

LES FRANÇAIS FACE À L'INCESTE

PRÉPARÉ POUR L'ASSOCIATION

FACE À L'INCESTE

NOVEMBRE 2020

Vos contacts IPSOS France, Public Affairs :

Etienne MERCIER, Directeur Département Opinion & Santé

etienne.mercier@ipsos.com

Adeline MERCERON, Responsable Activité Santé

adeline.merceron@ipsos.com

Sophie MORIN, Chef de groupe Activité Santé

sophie.morin@ipsos.com

GAME CHANGERS



FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

Echantillon de **1 033** personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



MÉTHODOLOGIE

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

Méthode des quotas :

sexe, âge, profession de la personne interrogée, catégorie d'agglomération, région.



DATES DE TERRAIN

Du **4 au 5 novembre 2020**



Certaines sous cibles sont présentées dans ce document : les différences statistiquement significatives (95%) sont indiquées en couleur pour une meilleure lisibilité des résultats sur ces sous-populations d'intérêt.

XX /
XX

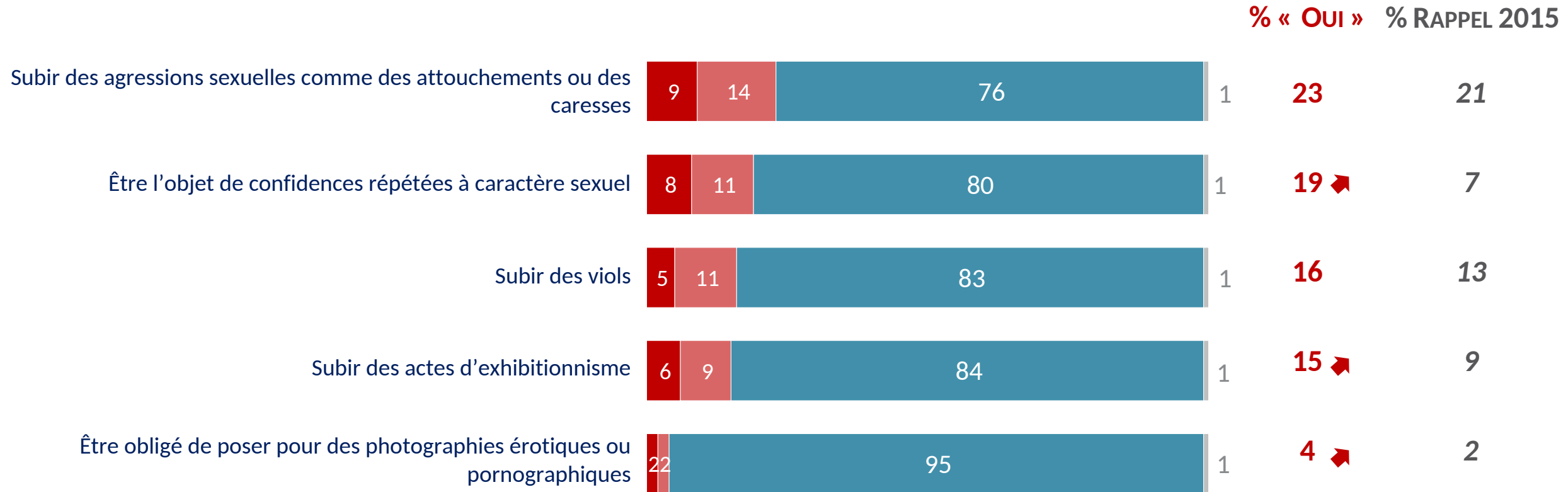
Résultats significativement **SUPÉRIEURS OU INFÉRIEURS** par rapport à la moyenne des répondants



LES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Les déclarations de vécu de situations d'inceste progressent fortement, une évolution probablement due en grande partie à une libération importante de la parole.

