

Une étude



pour

**les zooms** 2022  
de L'Observatoire Cetelem

## *Thème 2*

### *Les contours du plaisir en temps de crises*

#### **Enquête 3/3 : Plaisir et bien-être, à quel prix ?**

**Juin 2022**

---

**Magalie Gérard**, Directrice adjointe du Département Politique – Opinion  
**Morgane Hauser**, Directrice d'études au Département Politique – Opinion  
**Rosalie Ollivier**, Chargée d'études au Département Politique – Opinion



# Sommaire

<b>Méthodologie d'enquête</b>	<b>P.3</b>
<b>I. Le plaisir, une place à part entière dans l'agenda des Français</b>	<b>P.6</b>
<b>II. Le plaisir, entre effort et réconfort</b>	<b>P.11</b>
<b>III. Le plaisir, un budget fragile</b>	<b>P.17</b>
<b>IV. Plaisir et compromis face aux tensions économiques</b>	<b>P.24</b>

# Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **14 au 16 juin 2022**.



Échantillon de **1 021** 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.
- ❖ Dans le cadre de ce rapport, nous distinguons 3 tranches de revenus :
  - Revenus faibles* : revenus mensuels nets du foyer inférieurs à 2 000 €
  - Revenus moyens* : revenus mensuels nets du foyer compris entre 2 000€ et 4 000 €
  - Revenus élevés* : revenus mensuels nets du foyer supérieurs à 4 000 €

# 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



# I. Le plaisir, une place à part entière dans l'agenda des Français

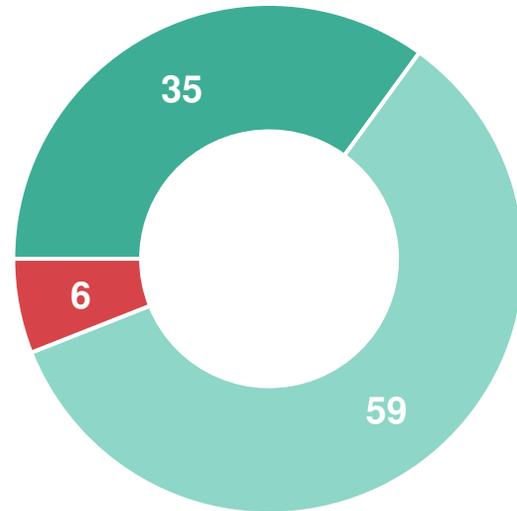
- Comme l'ont révélé les enquêtes précédentes, les Français accordent au plaisir une place importante dans leur vie. Concrètement, ils réservent même des moments spécifiquement dédiés au plaisir dans leur quotidien : **un temps sacré sur lequel 35% d'entre eux refusent de rogner**, même face à d'autres obligations, quand 59% indiquent pouvoir l'écourter si besoin. Seuls 6% des Français déclarent ne jamais se réserver de moments dédiés au plaisir dans leur vie quotidienne. Les générations **les plus jeunes sont davantage susceptibles de sanctuariser** le temps qu'ils dédient à leur plaisir (46% des moins de 50 ans), quand les 50 ans et plus se montrent nettement moins fermes sur la question (23% d'entre eux seulement). En termes de discipline, les Français sont assez divisés : **54% d'entre eux indiquent ne s'accorder ces moments de plaisir que lorsqu'ils ont rempli toutes leurs obligations**, quand 46% avouent être moins disciplinés sur la question.
- Les Français privilégient-ils **l'immédiateté et le confort** ou **l'attente et l'effort** dans leur rapport au plaisir ? S'ils préfèrent en général s'acheter un produit tout fait (73%) plutôt que de le créer eux-mêmes, en revanche ils apprécient prendre le temps de le choisir (65%), sans nécessairement recourir aux solutions les plus confortables comme la livraison immédiate à domicile. De même pour la préparation de leurs repas, qu'ils préfèrent plutôt **cuisiner eux-mêmes** (68%) que de se faire livrer un repas à domicile. Ainsi, l'hédonisme des Français ne rime pas nécessairement avec immédiateté et facilité... Deux tendances qu'on retrouve néanmoins un peu plus chez les plus jeunes.

# Pour un peu plus d'un tiers des Français, le temps destiné à se faire plaisir est primordial et ne peut pas être sacrifié même face à d'autres obligations ; la plupart, cependant, indiquent qu'ils peuvent revenir sur ce temps en regard d'autres contraintes

Parmi les affirmations suivantes, laquelle correspond le mieux à la façon dont vous voyez le temps que vous consacrez à vous faire plaisir (dans des activités qui vous plaisent, dans de la détente, etc.) ?

- À tous, en % -

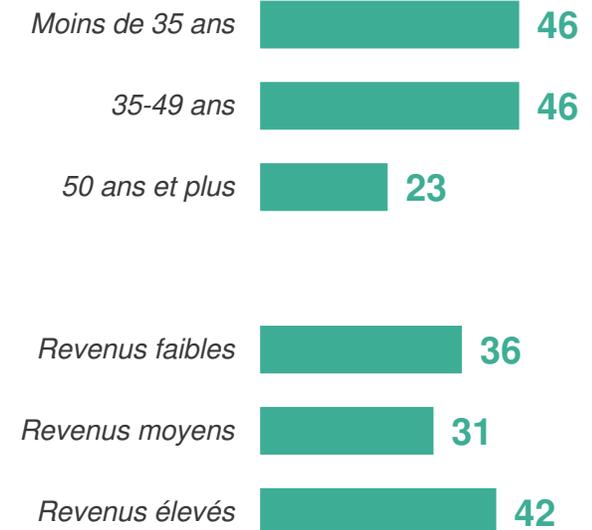
Il s'agit d'un temps primordial pour vous sur lequel vous refusez de rogner, même face à d'autres obligations



