



pour

les zooms
de L'Observatoire Cetelem **2020**

Thème 2 : Coronavirus : d'aujourd'hui au premier jour d'après

Enquête 2/3 : « *Vécu et leçons du confinement : quels changements se dessinent pour le jour d'après ?* »

Avril 2020

Magalie Gérard, Directrice adjointe du Département Politique – Opinion

Morgane Hauser, Chef de groupe au Département Politique – Opinion

Anaïs Prunier, Chargée d'études au Département Politique – Opinion



Sommaire

- **Méthodologie d'enquête** P.3
- **Vie confinée : des inquiétudes fortes, mais un quotidien relativement confortable** P.5
- **Au quotidien, quels changements pour les achats des ménages ?** P.13
- **Mode de vie responsable, consommation locale, quel avenir en temps de crise ?** P.22
- **Frustrations, plaisir de consommer... quelle consommation les Français envisagent-ils demain ?** P.27

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** les **21** au **22 avril** 2020.



Échantillon de **1005** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe**, **âge**, **catégorie socioprofessionnelle** et **région** de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.
- Les évolutions sont mesurées comparativement à l'étude « *Aujourd'hui, le passage au confinement* », réalisée par Harris Interactive pour les zOOMs de l'Observatoire Cetelem, du 20 au 24 mars 2020, auprès d'un échantillon de 1536 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4



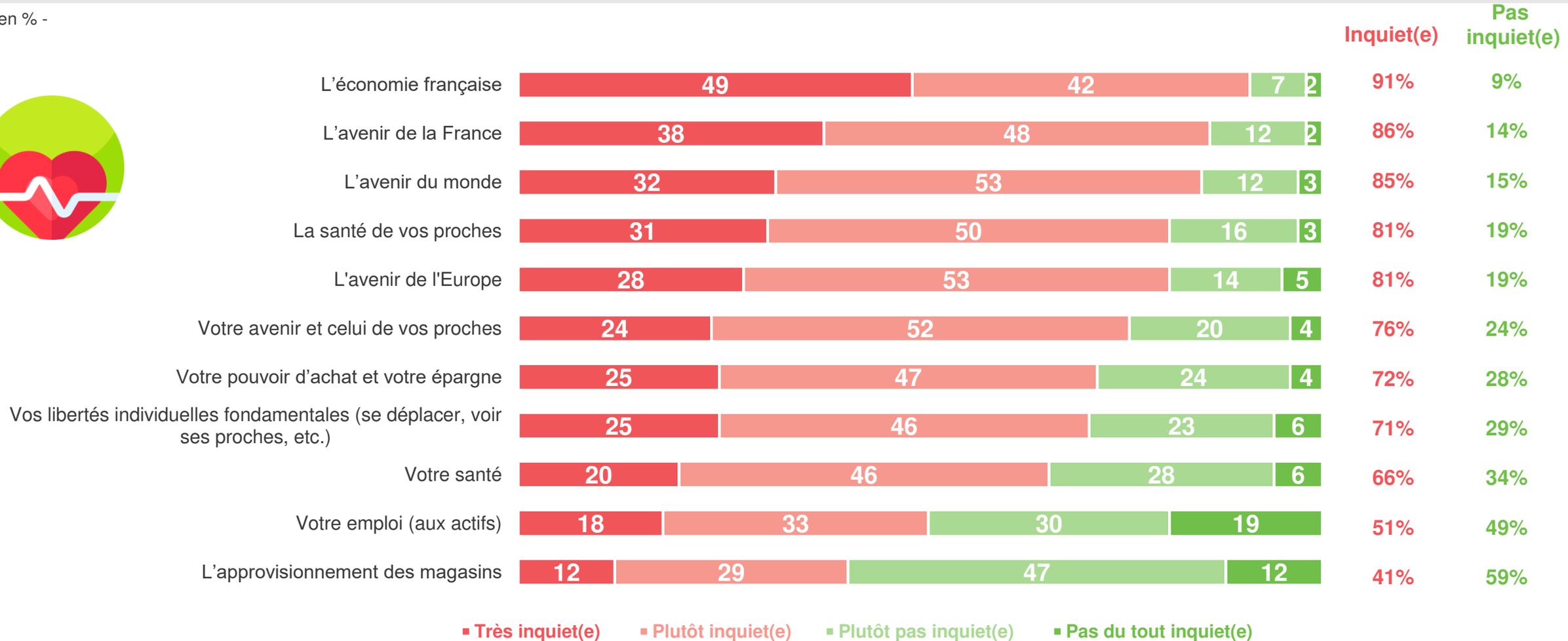
Vie confinée : des inquiétudes fortes, mais un quotidien relativement confortable

- La crise du Covid-19 continue à susciter l'inquiétude des Français, plus d'un mois après le début du confinement. La santé (la sienne, 66%, -4pts) et notamment celle de ses proches (81%, -5 points) reste au cœur des enjeux pour les Français, qui néanmoins, de plus en plus, expriment le sentiment que les problèmes les plus graves se situent ailleurs, sur le plan économique et politique. 91% des Français se disent ainsi aujourd'hui inquiets pour l'économie Française (+3pts) et l'avenir de la France dans son ensemble (86%, + 4pts). Des incertitudes qui ne restent pas nationales : 81% sont aujourd'hui préoccupés par l'avenir de l'Europe et même par l'avenir du monde (85%), un indicateur lui aussi, en hausse (+4pts). Ces perspectives macro-économiques pessimistes ne sont évidemment pas sans conséquences sur la perception de la vie quotidienne : les ménages sont de plus en plus préoccupés par leur pouvoir d'achat et leur épargne (72%, + 4pts) et leurs libertés individuelles (71%, +5pts), quand l'emploi reste un sujet sensible pour la moitié des actifs (51%), et particulièrement chez ceux qui sont aujourd'hui arrêtés totalement dans leur activité.
- Malgré ce contexte menaçant, les Français semblent vivre la période de confinement plutôt bien (67%), les plus en difficultés étant représentés surtout parmi les personnes vivant dans les espaces les plus exigus. Les troubles que redoutaient les Français à l'annonce du confinement se confirment pour certains, s'infirment pour d'autres. Plus qu'anticipé, les Français souffrent du manque d'interactions sociales (67% contre 53% de crainte de subir ce désagrément au début du confinement). Et s'ils s'ennuient autant qu'ils l'avaient prévu (37%), ils dépriment moins et sont moins nombreux à déclarer prendre du poids qu'ils le redoutaient. Chez les plus jeunes, qui manifestaient des craintes exacerbées, on retrouve cette dynamique : si les choses ne vont pas beaucoup mieux, elles sont en tous cas rarement pires qu'anticipées.
- Dans ce contexte, l'annonce d'un déconfinement à partir du 11 mai a eu des effets paradoxaux sur les Français. D'une part, elle leur donne un horizon et une ligne de mire qui les aide à tenir (67%). Mais elle est également une source de questionnements, les modalités de sortie étant encore floues (89%), voire une source d'angoisse, pour 70% qui ont peur d'attraper le virus une fois les sorties à nouveau autorisées.

Les Français se montrent aujourd'hui particulièrement inquiets des conséquences macro-économiques et sociales de l'épidémie, à l'échelle Française, mais également à l'échelle internationale, leur santé et leur santé budgétaire s'avérant également des soucis de premier ordre

Aujourd'hui et dans le contexte de l'épidémie de coronavirus, diriez-vous que vous êtes inquiet(e) ou pas inquiet(e) concernant chacune des dimensions suivantes ?

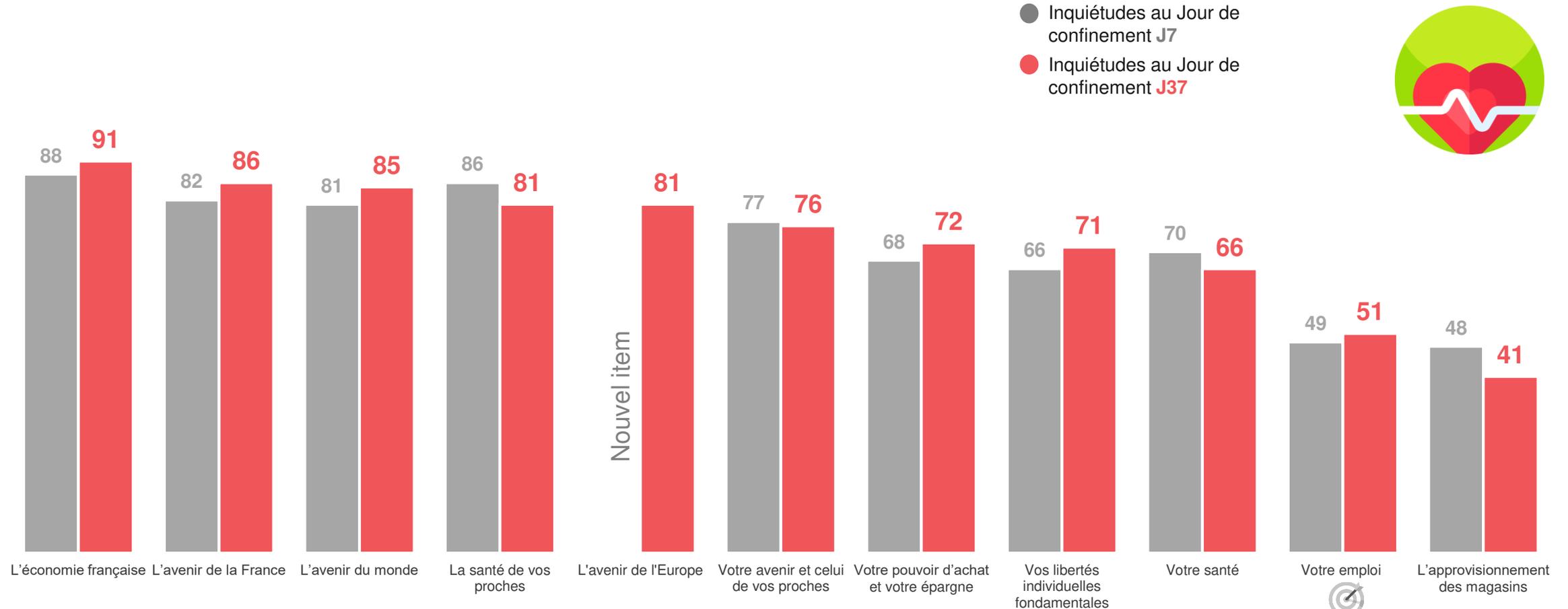
- À tous, en % -



Par rapport aux premiers temps du confinement, on note une légère baisse des inquiétudes liées à la santé et un renforcement des craintes à plus grande échelle pour les pays et leurs économies... et leurs conséquences sur le pouvoir d'achat et les libertés individuelles de chacun

Aujourd'hui et dans le contexte de l'épidémie de coronavirus, diriez-vous que vous êtes inquiet(e) ou pas inquiet(e) concernant chacune des dimensions suivantes ?

- À tous, en % de réponses « **Inquiet(e)** » -

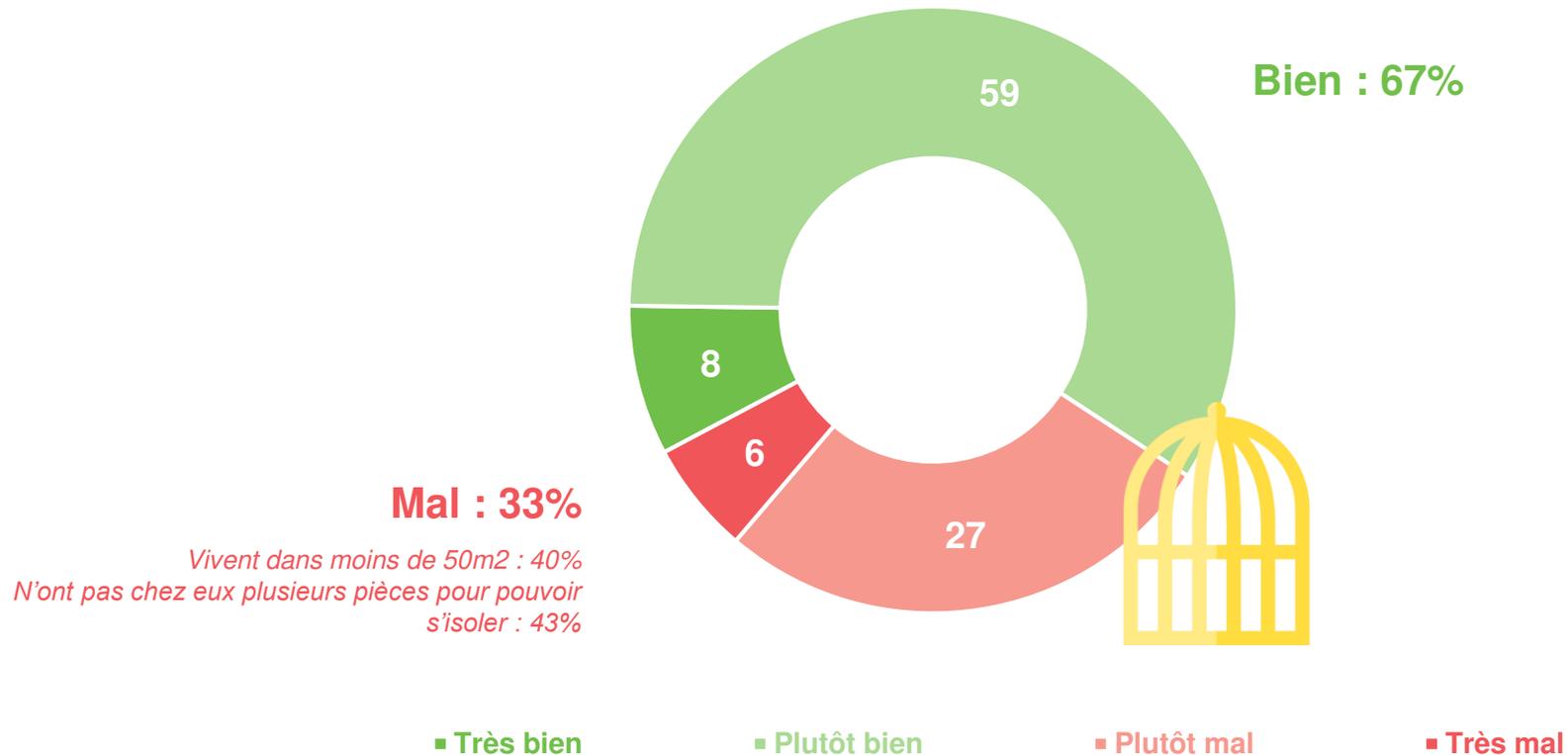


Les actifs aujourd'hui totalement arrêtés dans leur activité se montrent particulièrement inquiets (60%)

Les Français estiment bien vivre cette période de confinement pour plus de deux tiers d'entre eux, un bien-être qui reste néanmoins relatif, la plupart estimant le vivre seulement « plutôt bien » et non « très bien »

Diriez-vous aujourd'hui que vous vivez bien ou mal la période actuelle de confinement ?