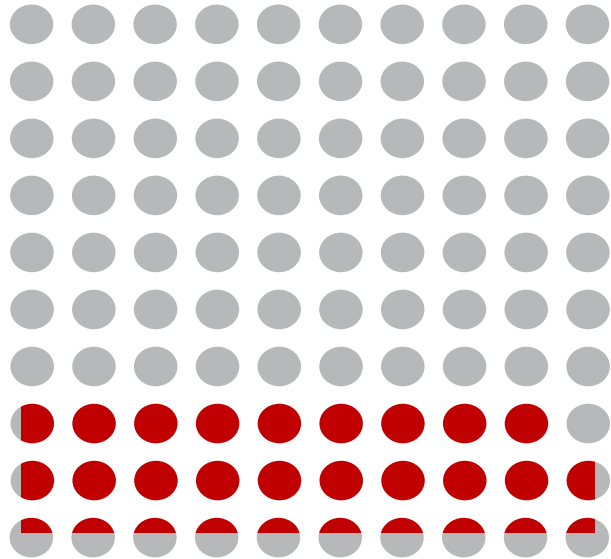
Personnellement, connaissez-vous dans votre entourage une ou plusieurs personnes qui étant enfant ou adolescent ont rencontré les situations suivantes avec un membre de leur propre famille (par exemple un père, une mère, un grand-père ou encore un oncle ou un frère) ?



BASE : ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON (N=1033)

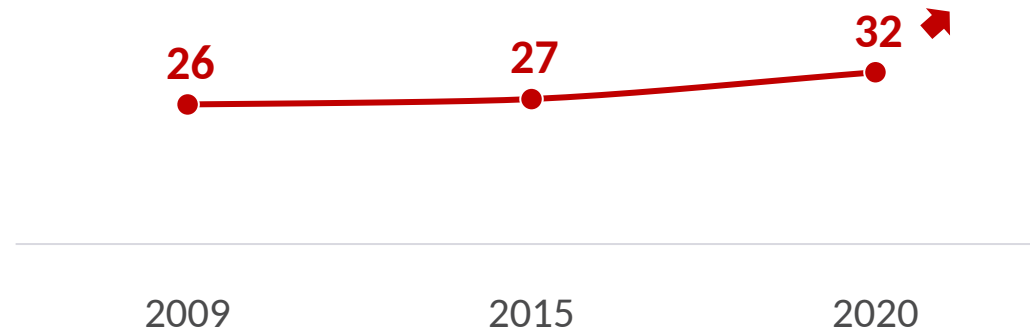
Plus de 3 Français sur 10 connaissent au moins une personne victime d'inceste, une proportion en hausse constante depuis 2009.

↳ Personnellement, connaissez-vous dans votre entourage une ou plusieurs personnes qui étant enfant ou adolescent ont rencontré les situations suivantes avec un membre de leur propre famille (par exemple un père, une mère, un grand-père ou encore un oncle ou un frère) ?



32%

Connaissent au moins une personne victime d'inceste



BASE : ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON (N=1033)

1 Français sur 10 déclare avoir été victime d'inceste.

↳ Ces personnes (enfant, adolescent) qui ont été victimes de ces situations étaient-elles...?

 % au sein des Français*



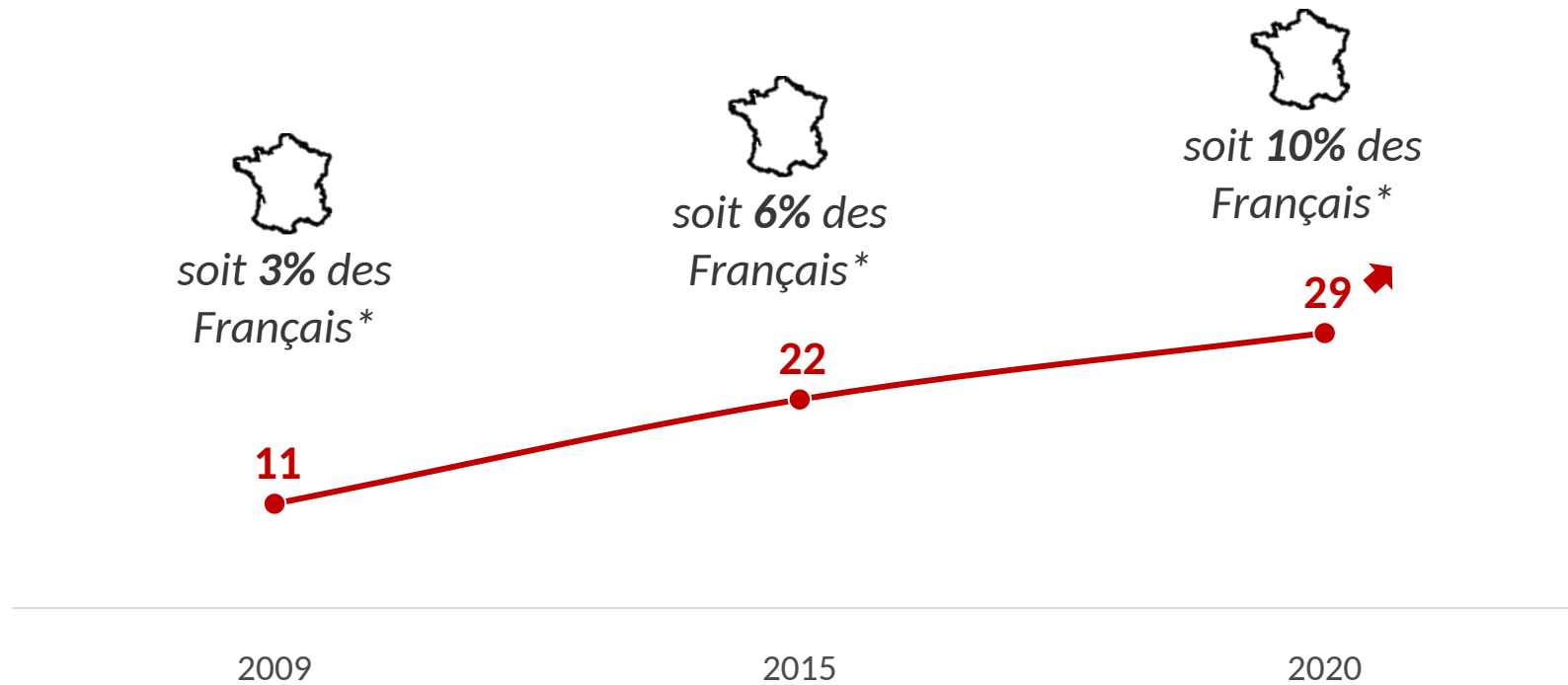
BASE : CONNAISSANT AU MOINS UNE PERSONNE VICTIME D'UNE SITUATION (N=329)

