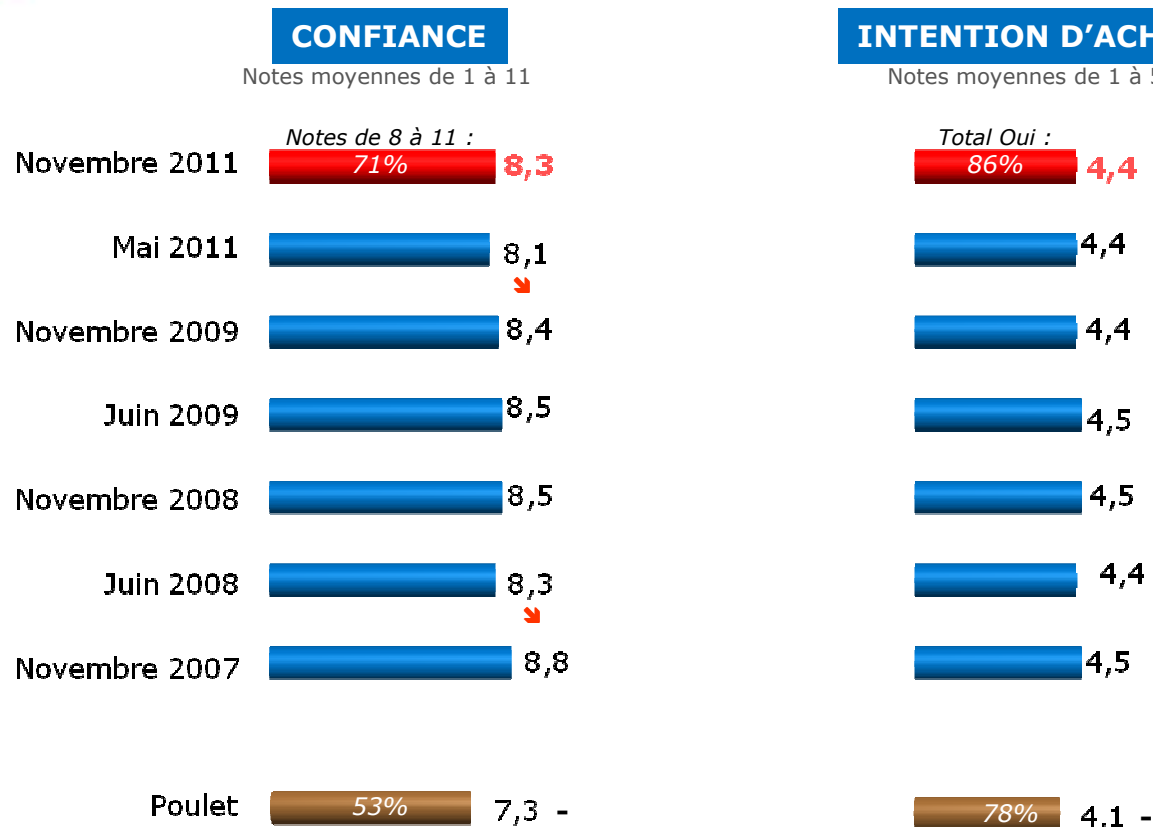


\* Les mesures de Novembre 2007 à Novembre 2009 portaient sur la volaille et celles de Mai et Novembre 2011 sur le poulet

**Q39.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers le poulet en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que le poulet ne vous inspire pas confiance actuellement et 11 qu'il vous inspire totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q40.** Envisagez-vous d'acheter du poulet dans les 4 prochaines semaines ?

## Confiance – Intention d'achat Viande de bœuf

N=699



**Q41.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers la viande de bœuf en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que la viande de bœuf ne vous inspire pas confiance actuellement et 11 qu'elle vous inspire totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q42.** Envisagez-vous d'acheter de la viande de bœuf dans les 4 prochaines semaines ?

