



**Omnibus**  
BY IFOP

# Etude « Octobre Rose »

Etude Ifop pour Florajet | Etude n°715871 | Septembre 2024

## PRÉPARÉ POUR

**Séverine Amate**  
Président & Fondatrice  
[severine@amatereseaunance.com](mailto:severine@amatereseaunance.com)  
Tel : 06 08 03 63 13

## CONTACTS IFOP

**Elodie Banq**  
Directrice de clientèle  
[Elodie.banq@ifop.com](mailto:Elodie.banq@ifop.com)  
Tél : 01 72 34 95 78

# SOMMAIRE



<b>1. Présentation de l'étude</b>	<b>3</b>
<b>2. Principaux résultats</b>	<b>6</b>
<b>3. Résultats de l'étude</b>	<b>8</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Identification des personnes concernées par la lutte contre le cancer du sein</li><li>• Cadeaux pour soutenir une femme touchée par le cancer du sein</li><li>• Message véhiculé par les fleurs offertes à une femme qui souffre du cancer du sein</li><li>• Fleurs associées à la campagne de sensibilisation</li><li>• Identification des personnes prêtes à donner plus pour soutenir la cause de la lutte contre le cancer du sein et la somme qu'elles seraient prêtes à donner</li><li>• Associations à qui Florajet pourrait reverser le don</li></ul>	
<b>4. Annexe</b>	<b>24</b>



1 |

## Présentation de l'étude

# Présentation de l'étude

## CONTEXTE ET OBJECTIF

En **septembre 2024**, **Florajet** (site internet spécialisé dans la vente de fleurs) a sollicité l'**Ifop** pour mettre en place une étude quantitative à l'**occasion d'Octobre Rose** (la campagne de sensibilisation au dépistage du cancer du sein et de soutien aux personnes touchées).

Ce sondage permet de répondre aux interrogations suivantes :

- **Les Français se sentent-ils concernés par la campagne « Octobre Rose »** et quels sont les profils les plus concernés ?
- **Quelle symbolique représente les fleurs et laquelle est la plus associée à Octobre Rose ?**
- **Quel don supplémentaire les Français seraient prêts à faire pour l'achat d'un bouquet « Octobre Rose » sur le site de Florajet et à quelle association ils aimeraient que celui-ci soit reversé.**

## MÉTHODOLOGIE

### Omnibus online

Etude quantitative réalisée en **ligne et auto-administrée** dans le cadre de l'OMCAWI. Les informations ont été recueillies auprès d'un échantillon national représentatif de **1005 individus âgés de 18 ans et plus** .

*L'échantillon a été structuré selon la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé et du chef de ménage, région et catégorie d'agglomération)*

## DATE DE TERRAIN



Septembre  
2024

25

Septembre  
2024

27



# Profil des répondants – Individus âgés de 18 ans et plus

Base = 1005

## % GENRE



48%



52%

## % AGE



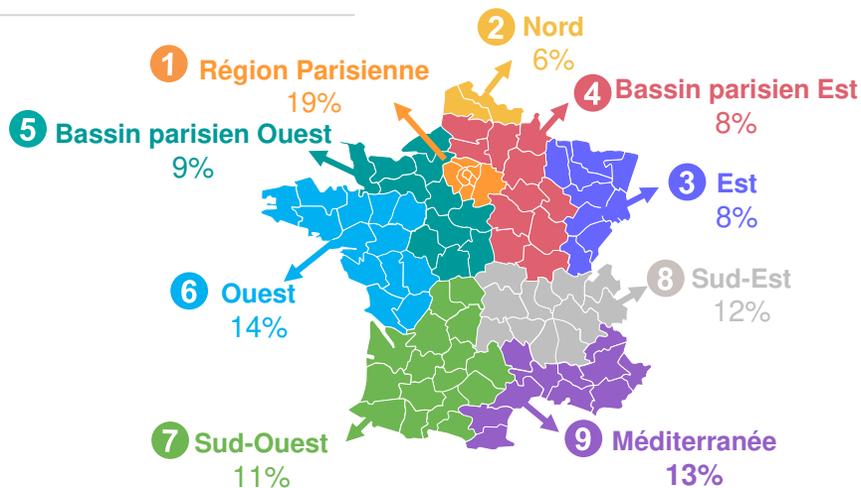
• 18 à 24 ans	10%
• 25 à 34 ans	15%
• 35 à 49 ans	25%
• 50 à 64 ans	25%
• 65 ans et +	25%



## % STATUT PROFESSIONNEL DU RÉPONDANT

• Agriculteur	1
• Artisan, commerçant	4
• Cadre et profession intellectuelle sup.	10
• Profession intermédiaire	15
• Employé	17
• Ouvrier	13
• Retraités	28
• Autres inactifs	13

## % RÉGION UDA9



## % CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION





## 2 | Synthèse de l'étude



## Ce qu'il faut retenir

- 66% des Français se disent concernés par la campagne « Octobre Rose », dont 21% qui se sentent très concernés.
  - ↳ Les femmes sont nettement plus concernées que les hommes (8/10 vs 1/2 pour les hommes). En revanche, l'âge n'apparaît pas comme un critère discriminant.
- 4 Français sur 10 ont déjà offert ou envisageraient d'offrir des fleurs pour soutenir une femme atteinte du cancer du sein.
  - ↳ Les hommes, plus souvent que les femmes, choisissent d'offrir des fleurs dans ce contexte, tandis que les femmes privilégient davantage des soins en institut ou des cosmétiques adaptés aux peaux fragilisées.
- Pour plus de la moitié des Français, offrir des fleurs à une femme concernée par le cancer du sein est un moyen de lui témoigner un message de soutien.
- La rose est la fleur la plus associée à la campagne « Octobre Rose » suivie de l'œillet, de l'anémone et du Dahlia.
- Depuis 5 ans, Florajet soutient l'opération Octobre Rose en reversant 2€ par bouquet « Octobre Rose » vendu au mois d'octobre. Sachant cela, 71% des Français se disent prêts à donner davantage pour soutenir cette cause s'ils achetaient un bouquet « Octobre Rose », et plus d'un tiers seraient disposés à ajouter entre 1 et 3 euros. Parmi ceux prêts à faire un don supplémentaire, 4 sur 10 souhaitent que ce don soit versé à la Ligue nationale contre le cancer.
  - ↳ Les femmes, les 18-24 ans et ceux qui se sentent « plutôt concernés » par la cause sont plus enclins à vouloir donner entre 1 et 3 euros. En revanche, les personnes « très concernées » préfèrent donner une somme plus élevée.
  - ↳ Les retraités sont plus nombreux à souhaiter que le don soit reversé à la Ligue nationale contre le cancer, tandis que les femmes, les jeunes et les personnes sensibilisées à la campagne préfèrent que les fonds soient destinés à l'association Ruban Rose.