* Recalcul au sein de l'ensemble de l'échantillon des 1033 Français interrogés

Une proportion qui progresse dans le temps et qui atteint un nouveau seuil en 2020.

↳ Ces personnes (enfant, adolescent) qui ont été victimes de ces situations étaient-elles...?

VOUS-MÊME



BASE : CONNAISSENT AU MOINS UNE PERSONNE VICTIME D'UNE SITUATION (N=329)

* Recalcul au sein de l'ensemble de l'échantillon des 1033 Français interrogés

Si 8 victimes sur 10 sont des femmes, plus d'1 sur 5 est un homme.

↳ Ces personnes (enfant, adolescent) qui ont été victimes de ces situations étaient-elles...?

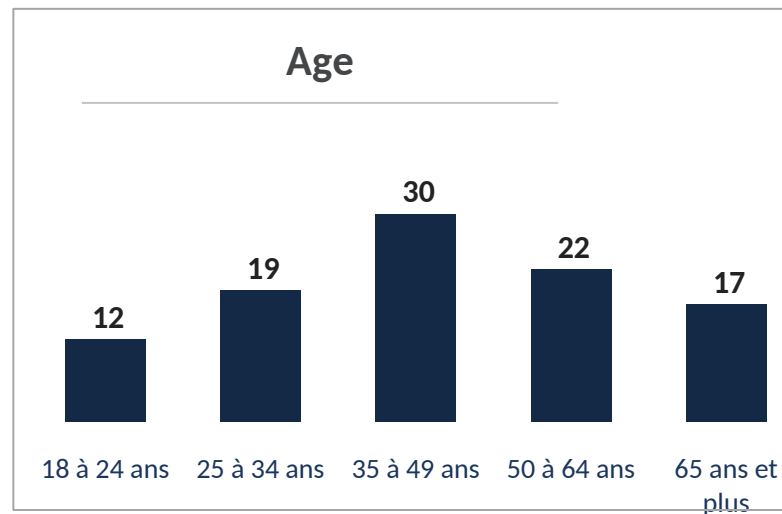
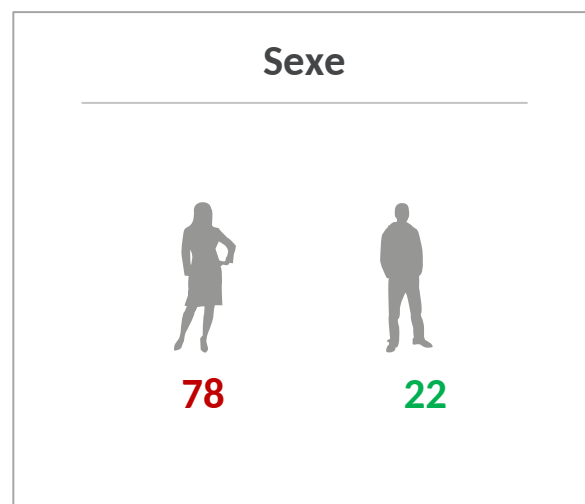
%VOUS-MÊME: 29



soit **10%** des Français*



Profil



BASE : CONNAISSANT AU MOINS UNE PERSONNE VICTIME D'UNE SITUATION (N=329)