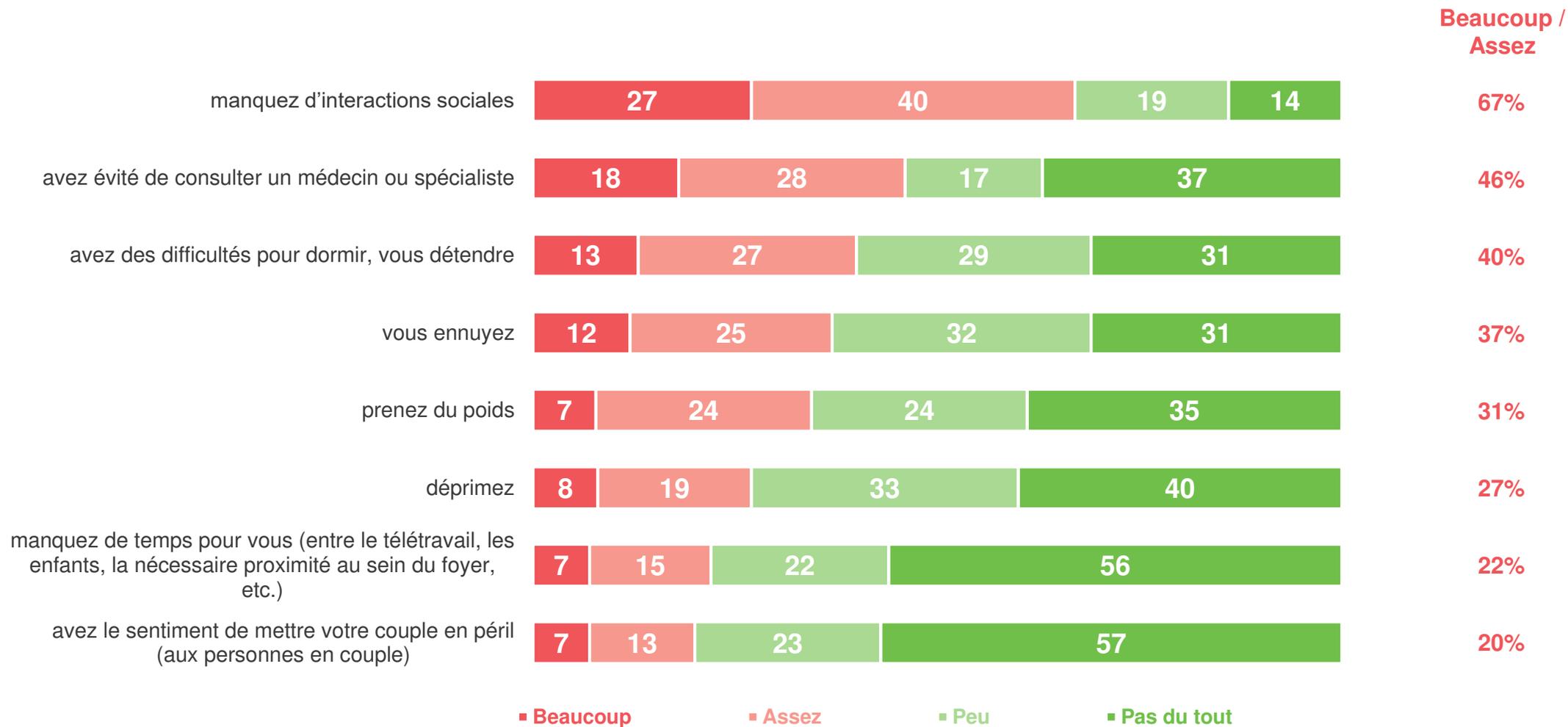
- À tous, en % -



Parmi les tensions qui peuvent animer le confinement, les Français subissent surtout le manque d'interactions sociales et le stress (difficultés à s'endormir ou se détendre) ; pour la plupart, cependant, ils ne s'ennuient pas et ne dépriment pas

Diriez-vous que pendant cette période de confinement, vous... ?

- À tous, en % -



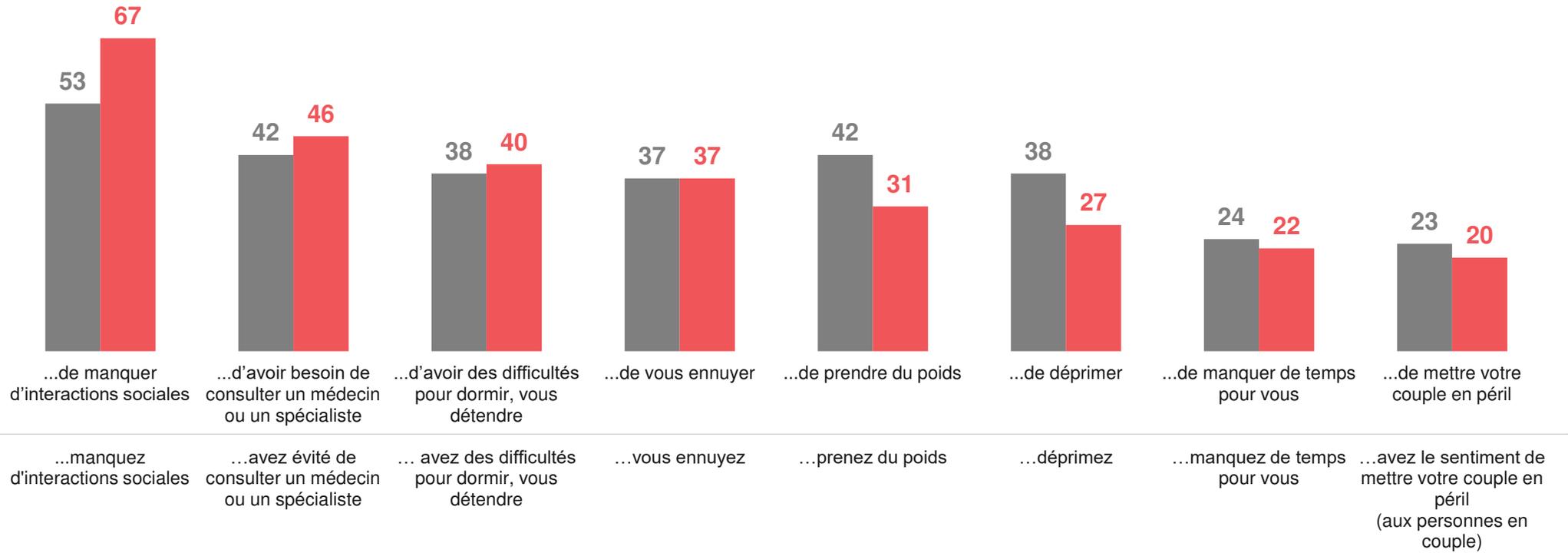
Dans l'ensemble, les inquiétudes des Français au début du confinement se confirment, et ils manquent davantage d'interactions sociales qu'espéré ; cependant, ils sont moins nombreux à prendre du poids ou à déprimer qu'ils ne l'avaient anticipé

Pendant le confinement, avez-vous peur... ?
Diriez-vous que pendant cette période de confinement, vous... ?

- À tous, en % de réponses « Beaucoup/ Assez » -



- Inquiétudes au Jour de confinement **J7**
- Vécu de la situation au Jour de confinement **J37**

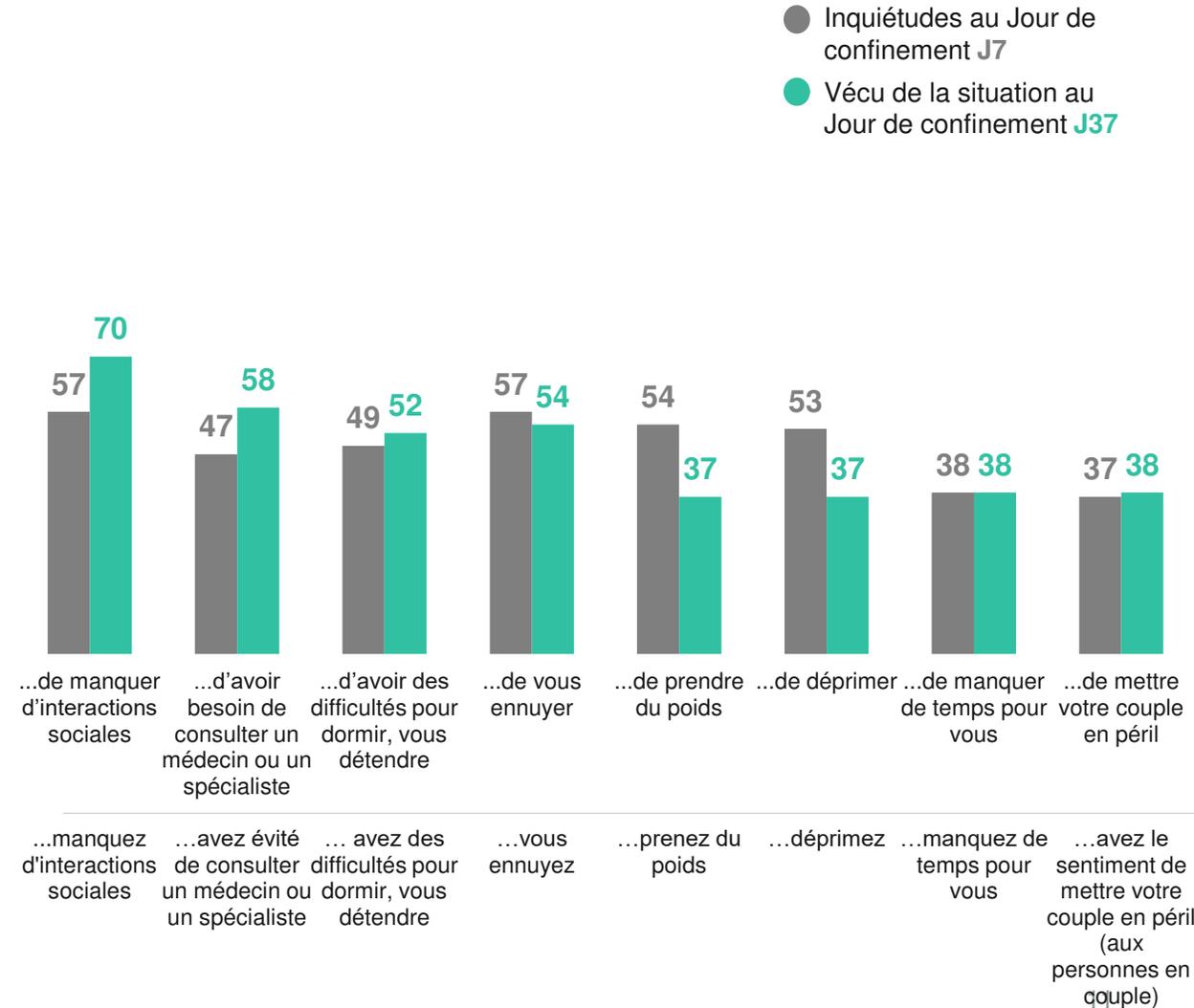
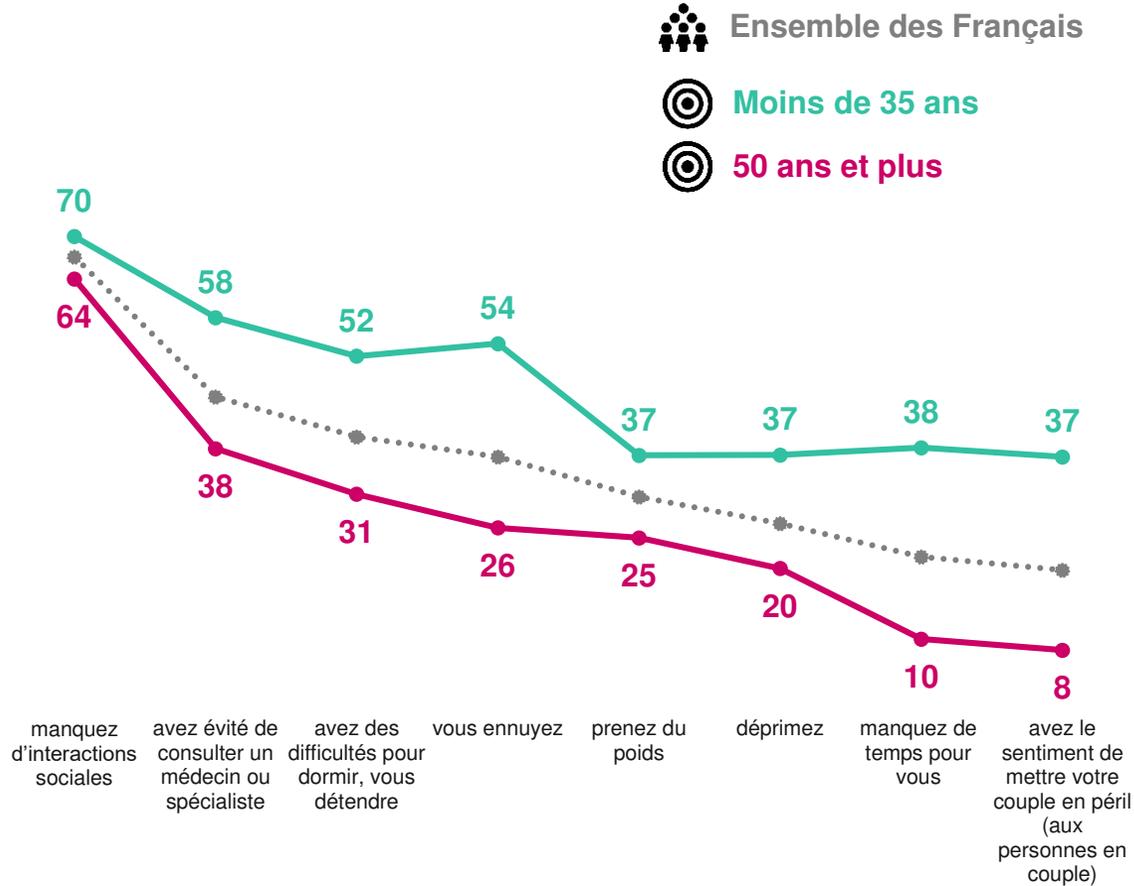


