

LES FRANÇAIS ET LA SÉCURITÉ SOCIALE D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

Enquête Ipsos – CESI, école d'ingénieurs
pour :



Préparé par :
Alice Tétaz/ Ipsos Public Affairs
Félix Tentillier/ Ipsos Public Affairs



Méthodologie de l'enquête





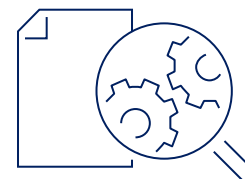
ÉCHANTILLON

1 000 personnes,
constituant un échantillon national
représentatif de la population
française âgée de 18 ans et plus.



DATES DE TERRAIN

Du **12 au 13 février** 2025



METHODOLOGIE



Échantillon interrogé **par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos**.

Méthode des quotas appliquée au sexe croisé par l'âge, à la profession de la personne interrogée, à la catégorie d'agglomération et à la région.

Notes de lecture :

- Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%)
- Les différences par sous-catégories qui sont **statistiquement significatives** (seuil 95%) sont indiquées en **vert** quand elles sont supérieures à l'ensemble, en **rose** quand elles sont inférieures à l'ensemble.



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».
Ce rapport a été relu par Alice Tétaz, Directrice de clientèle (Ipsos Public Affairs).

Résultats

À l'aube de ses 80 ans, un peu plus des deux tiers des Français connaissent la date de la création de la Sécurité Sociale en France

Question : « Selon-vous, quand a été créée la Sécurité Sociale en France ? » (Base : Ensemble de l'échantillon)

		Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP	
		Homme	Femme	18-34 ans	35-59 ans	>= 60 ans	CSP+	CSP-
En 1918	7	9	6	7	7	8	7	6
En 1945	69	66	71	50	66	87	66	62
En 1968	21	22	21	37	25	5	24	29
En 1981	3	3	2	6	2	-	3	3

31%

Donnent
une mauvaise réponse

Spontanément, la Sécurité Sociale évoque des citations très partagées : d'un côté, des verbatims sur sa nécessité et la chance d'y avoir droit ; de l'autre, son coût, le déficit, des dysfonctionnements (fraude) et parfois un déclin de ce système

Question : « Quel mot vous vient à l'esprit lorsqu'on évoque la Sécurité Sociale en France ? » (Base : Ensemble de l'échantillon – Question ouverte)



Après « carte vitale », le mot le plus associé à la Sécurité Sociale est « fraude » ; d'une manière générale, près des ¾ des répondants citent des mots négatifs

Question : « Voici une liste de mots. Quels sont ceux que vous associez naturellement à la Sécurité Sociale en France ? »

(Base : Ensemble de l'échantillon – Trois réponses possibles, résultats supérieurs à 100%)

		Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP	
		Homme	Femme	18-34 ans	35-59 ans	>= 60 ans	CSP+	CSP-
Carte Vitale	50	43	57	58	45	51	48	52
Fraude	41	42	39	25	44	48	33	44
Solidarité	37	42	33	45	31	39	43	29
Dette	33	32	33	24	38	32	31	36
Coûts	28	25	30	27	29	27	27	28
Assistanat	21	23	20	12	19	31	16	19
Efficace	19	18	19	20	15	22	20	13
Fierté	18	18	17	19	17	17	22	13
Inefficace	12	11	14	11	15	10	11	16
Progrès	7	9	6	9	9	5	9	7