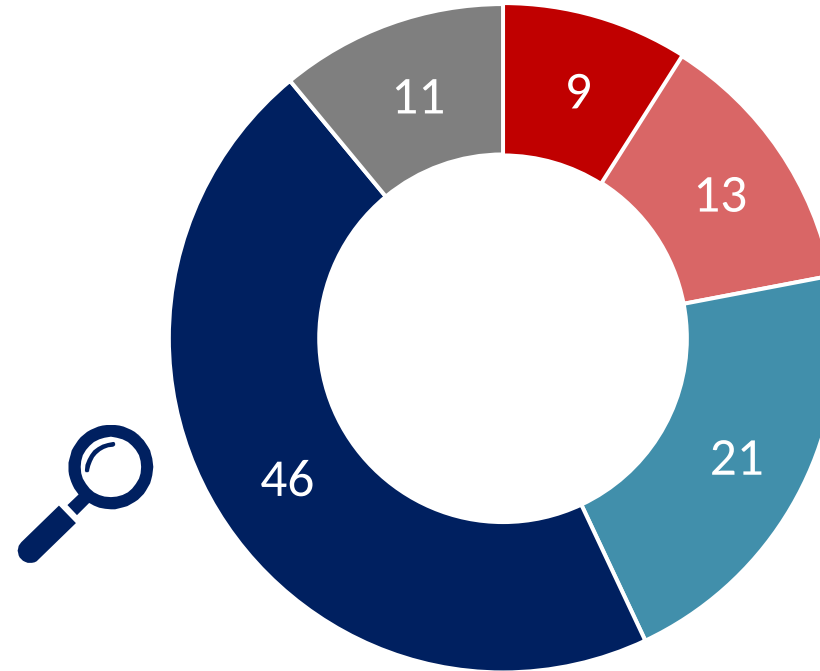
* Recalcul au sein de l'ensemble de l'échantillon des 1033 Français interrogés

Près de 7 Français sur 10 sont opposés à l'obligation légale pour la victime d'inceste de devoir prouver son non-consentement pour que le viol ou l'agression sexuelle incestueuse soit reconnu.

↳ Actuellement, la loi française prévoit qu'un enfant victime d'inceste doit prouver qu'il ou elle n'était pas « consentant(e) » pour que le viol ou l'agression sexuelle incestueuse soit établi. Personnellement, êtes-vous favorable ou opposé à cette mesure ?

% DÉFAVORABLE : 67

% FAVORABLE : 22



% « TRÈS DÉFAVORABLES »
Profils significatifs

Hommes: **39**

Femmes: **52**

Français victimes d'inceste: **58**

TRÈS FAVORABLE

FAVORABLE

DÉFAVORABLE

TRÈS DÉFAVORABLE

VOUS NE SAVEZ PAS



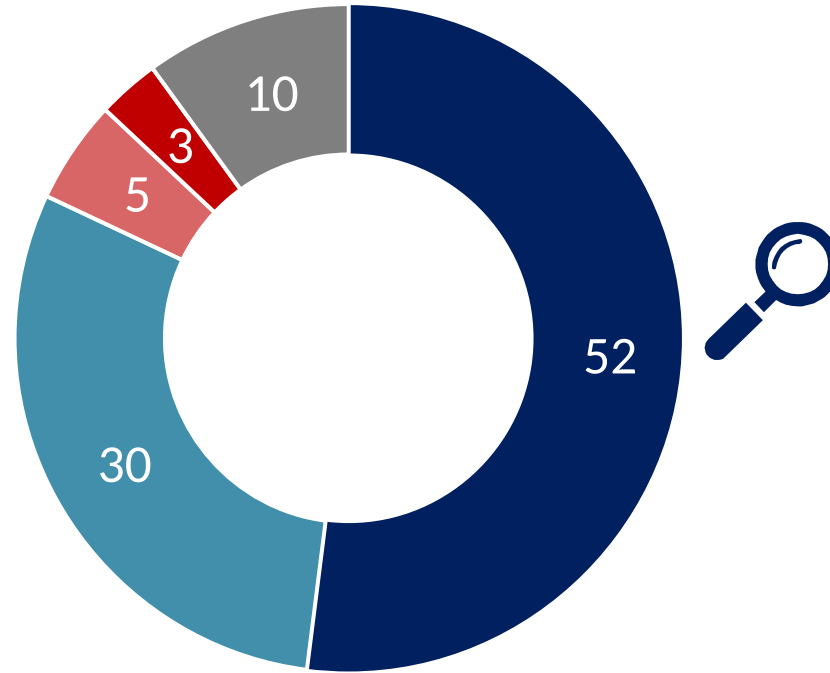
BASE : ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON (N=1033)