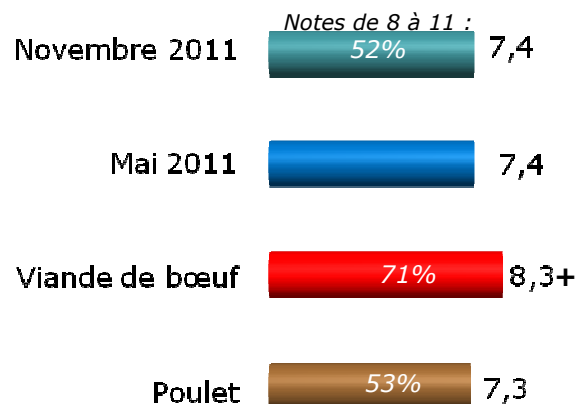
# Confiance – Intention d'achat

## Viande de porc\*

N=699

### CONFIANCE

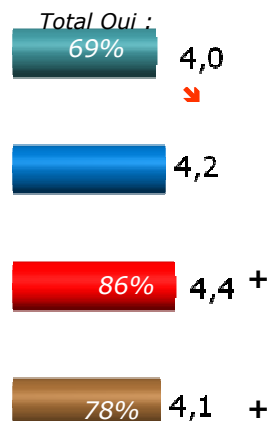
Notes moyennes de 1 à 11



SR = 7%

### INTENTION D'ACHAT

Notes moyennes de 1 à 5



SR = 7%

\* Pour la viande de porc, il s'agissait de la deuxième mesure

**Q43.** Vous allez m'indiquer votre degré de confiance envers la viande de porc en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que la viande de porc ne vous inspire pas confiance actuellement et 11 qu'elle vous inspire totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement / **Q44.** Envisagez-vous d'acheter de la viande de porc dans les 4 prochaines semaines ?