Il ne s'agit pas d'un temps important pour vous, vous ne réservez jamais des moments au fait de vous faire plaisir

Il s'agit d'un temps important pour vous, que vous essayez de protéger, mais sur lequel vous pouvez revenir face à certaines contraintes

% Il s'agit d'un temps primordial pour vous

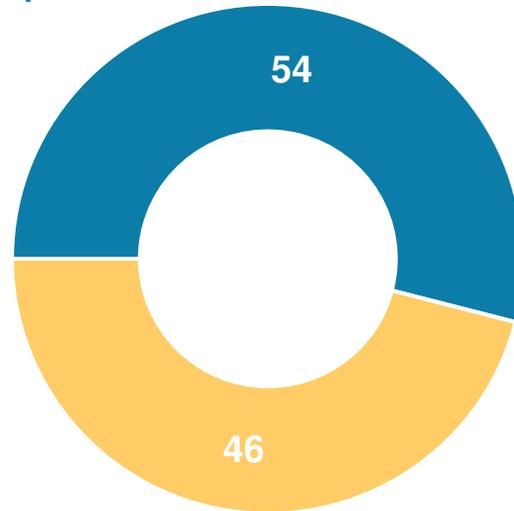


# Les Français sont partagés quant au temps qu'ils réussissent à consacrer uniquement à leur plaisir : une courte majorité ne parvient pas à s'accorder ces moments avant d'avoir évacué toutes ses contraintes, quand l'autre moitié se les accorde peu importe les contraintes

En règle générale, vous vous accordez un moment de plaisir, rien que pour vous... ?

- À tous, en % -

Uniquement lorsque vous avez évacué toutes vos contraintes, fait tout ce que vous aviez à faire



Même si vous n'avez pas fini tout ce que vous aviez à faire

% Même si vous n'avez pas fini tout ce que vous aviez à faire

Hommes 48

Femmes 45

Moins de 35 ans 48

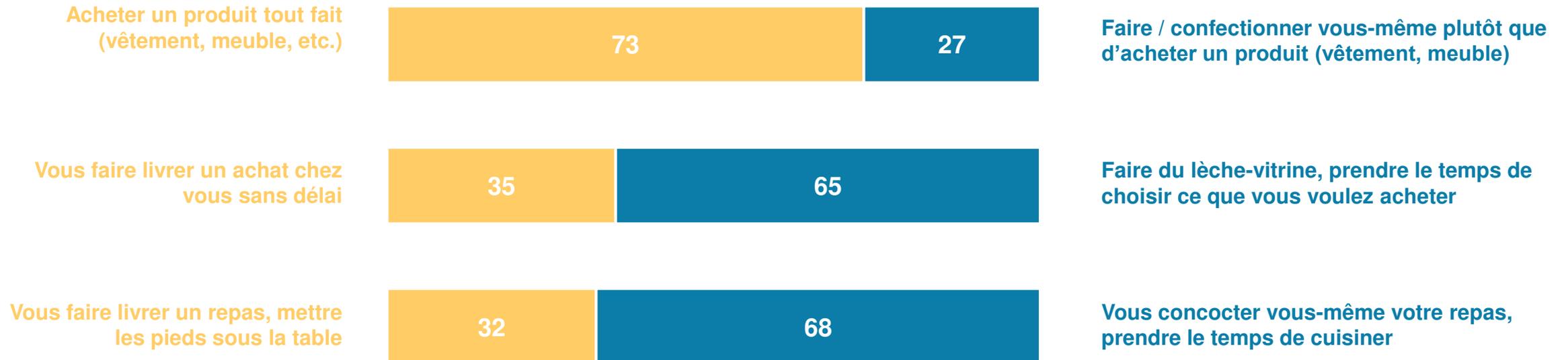
35-49 ans 41

50 ans et plus 48

# Une large majorité de Français préfèrent le plus souvent acheter un produit tout fait que faire l'effort de le confectionner eux-mêmes. Cependant, ils ne privilégient pas toujours la rapidité : ainsi, 65% d'entre eux déclarent aimer prendre le temps de cuisiner ou de choisir ce qu'ils souhaitent acheter, plutôt que d'avoir recours à la livraison immédiate

Et personnellement, parmi les alternatives suivantes, laquelle vous procure le plus de plaisir ?

