



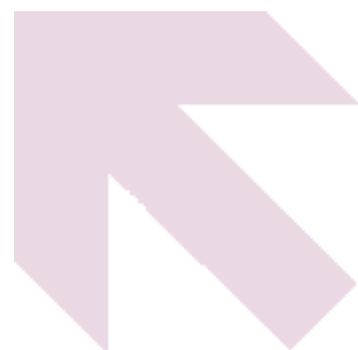
L'ENTREPRISE DE RECHERCHE



Systeme d'enquêtes



sur les
**conditions de vie
et les aspirations des Français**



Une réponse aux préoccupations des décideurs



CHAQUE DÉCIDEUR
A BESOIN
D'INFORMATIONS
RIGOREUSES

Pour définir, évaluer ou mieux cibler son action, chaque décideur a besoin d'informations précises sur les attentes et les comportements de la population.

Tout responsable désire en effet disposer :

- > de données sur les opinions des Français dans ses propres domaines d'activité ;
- > d'informations rigoureuses (conditions de vie, attitudes, attentes...) sur les groupes de population concernés par ses actions ;
- > d'éléments descriptifs de l'évolution des comportements et des aspirations de l'ensemble de la société française, détaillés par catégorie.

Le système d'enquêtes sur « les Conditions de vie et les aspirations des Français », fondé par le CRÉDOC en 1978, a été conçu pour fournir conjointement ces trois types de données. Nombreux sont les décideurs qui y ont déjà eu recours.

Une enquête souple, un suivi régulier



CHAQUE
SOUSCRIPTEUR PEUT
FAIRE INTÉGRER DANS
LE QUESTIONNAIRE
SES PROPRES
INTERROGATIONS

Réalisée deux fois par an, au printemps (juin) et à la fin de l'année (décembre), l'enquête constitue un système souple, ouvert aux demandes des souscripteurs.

Ainsi, au fil des vagues successives, certaines questions disparaissent, tandis que d'autres sont introduites ou formulées différemment. Un jeu de questions suivi depuis l'origine est cependant maintenu, servant de point d'ancrage à une observation de l'évolution des tendances de fond.

En un mot, **chaque souscripteur peut faire intégrer dans le questionnaire ses propres interrogations.** Celles-ci trouvent place dans un ensemble de données, dont l'exploitation spécifique enrichit sensiblement la compréhension des réponses recueillies.

Une approche multithème



LA MULTIPLICITÉ
DES THÈMES
ABORDÉS

Une des originalités de l'enquête réside dans **la multiplicité des thèmes abordés.** Ceux-ci concernent, entre autres, selon les vagues d'enquêtes :

- | | |
|---------------------------------------|----------------------------------|
| > la famille | > la consommation |
| > l'emploi, le chômage | > les transports, l'automobile |
| > la formation, l'éducation | > l'énergie |
| > les politiques sociales | > la santé |
| > l'environnement | > le tourisme, les déplacements |
| > l'alimentation et la nutrition | > le niveau de vie |
| > l'épargne, le crédit et la retraite | > l'attirance technologique |
| > le logement et son équipement | > la sécurité et les inquiétudes |

Les interrogations spécifiques de chaque souscripteur sont intégrées dans un questionnement large destiné à appréhender les différentes dimensions des conditions de vie.

L'enquête permet ainsi d'enrichir les résultats sectoriels obtenus en les situant dans un ensemble de données indispensables à la compréhension des attitudes des diverses catégories de population.

Des réponses ciblées

En faisant **insérer ses questions dans l'enquête**, le souscripteur dispose d'éléments de qualification de la population-cible de son propre secteur, tenant compte aussi des situations et des opinions exprimées dans des domaines connexes ou complémentaires de ceux dans lesquels il intervient.

L'insertion de questions permet ainsi au client d'obtenir non seulement **les réponses à ses questions**, définies selon les principaux critères socio-démographiques de l'interviewé, mais également **les croisements avec les informations recueillies** sur les autres thèmes abordés.



LE SOUSCRIPTEUR
DISPOSE D'ÉLÉMENTS
DE QUALIFICATION DE
LA POPULATION-CIBLE

Un cadre d'analyse rigoureux...

Les méthodes d'enquête, d'échantillonnage, de redressement et de traitement statistique des données sont clairement explicitées.