Toujours nettement plus que la moyenne, les jeunes Français déclarent vivre avec difficulté la période de confinement, certaines craintes exacerbées se confirmant (manque d'interactions, difficultés à dormir, etc.), d'autres se détendant un peu (prise de poids, déprime)

Pendant le confinement, avez-vous peur... ?

Diriez-vous que pendant cette période de confinement, vous... ?

- À tous, en % de réponses « Beaucoup/ Assez » -



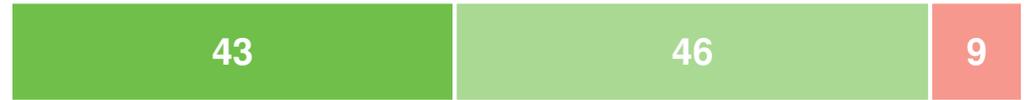
Pour les Français, envisager un déconfinement le 11 mai est source de nombreuses interrogations et est perçu de manière ambivalente : à la fois comme un soutien pour supporter les semaines restantes et comme une angoisse de prendre des risques et de tomber malade à la sortie

Le Gouvernement a annoncé le 13 avril la volonté de lever le confinement de façon progressive à partir du 11 mai. Cette perspective de sortie est pour vous... ?

- À tous, en % -

Oui Non

Une source de questionnements sur les conditions de cette sortie du confinement



89% 11%

Une source d'angoisse (peur d'attraper le virus une fois dehors)



70% 30%

Une aide à tenir le confinement pour les semaines à venir



67% 33%

Réaliste, vous estimez que vous pourrez personnellement sortir du confinement le 11 mai



58% 42%

■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout





Au quotidien, quels changements pour les achats des ménages ?

- Les différentes mesures prises par les pouvoirs publics semblent avoir jusqu'à présent permis de limiter au moins en partie les catastrophes économiques au sein des foyers Français : 25% seulement déclarent des pertes importantes sur leur revenu, 75% déclarant épargner ou ne connaître que des pertes peu importantes.
- Si la pression directe sur le budget des ménages semble ainsi peu prononcée, on note néanmoins le sentiment très prégnant que les prix dans les magasins ont augmenté : 80% des Français partagent cette impression. C'est 40 points de plus qu'au début de la période de confinement, où seuls 40% des Français avaient ressenti une différence dans les magasins. Les prix auraient ainsi augmenté partout, mais surtout dans les hypermarchés (74% des Français y estiment les produits plus chers qu'avant) et les commerces de proximité (67%), la vente en direct (57%) ou en ligne (53%) apparaissant un peu moins accusées d'augmenter les prix.
- Entre baisse de revenus et augmentation des prix, près de la moitié des Français ont désormais le sentiment de consacrer plus d'argent qu'auparavant à leurs courses alimentaires (46%), un budget supplémentaire qu'ils attribuent principalement à la hausse des prix (64%) mais également à l'augmentation de leurs charges alimentaires (pas de tickets restaurant ou de cantine, alimentation des enfants, etc., 37%). Sur une note plus positive, 36% déclarent également que leur budget a augmenté parce qu'ils ont choisi, en cette période difficile, de se faire davantage plaisir concernant l'alimentation.
- Les Français indiquent par ailleurs avoir peu changé d'habitudes concernant leurs circuits d'approvisionnement et avoir respecté la consigne d'aller « à l'essentiel » dans leur consommation : moins d'un tiers estiment avoir acheté de nouveaux produits de loisirs (livres, magazines, jeux, etc. 28%), de loisirs créatifs (18%), ou encore de jardinage (15%) pendant la période de confinement, des achats plus présents toutefois chez les plus jeunes.
- Entre augmentation des dépenses alimentaires et dépenses de loisir qui perdurent en partie, les Français restent convaincus de faire des économies pendant le confinement (64%), mais un peu moins qu'avant, ce chiffre ayant chuté de 9 points.

La moitié des Français déclarent une perte de revenus en cette période, mais seuls 25% déclarent subir une perte importante

Pendant cette période de confinement, votre foyer connaît-il une perte de revenus importante (chômage partiel, cessation d'activité, etc.) ?

- À tous, en % -

Une perte de revenus très importante ou assez importante : 25%

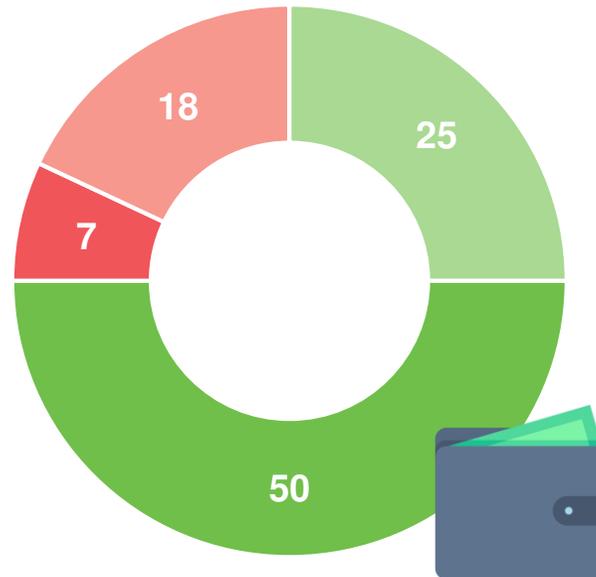
Moins de 35 ans : 39%

35-49 ans : 30%

PCS- : 37%

Personnes qui sont arrêtées totalement dans leur activité : 43%

Foyers aux revenus < à 2000€/mois : 33%



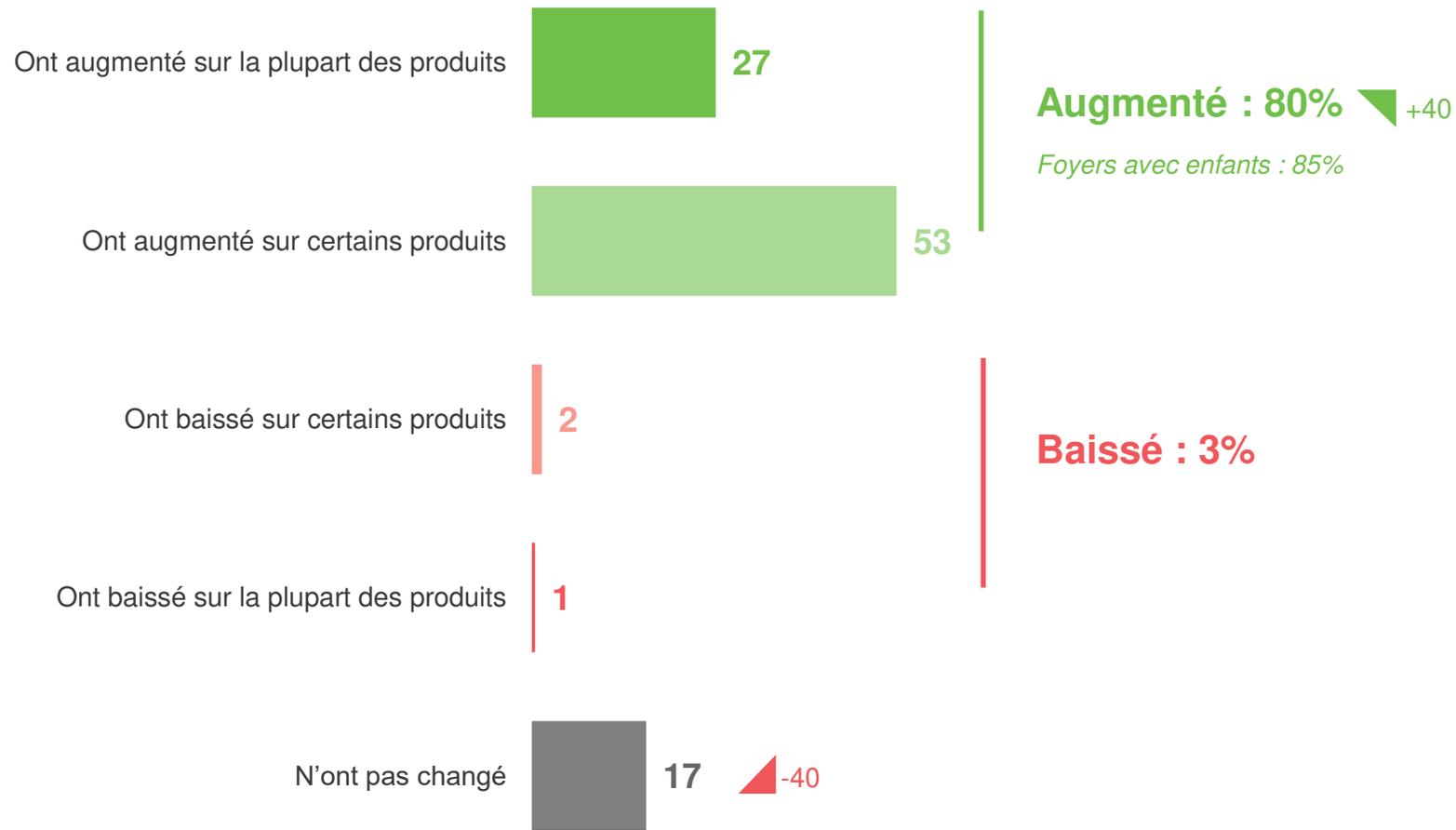
Une perte de revenus peu ou pas importante : 75%

■ Une perte de revenus très importante ■ Une perte de revenus assez importante ■ Une perte de revenus peu importante ■ Pas de perte de revenus

Beaucoup plus qu'au début du confinement, les Français ont le sentiment que les prix dans les magasins ont augmenté au fil des semaines : ils étaient 40% en mars à le ressentir, 80% aujourd'hui

De l'expérience que vous en avez, avez-vous le sentiment que les prix dans les magasins depuis le début du confinement ?