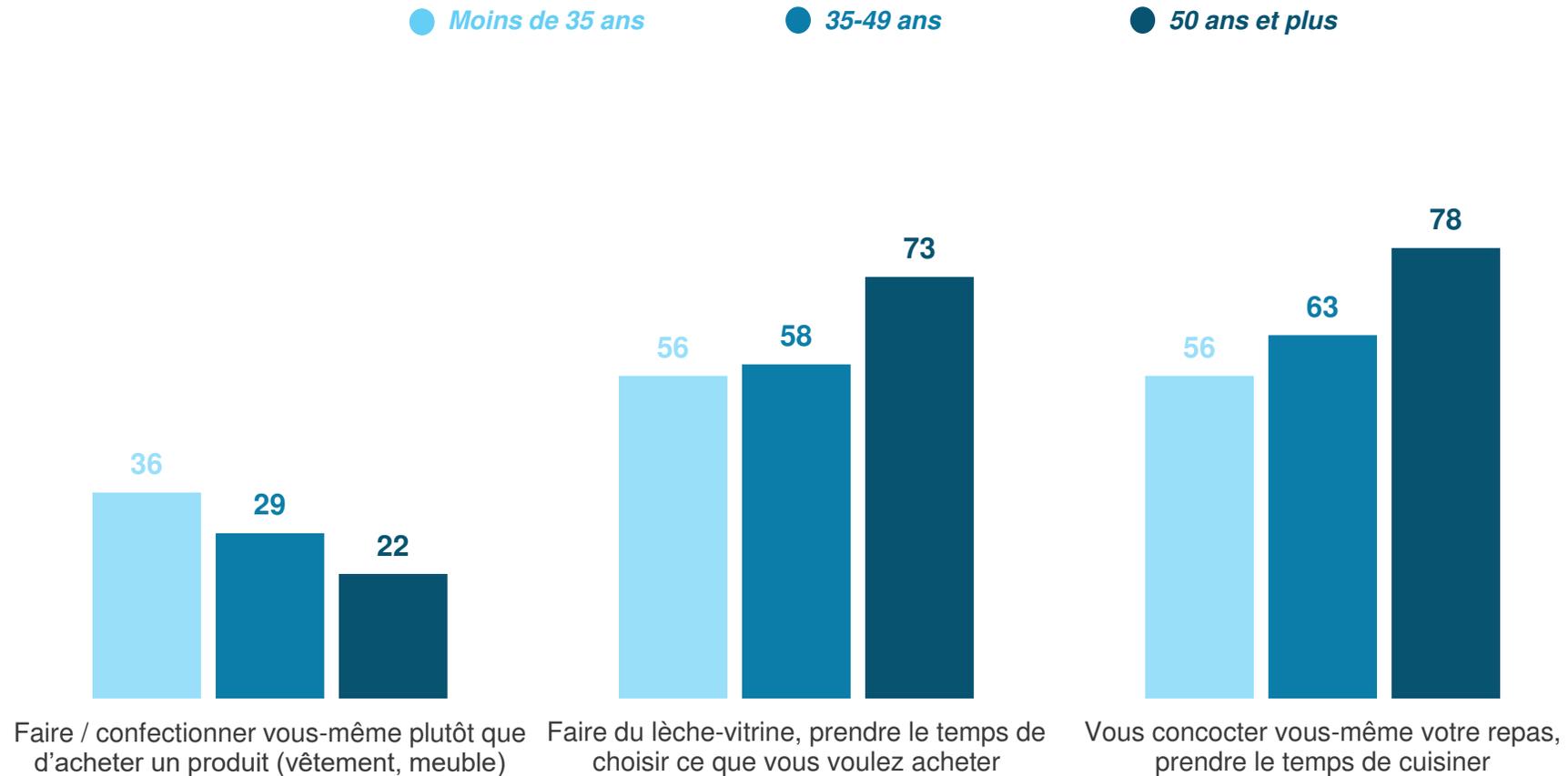
- À tous, en % -



## Dans le détail, les plus jeunes estiment plus souvent que leurs aînés prendre du plaisir à créer des produits de leurs propres mains, mais ils aiment aussi la facilité et la rapidité : ils privilégient plus souvent les livraisons immédiates quand leurs aînés apprécient plus souvent de prendre le temps pour leurs achats

Et personnellement, parmi les alternatives suivantes, laquelle vous procure le plus de plaisir ?

- À tous, en % -





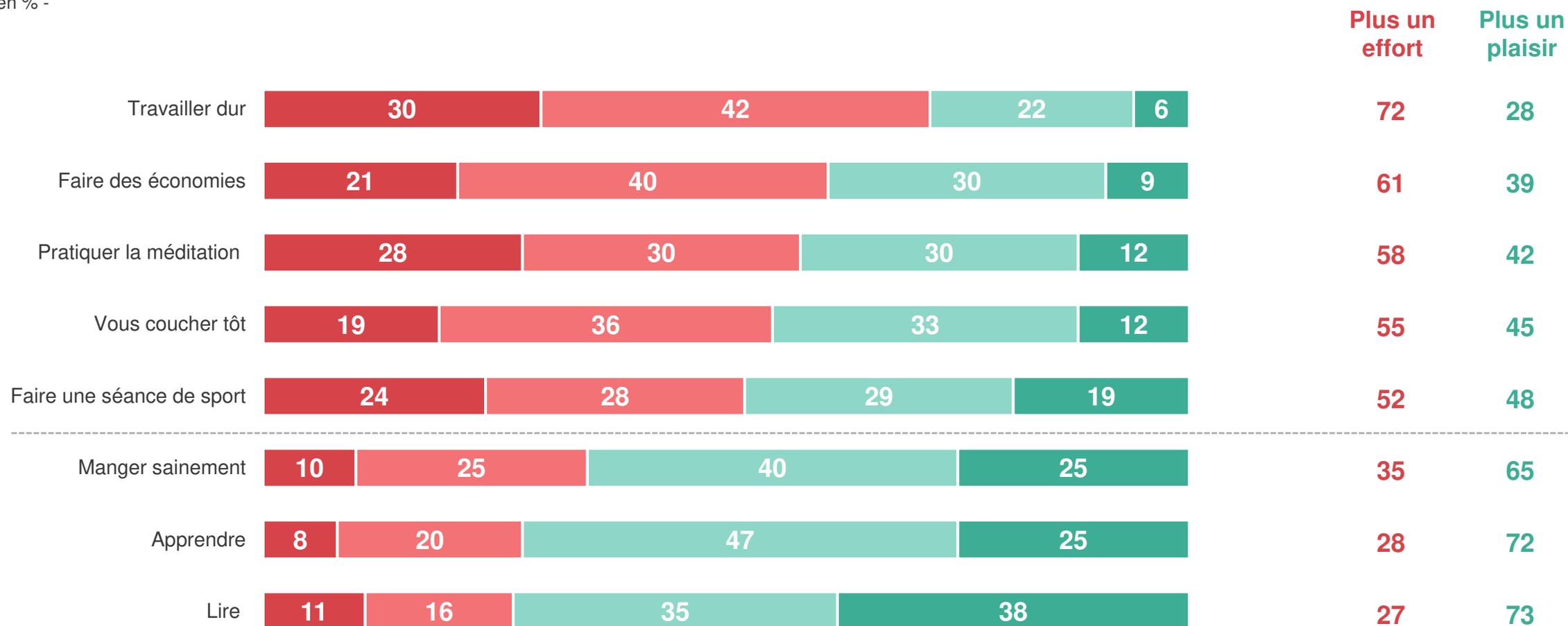
## II. Le plaisir, entre effort et réconfort