72%

Citent des mots négatifs

51%

Citent des mots positifs

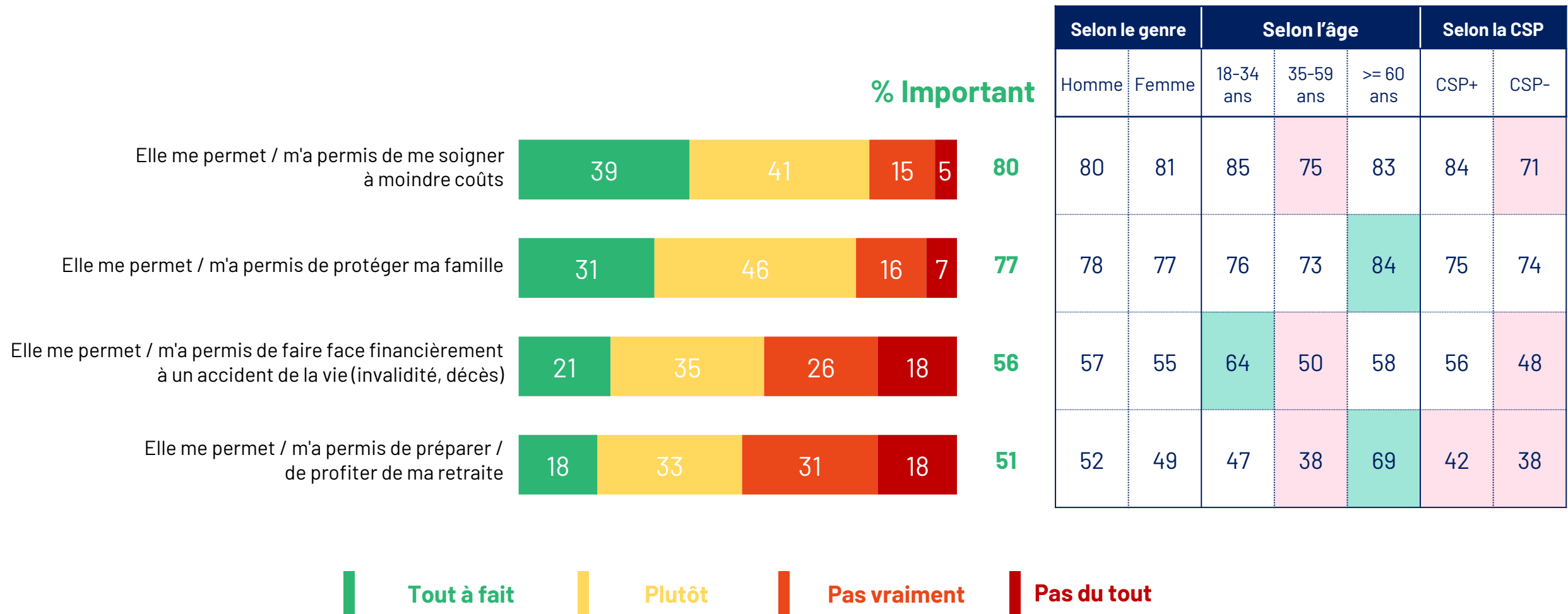
Pour autant, lorsqu'il est comparé aux autres systèmes de protection sociale dans le monde, le système français est jugé meilleur par près de huit répondants sur dix

Question : « Par rapport aux autres pays du monde, comment jugez-vous le système de protection sociale en France ? » (Base : Ensemble de l'échantillon)

			Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP	
			Homme	Femme	18-34 ans	35-59 ans	>= 60 ans	CSP+	CSP-
GLOBAL	Globalement meilleur	79	79	79	77	75	86	79	73
	Globalement plus mauvais	21	21	21	23	25	14	21	27
EFFICACITÉ	Globalement plus efficace	75	74	75	73	71	80	73	71
	Globalement moins efficace	25	26	25	27	29	20	27	29
GÉNÉROSITÉ	Globalement plus généreux	82	84	81	77	79	90	84	76
	Globalement moins généreux	18	16	19	23	21	10	16	24
ÉGALITÉ	Globalement plus égalitaire	70	70	69	70	64	76	73	60
	Globalement moins égalitaire	30	30	31	30	36	24	27	40
COÛT	Globalement plus couteux pour les finances publiques	78	78	78	72	77	83	78	76
	Globalement moins couteux pour les finances publiques	22	22	22	28	23	17	22	24