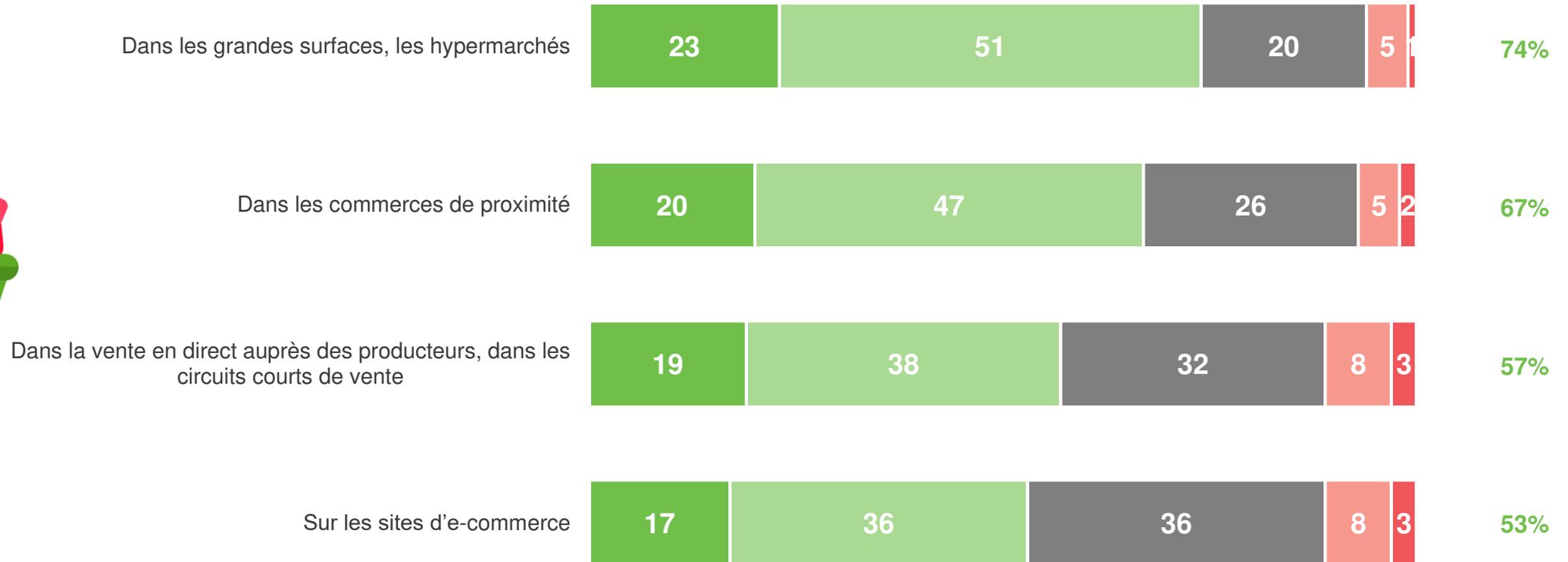
- À tous -



Dans le détail, les Français ont surtout le sentiment que les prix ont augmenté dans les grandes surfaces et les commerces de proximité, les ventes en direct et par Internet, qui n'échappent pas à cette perception étant tout de même un peu plus épargnées

Et plus précisément, de l'expérience que vous en avez, avez-vous le sentiment que les prix dans chacun de ces magasins depuis le début du confinement ?

- À ceux qui ont fréquenté chacun des types d'enseigne, en % -



- Ont augmenté sur la plupart des produits
- Ont augmenté sur certains produits
- N'ont pas changé
- Ont baissé sur certains produits
- Ont baissé sur la plupart des produits

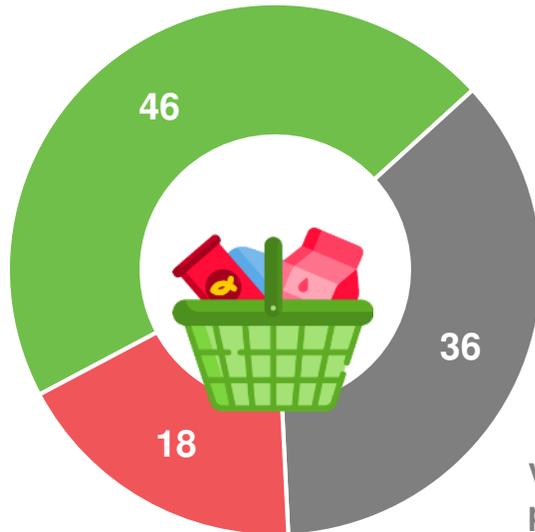
Près de la moitié des Français estiment ainsi avoir vu leurs dépenses alimentaires augmenter, principalement du fait de l'augmentation des prix et du nombre de repas à charge, 30% indiquant tout de même se faire davantage plaisir

Concernant votre organisation quotidienne pour les courses alimentaires et d'hygiène, avez-vous l'intention de... ?

- À tous, en % -

Vous consacrez un budget plus important vos dépenses alimentaires depuis le début du confinement

Femmes : 50%
 25-34 ans : 54% et 35-49 ans : 55%
 Actifs : 54%
 Foyers avec enfants : 61%
 Habitent dans des grandes villes, en centre ville : 53%



Vous consacrez un budget ni plus ni moins important à vos dépenses alimentaires depuis le début du confinement

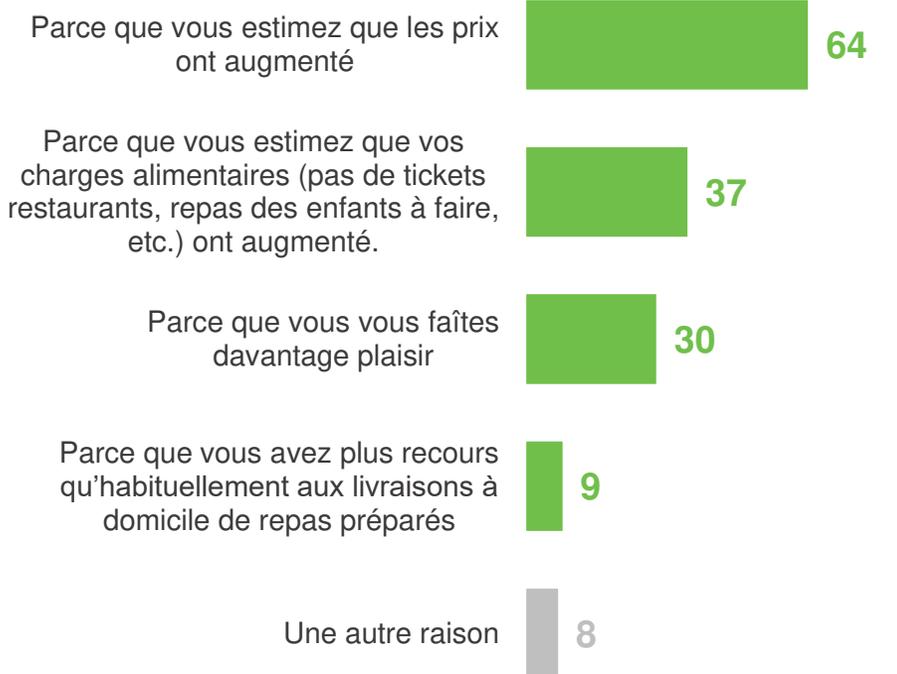
65 ans et plus : 55%

Vous consacrez un budget moins important à vos dépenses alimentaires depuis le début du confinement



Et plus précisément, avez-vous le sentiment que vos dépenses alimentaires ont augmenté plutôt... ?

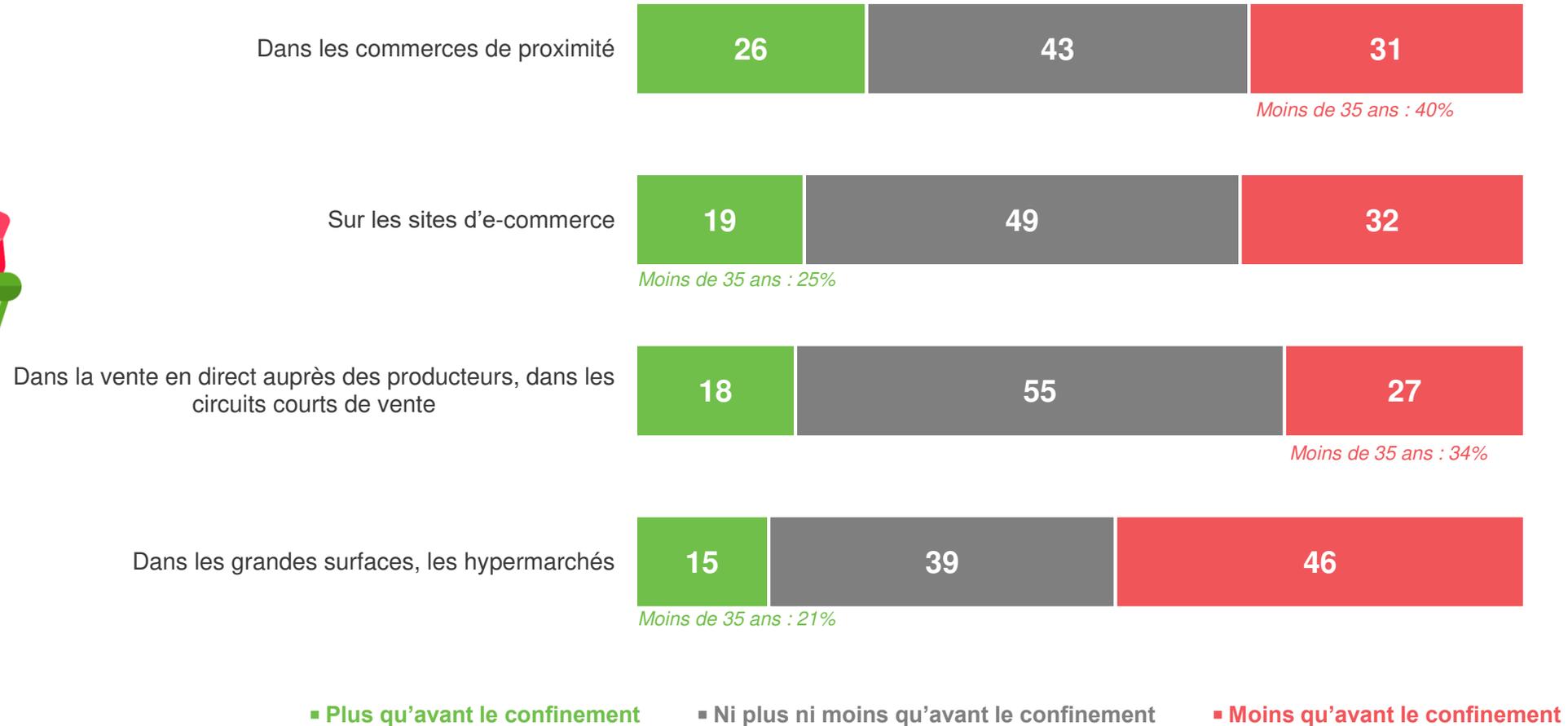
- À ceux qui estiment que leurs dépenses ont augmenté, en % -
 Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



Les Français estiment aller de manière générale moins dans les magasins, les grandes surfaces, très fréquentées habituellement en faisant particulièrement les frais au profit des commerces de proximité

Depuis le début du confinement, avez-vous le sentiment de consommer plus, moins ou ni plus ni moins qu'avant dans chacun des circuits suivants ?

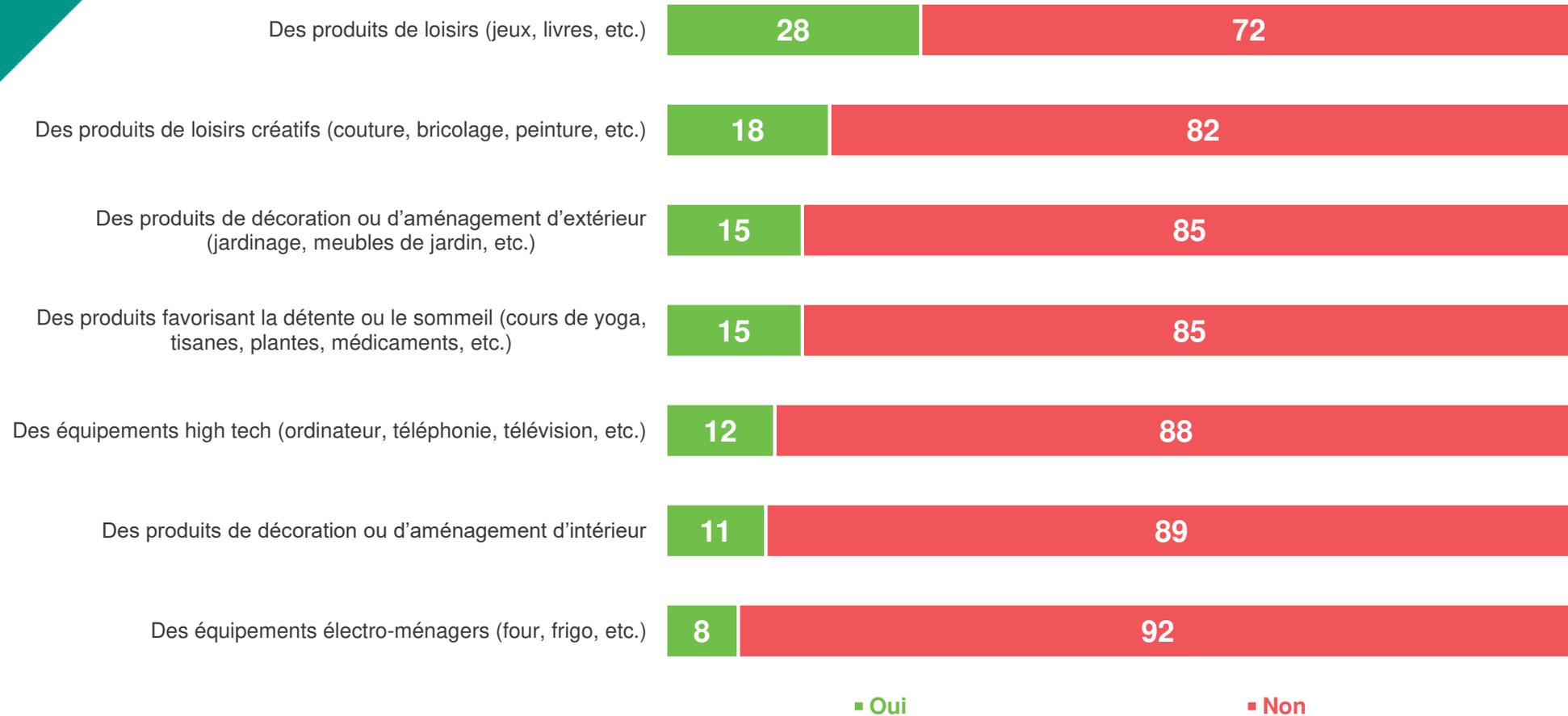
- À tous, en % -



Pendant la période de confinement, les Français indiquent dans l'ensemble s'être contents des équipements qu'ils avaient chez eux, dérogeant peu à l'idée de ne faire que des achats de première nécessité

En dehors des produits alimentaires, pendant cette période de confinement, avez-vous acheté... ?