# 3 | Résultats de l'étude



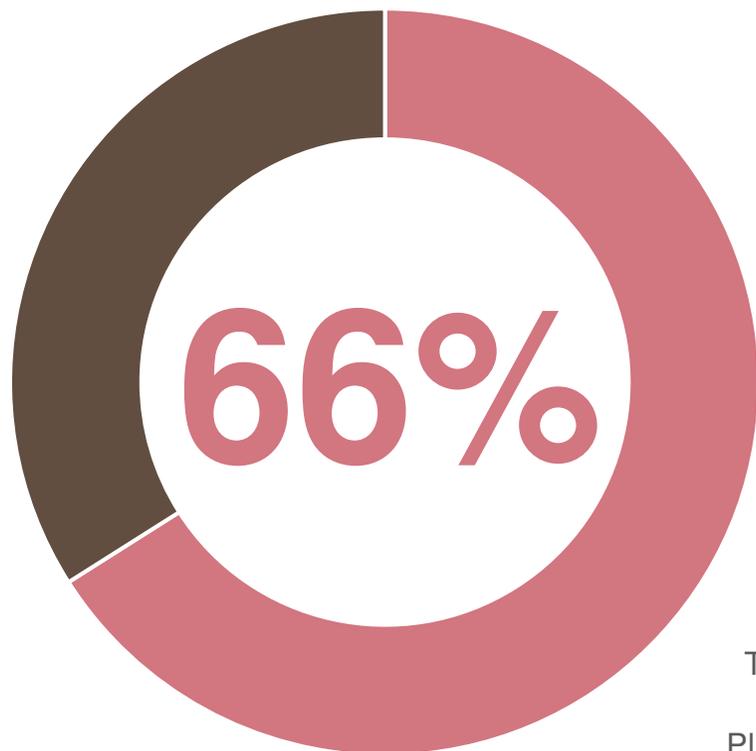
**Identification des Français concernés par la campagne « Octobre Rose »**



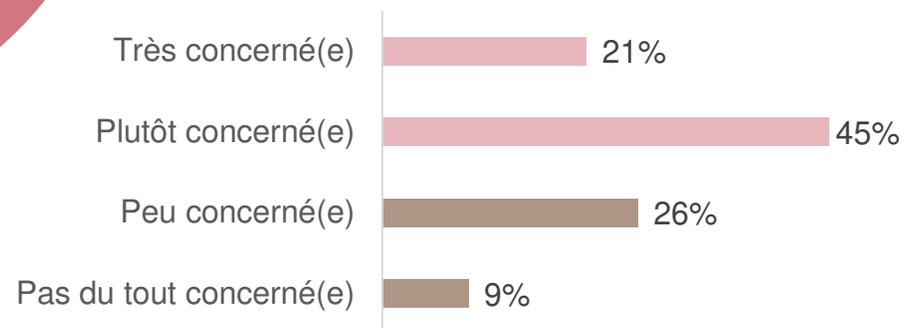
# 2/3 des Français se sentent concernés par la campagne de sensibilisation Octobre Rose

OC1. Octobre Rose est une campagne annuelle de sensibilisation au dépistage du cancer du sein et de soutien aux personnes touchées. Dans quelle mesure vous sentez-vous concerné(e) par cette cause ? Diriez-vous que vous êtes ...

Individus âgés de 18 ans et plus = 1005



## Des Français sont concernés par la campagne de sensibilisation « Octobre Rose »



Mais, les femmes sont nettement plus concernées que les hommes (8/10 vs 1/2 pour les hommes). En revanche, l'âge n'apparaît pas comme un critère discriminant.

	Sexe		Age de l'interviewé						Profession de l'interviewé				
	Un homme	Une femme	ST Moins de 35 ans	De 18 à 24 ans	De 25 à 34 ans	ST 35 ans et plus	De 35 à 49 ans	De 50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP A	CSP B	CSP C	ST CSP D
	479	526	255	103	152	750	248	247	256	147	318	127	414
<b>ST Concerné(e)</b>	51%	79%	71%	74%	68%	64%	70%	61%	61%	61%	74%	62%	62%
Très concerné(e)	16%	25%	24%	26%	23%	19%	20%	19%	19%	15%	21%	21%	22%
Plutôt concerné(e)	35%	54%	46%	49%	45%	45%	50%	42%	42%	47%	52%	42%	40%
<b>ST Non concerné(e)</b>	49%	21%	29%	26%	32%	36%	30%	39%	39%	39%	26%	38%	38%
Peu concerné(e)	35%	18%	22%	16%	26%	27%	23%	30%	27%	29%	21%	31%	27%
Pas du tout concerné(e)	14%	4%	7%	9%	6%	9%	7%	9%	12%	10%	5%	7%	11%

	Région				
	Région parisienne	Nord Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud Est
	186	221	230	115	253
<b>ST Concerné(e)</b>	65%	64%	68%	69%	63%
Très concerné(e)	20%	18%	24%	20%	21%
Plutôt concerné(e)	46%	46%	44%	50%	42%
<b>ST Non concerné(e)</b>	35%	36%	32%	31%	37%
Peu concerné(e)	24%	28%	28%	24%	25%
Pas du tout concerné(e)	11%	8%	5%	7%	12%

*Note de lecture : Les femmes (79%) sont significativement plus nombreuses que les hommes (51%) à se sentir concernées par la campagne de sensibilisation au dépistage du cancer du sein*

CSP A : Cadres, commerçants, artisans  
 CSP B : Prof. intermédiaires, employés  
 CSP C : Ouvriers  
 CSP D : Inactifs

■ ■ : Ecart significatif / positif par rapport à la population complémentaire, au seuil de confiance 95%