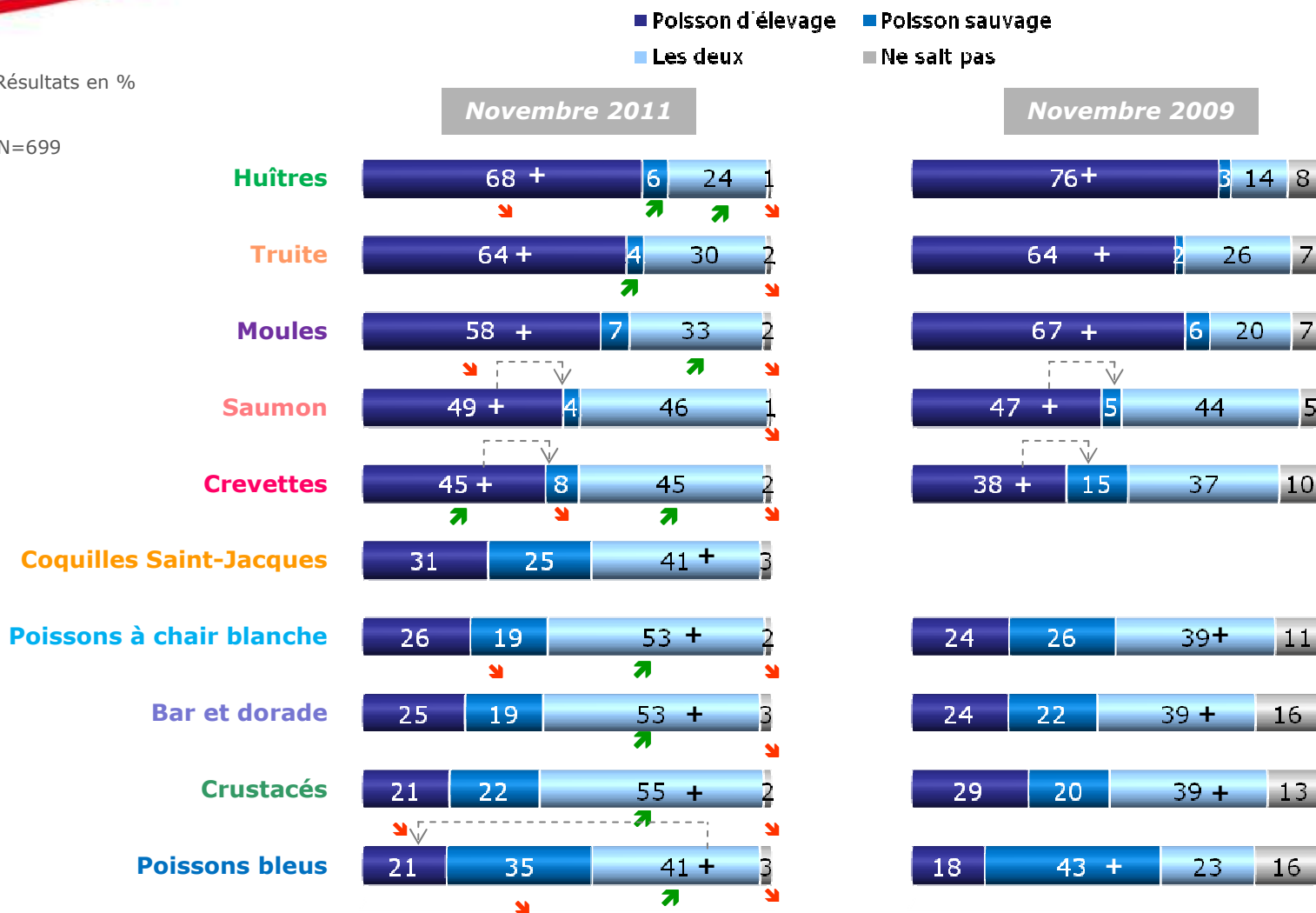
FranceAgriMer

1. Habitudes alimentaires
2. Confiance, perception et intention d'achat par type de produit
- 3. Confiance, perception et intention d'achat comparées des différents types de produits**
4. Habitudes de conservation du poisson (séquence modulable)

# Perception des poissons et produits de la mer

Résultats en %

N=699

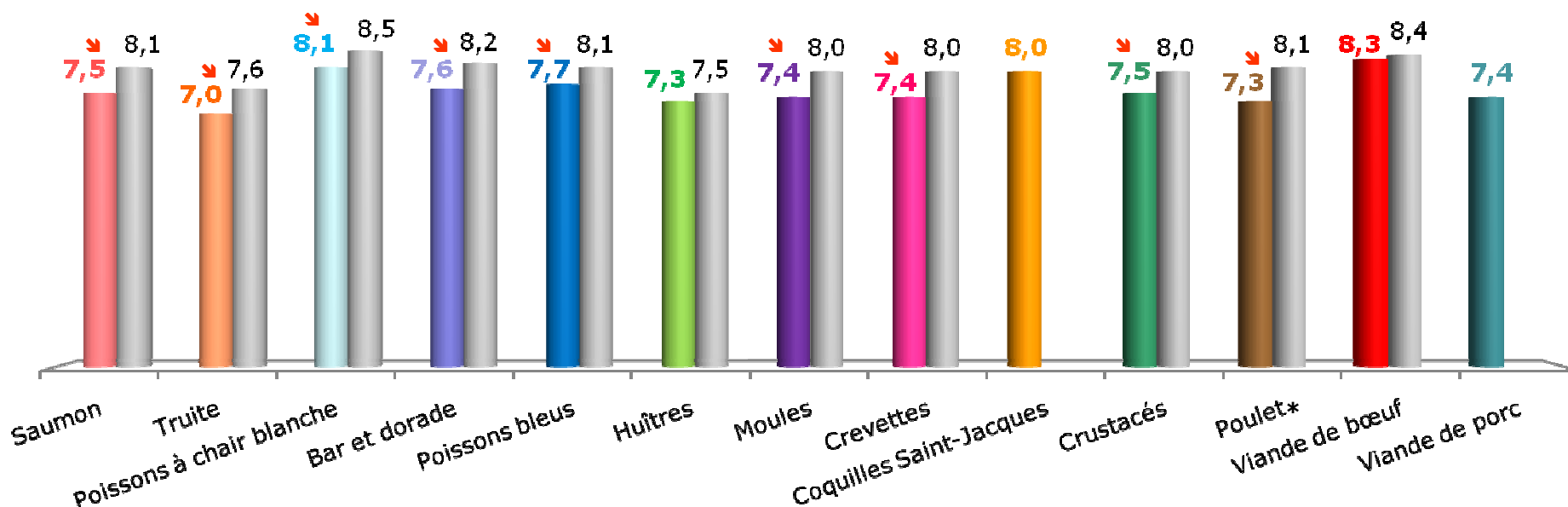


# Confiance dans les poissons, les produits de la mer, le poulet, la viande de bœuf et la viande de porc

Notes moyenne de 1 à 11

N=699

■ nov-11 ■ nov-09



\* Les mesures de Novembre 2009 portaient sur la volaille et celle de Novembre 2011 sur le poulet

