

LA VIE FAMILIALE EN ISERE EN 2006_SYNTHESE

Les résultats de l'Observatoire de la Vie Familiale ...

Nous vous présentons les résultats de l'enquête générale de l'Observatoire de la vie familiale reconduite en 2006.

Voici les thèmes : caractéristiques des ménages, cadre de vie et logement, vie professionnelle, loisirs, vacances, budget et consommation, engagement associatif et niveau d'information, santé, vie familiale et solidarités familiales.

CADRE DE VIE & LOGEMENT

La quasi-totalité des ménages trouve son cadre de vie agréable. La qualité des espaces naturels représente un élément positif de ce cadre de vie pour 75% des ménages, la qualité du voisinage pour 69% des ménages et la sécurité des personnes pour 61% des ménages. Le bruit n'est perçu comme élément négatif ou moyen que par un ménage sur trois, mais il est mieux perçu que la sécurité des biens.

Néanmoins, ces éléments sont perçus différemment selon que l'on habite dans une commune rurale, périurbaine ou urbaine. Ainsi, 3 urbains sur 5 estiment que le bruit constitue un point faible (59%) du cadre de vie. La sécurité des biens et l'image du quartier (51% chacun) sont également perçus négativement pour un ménage urbain sur deux. En revanche, 66% des urbains trouvent que le dynamisme et l'attractivité de leur quartier sont des éléments positifs alors que seulement 23% des ménages ruraux le pensent.

L'échantillon est constitué à 70% par des propriétaires (notons une sur-représentation des propriétaires qui représentent 56% de l'ensemble des ménages français). 57% des ménages vivent en maison individuelle : 69% lorsqu'ils sont propriétaires et 30% lorsqu'ils sont locataires. 8% des ménages vivent dans un deux pièces ou moins et 41% dans un cinq pièces ou plus.

Néanmoins, 15% des ménages vivent dans un logement qu'ils jugent insatisfaisant. Quand les ménages ont la possibilité de choisir leur logement (85% de l'ensemble des ménages), ce choix est guidé par les éléments de superficie, de prix et de confort (plus de trois ménages sur quatre), avant des critères liés à la praticité et la promiscuité.

VIE PROFESSIONNELLE

72% des individus de sexe masculin exercent une activité rémunérée contre 53% des individus de sexe féminin.

83% des actifs masculins sont à temps plein, ils ont quasiment tous choisi leur statut. 60% des actifs féminins sont à temps plein et un tiers sont à temps partiel, statut choisi pour quasiment toutes.

Les configurations matrimoniales jouent un rôle dans cette situation. Ainsi, 24% des actifs féminins en couple sont à temps plein choisis et 62% des actifs féminins en situation de monoparentalité le sont, contre 45% des actifs masculins en couple.

Parmi les ménages en couple bi-actifs ayant des enfants âgés de moins de 15 ans, les modes de garde préférés sont les proches, eux-mêmes et la crèche (environ 40% chacun). Pour les familles monoparentales, les modes de garde préférés sont l'assistante maternelle (25%) ou alors les enfants restent seuls (25%).

Les ménages consacrent leur temps libre supplémentaire (conséquence des 35h) à leur famille (26%) et à des loisirs extérieurs (22%). Ils en profitent également pour s'occuper des tâches ménagères (21%). Il n'y a pas de différence notable en fonction du sexe de l'actif.

Le sexe ne joue pas de rôle conséquent dans le choix du statut de travail et l'occupation du temps libéré par la réduction du temps de travail des ménages isérois.

LOISIRS

83% des ménages déclarent pratiquer une activité sportive dont 54% au moins une fois par semaine.

Les rencontres entre amis demeurent, comme en 2003, un élément clé dans la vie relationnelle des ménages.

Les ménages se tournent également vers les activités artistiques et les sorties culturelles. En effet, « le cinéma » est une sortie culturelle incontournable mensuelle pour un peu moins d'un tiers des ménages. « Spectacles, concerts » et « musées, expositions » sont pratiqués moins fréquemment mais font partie intégrante des sorties annuelles des ménages. En effet, trois ménages sur cinq s'accordent ces sorties ; à peine 15% effectuent ces sorties culturelles ou artistiques de façon mensuelle et 25% n'y vont jamais. Les agriculteurs et les artisans ont très peu de temps à consacrer à ces activités « extras ». 19% des cadres et 20% des professions intermédiaires se rendent au moins une fois par mois à un spectacle ou concert.

En 2006, parmi les ménages de l'échantillon, trois ménages sur quatre (75%) cumulent de manière plus ou moins régulière une activité culturelle et/ou artistique avec une activité sportive. 14% des ménages de l'échantillon vont au cinéma au moins une fois par mois et font une activité sportive au moins une fois par semaine.