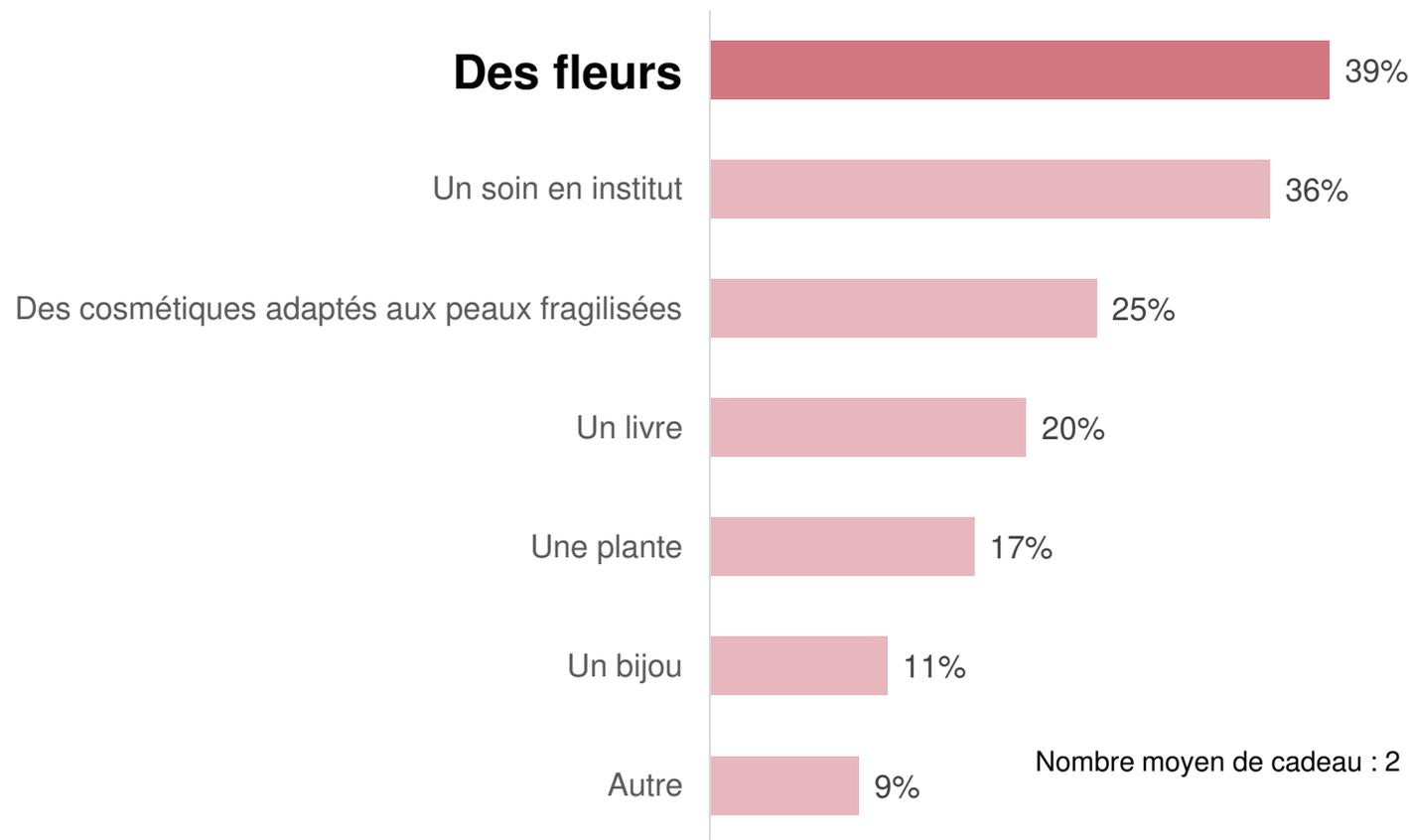
**La symbolique des fleurs et identification de celle qui est la plus associée à « Octobre Rose »**



# Cadeaux pour soutenir une femme touchée par le cancer du sein

OC2. A l'occasion d'Octobre Rose ou à une autre occasion qu'offrez-vous ou que pourriez-vous offrir pour soutenir une femme concernée par le cancer du sein ?

Individus âgés de 18 ans et plus = 1005



# Cadeaux pour soutenir une femme touchée par le cancer du sein

**Note de lecture :** Les hommes (48%) sont significativement plus nombreux que les femmes (32%) à offrir des fleurs à une femme concernée par le cancer du sein.

	Sexe		Age de l'interviewé						Profession de l'interviewé				
	Un homme	Une femme	ST Moins de 35 ans	De 18 à 24 ans	De 25 à 34 ans	ST 35 ans et plus	De 35 à 49 ans	De 50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP A	CSP B	CSP C	ST CSP D
	479	526	255	103	152	750	248	247	256	147	318	127	414
<b>Des fleurs</b>	48%	32%	46%	44%	47%	37%	41%	43%	29%	41%	39%	53%	35%
Un soin en institut	29%	41%	41%	46%	38%	34%	35%	33%	33%	36%	39%	28%	36%
Des cosmétiques adaptés aux peaux fragilisées	17%	32%	34%	42%	28%	22%	25%	25%	15%	33%	30%	16%	21%
Un livre	20%	20%	27%	25%	28%	18%	16%	14%	24%	19%	21%	14%	22%
Une plante	17%	17%	26%	21%	29%	14%	17%	14%	10%	20%	21%	17%	12%
Un bijou	10%	13%	24%	25%	23%	7%	12%	8%	2%	11%	15%	15%	8%
<b>Autre</b>	10%	9%	6%	7%	6%	11%	10%	12%	11%	15%	8%	7%	10%
<b>Moyenne</b>	1,5	1,6	2,0	2,1	2,0	1,4	1,6	1,5	1,2	1,7	1,7	1,5	1,4

	Région					Identification des personnes concernées par la lutte contre le cancer du sein					
	Région parisienne	Nord Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud Est	ST Concerné(e)	Très concerné(e)	Plutôt concerné(e)	ST Non concerné(e)	Peu concerné(e)	Pas du tout concerné(e)
	186	221	230	115	253	659	207	452	346	259	87
<b>Des fleurs</b>	42%	41%	39%	40%	37%	38%	42%	37%	41%	41%	41%
Un soin en institut	38%	35%	34%	35%	36%	39%	42%	38%	29%	30%	25%
Des cosmétiques adaptés aux peaux fragilisées	29%	22%	24%	21%	26%	28%	31%	26%	19%	20%	16%
Un livre	23%	16%	20%	19%	22%	21%	22%	21%	18%	18%	18%
Une plante	23%	16%	15%	15%	14%	18%	19%	17%	15%	16%	13%
Un bijou	15%	10%	10%	9%	11%	13%	16%	11%	8%	9%	5%
<b>Autre</b>	7%	6%	8%	11%	15%	8%	7%	9%	12%	10%	16%
<b>Moyenne</b>	1,8	1,5	1,5	1,5	1,6	1,7	1,8	1,6	1,4	1,5	1,3