Les Français sont massivement favorables à un changement législatif supprimant l'obligation pour la victime d'inceste de faire la preuve qu'elle n'était pas consentante.

↳ Et lorsqu'il est prouvé qu'il y a bien eu inceste, seriez-vous favorable ou opposé à ce que la loi change et que la victime ne soit plus obligée de faire la preuve qu'elle n'était pas consentante ?

% DÉFAVORABLE : 8

% FAVORABLE : 82



% « TRÈS FAVORABLES »
Profils significatifs

Hommes: **44**

Femmes: **59**

Français victimes d'inceste: **69**

TRÈS FAVORABLE

FAVORABLE

DÉFAVORABLE

TRÈS DÉFAVORABLE

VOUS NE SAVEZ PAS



BASE : ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON (N=1033)

A blurred, low-angle photograph of a crowd of people walking in a public space, possibly a train station or a busy street. The image is heavily motion-blurred, creating a sense of movement and a busy atmosphere. The colors are muted, with a lot of blues, greys, and some warmer tones from the background lights.

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), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket 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

FICHE TECHNIQUE

Étude CAWI sur panel IIS



ÉCHANTILLON

- **Population cible** : Hommes/Femmes 18 ans et plus
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge, zones UDA, catégorie d'agglomération (données INSEE)



COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : 4 au 5 novembre 2020
- **Taille de l'échantillon final** : 1033 individus
- **Mode de recueil** : Recueil On line
- **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.



TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : Genre, âge, région, CSP, catégorie d'agglomération

Questionnaire



FIABILITÉ DES RÉSULTATS

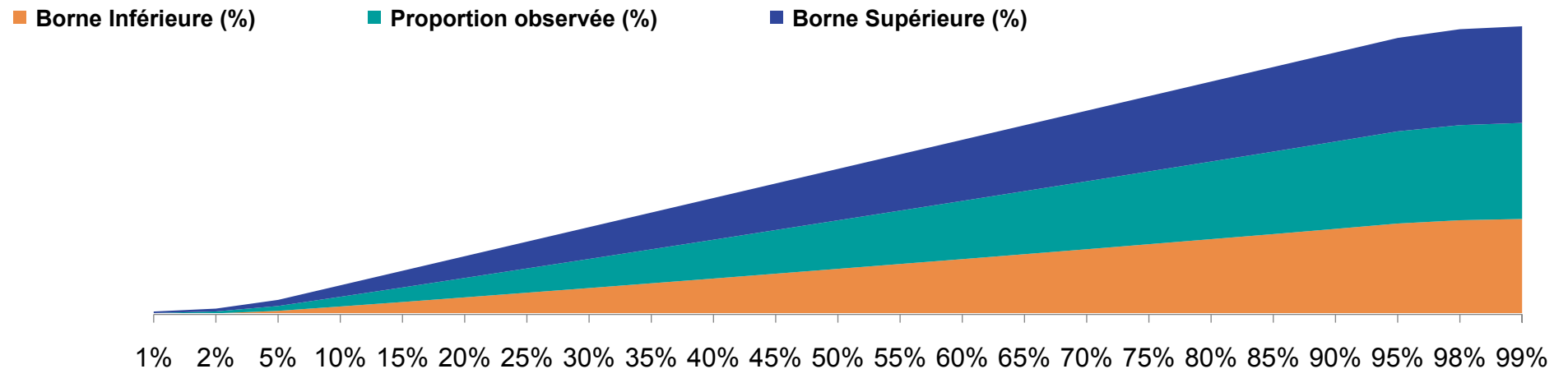


Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **N=1033**

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.

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. 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

Syndicated studies

© 2020 Ipsos. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos.

Ad hoc studies

© 2020 Ipsos. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos.

GAME CHANGERS

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.

Nous sommes des Game Changers.

RETROUVEZ-NOUS



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