- À tous, en % -



Nettement, on perçoit un rapport très différents aux achats selon les générations, les plus jeunes déclarant beaucoup plus avoir acquis des biens de loisirs ou d'équipement, de même, dans une moindre mesure, que les Français issus des catégories aisées

En dehors des produits alimentaires, pendant cette période de confinement, avez-vous acheté... ?

- À tous, en % -

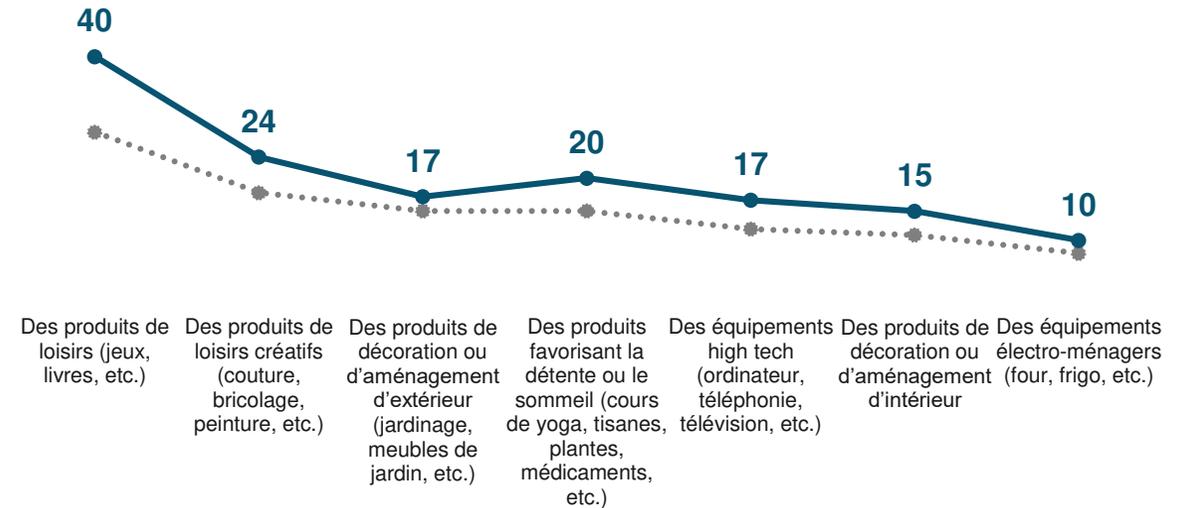
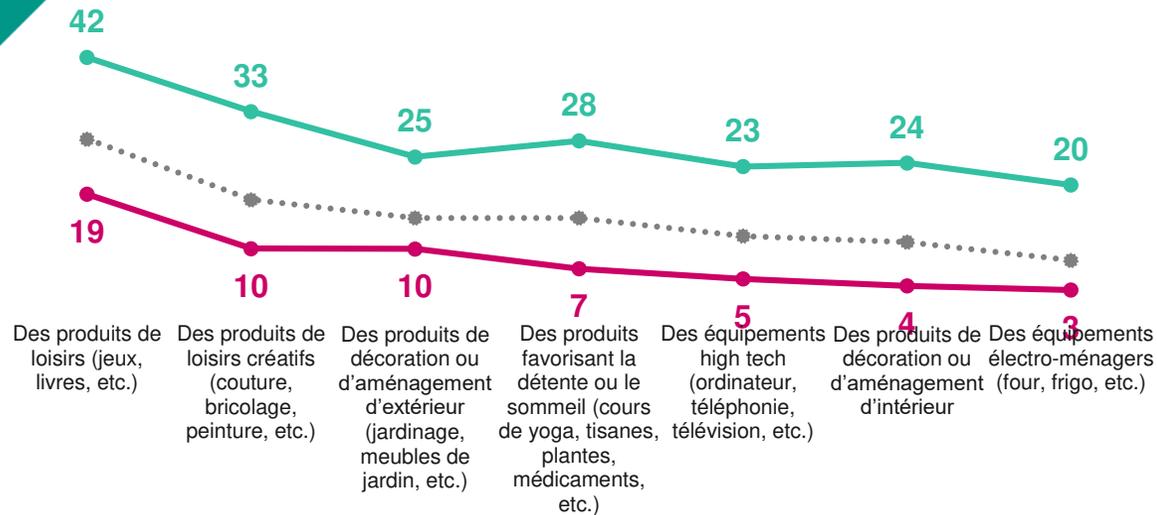
 Ensemble des Français

 Moins de 35 ans

 50 ans et plus

 Ensemble des Français

 Catégories aisées



S'ils sont toujours plus nombreux à estimer pouvoir faire des économies en cette période, les Français en sont un peu moins convaincus qu'au début du confinement : leurs dépenses continuent, que ce soit par d'autres canaux de consommation ou du fait de l'augmentation des prix

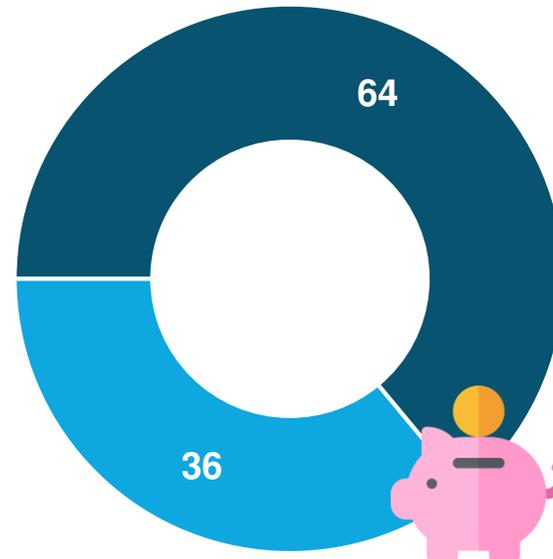
Concernant votre budget, considérez-vous que cette période de confinement... ?

- À tous, en % -

Ne va pas vous permettre de faire des économies car vous continuez voire accélérez vos dépenses en utilisant de nouveaux canaux

35-49 ans : 41%
Vivent le confinement plutôt mal : 41%

+9



-9

Va vous permettre de faire des économies car vous ralentissez vos dépenses

65 ans et plus : 73%
Vivent le confinement plutôt bien : 67%



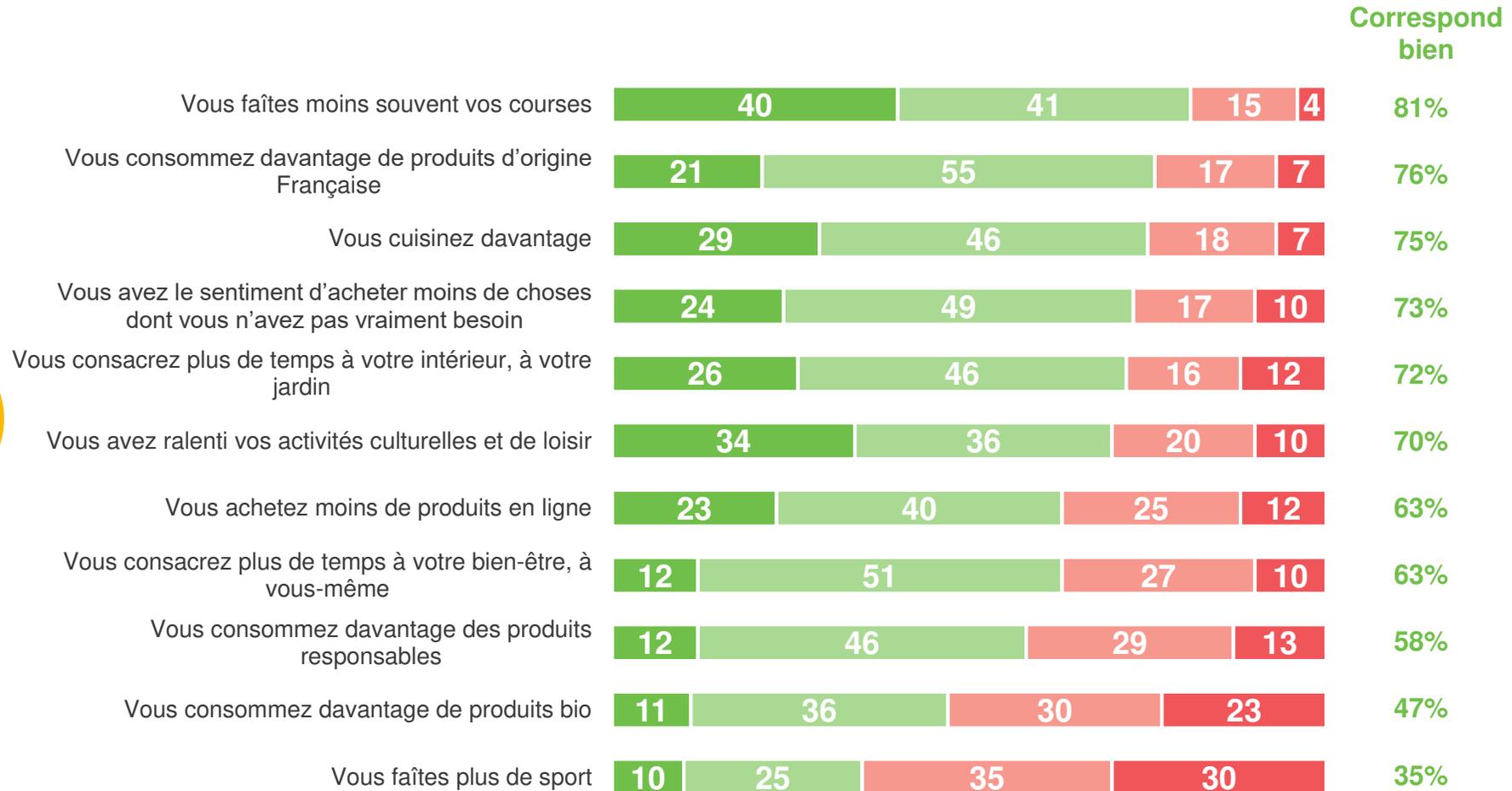
Mode de vie responsable, consommation locale, quel avenir en temps de crise ?

- Les Français indiquent avoir modifié certaines de leurs habitudes de vie pendant cette période de confinement, qui implique pour eux certains renoncements (ralentir ses activités de loisirs, 70% de concernés)... mais également certains avantages. 63% estiment ainsi consacrer plus de temps à leur bien-être, 72% à l'aménagement de leur domicile (intérieur et extérieur), 35% estiment pouvoir faire plus de sport (59% chez les plus jeunes).
- Le confinement n'aurait ainsi pas que des conséquences négatives, y compris sur les pratiques de consommation responsable vers lesquelles les Français estiment toujours se diriger davantage (58%). 47% estiment ainsi consommer davantage bio en cette période, tout comme 76% apportent un soin particulier à consommer plus de produits Français qu'avant. Au-delà des types de produits consommés, les Français estiment faire moins souvent leurs courses (81%) et se procurer moins de produits en ligne (63%), des éléments qui leur permettent d'avoir, après un peu plus d'un mois de confinement, le sentiment de consommer moins de choses dont ils n'ont en réalité pas besoin (73%).
- La consommation de produits Français, dans ce contexte, apparaît comme essentielle. Enjeu économique pour soutenir l'économie Française (87%), mais également enjeu social, pour soutenir les producteurs et professions Françaises en difficulté (89%), consommer Français est un objectif pour 83% des Français en cette période. Et la difficulté pour les Français semble moins être de pouvoir identifier ces produits en magasin que de pouvoir les faire entrer dans leur budget : 71% confirment qu'il est parfois difficile pour eux d'aller vers des produits français, car ils sont plus coûteux à l'achat. Consommer moins, consommer mieux, consommer local, des enjeux qui auraient pu passer au second plan en cette période restent ainsi au cœur des dynamiques de consommation pour les Français.