- Socialement, il existe certains comportements considérés comme vertueux : travailler dur, faire des économies, manger sainement, etc. Mais ces comportements représentent-ils plutôt un effort, une contrainte, ou un plaisir pour les Français ? Force est de constater que **travailler dur et faire des économies évoquent davantage la notion d'effort** que celle de plaisir (72% et 61% respectivement), quand **lire ou apprendre** – bien que ces activités nécessitent un certain effort elles aussi – sont nettement davantage **associés à un plaisir** (73% et 72% respectivement). Entre ces deux extrêmes, certaines activités divisent davantage, à l'instar du **sport, synonyme d'effort pour les uns** (48%, et jusqu'à 57% chez les femmes) **ou de plaisir pour les autres** (52%). Manger sainement, en revanche, évoque davantage un plaisir (65%) qu'un effort (35%)...
- ... Ce qui n'empêche pas les Français d'être gourmands : en effet, 91% d'entre eux estiment que manger des **plats réconfortants** (gras, salés, sucrés) constituent un véritable plaisir, **auquel 73% succombent au moins de temps en temps**. Seuls 18% indiquent que c'est un plaisir qu'ils ne s'offrent que rarement ou jamais. Parmi les plaisirs que les Français s'offrent le plus rarement : le fait de faire des excès et de dépenser son argent. Respectivement, 28% et 27% considèrent ces activités comme des plaisirs mais indiquent ne se les offrir que rarement ou jamais. En revanche, rester assis ou fumer sont nettement moins souvent vus comme des plaisirs par les Français.

# Travailler dur et faire des économies sont nettement considérés comme relevant davantage de l'effort que du plaisir, quand lire et apprendre sont au contraire majoritairement associés au plaisir. Tantôt vu comme un effort, tantôt comme un plaisir, le sport divise davantage les Français

Que vous les pratiquiez ou non, comment considérez-vous chacune des activités suivantes ?

- À tous, en % -

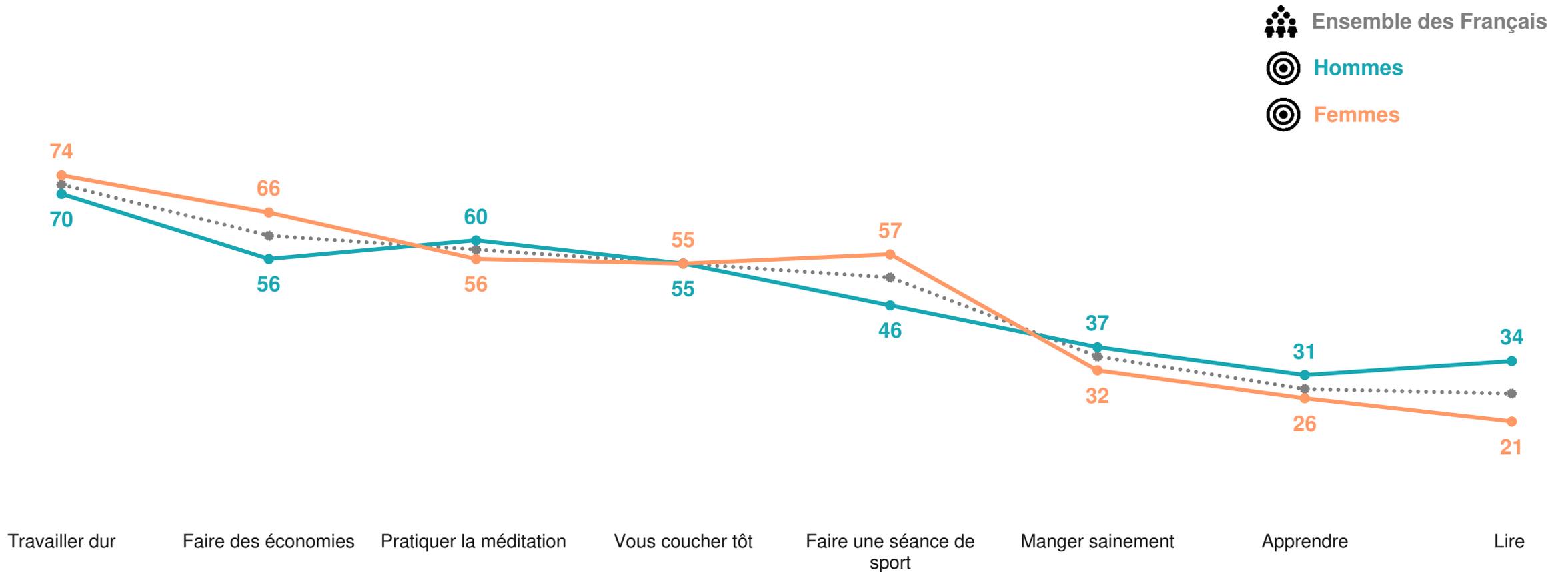


- C'est nettement plus un effort qu'un plaisir
- C'est plutôt un effort qu'un plaisir
- C'est plutôt un plaisir qu'un effort
- C'est nettement plus un plaisir qu'un effort

# Par rapport aux hommes, les femmes ressentent plus les économies et le sport comme des efforts, à l'inverse, manger sainement, apprendre ou lire semblent davantage coûter des efforts aux hommes

Que vous les pratiquiez ou non, comment considérez-vous chacune des activités suivantes ?