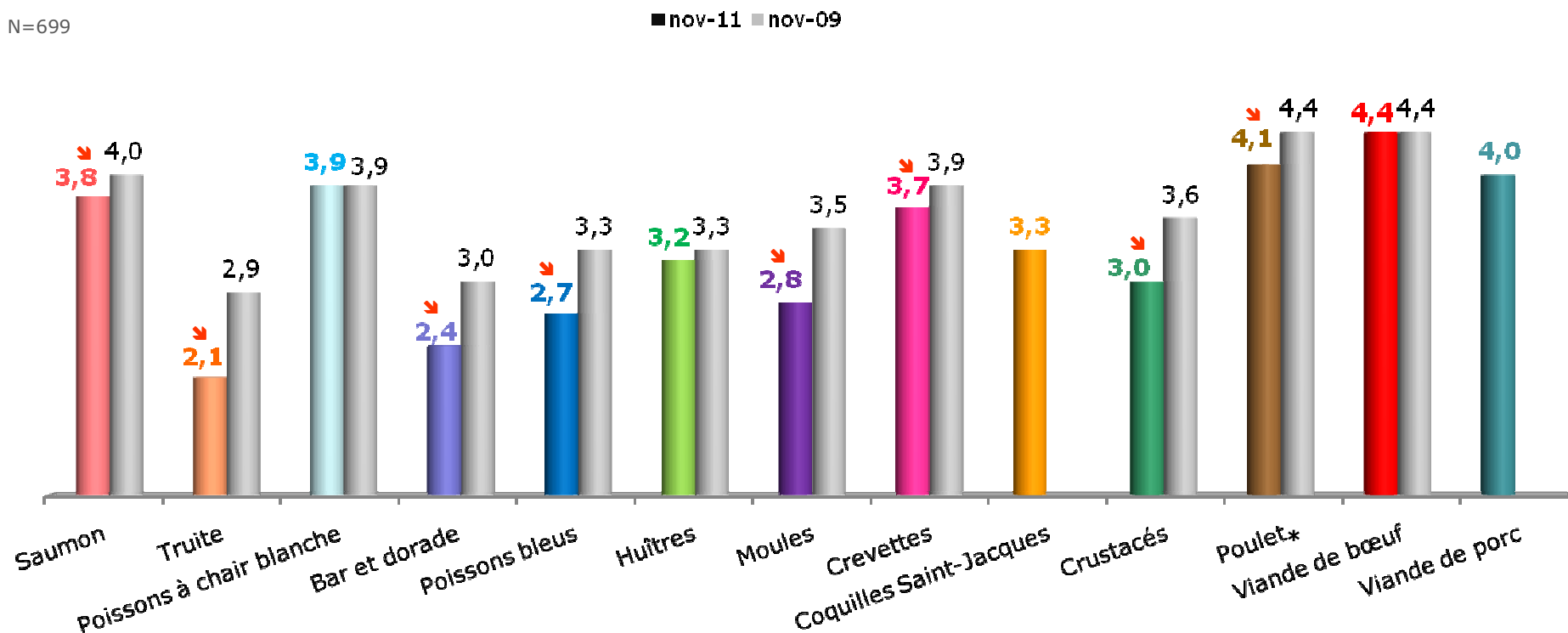
Q9. Vous allez m'indiquer votre degré de confiance dans le... en me donnant une note entre 1 et 11. 1 signifiant que le saumon ne vous inspire pas confiance actuellement et 11 qu'il vous inspire totalement confiance actuellement. Vous avez toutes les notes intermédiaires pour nuancer votre jugement