Les Français ont adapté leur consommation au confinement : ils ont le sentiment de faire moins souvent leurs courses, d'acheter davantage des produits dont ils ont besoin, et n'entendent pas renoncer à leurs engagements de consommation : ils estiment consommer davantage Made in France, et revendiquent des achats responsables

Chacune des affirmations suivantes correspond-elle à votre situation personnelle concernant vos habitudes de consommation pendant le confinement ?

- À tous, en % -

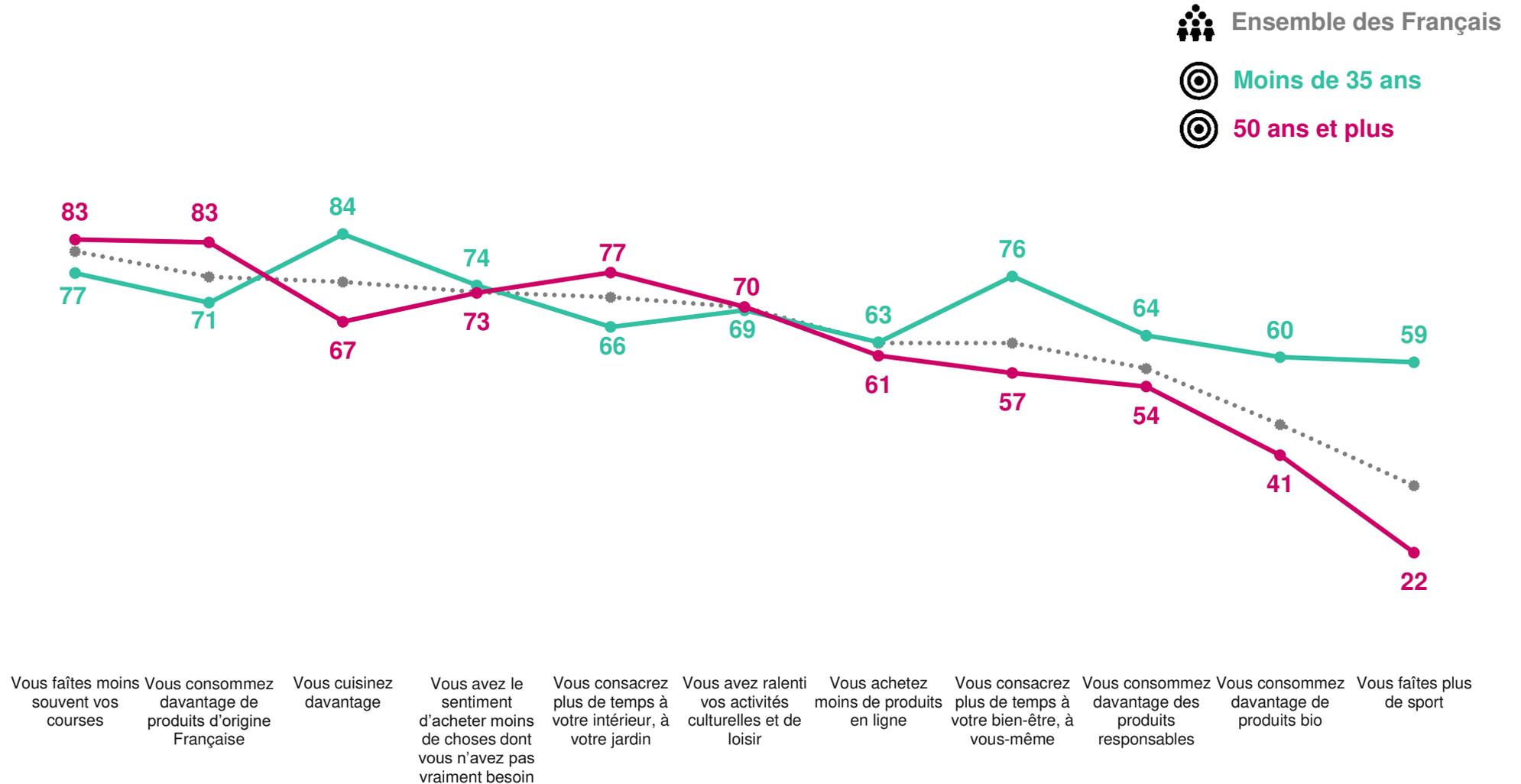


■ Correspond très bien ■ Correspond plutôt bien ■ Correspond plutôt mal ■ Correspond très mal

Avec le ralentissement de la consommation et du rythme de vie, les jeunes, souvent actifs, ont le sentiment de pouvoir prendre plus de temps pour eux (cuisine, bien-être, sport), mais également de consommer plus responsable ou bio, une dimension sur laquelle les plus âgés sont habituellement plus présents

Chacune des affirmations suivantes correspond-elle à votre situation personnelle concernant vos habitudes de consommation pendant le confinement ?

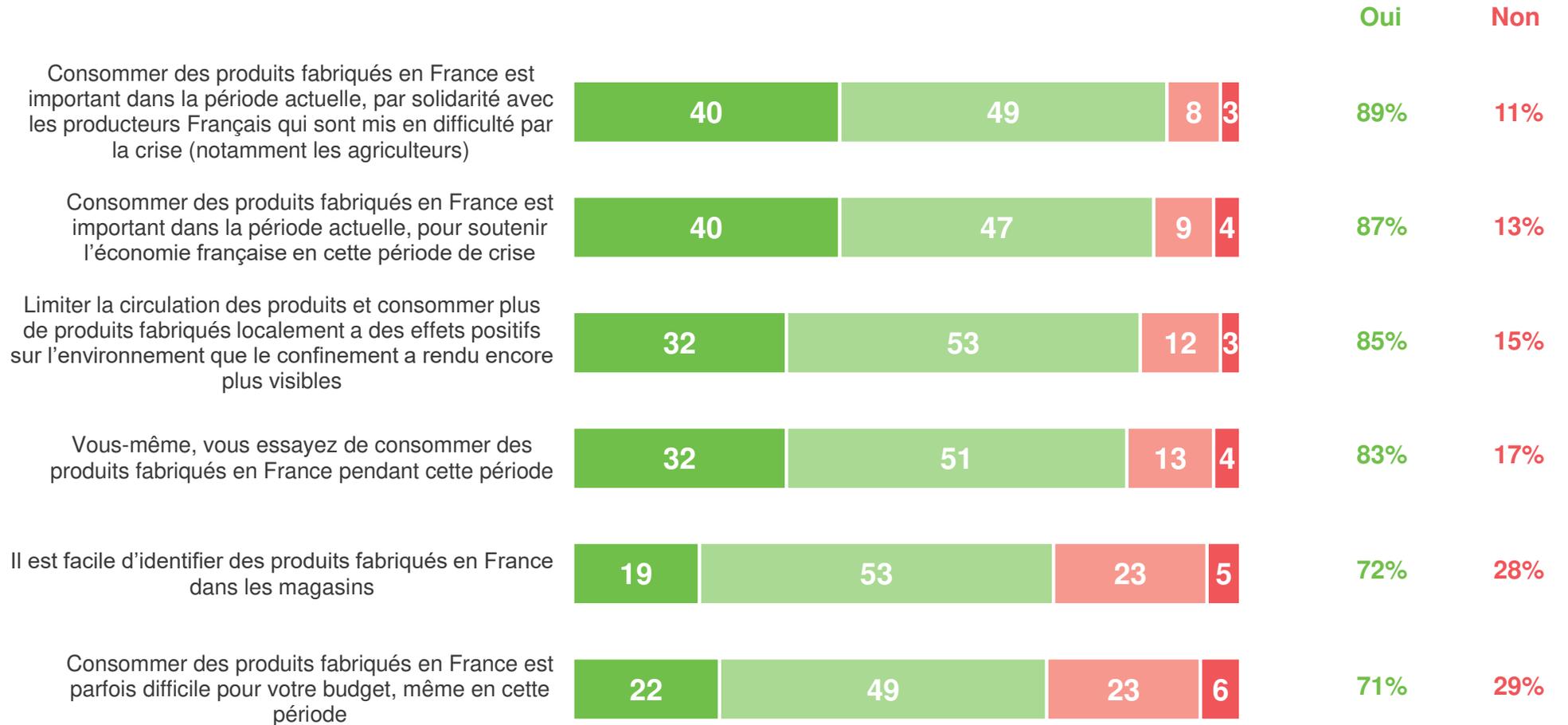
- À tous, en % -



En cette période, les Français perçoivent la consommation de produits Made in France comme un enjeu patriotique, à la fois de solidarité aux producteurs et de soutien à l'économie et ils soulignent leur engagement à consommer Français, malgré le poids conséquent de ce type de produits sur leur budget

Concernant la consommation de produits fabriqués en France à l'heure actuelle, vous-même, diriez-vous que... ?

- À tous, en % -



■ Oui, tout à fait

■ Oui, plutôt

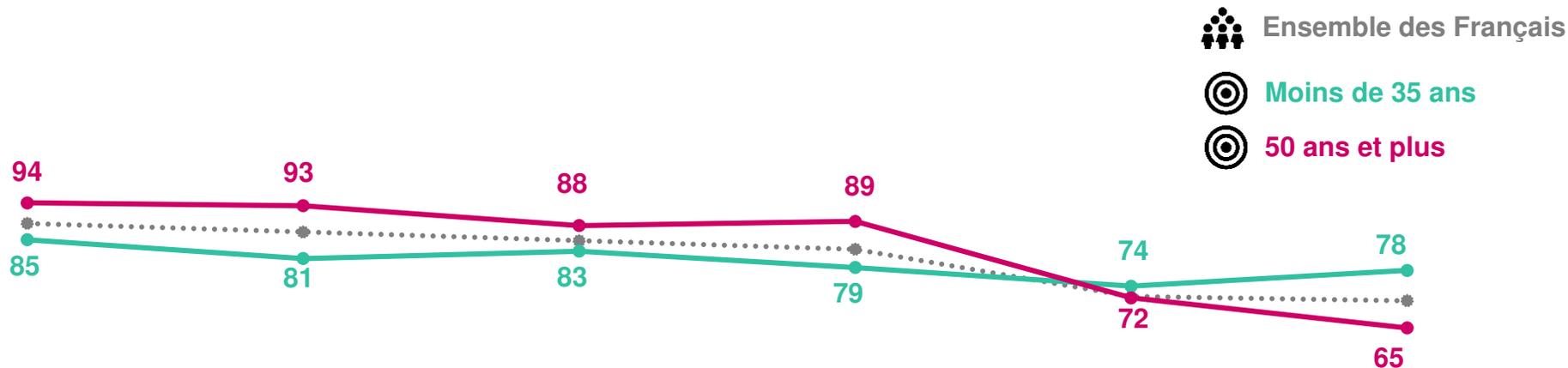
■ Non, plutôt pas

■ Non pas du tout

Les plus jeunes, souvent plus fragiles économiquement, soulignent le caractère coûteux des produits fabriqués en France, quand les plus âgés en défendent encore davantage la dimension nécessaire à l'heure actuelle

Concernant la consommation de produits fabriqués en France à l'heure actuelle, vous-même, diriez-vous que... ?