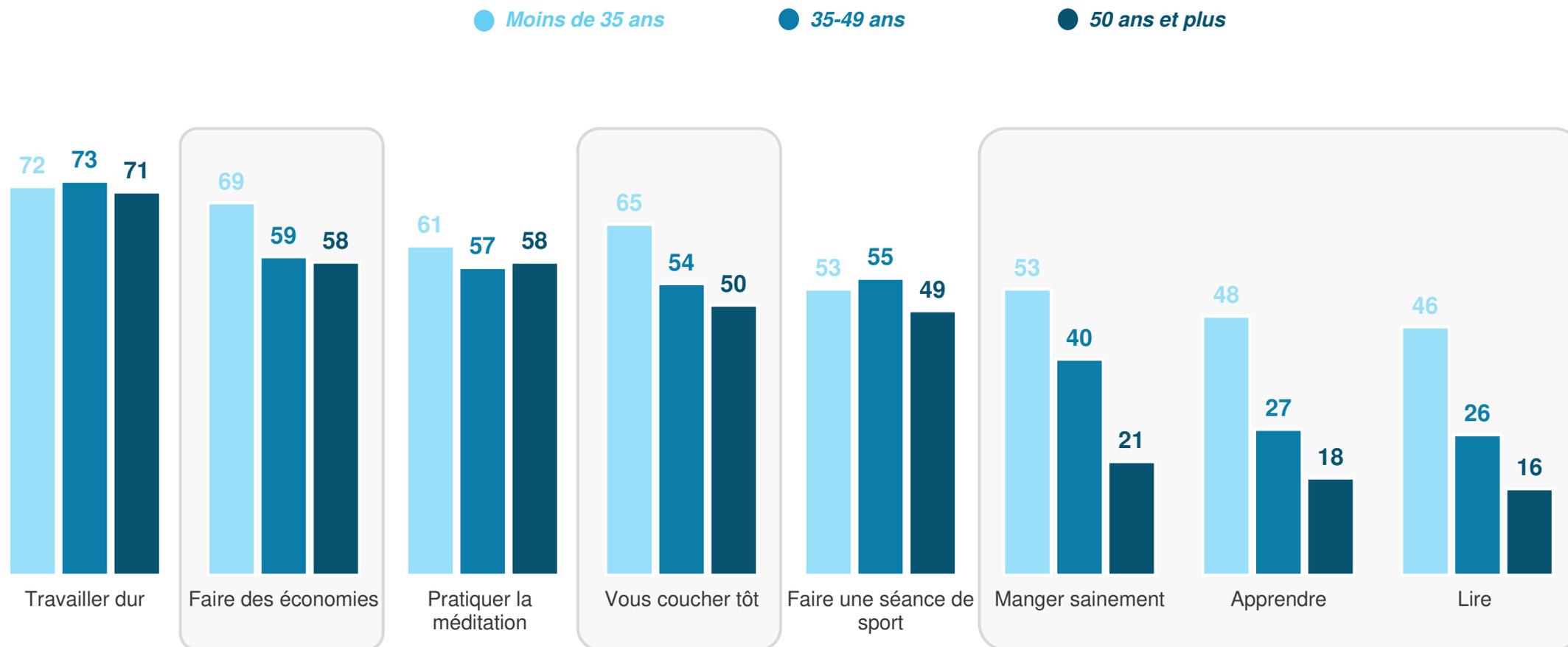
- À tous, en % de réponses « Plus un effort qu'un plaisir » -



# Les plus jeunes se démarquent assez nettement de leurs aînés, en ce sens qu'ils indiquent beaucoup plus souvent vivre les comportements cités comme des contraintes : faire des économies, se coucher tôt, manger sainement ou encore lire semblent leur coûter davantage

Que vous les pratiquiez ou non, comment considérez-vous chacune des activités suivantes ?