## Intention d'achat de poissons, produits de la mer, poulet, viande de bœuf et viande de porc (4 prochaines semaines)

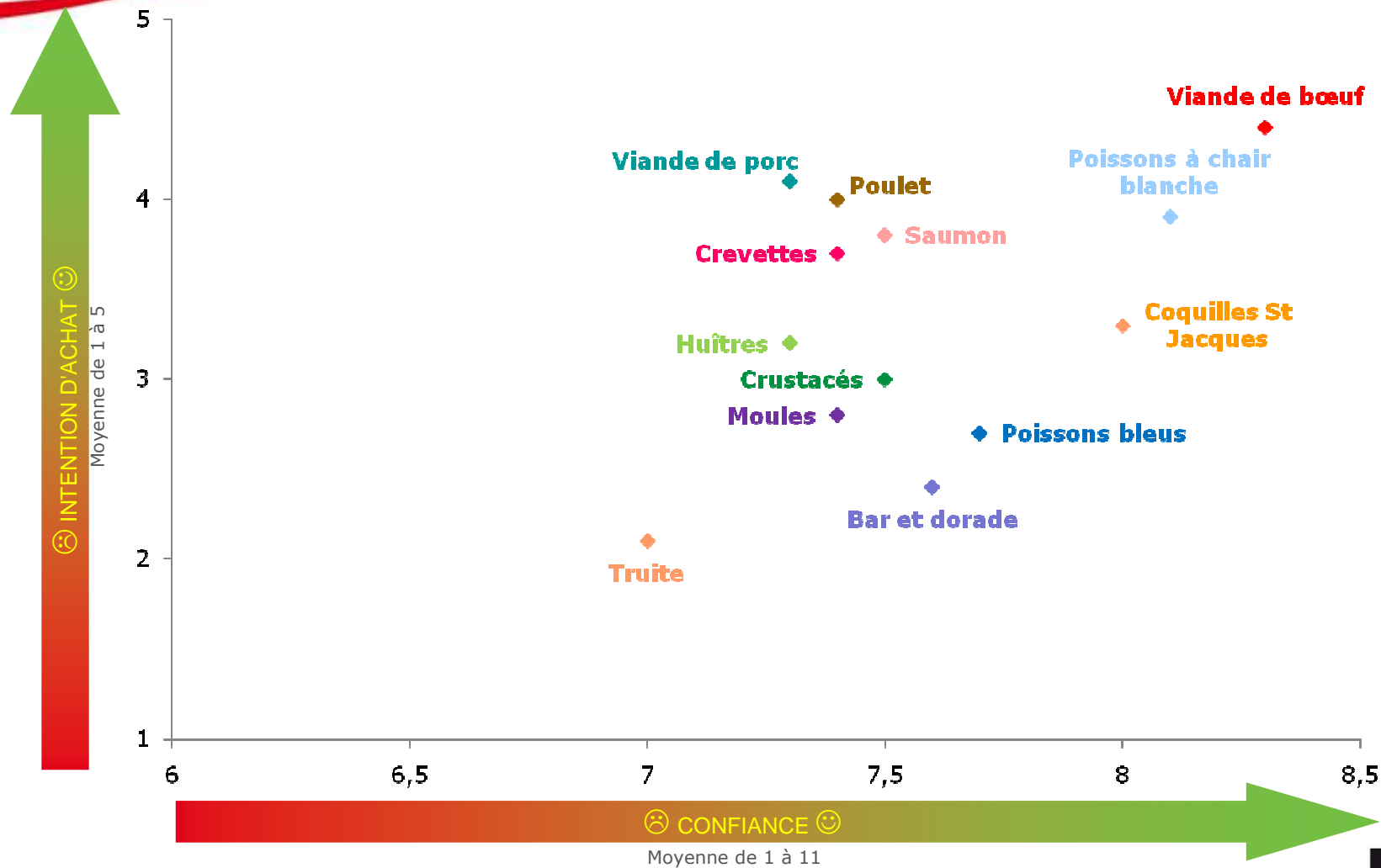
Notes moyenne de 1 à 5

N=699



\* Les mesures de Novembre 2009 portaient sur la volaille et celle de Novembre 2011 sur le poulet

# Confiance\*Intention d'achat



Q10. Selon vous, le... vendu dans le commerce est-il un poisson d'élevage ou un poisson sauvage ? / Q11. Envisagez-vous d'acheter du saumon dans les 4 prochaines semaines ?