87% des ménages ayant des enfants de moins de 25 ans affirment que leurs enfants utilisent au moins une fois par semaine: regarder la télé, surfer sur Internet, jouer à des jeux vidéos...

Les repas (86%) et les discussions (71%) sont les principales activités partagées quotidiennement en famille. En revanche, comme le montraient les résultats de notre précédente enquête sur « Internet et les jeunes » réalisée en 2005, le manque d'échange et de pratique parents - enfants se confirme une fois de plus. En 2006, 59% des parents affirment ne jamais « surfer sur Internet » avec leurs enfants

VACANCES

En 2006, quatre ménages sur cinq sont partis en vacances.

Parmi les ménages ne partant pas, 39% n'ont pas de moyens suffisants et 17% préfèrent rester chez eux par plaisir. Ce sont les ouvriers et les retraités qui partent le moins.

Parmi les ménages qui partent en vacances, 36% part deux fois dans l'année, 29% part trois fois dans l'année et 16% partent en vacances plus de trois fois par an.

La durée des vacances évolue également, un tiers part deux semaines, un autre tiers part trois semaines. Ceux qui partent le plus sont les cadres (plus de 5 semaines), suivis des professions intermédiaires, des retraités et des étudiants.

La France (hors Isère) reste une destination privilégiée pour les ménages isérois pour 59% des ménages isérois. 24% optent pour des vacances à l'étranger.

Comme en 2003, la famille est le mode d'hébergement préféré des ménages. Près d'un ménage sur cinq affirme avoir recours à ce type d'hébergement pendant ses vacances. Les hôtels, gîtes et auberges suivent de près (21%) et le camping occupe le troisième mode d'hébergement des ménages pour les vacances (15%).

BUDGET/CONSUMMATION

Logement, alimentation, impôts sont en moyenne les postes budgétaires les plus importants chez les ménages interrogés. Viennent ensuite études/scolarité, vacances et habillement. Hygiène/soins, transports, culture/loisirs et épargne sont des postes moins prioritaires dans le budget familial.

78% des ménages interrogés affirment avoir recours au crédit (ils étaient 59% en 2003 à l'affirmer). En priorité, il s'agit de crédit immobilier (achat, rénovation, entretien, aménagement de l'habitation) et automobile.

63% des ménages ont souscrit un prêt bancaire, 10% ont emprunté à leur famille et 7% ont recours au crédit permanent.

ENGAGEMENT ASSOCIATIF & NIVEAU D'INFORMATION

76% des ménages ont répondu adhérer au moins à une association. Les associations à caractère sportif, social et/ou humanitaire et culturel sont les plus fréquemment citées par les ménages. 18% des ménages interrogés font partie d'une association familiale.

« Développer la solidarité » est un rôle majeur des associations pour 85% des ménages. Par rapport à 2003, le thème de la solidarité est devenu prioritaire. « Permettre des rencontres », « engager des actions » et « favoriser l'intégration » sont également perçus par les ménages comme des rôles majeurs dans la vie des associations.

Journaux TV et radios sont, comme en 2003, les médias les plus souvent utilisés par les ménages comme sources d'information. On constate également une nette augmentation de l'utilisation d'Internet : 25% l'utilisent très souvent pour s'informer (et 18% de temps en temps) contre seulement 18% en 2003.

On peut noter que la connaissance des droits augmente avec l'âge et qu'elle est plus importante chez les cadres et les retraités.

SANTE

Le médecin traitant a été adopté par les ménages interrogés. En effet, 3 ménages sur 4 ont répondu avoir fait la démarche auprès du médecin de leur choix. Aujourd'hui, la quasi-totalité des ménages a une mutuelle.

Parmi les 71% de ménages qui estiment que leurs frais de santé sont mal remboursés, 18% sont des ouvriers. Parmi les 32% de ménages qui pensent ne pas être suffisamment informés en matière de santé, prévention et soins, 13% sont des ouvriers.

« L'accès aux soins n'est pas le même pour tous » selon 4 ménages sur 5, contre 3 ménages sur 5 en 2003. Les ménages de 25-29 ans sont unanimes à l'affirmer.

LES VALEURS DE LA FAMILLE

En 2006, honnêteté, travail, politesse et respect sont les valeurs fondatrices de la vie familiale. Plus de 4 ménages sur 5 affirment les avoir reçues et quasiment autant affirment les transmettre. Les valeurs traditionnelles sont toujours présentes mais on perçoit l'émergence d'autres valeurs qui prennent de plus en plus d'importance.

Le respect est la valeur la plus transmise. La tolérance est aujourd'hui devenue une valeur incontournable : moins reçue, elle est en revanche transmise par trois ménages sur quatre. La tolérance apparaît aujourd'hui comme une valeur tout aussi primordiale à transmettre que la politesse ou le travail. Par rapport à 2003, la notion d'écoute est mise en avant de manière plus importante mais on retrouve les mêmes principes fondamentaux.

« Etre à l'écoute de ses enfants » et « donner de l'affection » sont les propositions citées en premier pour expliquer le rôle des parents dans l'éducation des enfants. Le relationnel est mis en avant dans l'éducation des enfants.

Les grands-parents occupent une place très importante dans le processus éducatif de l'enfant. Leurs rôles tendent à évoluer. Désormais, pour les parents et les grands parents, le rôle principal des grands parents est d'assurer la cohésion familiale entre les différents membres de la famille. Transmettre un savoir et donner de l'affection à leurs petits-enfants sont également des rôles importants. La transmission de l'histoire familiale et la transmission de valeurs morales apparaissent ensuite.

Les préoccupations des familles sont davantage tournées vers l'aspect relationnel que vers l'aspect matériel. Les principaux sujets de discussion en famille portent sur la scolarité.

L'école, juste derrière les parents, occupe un rôle important dans la vie éducative des enfants.

LES SOLIDARITES INTERGENERATIONNELLES

De manière générale, les solidarités reçues et données par les ménages sont sous forme de temps. Les aides financières sont relativement moins importantes par rapport aux aides en temps.

En effet, un tiers des ménages consacrent du temps à leurs enfants et petits-enfants, la moitié à leurs parents. 30% affirment apporter une aide financière à leurs enfants hors domicile, contre seulement 12% à leurs petits-enfants et 4% à leurs parents.

La « **génération pivot** » est celle qui donne le plus, tant de façon financière que sous forme de temps.

Les aides en temps sont quasiment autant données que reçues par les ménages de moins de 49 ans à l'intention de leurs parents et grands-parents. 52% de la « **génération jeune** » apporte une aide en temps à ses parents et 40% à ses grands-parents. En revanche, cette génération n'apporte quasiment aucune aide financière alors qu'un tiers de cette dernière reçoit une aide financière de la part de ses parents.

Les ménages âgés de 59 ans et plus donnent quasiment autant de temps qu'ils n'en reçoivent de la part de leurs enfants et petits enfants. La « **génération âgée** » leur apporte également une aide financière mais n'en reçoit pas ou très peu.

Comme en 2003, la « **génération pivot** » est beaucoup plus sollicitée que la « **génération jeune** » et que la « **génération âgée** ». Elle reçoit plus également. Les transferts sont plus importants entre la « **génération pivot** » et la « **génération jeune** ».

CARACTERISTIQUES DE L'ECHANTILLON

Le nombre moyen d'occupants par logement en 2006 est de 2,96 personnes contre 2,63 en 2003.

L'échantillon est représentatif sur la variables « tranche d'âge ». L'âge moyen de la personne de référence du ménage est de 48 ans, 30% ont de plus de 60 ans et 13% ont moins de 30 ans.

Les ménages en couples et les familles monoparentales sont sur représentés. Les personnes seules sont sous représentées (8%). 56% sont des familles avec enfants de moins de 25 ans.

Le nombre moyen d'enfant par famille en 2006 est de 1,35 enfant contre 1,9 en 2003.

31% des enfants ont moins de 7 ans, 33% sont âgés de 7 à 14 ans et 35% sont âgés de 15 à 25 ans.

Dans l'échantillon, il y a 160 actifs féminins et 171 actifs masculins soit au total 331 actifs.

37% des couples sont bi-actifs et 17% sont mono-actifs. On compte également 6% de familles monoparentales actives et 3% de personnes seules actives.

Les agriculteurs, cadres, professions intermédiaires et les retraités sont bien représentés dans l'échantillon. Artisans et ouvriers sont sous représentés tandis que employés et la catégorie « autre » sont sur représentés.

Répartition par catégories socioprofessionnelles :

1% d'agriculteurs

1% d'artisans, commerçants, chefs d'entreprise

15% de cadres et professions intellectuelles supérieures

12% de professions intermédiaires

23% d'employés

1% d'ouvriers

19% « autres » (comprenant les personnes au foyer, les étudiants, les chômeurs...)

28% de retraités

Le découpage par zone d'habitation est également bien représenté avec une légère sur représentation de la zone 4 (Grenoble, hors agglomération) et une légère sous représentation de la zone 1 (Vienne). 36% des ménages interrogés vivent dans l'agglomération grenobloise.

34% des ménages interrogés vivent dans une commune de 2000 à 15000 habitants et 34% dans une commune de moins de 2000 habitants.