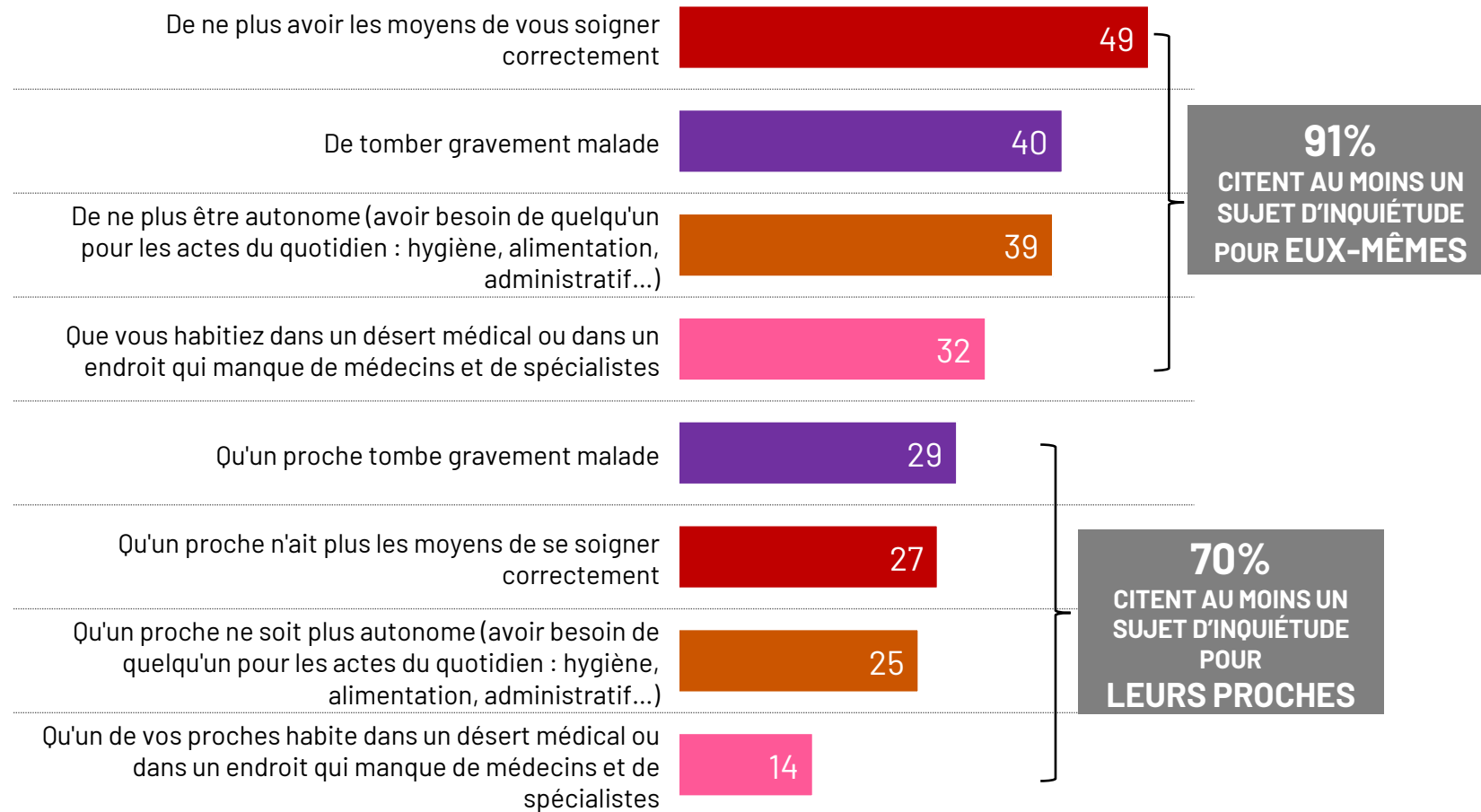
Et l'immense majorité des Français affirment l'importance de la Sécurité Sociale dans leur vie de tous les jours, que se soit pour se soigner ou pour protéger leur famille

Question : « Dans votre vie de tous les jours, jugez-vous importantes les choses suivantes que peut vous apporter la Sécurité Sociale ? »
 (Base : Ensemble de l'échantillon)



Ne plus avoir les moyens de se soigner, tomber gravement malade ou perdre leur autonomie sont les plus grandes inquiétudes des Français en termes de santé

Question : « Quand vous pensez à la santé, qu'est-ce qui vous inquiète le plus dans les années à venir ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon – Trois réponses possibles, résultats supérieurs à 100%)



64%

Ressentent l'inquiétude de ne **plus avoir les moyens de se soigner** (soi ou ses proches)

56%

Ressentent l'inquiétude de **tomber gravement malade** (soi ou ses proches)