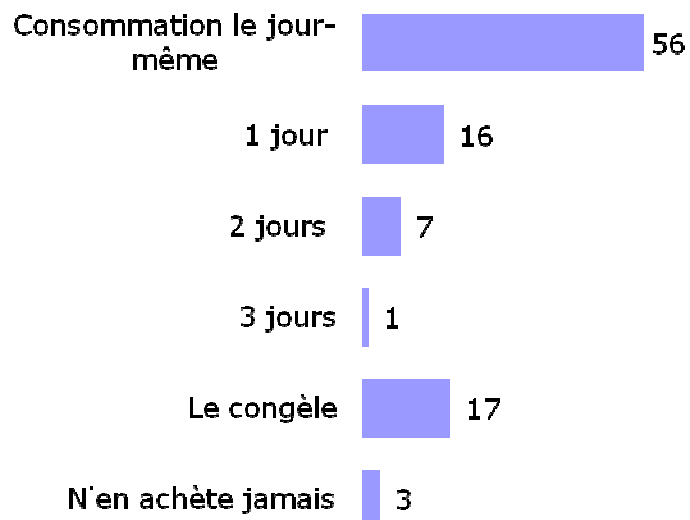
FranceAgriMer

1. Habitudes alimentaires
2. Confiance, perception et intention d'achat par type de produit
3. Confiance, perception et intention d'achat comparées des différents types de produits
- 4. Habitudes de conservation du poisson (séquence modulable)**

# Temps de conservation du poisson

## TEMPS DE CONSERVATION DU POISSON FRAIS

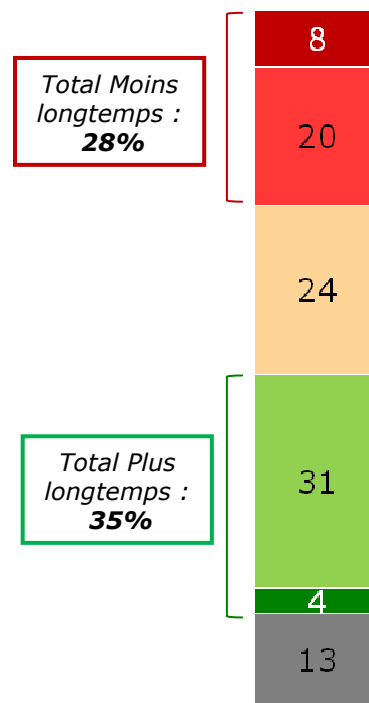
N=699



## TEMPS DE CONSERVATION DU POISSON PRE-EMBALLÉ

### PAR RAPPORT AU POISSON FRAIS

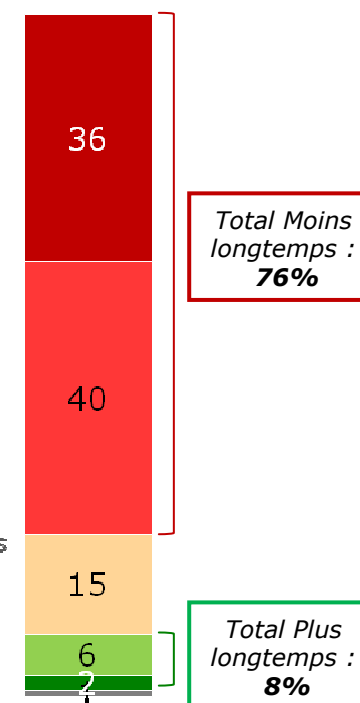
Base : achète du poisson  
N=677



## TEMPS DE CONSERVATION DU POISSON

### PAR RAPPORT A LA VIANDE

Base : achète du poisson  
N=677



Q45 : Nous allons maintenant parler de la conservation du poisson ou des coquillages et crustacés en général. Lorsque vous achetez du poisson frais ou des coquillages et crustacés, vous les consommez...

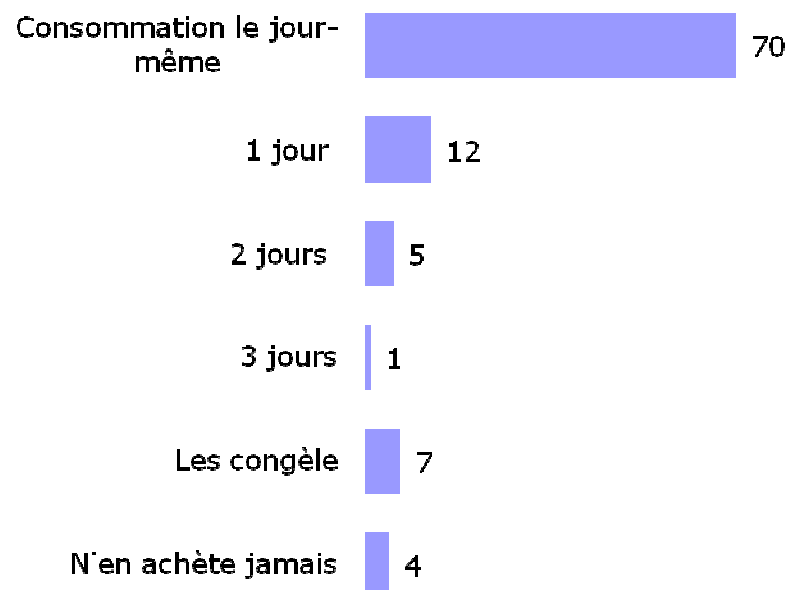
Q48. Par rapport au poisson frais, pensez-vous que le poisson pré-emballé se conserve ... ?