- À tous, en % -



Consommer des produits fabriqués en France est important dans la période actuelle, par solidarité avec les producteurs Français qui sont mis en difficulté par la crise (notamment les agriculteurs)

Consommer des produits fabriqués en France est important dans la période actuelle, pour soutenir l'économie française en cette période de crise

Consommer des produits fabriqués en France est important et consommer plus de produits fabriqués localement a des effets positifs sur l'environnement que le confinement a rendu encore plus visibles

Vous-même, vous essayez de consommer des produits fabriqués en France pendant cette période

Il est facile d'identifier des produits fabriqués en France dans les magasins

Consommer des produits fabriqués en France est parfois difficile pour votre budget, même en cette période





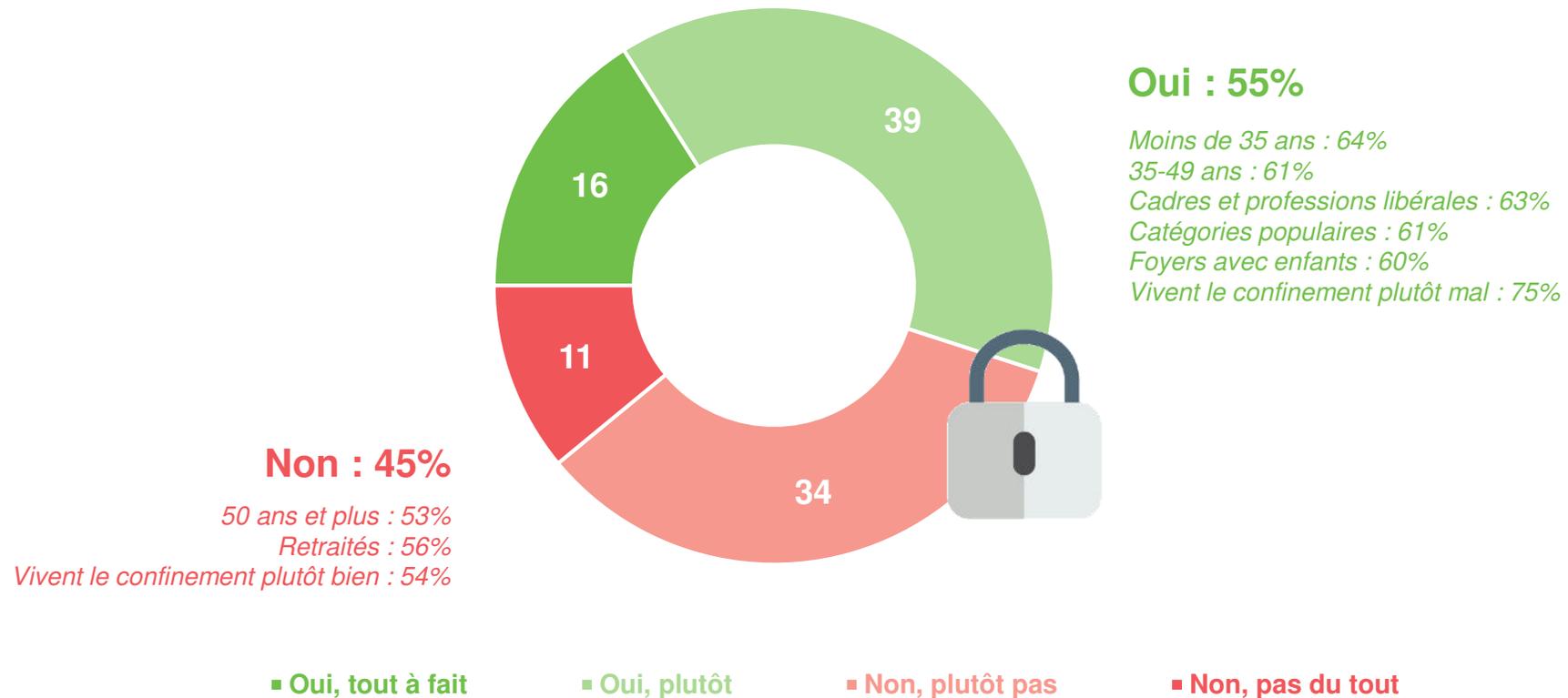
Frustrations, plaisir de consommer... quelle consommation les Français envisagent-ils demain ?

- En cette période de frugalité contrainte dans ses achats, les Français se sentent-ils frustrés dans leur consommation ? Alors même qu'ils semblent avoir ralenti leurs activités culturelles et avoir acheté peu d'autres biens que leurs denrées alimentaires, 1 Français sur 2 seulement (55%) s'estime frustré dans sa consommation. Un chiffre néanmoins beaucoup plus élevé chez les plus jeunes (64%) et les 35-49 ans (61%), c'est-à-dire dans les générations actives, et chez ceux qui vivent aujourd'hui assez mal leur confinement (75%).
- Frustrés seulement en partie, les Français se montrent partagés quant à l'attitude qu'ils souhaitent observer ensuite : 47% estiment avoir surtout envie de retrouver le plaisir de consommer et de se faire plaisir, quand 53% manifestent une envie de rester dans une forme de frugalité et de ralentissement, de manière choisie, cette fois. Cette dynamique de ralentissement revêt en effet selon les Français plusieurs avantages : elle pousse à se poser des questions sur sa consommation, représente un mode de vie plus responsable pour la planète... et surtout apparaît comme accessible : 65% estiment qu'il s'agit d'un mode de vie avec lequel ils se sentent finalement à l'aise, au moins en partie (seuls 17% se sentent « tout à fait à l'aise »).
- On ne peut pas pourtant en conclure que les Français vont ressortir ascètes de cette période. La moitié d'entre eux ayant vécu sur le mode de la frustration, l'envie de reprendre certaines activités reste bien présente. Si en premier lieu, ils souhaiteront revoir leur famille et leurs amis, les Français indiquent qu'ils accorderont une grande priorité au fait de se rendre chez des prestataires de soins (coiffeur, esthéticienne, etc.) le confinement passé (49%). Ils sont également nombreux à donner une grande importance au fait de se rendre au restaurant ou dans des bars (43%), à se rendre à des spectacles (33%) ou à acheter des vêtements (25%). Les Français restent ainsi attachés à des éléments de leur mode de vie hors confinement, avec lequel, néanmoins, une distance s'est installée. Les incertitudes de demain continuent à les empêcher de commencer à préparer l'avenir, et, tout comme au début du confinement, ils abordent le quotidien au jour le jour, une attitude qui les conduit notamment à chercher plutôt l'épargne (80%) que l'investissement (20%). S'ils sont encore partagés sur ce qu'ils conserveront de cette période de confinement, la tendance s'est à présent inversée et les Français sont plus nombreux aujourd'hui à considérer que beaucoup de choses vont changer dans leur mode de vie (57%, + 14 pts) que ceux qui considèrent ce passage comme une parenthèse.

Une courte majorité des Français (55%) se déclare frustrée dans ses envies de consommation, 45% vivant cette période de ralentissement de manière apaisée

Durant cette période de confinement, avez-vous le sentiment d'avoir été frustré(e) dans votre envie de consommation ?

- À tous, en % -



Les Français se montrent très partagés quant à la consommation qu'ils veulent adopter à la fin de la crise : 47% voudraient reprendre leur consommation d'avant et retrouver le plaisir de consommer, 53% demeurer dans la dynamique de ralentissement actuelle

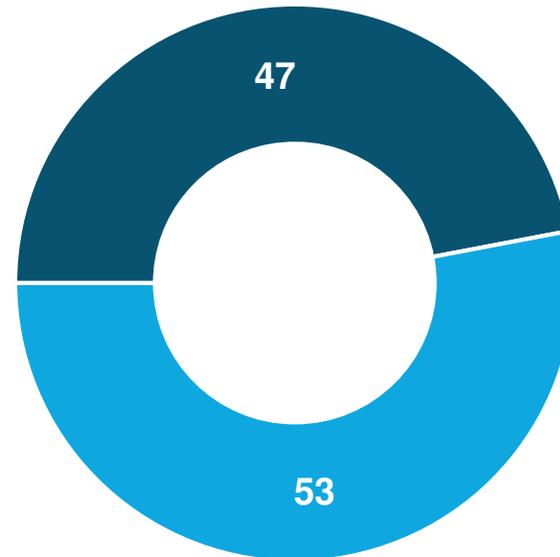
Et à la sortie du confinement, diriez-vous plutôt que... ?

- À tous, en % -



Vous avez envie de rester dans la dynamique actuelle de ralentissement des achats, y compris des achats effectués pour se faire plaisir

Vivent le confinement plutôt bien : 57%



Vous avez envie retrouver le plaisir de faire des achats, et envie de faire des achats qui vous font plaisir, comme avant la période de confinement

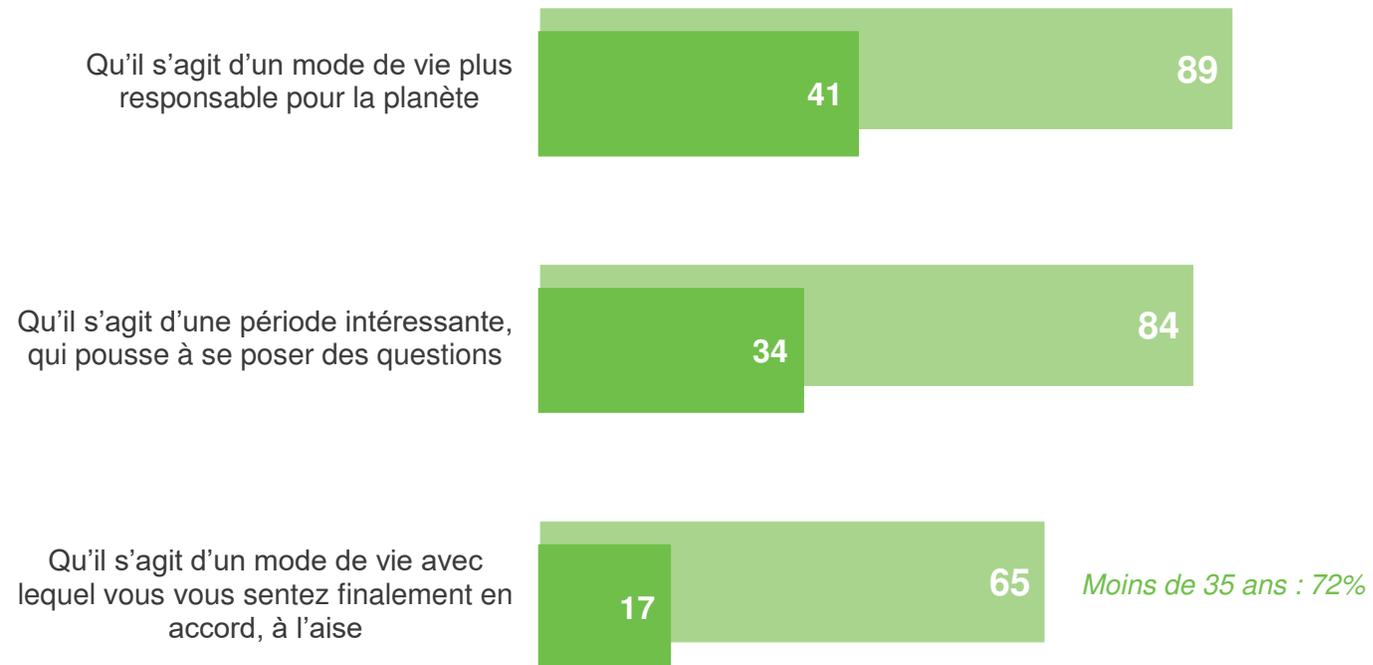
25-34 ans : 54%

Vivent le confinement plutôt mal : 55%

La période actuelle amène les Français à s'interroger sur leur consommation et le ralentissement qu'ils connaissent : s'ils l'appréhendent comme un mode de vie plus responsable sur la planète, ils se sentent seulement en partie à l'aise avec lui

Et concernant le mode de vie ralenti durant le confinement, diriez-vous... ?

- À tous, en % de réponses « Oui » -



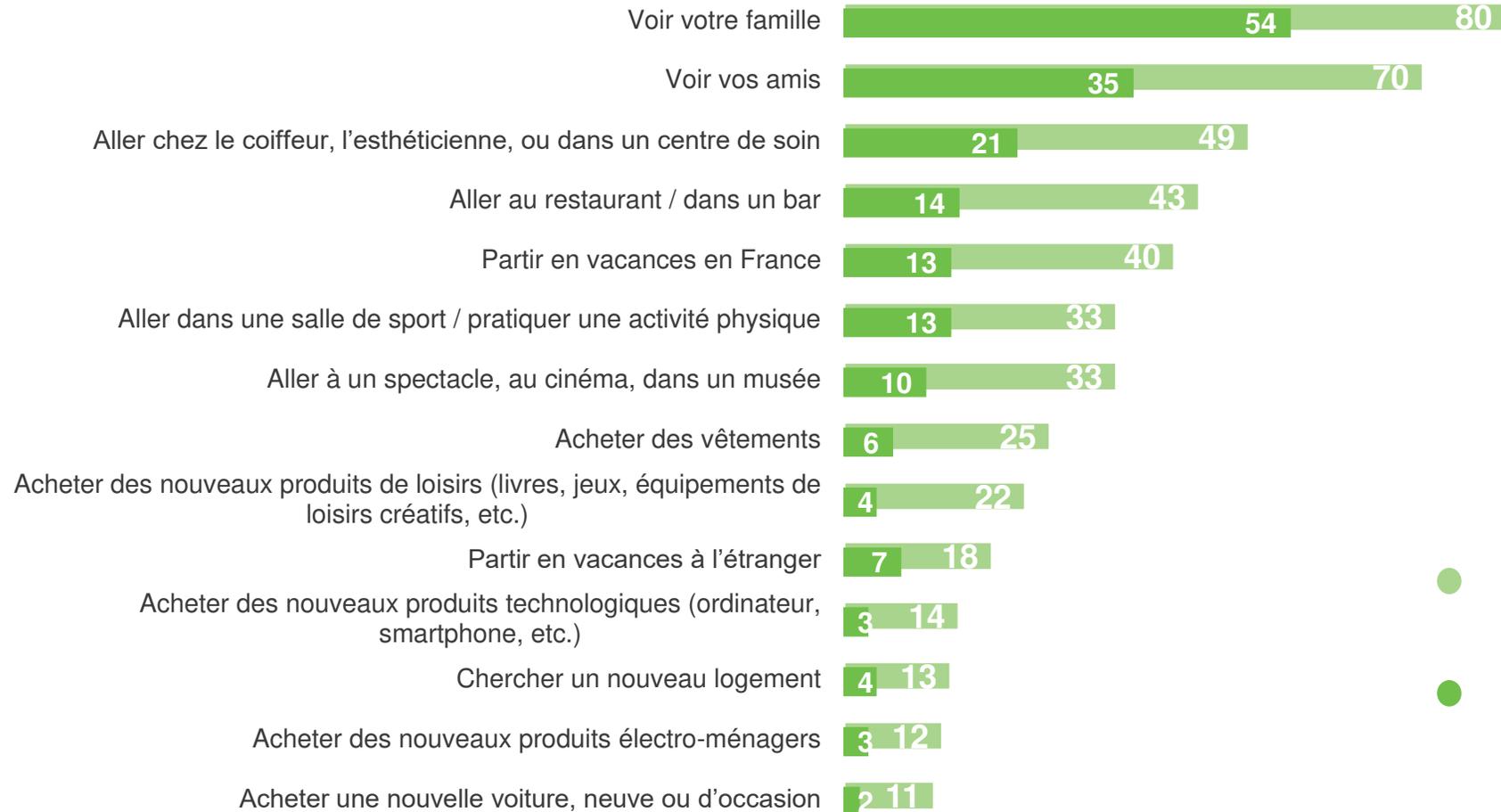
- % de réponses « Oui »
- ... dont % de réponses « Oui, tout à fait »

A l'issue du confinement, les Français perçoivent comme prioritaire les aspects humains : voir leur famille et leurs amis ; ils savent néanmoins déjà quelles seront leurs priorités de consommation : les soins (coiffeur/esthétique), les restaurants et bars, et les activités physiques ou culturelles

Lorsqu'il sera à nouveau possible (légalement et physiquement) de le faire, quel degré de priorité aura chacune des activités suivantes pour vous ?