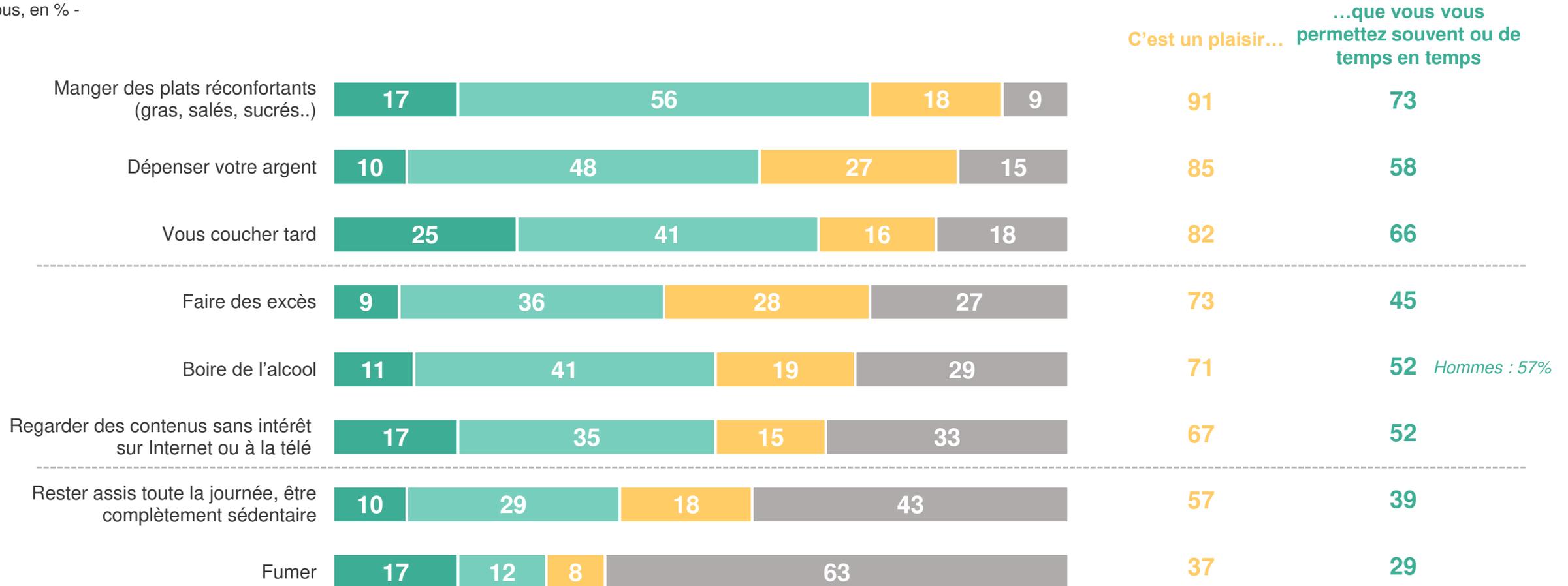
- À tous, en % de réponses « Plus un effort qu'un plaisir » -



**Parmi les plaisirs de la vie quotidienne, manger des plats réconfortants et se coucher tard comptent parmi ceux que les Français se permettent de faire le plus régulièrement. Alors que faire des excès ou dépenser de l'argent représentent des sources de plaisir pour la plupart, il s'agit néanmoins de plaisirs plus contraints, que beaucoup ne réalisent que rarement**

Et par ailleurs, que représentent pour vous les activités suivantes ?

- À tous, en % -

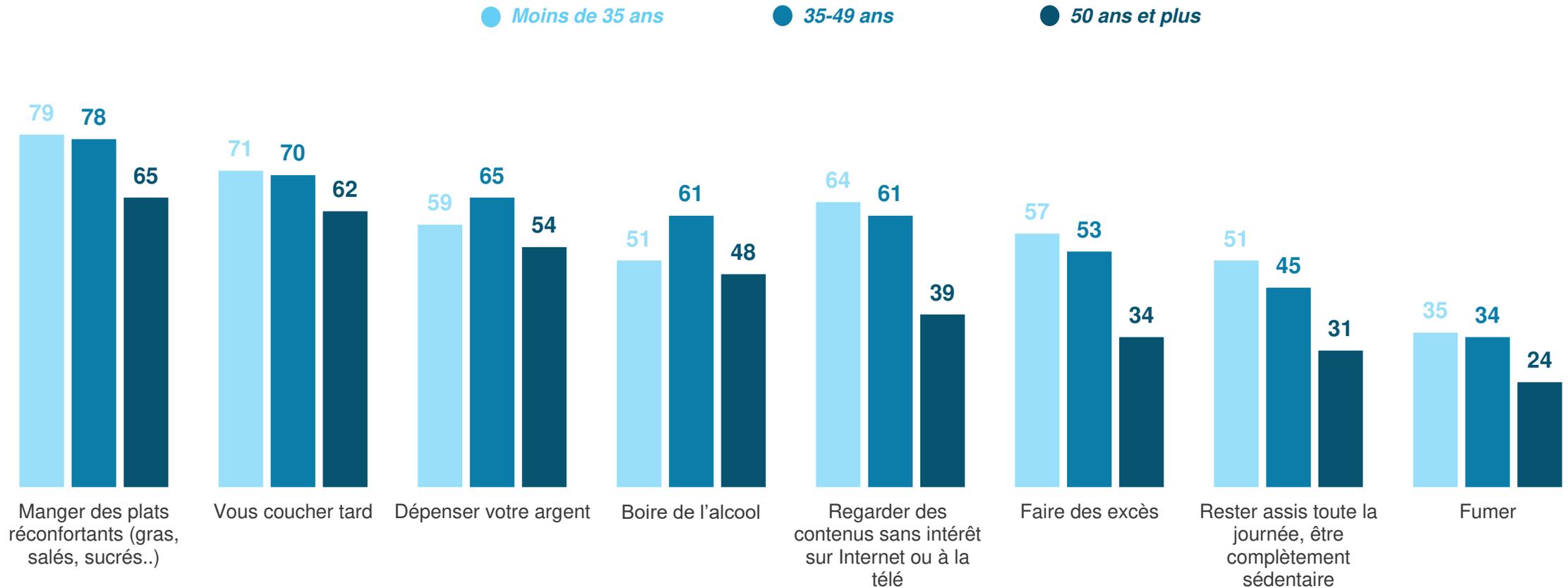


- C'est un plaisir que vous vous permettez souvent
- C'est un plaisir que vous vous permettez de temps en temps
- C'est un plaisir, mais vous ne vous le permettez que rarement ou jamais
- Ce n'est pas du tout un plaisir pour vous

## Dans l'ensemble, les 50 ans et plus indiquent moins souvent se permettre certains comportements plaisir, quand les plus jeunes s'accordent plus souvent des excès ou du relâchement

Et par ailleurs, que représentent pour vous les activités suivantes ?