54%

Ressentent l'inquiétude d'une **perte d'autonomie** (soi ou ses proches)

42%

Ressentent l'inquiétude d'**habiter un désert médical** (soi ou ses proches)

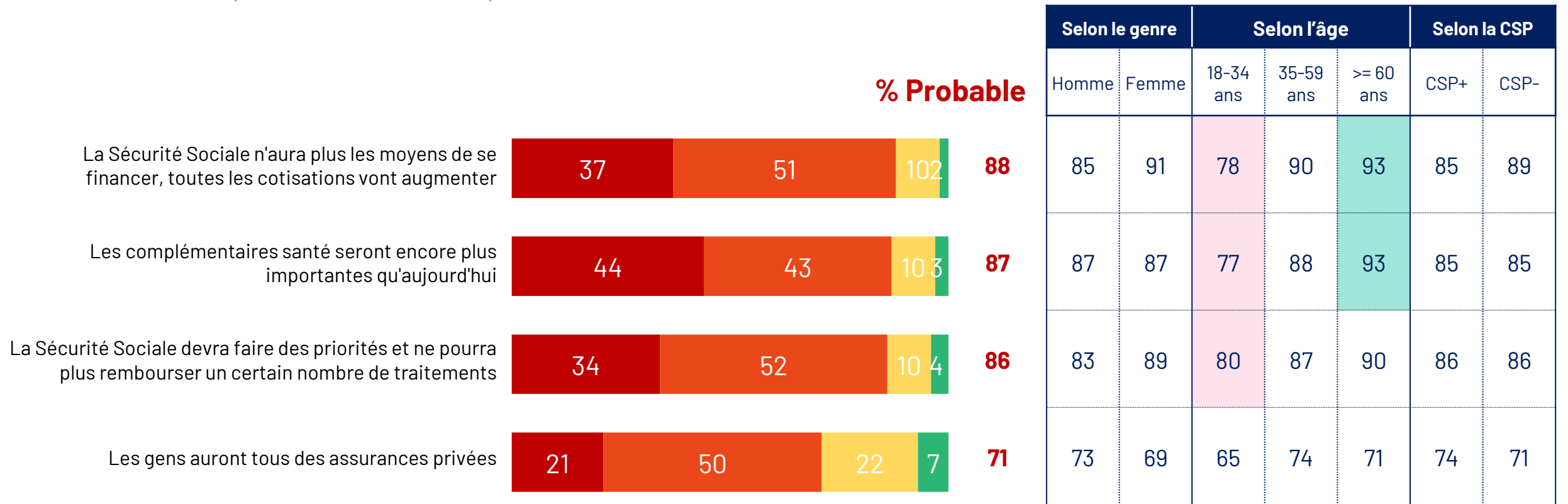
La perte d'autonomie est la plus grande inquiétude des seniors, devant la maladie

Question : « Quand vous pensez à la santé, qu'est-ce qui vous inquiète le plus dans les années à venir ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon – Trois réponses possibles, résultats supérieurs à 100%)

	EN % Ensemble	Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP	
		Homme	Femme	18-34 ans	35-59 ans	>= 60 ans	CSP+	CSP-
De ne plus avoir les moyens de vous soigner correctement	49	47	50	42	49	53	48	48
De tomber gravement malade	40	38	41	32	40	45	36	40
De ne plus être autonome (avoir besoin de quelqu'un pour les actes du quotidien : hygiène, alimentation, administratif...)	39	38	40	31	32	54	36	29
Que vous habitiez dans un désert médical ou dans un endroit qui manque de médecins et de spécialistes	32	32	33	27	33	36	30	31
Qu'un proche tombe gravement malade	29	29	30	34	29	26	28	31
Qu'un proche n'ait plus les moyens de se soigner correctement	27	25	29	28	27	25	23	30
Qu'un proche ne soit plus autonome (avoir besoin de quelqu'un pour les actes du quotidien : hygiène, alimentation, administratif...)	25	27	23	28	23	25	26	24
Qu'un de vos proches habite dans un désert médical ou dans un endroit qui manque de médecins et de spécialistes	14	15	13	19	13	12	17	13
ST inquiétude plus de moyens de se soigner	64	61	67	60	65	66	63	64
ST Inquiétude tomber gravement malade	56	53	58	54	55	58	55	54
ST Inquiétude perte d'autonomie	54	54	55	49	48	67	53	46
ST Inquiétude habiter un désert médical	42	41	42	41	42	41	42	41