Les variables entrant dans la construction de nos typologies sont présentées et les méthodes d'élaboration toujours détaillées.

Enfin, **la banque de données** progressivement constituée (trente-deux ans de suivi) **peut être réexploitée au cas par cas**, ce qui accroît considérablement le pouvoir d'analyse de chaque souscripteur.

La rigueur de l'outil s'appuie sur sa qualité, jamais démentie après plus de trente ans d'expérience.



UNE QUALITÉ, JAMAIS
DÉMENTIE APRÈS PLUS
DE TRENTE ANS
D'EXPÉRIENCE

... à la disposition des entreprises et des administrations

Selon leurs besoins, les entreprises et les administrations peuvent :

- > introduire, pour une ou plusieurs vagues, de nouvelles questions ;
- > suivre les résultats d'ensemble de l'enquête.

Le prix de la participation dépend du nombre et du type de questions demandées :

- > questions fermées ;
- > questions ouvertes postcodées ;
- > questions ouvertes faisant l'objet d'exploitations statistiques élaborées (analyses lexicales).

L'enquête peut donner lieu également, à la demande, à **des réexploitations particulières portant sur certains thèmes** ou certaines sous-populations déterminées.



LES ENTREPRISES ET
LES ADMINISTRATIONS
PEUVENT PERSONNALISER
LES ENQUÊTES SELON
LEURS PROPRES CRITÈRES

Pour plus d'informations

Contactez Georges Hatchuel directeur général adjoint du CRÉDOC au 01 40 77 85 85
ou Régis Bigot au 01 40 77 85 55.



CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES

- > **ÉCHANTILLON DE 2 000 INDIVIDUS** REPRÉSENTATIFS DE L'ENSEMBLE DES RÉSIDENTS MÉTROPOLITAINS ÂGÉS DE **18 ANS ET PLUS.**
- > **MÉTHODE DES QUOTAS (SEXE, ÂGE, CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE, RÉGION ET TAILLE D'AGGLOMÉRATION).**
- > **L'ÉCHANTILLON EST RENOUVELÉ À CHAQUE VAGUE (DEUX VAGUES PAR AN). LES 2 000 PERSONNES DE CHACUNE DES VAGUES SONT INTERROGÉES À DOMICILE.**

Le calendrier

Enquête de fin d'année:

- > Date limite d'inscription : début novembre
- > Réalisation de l'enquête : décembre-janvier
- > Fourniture des résultats : mars

Enquête de printemps:

- > Date limite d'inscription : mi-mai
- > Réalisation de l'enquête : juin
- > Fourniture des résultats : septembre

Documents remis et prestations fournies

Chaque client reçoit, en fonction de sa participation :

- > **Un rapport spécifique** consacré à l'analyse détaillée **des résultats de ses propres questions** (tableaux et commentaires).
- > **Les résultats d'ensemble** de la vague d'enquêtes (tris à plat, graphiques d'évolution).
- > **Tous les tableaux** statistiques **demandés** sur la vague d'enquêtes.

Quelques-uns de nos clients récents

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> > France Télévisions > Gaz de France-SUEZ > TF1 > Canal + > Laser-Cofinoga > RATP > Henkel France > La Caisse Nationale des Allocations Familiales > Météo France > Pôle Emploi > L'ANDRA > L'ACSE (Agence Nationale pour la Cohésion Sociale et l'Égalité des Chances) > La Direction des Musées de France | <ul style="list-style-type: none"> > Le Commissariat Général au Développement Durable > L'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes (ARCEP) > La Direction des Infrastructures de Transports > Le Ministère du Logement et de la Ville > La Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services > Le Conseil Général de l'Industrie, de l'Énergie et des Technologies (CGIET) > Le Centre d'Analyse Stratégique > L'Établissement Français du Sang > Le Conseil d'Orientation des Retraites > La Mutualité Française |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Pour plus d'informations

Contactez **Georges Hatchuel** directeur général adjoint du CRÉDOC au **01 40 77 85 85** ou **Régis Bigot** au **01 40 77 85 55**.



Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie
 142, rue du Chevaleret - 75013 Paris
 Standard automatique : **01 40 77 85 00** - Fax : 01 40 77 85 09
 Site internet : <http://www.credoc.fr>