Q49. Enfin, par rapport à la viande, diriez-vous que le poisson se conserve... ?

## Temps de conservation des coquillages et crustacés

N=699

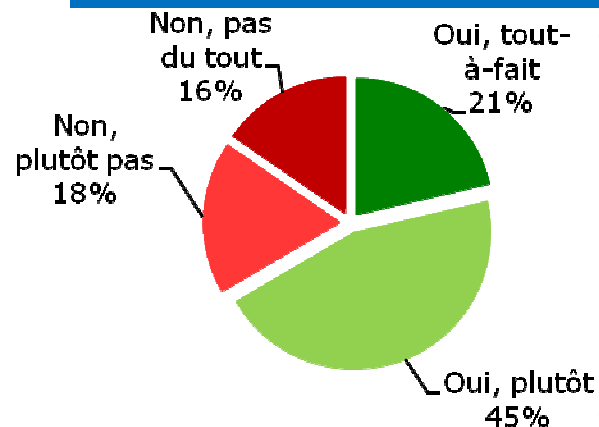
### TEMPS DE CONSERVATION DES COQUILLAGES ET CRUSTACÉS



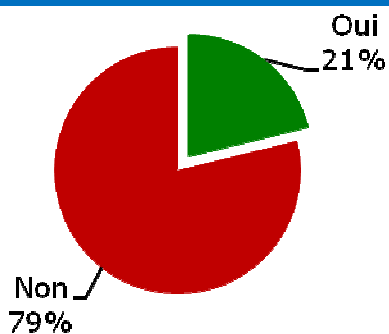
## Evaluation de la fraîcheur du poisson

N=677

### CAPACITE A RECONNAITRE LA FRAICHEUR DU POISSON



### DEMANDE DE CONSEIL DE CONSERVATION AU POISSONNIER



Q46. Lorsque vous achetez du poisson frais, demandez-vous des conseils de conservation au poissonnier ?

Q47 : Et, diriez-vous que vous savez reconnaître la fraîcheur du poisson ?

Q47bis : (Si oui) Sur quel(s) critère(s) évaluez-vous la fraîcheur du poisson ?

### EVALUATION DE LA FRAICHEUR DU POISSON

	TOTAL
	N=454
<b>L'ODEUR</b> (Pas trop forte, pas une odeur d'ammoniaque)	<b>53</b>
<b>LES YEUX</b>	<b>52</b>
Brillants, vifs, pas opaques, pas troubles	47
Bombés, pas creux	5
Autres, sans précision	3
<b>LA COULEUR</b>	<b>48</b>
Couleur naturelle du poisson (pas passée, pas tachée...)	27
Brillante, luisante, pas terne	26
<b>L'ASPECT AU TOUCHER</b>	<b>35</b>
Bien ferme, pas mou	23
Pas visqueux, pas collant	8
Pas sec, humide	6
<b>LES BRANCHIES</b> (Rouges ou roses)	<b>29</b>
<b>LES ECILLES</b> (Robustes, ne doivent pas se détacher)	<b>4</b>
<b>AUTRES</b> (Notoriété du poissonnier, la présentation de l'étal, l'hygiène, la traçabilité)	<b>17</b>



FranceAgriMer

# Annexes

## Profil de l'échantillon

### Fréquence TV et radio

#### Fréquence TV

Résultats en %

	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Tous les jours	90	88	88	89	87	79	81
3 à 4 fois par semaine	5	7	6	6	6	11	8
1 à 2 fois par semaine	3	3	3	2	4	5	6
1 à 2 fois par mois	0	0	0	0	0	2	1
Moins souvent	1	1	1	1	1	1	1
Jamais	1	1	1	2	1	3	3