- À tous, en % de notes « **Prioritaire** » -

Veillez noter chacune des activités suivantes sur une échelle de 1 à 10, 1 indiquant que cette activité est pour vous pas du tout prioritaire, 10 indiquant au contraire que cette activité est tout à fait prioritaire, les autres notes servant à nuancer votre jugement



- % de réponses « **Prioritaire (Notes 8-10)** »
- ... dont % de réponses « **Tout à fait prioritaire (Notes 9-10)** »

Chez les plus jeunes, on note plus particulièrement un désir de recommencer à consommer, particulièrement des produits culturels, d'équipement ou de loisirs

Lorsqu'il sera à nouveau possible (légalement et physiquement) de le faire, quel degré de priorité aura chacune des activités suivantes pour vous ?

- À tous, en % de notes « Prioritaire » -

Veillez noter chacune des activités suivantes sur une échelle de 1 à 10, 1 indiquant que cette activité est pour vous pas du tout prioritaire, 10 indiquant au contraire que cette activité est tout à fait prioritaire, les autres notes servant à nuancer votre jugement



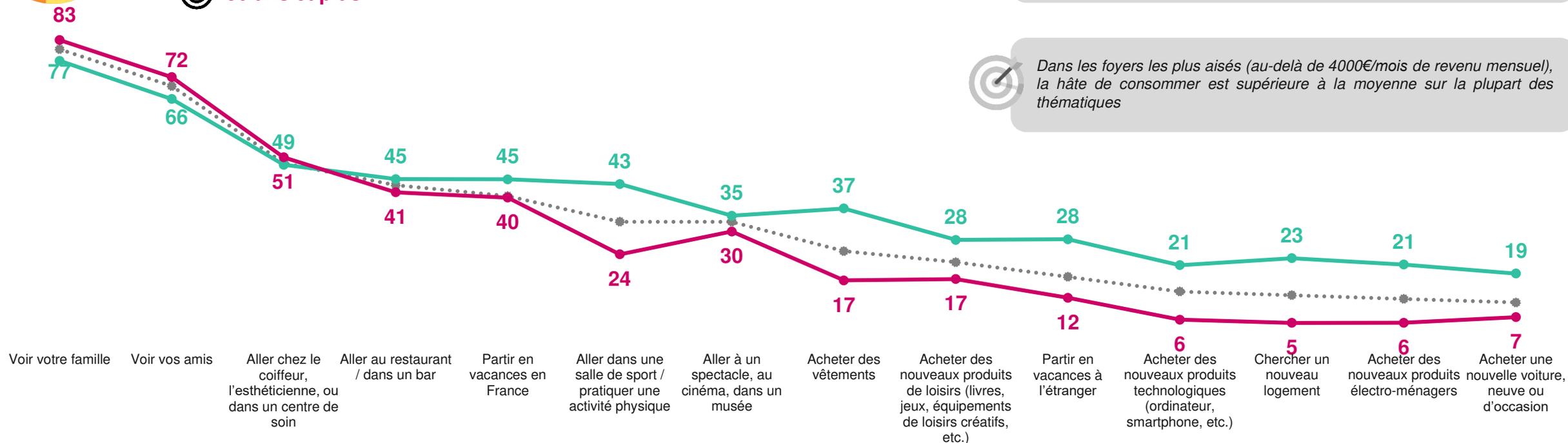
Ensemble des Français



Moins de 35 ans



50 ans et plus



Les femmes soulignent particulièrement l'envie de voir leur famille (83%) et d'acheter des vêtements (29% contre 21% des hommes), quand les hommes, eux, insistent sur l'envie de pratiquer des activités physiques (37%) ou culturelles (37%)



Dans les foyers les plus aisés (au-delà de 4000€/mois de revenu mensuel), la hâte de consommer est supérieure à la moyenne sur la plupart des thématiques

Alors même qu'une date a été annoncée pour le déconfinement, les Français sont toujours autant dans l'attente face à la sortie de crise : à ce stade, ils la vivent toujours au jour le jour et ne parviennent pas à se projeter dans la suite

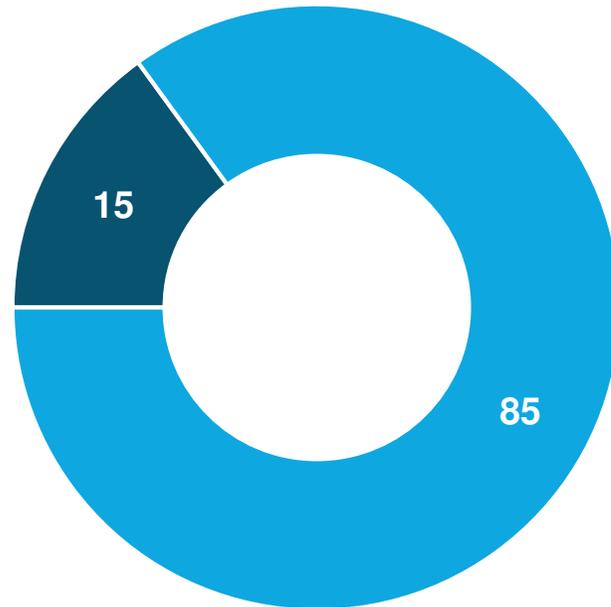
Laquelle des deux propositions suivantes correspond le mieux à votre état d'esprit actuel ?

- À tous, en % -

A ce stade, vous êtes plutôt...

En train de commencer à planifier la suite : vacances, concerts, aménagements, etc. que vous ferez seulement dans quelques mois

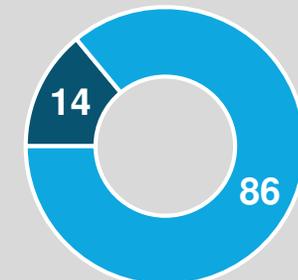
*Moins de 35 ans : 24%
Personnes qui continuent leur activité : 19%*



En train de vivre au jour le jour, en attendant plus de visibilité sur la situation avant de pouvoir commencer à penser à la suite

50 ans et plus : 90%

Rappel : Perception au J7 du confinement



Pour la sortie du confinement, les Français, inquiets de la situation économique, se montrent particulièrement précautionneux sur leur budget, et envisagent avant tout d'épargner

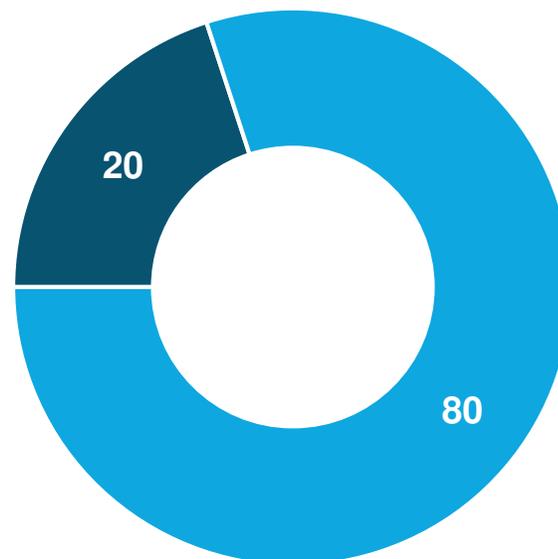
Et à la sortie du confinement, diriez-vous plutôt que... ?

- À tous, en % -



**Faire des investissements,
consommer et faire des
dépenses**

*Hommes : 24%
Moins de 35 ans : 27%
PCS+ : 24%
Foyers aux revenus > à 4000€/mois : 29%*



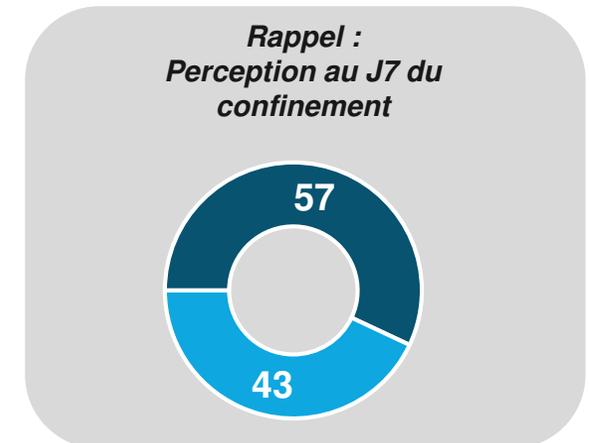
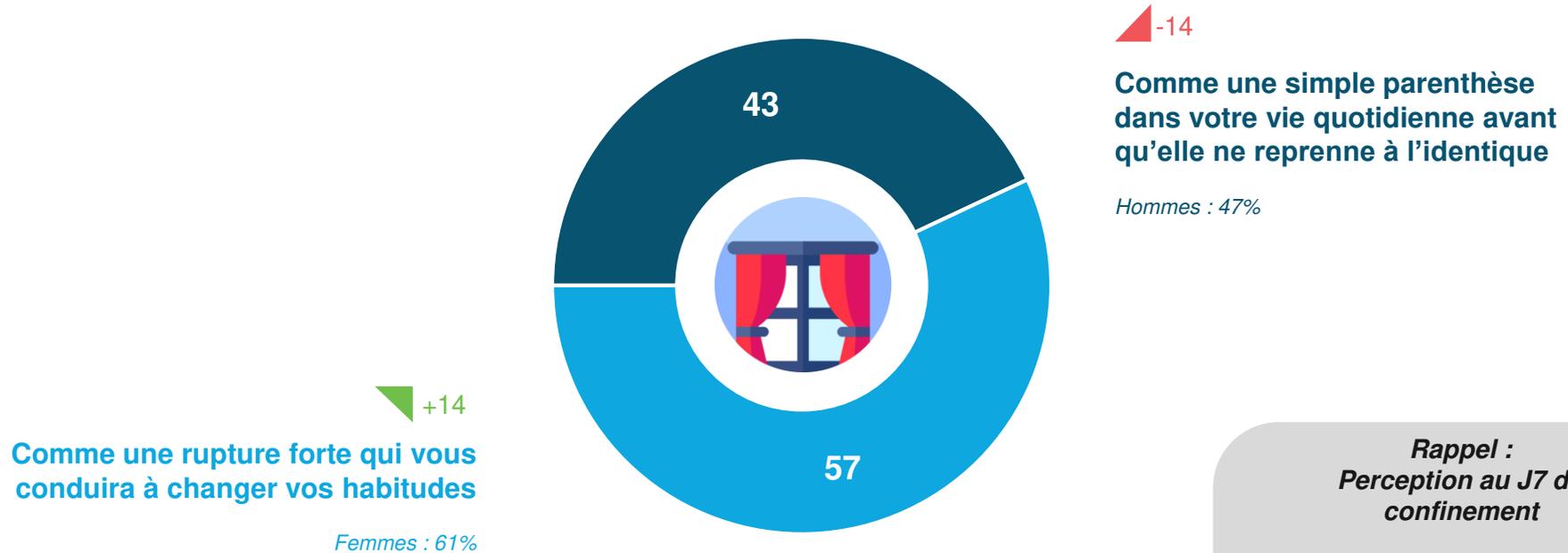
**Faire attention à vos dépenses et
épargner**

*Femmes : 84%
50 ans et plus : 84%
Actifs qui ne sont aujourd'hui pas en activité : 85%
Foyers aux revenus < à 2000€/mois : 87%*

La sortie du confinement apparaissant comme plus complexe que prévue (sanitairement, économiquement, etc.) les Français envisagent beaucoup plus cette période comme une période de rupture avec leur ancien mode de vie qu'au début du confinement

Enfin, considérez-vous cette période de confinement... ?

- À tous, en % -



Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le nom de l'institut, le nom du commanditaire de l'étude, la méthode d'enquête, les dates de réalisation et la taille de l'échantillon.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

Contacts Harris Interactive en France :

- **Jean-Daniel Lévy** – Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr
- **Laurence Lavernhe** – Responsable de la communication - 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr