

Communiqué de presse – 19 mai 2026

Enquête Ipsos sur le rapport des Français à leur chez-soi Plus de 8 Français sur 10 associent sécurité du domicile et sérénité

Réalisée par Ipsos.Digital pour l'expert de la télésurveillance IMA Protect, cette nouvelle étude met en lumière la place fondamentale qu'occupe le domicile dans la vie des Français¹. Depuis toujours, l'habitat répond à un besoin essentiel : celui de se protéger, de se construire un espace à soi et de créer un ancrage face au monde extérieur. Aujourd'hui encore, bien plus qu'un simple lieu de vie, il s'impose comme un repère intime et personnel : 88 % des Français déclarent pouvoir y être pleinement eux-mêmes et 80 % affirment s'y sentir mieux que partout ailleurs.

Dans un quotidien souvent perçu comme plus exigeant ou anxiogène, le foyer apparaît également comme un espace que l'on construit dans le temps : 34 % des Français y voient un besoin fondamental ou vital, tandis que 27 % le considèrent comme un lieu qui évolue avec eux. Enfin, lorsqu'il s'agit de le protéger, l'attente de réassurance est forte : 84 % estiment qu'un domicile sécurisé contribue directement à leur sérénité au quotidien.



Le domicile, espace d'équilibre et de refuge

Pour les Français, le domicile dépasse largement sa seule fonction d'habitation. Bien plus qu'une adresse ou un abri, il constitue **un repère intime, un prolongement de soi et un véritable socle d'équilibre personnel**. Les personnes interrogées le décrivent avant tout comme « un espace intime / personnel » (50 %), « un lieu de repos et de détente » (44 %) et « un lieu de sécurité » (33 %).

La dimension fonctionnelle du logement passe ainsi au second plan au profit d'une relation émotionnelle. Le domicile apparaît comme un espace protecteur, propice au calme, au recentrage et à l'expression de soi : **88 % des Français considèrent qu'ils peuvent y être pleinement eux-mêmes**, 86% qu'ils s'y sentent en sécurité et 87 % qu'il est essentiel à leur équilibre personnel. Il s'impose également comme **le lieu du bien-être par excellence : 80 % déclarent que c'est l'endroit où ils se sentent mieux que partout ailleurs**. Lorsqu'ils referment leur porte derrière eux, les sentiments dominants sont le calme (48 %), le bien-être (45 %) et la détente (44 %).

¹ Étude réalisée par Ipsos.Digital auprès d'un échantillon national représentatif de 1 000 Français et Françaises, âgés de 18-75 ans par questionnaire auto-administré en ligne du 3 au 7 avril 2026.

L'étude met toutefois en lumière **des perceptions différentes selon les profils**. Les locataires expriment davantage que les propriétaires la dimension vitale du domicile tandis que les personnes aux revenus les plus modestes évoquent plus souvent un sentiment d'isolement et un niveau de bien-être moins affirmé.

Le chez-soi est également perçu comme **une construction personnelle et évolutive**. À la question « Pour vous, avoir un chez-soi, c'est avant tout... », **34 % des Français considèrent qu'il s'agit d'un besoin fondamental ou vital**, tandis que 27 % y voient un lieu que l'on construit et qui évolue avec soi. Cette vision devance des perceptions plus fonctionnelles, comme l'idée d'un marqueur de stabilité (16 %) ou d'une simple nécessité pratique (9 %).

« Cette étude montre que les Français entretiennent avec leur domicile une relation profondément émotionnelle et identitaire. Le foyer ne se résume pas à un lieu de vie : il est un espace de ressourcement, d'ancrage et d'expression de soi. Dans un contexte social et quotidien parfois marqué par l'incertitude et les tensions, il devient un véritable repère, à la fois protecteur et essentiel à l'équilibre personnel », souligne **Stéphanie Morel, Directrice d'études chez Ipsos.Digital**.