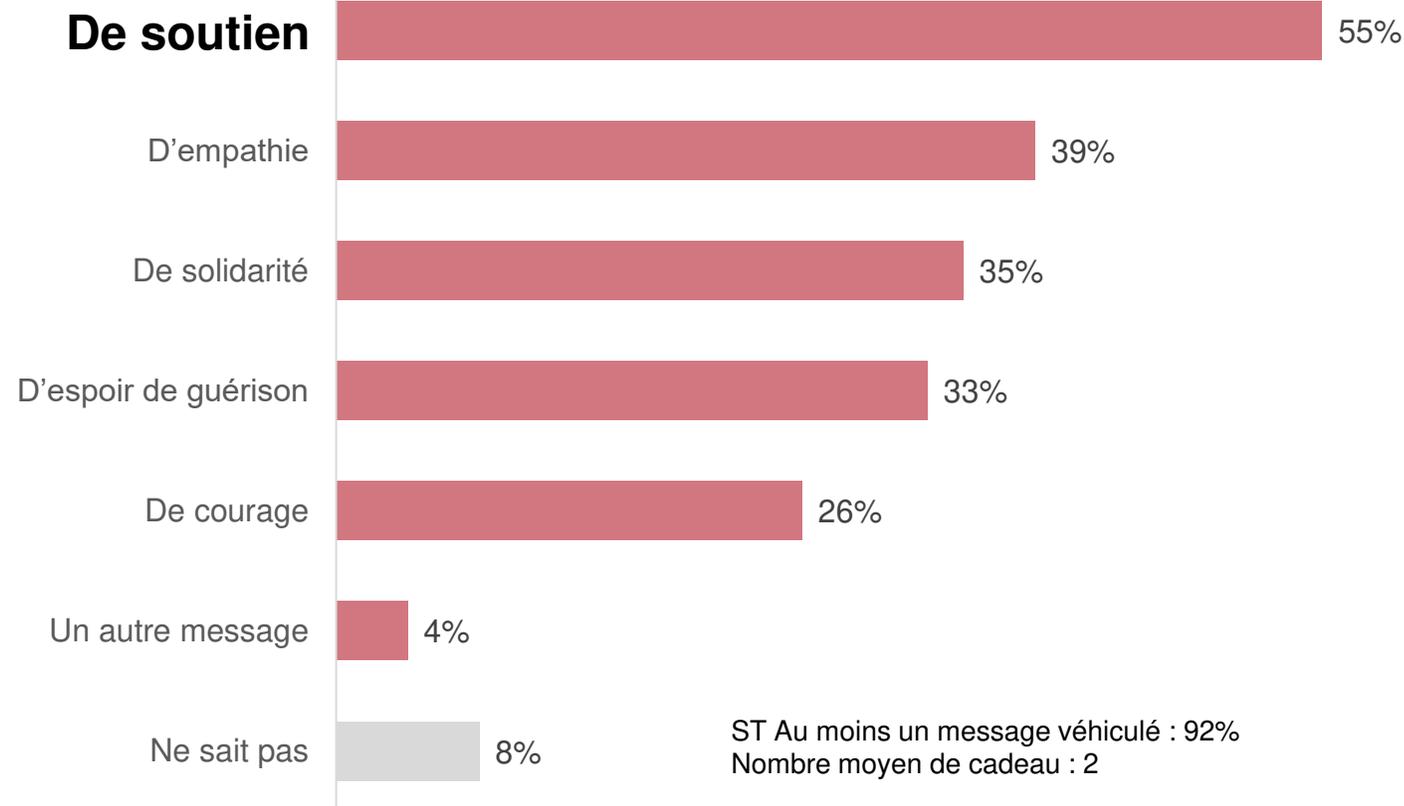
CSP A : Cadres, commerçants, artisans  
 CSP B : Prof. intermédiaires, employés  
 CSP C : Ouvriers  
 CSP D : Inactifs

■ ■ : Ecart significatif / positif par rapport à la population complémentaire, au seuil de confiance 95%

# Message véhiculé par les fleurs offertes à une femme qui souffre du cancer du sein

OC3. Selon vous offrir des fleurs à une femme concernée par le cancer du sein dans le cadre d'Octobre Rose ou à un autre moment véhicule un message ...

Individus âgés de 18 ans et plus = 1005



# Message véhiculé par les fleurs offertes à une femme qui souffre du cancer du sein

**Note de lecture :** Les 18-24 ans sont significativement plus nombreux que les autres tranches d'âge à penser qu'offrir des fleurs à une femme touchée par le cancer du sein c'est lui témoigner du soutien (72%)

	Sexe		Age de l'intervisé						Profession de l'intervisé				
	Un homme	Une femme	ST Moins de 35 ans	De 18 à 24 ans	De 25 à 34 ans	ST 35 ans et plus	De 35 à 49 ans	De 50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP A	CSP B	CSP C	ST CSP D
	479	526	255	103	152	750	248	247	256	147	318	127	414
<b>ST Au moins un message véhiculé</b>	93%	92%	96%	98%	95%	91%	92%	89%	92%	89%	94%	94%	92%
De soutien	54%	55%	66%	72%	62%	51%	58%	57%	38%	50%	64%	57%	49%
D'empathie	40%	38%	46%	47%	46%	36%	30%	40%	40%	44%	40%	22%	41%
De solidarité	32%	37%	51%	55%	47%	29%	34%	28%	26%	31%	41%	35%	31%
D'espoir de guérison	37%	30%	41%	53%	33%	31%	34%	29%	28%	30%	35%	35%	33%
De courage	24%	28%	40%	47%	36%	21%	28%	22%	15%	25%	33%	28%	21%
<b>Un autre message</b>	6%	3%	6%	3%	7%	4%	5%	4%	3%	8%	5%	4%	3%
<b>Ne sait pas</b>	7%	8%	4%	2%	5%	9%	8%	11%	8%	11%	6%	6%	8%
<b>Moyenne</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>2,6</b>	<b>2,8</b>	<b>2,4</b>	<b>1,9</b>	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	<b>1,6</b>	<b>2,1</b>	<b>2,3</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>

