



# Les Français et la prochaine grande cause nationale

Novembre 2021

*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris



**ESOMAR**  
| member



l'enfant bleu  
enfance maltraitée

**Eléonore Quarré**

Directrice d'études

Département Opinion, Politique & Corporate

Tel: 01 81 81 83 00

[equarre@opinion-way.com](mailto:equarre@opinion-way.com)

# “ LA MÉTHODOLOGIE

*“opinionway*



# La méthodologie



Echantillon de **1516 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées du **15 au 17 novembre 2021**.

*Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.*



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des **marges d'incertitude** : 1,1 à 2,5 points au plus pour un échantillon de 1500 répondants.

**Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :**

**« Sondage OpinionWay pour L'enfant bleu »**

**et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.**



# Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : **INSEE**



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord ouest	24%
	Nord est	22%
	Sud ouest	11%
	Sud est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	<b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b>	<b>26%</b>
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	<b>Catégories populaires</b>	<b>30%</b>
	Employés	17%
	Ouvriers	13%
	<b>Inactifs</b>	<b>43%</b>
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	24%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	16%

# “ LES RÉSULTATS

*“opinionway*



# Le thème souhaité pour la grande cause nationale 2022

Q. Quel thème parmi les suivants souhaiteriez-vous voir être promulgué grande cause nationale pour 2022 ?





# Le thème souhaité pour la grande cause nationale 2022

Q. Quel thème parmi les suivants souhaiteriez-vous voir être promulgué grande cause nationale pour 2022 ?



	% Total	Sexe		Âge					Statut			Enfant de -18 ans au sein du foyer		A subi des violences étant enfant	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Oui	Non	Oui	Non
L'urgence climatique	<b>41%</b>	44%	38%	44%	37%	39%	40%	46%	46%	37%	41%	35%	44%	27%	44%
Les violences faites aux enfants	<b>28%</b>	23%	33%	30%	29%	28%	30%	26%	24%	31%	29%	34%	26%	30%	28%
La santé mentale	<b>10%</b>	9%	11%	10%	14%	11%	9%	8%	11%	10%	9%	10%	10%	15%	9%
Le handicap	<b>10%</b>	11%	9%	5%	6%	14%	10%	9%	8%	11%	9%	10%	10%	15%	9%
Le racisme	<b>7%</b>	7%	6%	8%	9%	4%	6%	8%	5%	8%	8%	5%	7%	6%	7%
L'accès au sport	<b>3%</b>	4%	2%	3%	3%	3%	3%	1%	4%	2%	2%	4%	2%	5%	2%



# WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



## Rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.



# “*opinionway*”

15 place de la République  
75003 Paris

PARIS  
CASABLANCA  
ALGER  
VARSOVIE  
ABIDJAN



## RESTONS CONNECTÉS !

[www.opinion-way.com](http://www.opinion-way.com)



### Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre **[newsletter!](#)**