Un besoin de protection et d'accompagnement humain

Parce que le domicile est vécu comme un espace intime et rassurant, **le quitter suscite des préoccupations fortes**. Lors d'absences prolongées, 42 % des Français redoutent avant tout **le cambriolage ou l'intrusion**, loin devant l'incendie (12 %) ou le dégât des eaux (8 %).

Les perceptions varient selon les profils, notamment selon l'âge ou le type d'habitat mais une attente commune s'exprime : préserver ce lieu de refuge personnel et **ne pas se retrouver seul face à un incident**. Ainsi, 43 % considèrent que protéger leur domicile, c'est avant tout pouvoir s'absenter l'esprit tranquille, tandis que **84 % affirment que savoir leur logement protégé renforce leur sérénité au quotidien**.

Dans cette recherche de réassurance, la présence humaine joue un rôle central : **79 % des personnes interrogées jugent important qu'il y ait de vraies personnes derrière le service**, dont 41 % qui considèrent cela comme indispensable et 38 % comme rassurant. En cas d'alerte, les Français souhaitent avant tout pouvoir **compter sur un interlocuteur joignable**, capable de comprendre la situation et d'agir rapidement.

« Cette étude montre que la protection du domicile dépasse la sécurisation des biens matériels. Protéger son chez-soi, c'est avant tout préserver un espace de vie, des repères, des habitudes et la sérénité de celles et ceux qui y vivent. Si les Français reconnaissent l'utilité des technologies, ils n'envisagent pas pour autant de déléguer entièrement leur sécurité à des systèmes déshumanisés. Lorsqu'une alerte survient, rien ne remplace l'écoute, le discernement et la réactivité des experts mobilisés pour accompagner nos clients », précise **Jean-Pierre Deleplanque, Directeur délégué d'IMA Protect**.

Dans cette logique, IMA Protect défend **une vision de la protection du domicile fondée sur la proximité, la disponibilité et la tranquillité d'esprit** : un service pensé pour rassurer au quotidien comme dans les moments sensibles.

Étude complète disponible sur demande.

À propos d'Ipsos :

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs. Notre Raison d'Être : « Délivrer des informations fiables, qui apportent une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus ». Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés. Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles. Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120, Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP www.ipsos.com

À propos d'IMA Protect :

Forte de 25 ans d'expérience, IMA Protect, une société du Groupe IMA, propose des solutions d'alarme, de télésurveillance et de maison connectée. Les équipes basées à Nantes et Angers veillent sur la sécurité de près de 115 000 clients, partout en France, à chaque instant. Depuis 2026, IMA Protect Solutions complète les services IMA Protect en proposant aux professionnels des solutions de sécurité temporaires, rapides à déployer, et des solutions de sécurité définitives afin de répondre à l'ensemble des besoins des entreprises.

Parallèlement à son activité de télésurveilleur, IMA Protect opère également les services de la marque Sérélia, société de téléassistance du Groupe IMA qui favorise le maintien à domicile des personnes âgées et fragilisées.

À propos du Groupe IMA :

Le Groupe IMA conçoit, assemble et met en œuvre des solutions d'assistance et de services adaptées à ses actionnaires* et clients. De l'assistance d'urgence à l'accompagnement au quotidien, le Groupe IMA propose une offre complète dans les domaines de la Mobilité (automobile, déplacement, voyage et de loisirs), de l'Habitat (travaux, télésurveillance, maison connectée), de la Santé Bien-vivre et du Juridique.

En 2024, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 1 043 millions d'euros pour un résultat net consolidé de 32,2 millions d'euros. Il est au service de plus de 45 millions de bénéficiaires et compte plus de 6 000 salariés.

*MACIF, MAIF, MATMUT, AMF, SMACL, MAPA, AGPM, MAE, Mutuelle des Motards, BPCE Assurances IARD, GROUPE P&V, WAFA Assurance

Une question ?

On est là.

Contacts presse :

Julie Chauat

jchaouat@lebureaudecom.fr

06 84 38 12 21

Amaury Kergoët

amaury.kergoet@ima.eu

06 10 31 14 44

Connectez-vous sur imaprotect.com