	Région					Identification des personnes concernées par la lutte contre le cancer du sein					
	Région parisienne	Nord Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud Est	ST Concerné(e)	Très concerné(e)	Plutôt concerné(e)	ST Non concerné(e)	Peu concerné(e)	Pas du tout concerné(e)
	186	221	230	115	253	659	207	452	346	259	87
<b>ST Au moins un message véhiculé</b>	90%	96%	93%	95%	89%	95%	97%	93%	88%	91%	80%
De soutien	54%	56%	54%	54%	55%	59%	59%	59%	47%	50%	40%
D'empathie	42%	38%	32%	46%	41%	42%	47%	40%	34%	35%	28%
De solidarité	37%	34%	34%	36%	33%	41%	47%	38%	22%	22%	20%
D'espoir de guérison	33%	36%	37%	29%	29%	36%	40%	34%	29%	28%	32%
De courage	25%	28%	28%	25%	24%	31%	34%	30%	17%	17%	17%
<b>Un autre message</b>	5%	3%	2%	6%	6%	4%	3%	5%	5%	5%	5%
<b>Ne sait pas</b>	10%	4%	7%	5%	11%	5%	3%	7%	12%	9%	20%
<b>Moyenne</b>	<b>2,2</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>	<b>1,8</b>

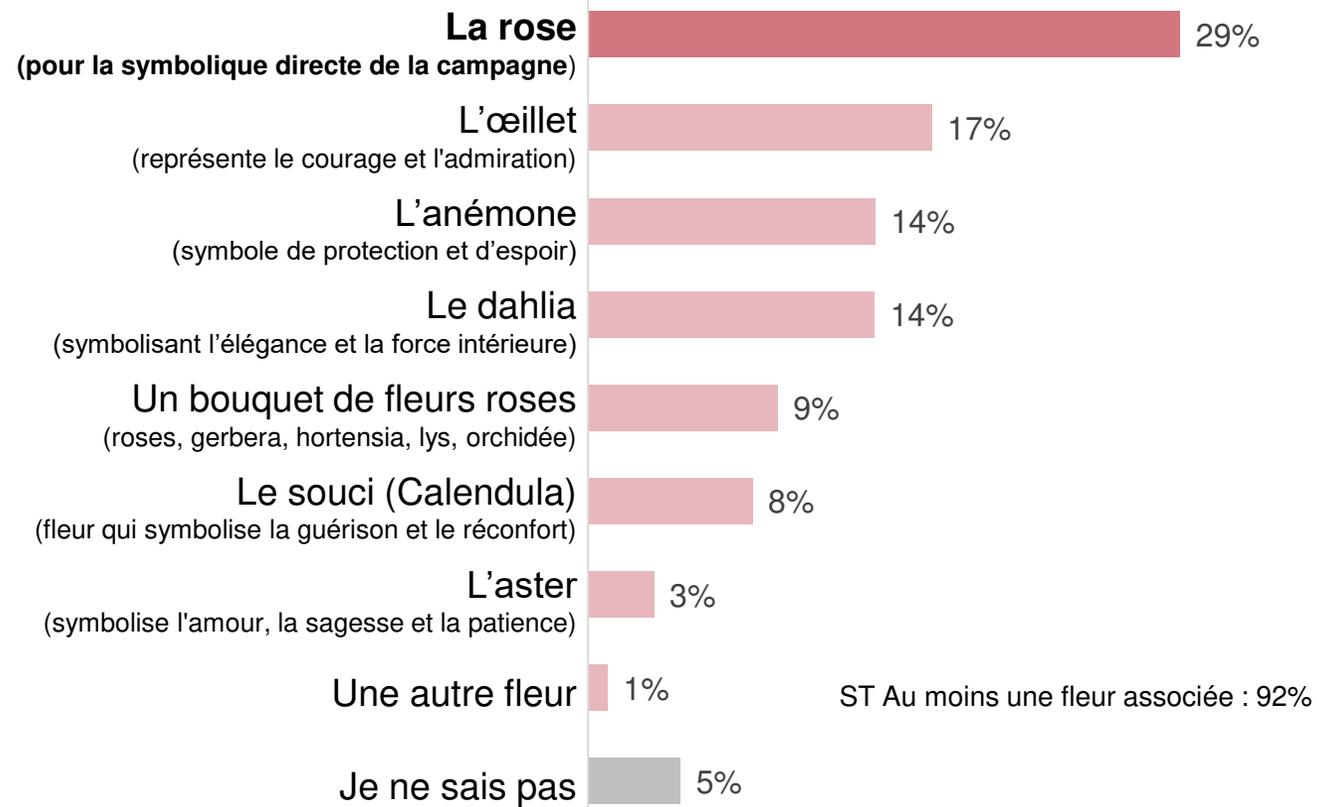
CSP A : Cadres, commerçants, artisans  
 CSP B : Prof. intermédiaires, employés  
 CSP C : Ouvriers  
 CSP D : Inactifs

■ ■ : Ecart significatif / positif par rapport à la population complémentaire, au seuil de confiance 95%

# Fleurs associées à la campagne de sensibilisation

OC4. Si vous deviez associer une fleur à la campagne de sensibilisation « Octobre Rose » laquelle choisiriez-vous ?

Individus âgés de 18 ans et plus = 1005



# Fleurs associées à la campagne de sensibilisation

**Note de lecture :** Les femmes (12%) sont significativement plus nombreuses que les hommes (7%) à associer le bouquet de fleurs roses à la campagne de sensibilisation