- À tous, en % de réponses « C'est un plaisir que vous vous permettez souvent ou de temps en temps » -





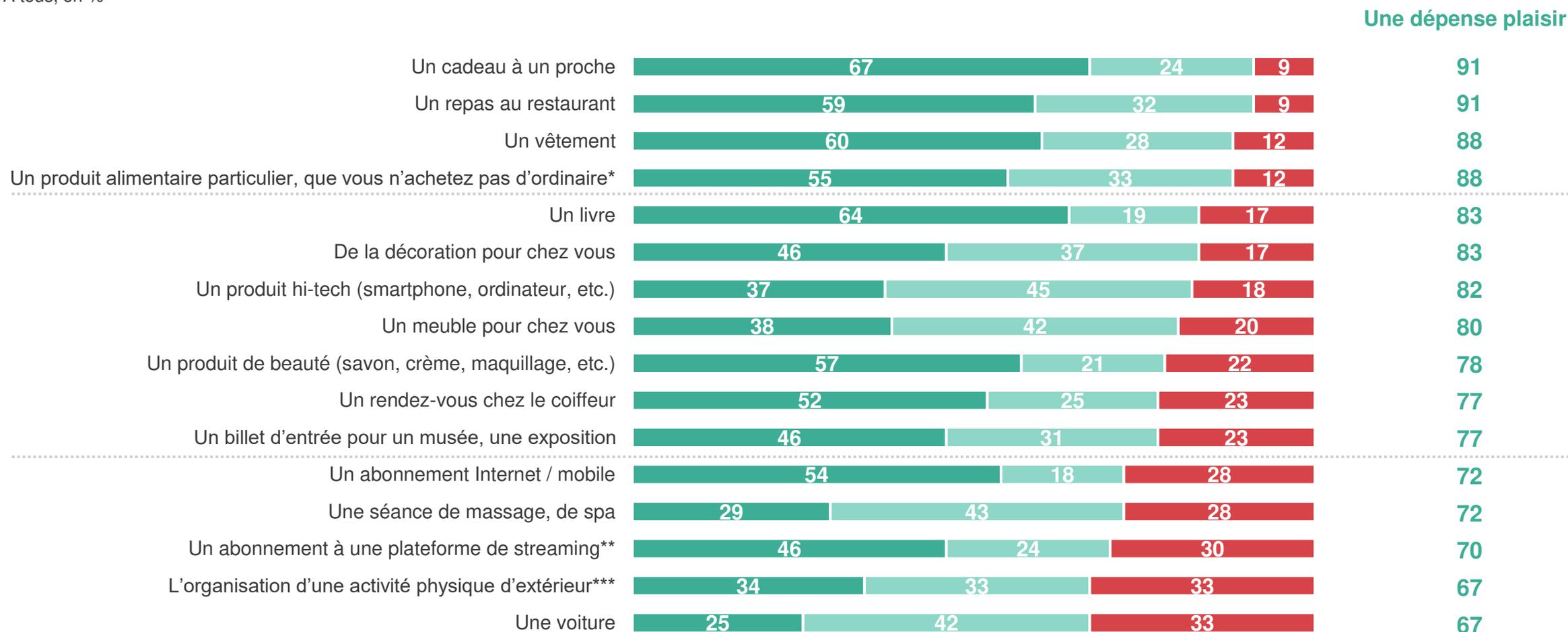
### III. Le plaisir, un budget fragile

- Nombreuses sont les **dépenses synonymes de plaisir** aux yeux des Français : un cadeau à un proche, un repas au restaurant, un vêtement, un produit alimentaire qui sort de l'ordinaire sont autant de dépenses plaisir pour près de 9 Français sur 10. Mais tous ces objets ne sont pas également accessibles aux yeux de tous. Ainsi, s'offrir **un livre, un abonnement Internet ou à une plateforme de streaming, un produit de beauté**, apparaissent parmi les plaisirs les plus accessibles, à l'inverse d'une voiture, un meuble, un produit hi-tech ou encore une séance de spa ou de massage. D'une manière générale, plus les revenus sont élevés, plus les différents achats plaisir évoqués semblent accessibles, quelle que soit leur valeur. Quel que soit leur objet, le montant des dépenses plaisir varie très fortement selon le niveau de revenu. En moyenne, les Français estiment **consacrer 203 € par mois à des dépenses plaisir**, un chiffre qui atteint 336 € chez les plus aisés contre 151 € chez les plus modestes. Aussi, les femmes estiment un montant nettement inférieur à celui des hommes – 154 € pour elles contre 257 € pour eux –, une différence que les écarts de revenus entre hommes et femmes ne semblent pas pouvoir justifier à eux seuls.
- Aisés ou plus modestes, les Français sont **amateurs de bonnes affaires**. En effet, il est important pour plus de 9 Français sur 10 d'avoir le sentiment d'avoir fait une bonne affaire après un achat, un enjeu qui s'avère même « **très important** » **pour 35%**. Bien que cette attention soit particulièrement forte chez les revenus les plus faibles (41%), les revenus les plus élevés ne sont pas en reste (35%), et ce sont plutôt les revenus intermédiaires qui semblent légèrement moins attentifs à dénicher les bonnes affaires (29%). Le sentiment d'avoir fait une bonne affaire procurerait même **davantage de plaisir que celui d'avoir fait une folie** pour s'offrir l'objet de ses rêves, pour près de 7 Français sur 10. Aussi, lorsque les Français font un achat qu'ils estiment **bon marché**, ils y voient **davantage un plaisir**, celui d'avoir fait une bonne affaire (77%), que la contrainte de ne pas pouvoir dépenser plus que la somme en question (23%). Et ce, même chez les plus modestes (70% y voyant un plaisir contre 30% une contrainte).