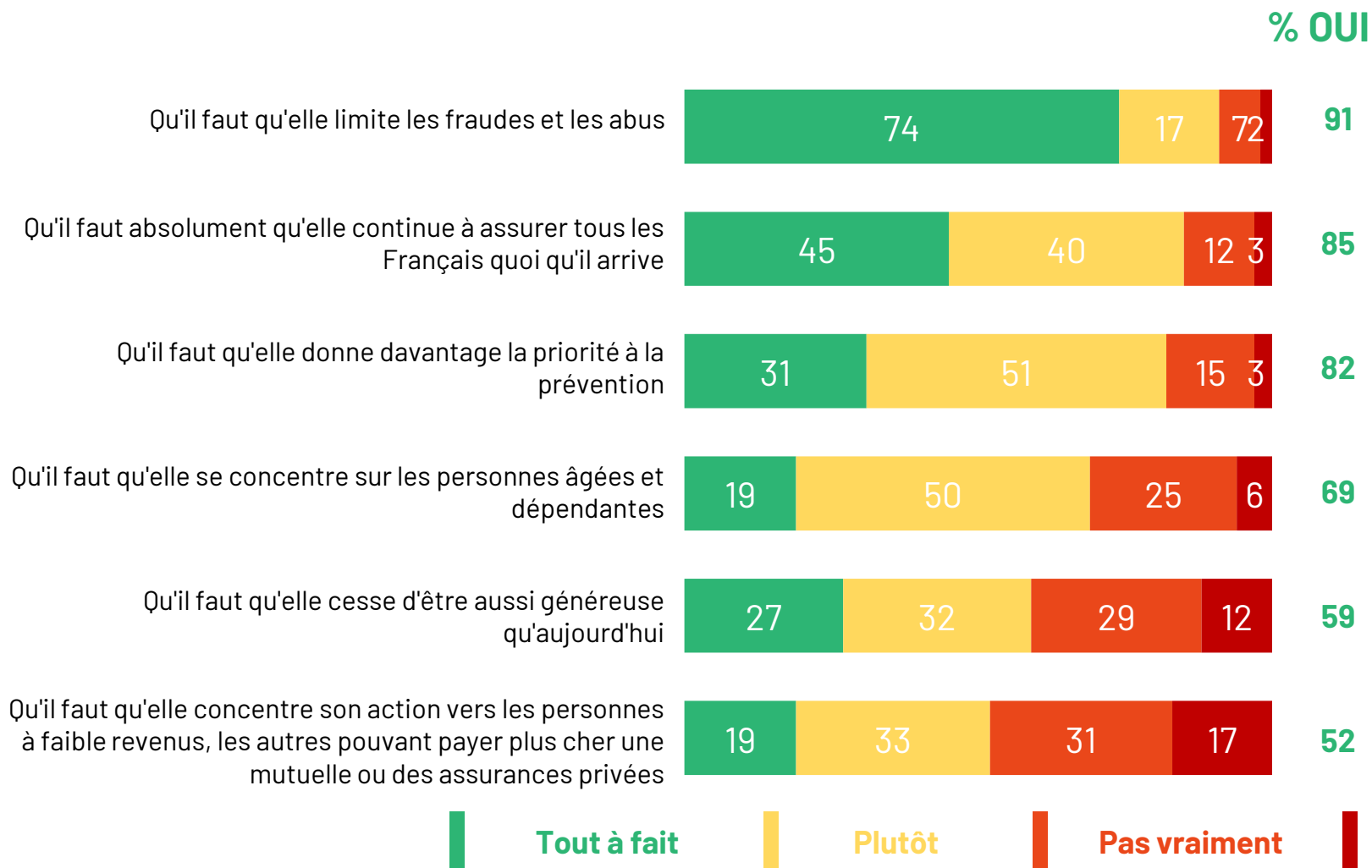
Les Français se montrent très pessimistes quant à l'avenir de la Sécurité Sociale : manque de moyens, augmentation des cotisations, déremboursement, nécessité d'avoir des assurances privées...