	Sexe		Age de l'interviewé						Profession de l'interviewé				
	Un homme	Une femme	ST Moins de 35 ans	De 18 à 24 ans	De 25 à 34 ans	ST 35 ans et plus	De 35 à 49 ans	De 50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP A	CSP B	CSP C	ST CSP D
<b>ST Au moins une fleur associée</b>	<b>94%</b>	<b>97%</b>	<b>96%</b>	<b>94%</b>	<b>98%</b>	<b>95%</b>	<b>95%</b>	<b>96%</b>	<b>95%</b>	<b>95%</b>	<b>97%</b>	<b>97%</b>	<b>94%</b>
La rose	31%	27%	23%	13%	29%	31%	31%	27%	35%	29%	27%	30%	30%
L'œillet	16%	18%	19%	20%	19%	16%	14%	17%	17%	17%	16%	17%	17%
L'anémone	13%	15%	13%	17%	11%	14%	15%	15%	13%	17%	16%	12%	13%
Le dahlia	13%	15%	23%	29%	19%	11%	14%	12%	7%	16%	16%	14%	12%
Un bouquet de fleurs roses	7%	12%	8%	7%	9%	10%	8%	12%	9%	4%	11%	10%	9%
Le souci (Calendula)	10%	7%	5%	4%	6%	9%	9%	9%	8%	6%	9%	9%	8%
L'aster	4%	2%	3%	1%	5%	3%	3%	3%	3%	4%	3%	3%	3%
<b>Une autre fleur</b>	-	1%	1%	2%	1%	1%	-	1%	2%	1%	-	1%	1%
<b>Je ne sais pas</b>	6%	3%	4%	6%	2%	5%	5%	4%	5%	5%	3%	3%	6%

	Région					Identification des personnes concernées par la lutte contre le cancer du sein					
	Région parisienne	Nord Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud Est	ST Concerné(e)	Très concerné(e)	Plutôt concerné(e)	ST Non concerné(e)	Peu concerné(e)	Pas du tout concerné(e)
<b>ST Au moins une fleur associée</b>	<b>95%</b>	<b>97%</b>	<b>95%</b>	<b>95%</b>	<b>94%</b>	<b>97%</b>	<b>99%</b>	<b>96%</b>	<b>92%</b>	<b>94%</b>	<b>88%</b>
La rose	29%	32%	25%	27%	30%	29%	26%	31%	28%	29%	28%
L'œillet	15%	20%	17%	15%	16%	17%	20%	16%	17%	17%	17%
L'anémone	18%	9%	11%	19%	16%	14%	17%	13%	14%	13%	16%
Le dahlia	14%	14%	16%	14%	12%	15%	19%	14%	12%	12%	11%
Un bouquet de fleurs roses	7%	11%	11%	4%	10%	10%	8%	12%	7%	8%	4%
Le souci (Calendula)	8%	7%	8%	13%	7%	7%	6%	7%	11%	11%	9%
L'aster	3%	3%	5%	1%	3%	3%	3%	3%	3%	4%	1%
<b>Une autre fleur</b>	1%	-	2%	2%	-	1%	1%	2%	-	-	1%
<b>Je ne sais pas</b>	5%	3%	5%	5%	6%	3%	1%	4%	8%	6%	12%

CSP A : Cadres, commerçants, artisans  
 CSP B : Prof. intermédiaires, employés  
 CSP C : Ouvriers  
 CSP D : Inactifs

■ ■ : Ecart significatif / positif par rapport à la population complémentaire, au seuil de confiance 95%



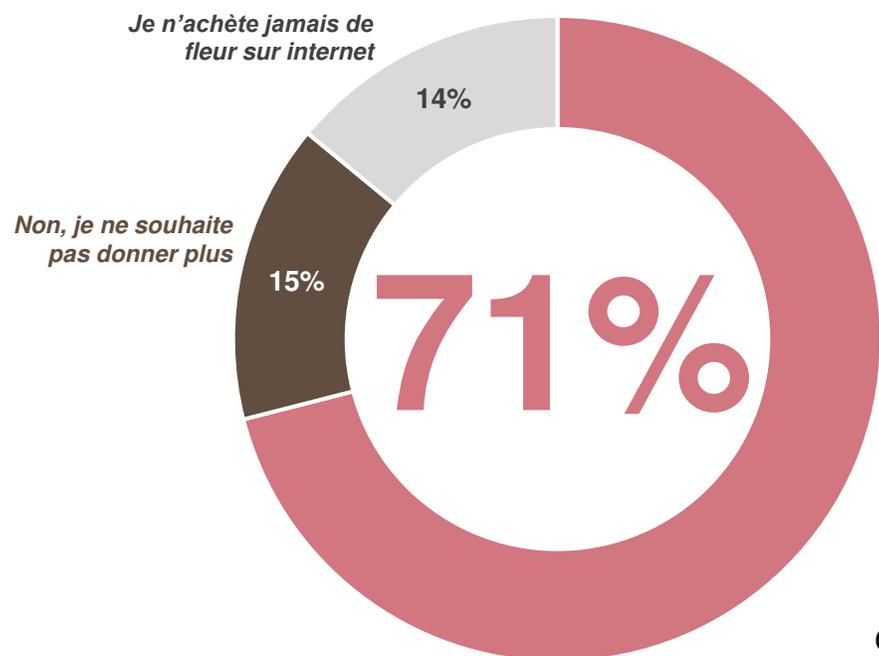
**Identification du montant du don  
supplémentaire pour l'achat d'un  
bouquet « Octobre Rose » sur le site de  
Florajet et de l'association bénéficiaire**



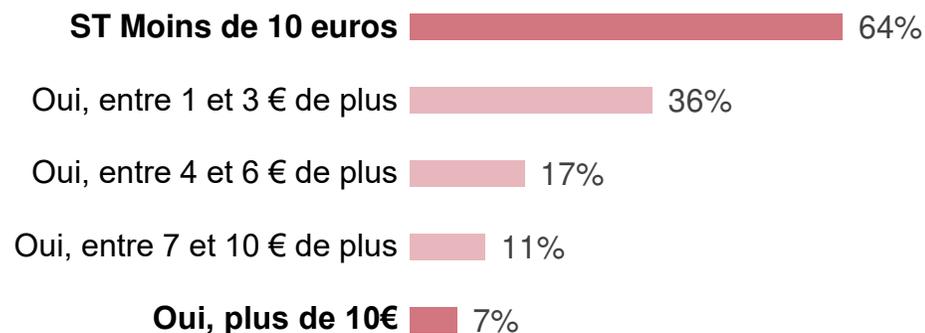
Un peu moins de  $\frac{3}{4}$  des sondés déclarent qu'ils seraient prêts à faire un don supplémentaire s'ils achetaient le bouquet « Octobre Rose » de Florajet. 36% verseraient entre 1 à 3 euros de plus.

OC5. Florajet (site internet de vente de fleurs) soutient depuis 5 ans l'opération Octobre Rose en reversant 2€ par bouquet « Octobre Rose » vendu au mois d'octobre. Si vous achetiez ce bouquet seriez-vous prêts à donner plus pour soutenir cette cause ?