#### Fréquence radio

Résultats en %

	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Tous les jours	66	64	67	64	63	68	71
3 à 4 fois par semaine	12	16	14	13	15	9	7
1 à 2 fois par semaine	9	9	8	10	9	9	6
1 à 2 fois par mois	2	1	2	2	3	2	3
Moins souvent	7	7	7	7	6	2	4
Jamais	3	2	3	4	4	10	9



# Profil de l'échantillon

## Lecture régulière de la presse

### Lecture d'un quotidien national ou régional

Résultats en %	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Oui	53	51	49	49	49	53	51
Non	47	49	51	51	51	47	49

### Lecture de magazines féminin ou d'actualité

Résultats en %	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Oui	49	45	46	44	50	39	40
Non	51	55	54	56	50	61	60

## Profil de l'échantillon

### Sexe et situation de famille

#### Sexe

Résultats en %	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Homme	38	38	38	39	41	35	40
Femme	62	62	62	61	59	65	60

#### Situation de famille

Résultats en %	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Célibataire	16	15	16	15	16	17	15
Marié	70	70	70	72	72	70	71
Veuf/ Divorcé	14	14	14	13	13	13	13

# Profil de l'échantillon

## Age de l'interviewé et du chef de famille

### Age de l'interviewé

Résultats en %	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
25-34 ans	22	22	22	23	21	21	22
35-44 ans	22	22	23	21	22	22	23
45-54 ans	23	21	23	22	22	23	22
55-64 ans	19	21	19	20	20	20	19
65-74 ans	13	14	14	14	15	14	14

# Profil de l'échantillon

## Profession de l'interviewé et du chef de famille

### CSP Interviewé

Résultats en %

	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Agriculteurs	0	1	2	2	2	1	1
Artisans commerçants/ Chefs d'ent.	2	2	3	4	4	3	5
Cadres supérieurs/ Prof. libérales	6	7	8	7	7	8	10
Professions intermédiaires	10	13	13	13	12	16	17
Employés	22	18	15	16	16	23	21
Ouvriers	11	16	18	14	17	13	15
Retraités	33	28	30	29	27	24	23
Inactifs	14	14	12	14	14	10	6

### CSP Chef de famille

Résultats en %

	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Agriculteurs	1	1	2	2	2	2	1
Artisans commerçants/ Chefs d'ent.	4	5	5	5	5	5	6
Cadres supérieurs/ Prof. libérales	10	10	10	11	10	11	12
Professions intermédiaires	13	14	14	15	14	15	16
Employés	13	13	11	11	11	12	13
Ouvriers	17	21	21	19	20	21	19
Retraités	35	28	29	28	29	26	26
Inactifs	7	8	7	8	6	8	5

# Profil de l'échantillon

## Taille du foyer et présence d'enfants

### Nombre de personnes dans le foyer

Résultats en %	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
1 personne	17	18	17	16	17	16	17
2 personnes	41	36	36	41	38	33	33
3 personnes	18	18	20	17	18	18	17
4 personnes	14	17	18	17	16	22	20
5 personnes et plus	10	11	8	9	10	12	13

### Nombre d'enfants de moins de 15 ans dans le foyer

Résultats en %	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Aucun	68	67	67	69	68	61	62
1 enfant	15	13	16	15	15	19	16
2 enfants	12	13	12	11	12	15	14
3 enfants	4	6	3	5	5	5	6
4 enfants et plus	1	2	1	1	1	1	2

Q49. Combien de personnes vivent dans votre foyer, en vous comptant ? / Q50. Combien d'enfants de moins de 15 ans vivent dans votre foyer ?

## Profil de l'échantillon Région d'enquête

Région d'enquête

Résultats en %	Nov. 2007	Juin 2008	Nov. 2008	Juin 2009	Nov. 2009	Mai 2011	Novembre 2011
Région parisienne	17	19	19	19	18	19	19
Nord	9	10	10	10	10	10	10
Est	10	9	9	9	9	9	9
Centre Ouest	8	8	7	8	8	8	8
Centre Est	15	14	14	14	14	14	14
Sud Est	13	12	13	12	13	12	12
Sud Ouest	10	9	9	9	9	9	9
Ouest	18	19	19	19	20	19	19

# Questionnaire



Questionnaire

Cliquer sur icône pour  
accéder au questionnaire