Question : « La sécurité sociale a 80 ans. Chacun des scénarios suivants vous semblent-ils probables dans les années à venir s'agissant de la protection sociale des individus ? » (Base : Ensemble de l'échantillon)



Dans ce contexte, lutter contre la fraude, continuer à assurer l'ensemble des Français et développer la prévention apparaissent comme les principales priorités pour l'avenir de la Sécurité Sociale

Question : « Quand vous pensez à l'avenir de la Sécurité Sociale, vous vous dites : » (Base : Ensemble de l'échantillon)



Selon le genre		Selon l'âge			Selon la CSP	
Homme	Femme	18-34 ans	35-59 ans	>= 60 ans	CSP+	CSP-
87	94	80	91	98	86	90
82	88	80	84	90	81	85
82	81	76	75	93	78	78
69	69	62	69	75	63	73
62	57	50	59	67	54	62
53	51	60	50	49	49	57

Annexes



NOS ENGAGEMENTS



Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), European Society for Opinion and Market Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

Fiabilité des résultats

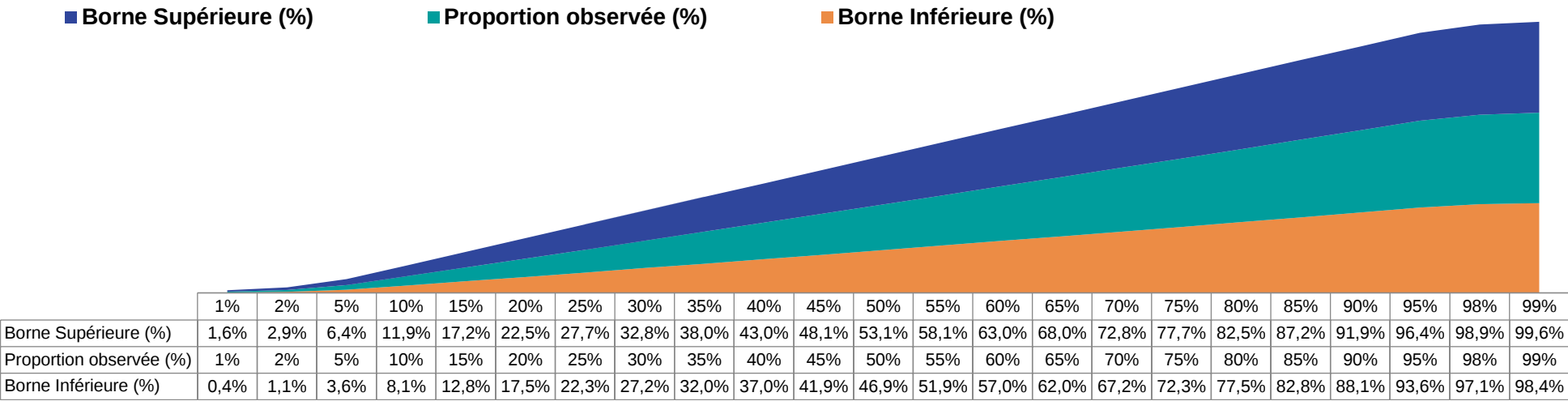


Feuille de calcul

En l’occurrence s’agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : 95%
- Taille d’échantillon : 1 000

Les proportions observées sont comprises entre :



Fiabilité des résultats :

Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

ÉTUDE CAWI SUR PANEL IIS



ÉCHANTILLON

- Population cible : personnes vivant en France âgées de 18 ans et plus
- Tirage de l'échantillon : tirage raisonné permettant de sur représenter les cibles présentant systématiquement des taux de participation inférieurs à la moyenne dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.



COLLECTE DE DONNÉES

- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 12 mois.



TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : sexe croisé par l'âge, profession, région, catégorie d'agglomération

ORGANISATION (ÉTUDE SUR PANEL ONLINE)



LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Analyses et synthèse



LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Scripting
- Echantillonnage
- Emailing
- Collecte des données en France

Compléments d'informations
méthodologiques disponibles sur
demande

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :
« YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE* »

*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.