Individus âgés de 18 ans et plus = 1005



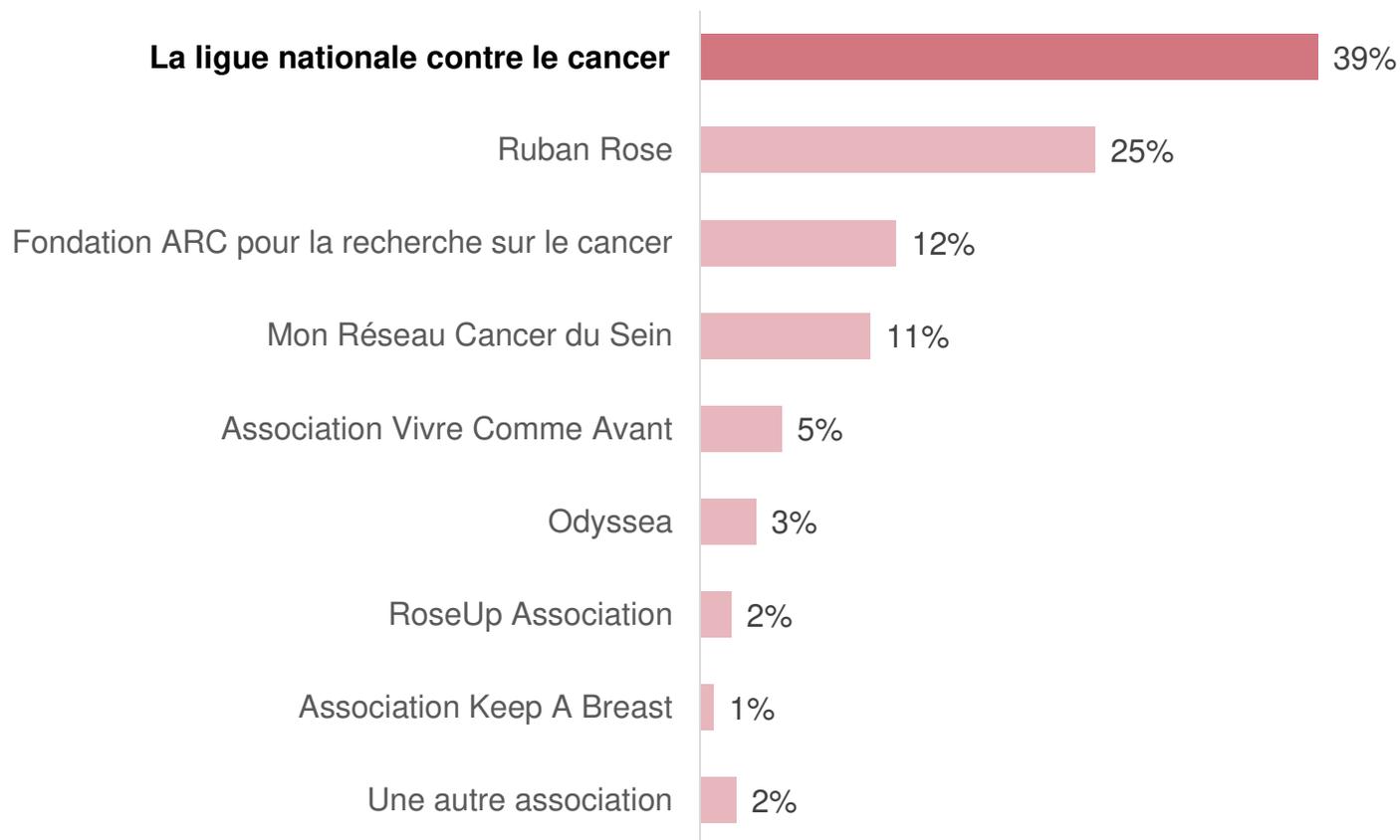
## Des Français sont prêts à donner plus pour soutenir la cause de la lutte contre le cancer du sein



4 personnes sur 10 prêtes à donner plus aimeraient que le don soit reversé à la Ligue nationale contre le cancer et un ¼ à l'association Ruban Rose

OC6. A quelle association aimeriez-vous le plus que ce don soit reversé ?

Sont prêts à donner plus pour soutenir la cause = 716



# Identification des personnes prêtes à donner plus pour soutenir la cause de la lutte contre le cancer du sein et la somme qu'elles seraient prêtes à donner

*Note de lecture : Les femmes (40%) sont significativement plus nombreuses que les hommes (31%) à vouloir donner entre 1 et 3 € de plus*

	Sexe		Age de l'interviewé						Profession de l'interviewé				
	Un homme	Une femme	ST Moins de 35 ans	De 18 à 24 ans	De 25 à 34 ans	ST 35 ans et plus	De 35 à 49 ans	De 50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP A	CSP B	CSP C	ST CSP D
	479	526	255	103	152	750	248	247	256	147	318	127	414
<b>ST Oui</b>	70%	73%	79%	87%	74%	69%	75%	67%	64%	73%	76%	77%	66%
<b>ST Moins de 10 euros</b>	60%	68%	72%	78%	68%	62%	69%	60%	56%	64%	71%	67%	58%
Oui, entre 1 et 3 € de plus	31%	40%	38%	47%	33%	35%	38%	38%	30%	37%	40%	37%	32%
Oui, entre 4 et 6 € de plus	17%	17%	23%	20%	25%	15%	19%	11%	16%	11%	20%	19%	16%
Oui, entre 7 et 10 € de plus	12%	11%	11%	12%	11%	11%	12%	11%	10%	16%	11%	11%	10%
Oui, plus de 10€	9%	5%	7%	9%	6%	7%	6%	7%	8%	9%	5%	10%	7%
<b>Non, je ne souhaite pas donner plus</b>	18%	12%	12%	9%	14%	16%	15%	19%	14%	13%	15%	16%	15%
<b>Je n'achète jamais de fleur sur internet</b>	12%	15%	9%	4%	12%	16%	10%	14%	23%	14%	9%	7%	19%

