

Portraits

CRÉDOC

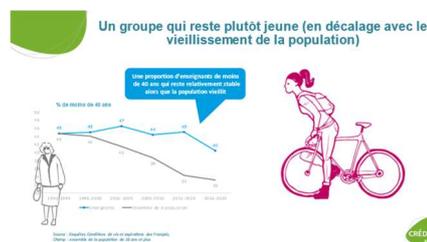
CENTRE DE RECHERCHE POUR L'ÉTUDE ET L'OBSERVATION DES CONDITIONS DE VIE



Vous voulez comprendre en quoi vos cibles, publics (actuels ou potentiels) se rapprochent ou se différencient de l'ensemble de la population française ? Quelles sont leurs opinions, pratiques, aspirations, modes de vie ?

PORTRAITS vous permet de bien comprendre votre population cible et facilite ainsi vos prises de décisions. PORTRAITS vous fournit :

- ✓ Une **mise en regard systématique** de la population cible qui vous intéresse (définition avec vous) avec les réponses apportées par l'ensemble des Français (ou un autre référentiel : les actifs, les moins de 40 ans, etc.).
- ✓ Une **analyse en historique sur 40 ans** des évolutions concernant cette population et des convergences ou divergences avec la tendance moyenne, avec des regroupements de vagues si nécessaire pour obtenir des échantillons suffisants



METHODE

PORTRAITS s'appuie sur les thèmes abordés par notre enquête menée 3 fois par an « Conditions de Vie et Aspirations des Français ». Cette enquête est réalisée auprès d'un échantillon renouvelé à chaque vague de 3400 personnes, représentatif de la population française selon la méthode des quotas, de 15 ans et plus, en ligne, en janvier, mai et septembre de chaque année.

THEMES

- **Le moral économique des ménages** : l'évolution de son niveau de vie, les perspectives d'avenir...
- **Les sujets d'inquiétudes** : le chômage, l'insécurité, les guerres, l'environnement, le nucléaire...
- **La confiance dans les institutions et les services publics** : la justice, l'école, l'hôpital...
- **Les avis sur des grands thèmes de société** : le travail des femmes, le mariage, l'homoparentalité, l'écologie...
- **Conditions de logement** : énergie du logement, statut d'occupation, nombre de pièces, confort ressenti...
- **Pouvoir d'achat** : sentiment de restriction, postes budgétaires, aspiration au pouvoir d'achat ou au temps libre,
- **Les pratiques de loisirs** : fréquentation de cinéma, de bibliothèques, d'équipement sportifs, de restaurants, des cafés, départ en vacances, attrait pour les outils numériques et leurs utilisations
- **La vie sociale et associative** : liens avec la famille, les amis, participation à des associations...
- **Impact du covid** : opinions, conditions de vie
- **D'autres thèmes ajoutés à l'enquête**, selon vos demandes et disponibilité dans l'enquête.

CALENDRIER – 3 semaines de production pour

- bien définir avec vous « sur mesure » la population qui vous intéresse/ validation des indicateurs choisis
- effectuer les traitements
- proposer une analyse claire, jolie présentée et mise en perspective grâce à forte expertise sociétale CREDOC

LIVRABLES

- Support Powerpoint – quarantaine de pages
- Présentation des résultats de l'étude par un de nos experts

PRIX

- 7500 € H.T. pour l'étude d'une population cible complète « a date » et son comparatif avec un référentiel
- 7500 € H.T pour l'ajout des tendances de long terme (historique de 44 ans) analyse portant sur un corpus de près de 200 000 interviews