	Région					Identification des personnes concernées par la lutte contre le cancer du sein					
	Région parisienne	Nord Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud Est	ST Concerné(e)	Très concerné(e)	Plutôt concerné(e)	ST Non concerné(e)	Peu concerné(e)	Pas du tout concerné(e)
	186	221	230	115	253	659	207	452	346	259	87
<b>ST Oui</b>	73%	76%	73%	73%	64%	77%	83%	74%	60%	63%	54%
<b>ST Moins de 10 euros</b>	66%	65%	66%	65%	60%	70%	72%	69%	53%	56%	45%
Oui, entre 1 et 3 € de plus	37%	36%	38%	30%	36%	37%	33%	39%	33%	34%	33%
Oui, entre 4 et 6 € de plus	17%	17%	17%	22%	15%	21%	23%	19%	10%	12%	6%
Oui, entre 7 et 10 € de plus	12%	12%	12%	12%	9%	12%	16%	10%	9%	10%	6%
Oui, plus de 10€	7%	10%	7%	8%	4%	7%	11%	5%	7%	7%	9%
<b>Non, je ne souhaite pas donner plus</b>	14%	14%	15%	14%	16%	11%	9%	12%	22%	20%	28%
<b>Je n'achète jamais de fleur sur internet</b>	13%	10%	12%	12%	20%	12%	8%	14%	18%	17%	18%

CSP A : Cadres, commerçants, artisans  
 CSP B : Prof. intermédiaires, employés  
 CSP C : Ouvriers  
 CSP D : Inactifs

■ ■ : Ecart significatif / positif par rapport à la population complémentaire, au seuil de confiance 95%

# Associations à qui Florajet pourrait reverser le don

**Note de lecture :** Les femmes (29%) sont significativement plus nombreuses que les hommes (20%) à vouloir que le don soit reversé à l'association Ruban Rose.

	Sexe		Age de l'interviewé						Profession de l'interviewé				
	Un homme	Une femme	ST Moins de 35 ans	De 18 à 24 ans	De 25 à 34 ans	ST 35 ans et plus	De 35 à 49 ans	De 50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP A	CSP B	CSP C	ST CSP D
	334	382	201	90	112	514	186	166	163	107	240	98	271
La ligue nationale contre le cancer	42%	36%	33%	27%	38%	41%	38%	39%	47%	37%	37%	31%	44%
Ruban Rose	20%	29%	31%	36%	28%	22%	29%	20%	17%	20%	26%	34%	22%
Fondation ARC pour la recherche sur le cancer	12%	13%	11%	13%	9%	13%	8%	16%	15%	11%	13%	13%	12%
Mon Réseau Cancer du Sein	12%	10%	11%	11%	10%	11%	11%	12%	9%	13%	11%	11%	9%
Association Vivre Comme Avant	6%	5%	2%	2%	2%	6%	7%	5%	7%	8%	3%	5%	6%
Odyssea	4%	3%	2%	-	4%	4%	6%	4%	1%	5%	6%	3%	1%
RoseUp Association	3%	1%	3%	3%	4%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	-	2%
Association Keep A Breast	1%	1%	3%	5%	1%	-	-	-	-	1%	-	2%	1%
<b>Une autre association</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>

	Région					Identification des personnes concernées par la lutte contre le cancer du sein	
	Région parisienne	Nord Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud Est	ST Concerné(e)	ST Non concerné(e)
	136	167	168	84	161	507	209
La ligue nationale contre le cancer	38%	38%	41%	38%	38%	36%	46%
Ruban Rose	20%	23%	26%	34%	25%	28%	17%
Fondation ARC pour la recherche sur le cancer	10%	12%	11%	10%	16%	12%	14%
Mon Réseau Cancer du Sein	11%	14%	13%	6%	8%	11%	9%
Association Vivre Comme Avant	6%	7%	5%	5%	3%	4%	7%
Odyssea	7%	1%	3%	2%	4%	3%	4%
RoseUp Association	4%	2%	1%	1%	1%	2%	3%
Association Keep A Breast	1%	1%	-	-	1%	1%	-
<b>Une autre association</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>

CSP A : Cadres, commerçants, artisans  
 CSP B : Prof. intermédiaires, employés  
 CSP C : Ouvriers  
 CSP D : Inactifs

■ ■ : Ecart significatif / positif par rapport à la population complémentaire, au seuil de confiance 95%



# | Annexes

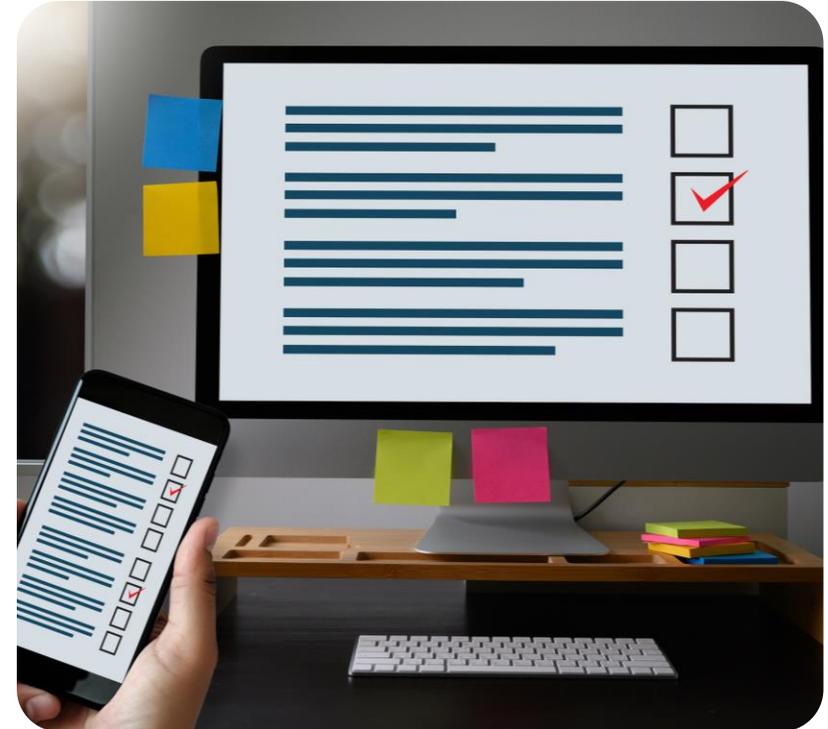


## Questionnaire

Pour afficher le questionnaire, merci de bien vouloir cliquer sur l'icône ci-dessous :



Questionnaire





CONTACTS



**Elodie Bang**

Directrice de clientèle

[Elodie.bang@ifop.com](mailto:Elodie.bang@ifop.com)

Tél : 01 72 34 95 78

RETROUVEZ-NOUS SUR

[www.ifop.com](http://www.ifop.com)