## Les dépenses plaisir préférées des Français touchent au quotidien : un cadeau à un proche ou un repas au restaurant sont des sources de plaisir qu'ils estiment le plus souvent pouvoir se permettre. Parmi les dépenses plaisir que les Français jugent moins accessibles à leur porte-monnaie, la décoration d'intérieur et les produits hi-tech ou automobiles, mais aussi les activités bien-être comme les massages et séances de spa

Chacune des dépenses suivantes représente-t-elle actuellement pour vous... ? L'achat de...

- À tous, en % -



■ Une dépense plaisir que vous pouvez vous permettre

■ Une dépense plaisir, mais que vous ne pouvez pas vous permettre

■ Une dépense que vous n'associez pas à du plaisir

\*(bouteille de champagne, produit de fêtes, etc.)

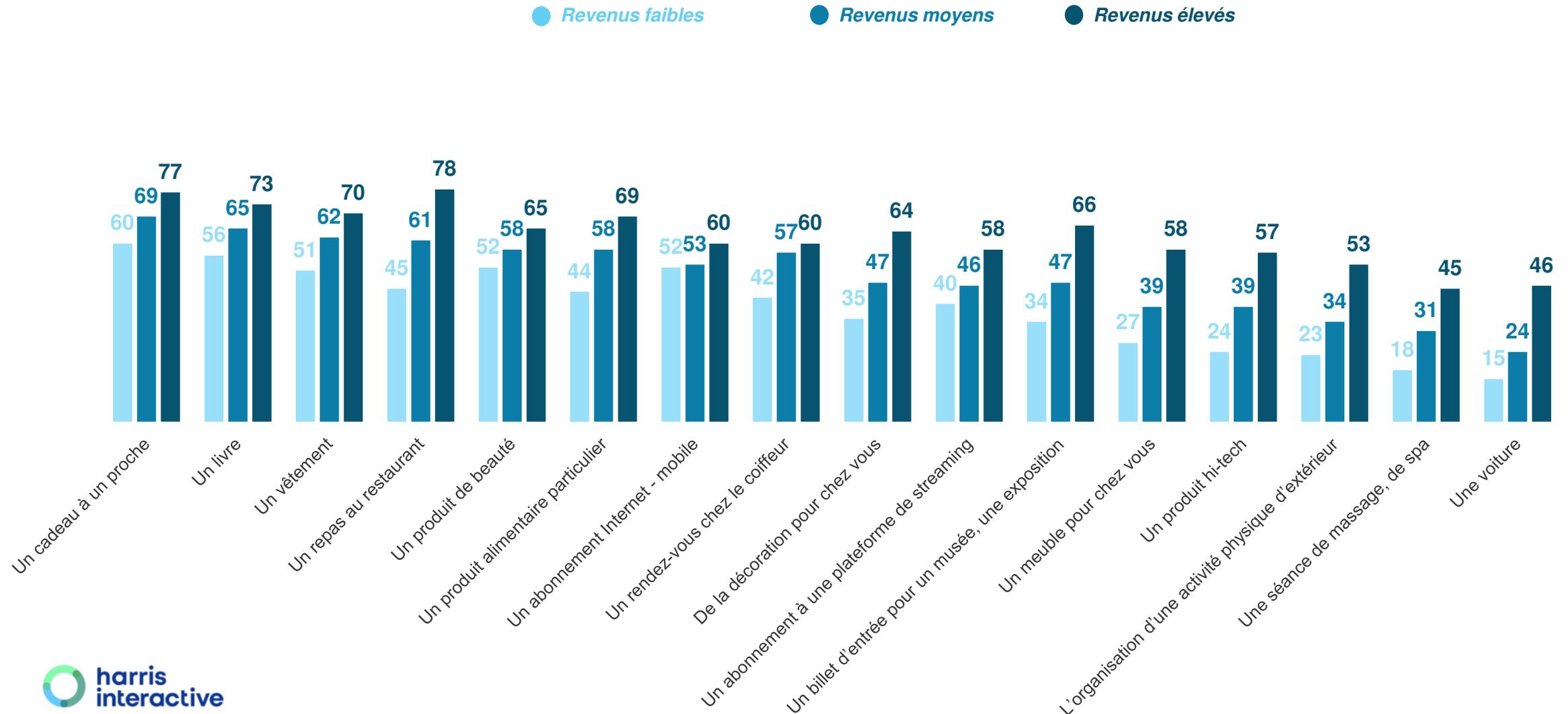
\*\* (Netflix, Amazon prime, etc.)

\*\*\* (accrobranche, canyoning, parapente, etc.)

D'une manière générale, plus les revenus sont élevés, plus les différents achats plaisir évoqués semblent accessibles, quelle que soit leur valeur. Cependant, les distinctions entre les niveaux de revenu sont plus fortes dès qu'il s'agit d'extras ou de dépenses qui sortent du quotidien (acheter des produits alimentaires d'exception ou un nouveau meuble, s'offrir une séance de massage, etc.)

Chacune des dépenses suivantes représente-t-elle actuellement pour vous... ? L'achat de...

- À tous, en % de réponses « Une dépense plaisir que vous pouvez vous permettre » -

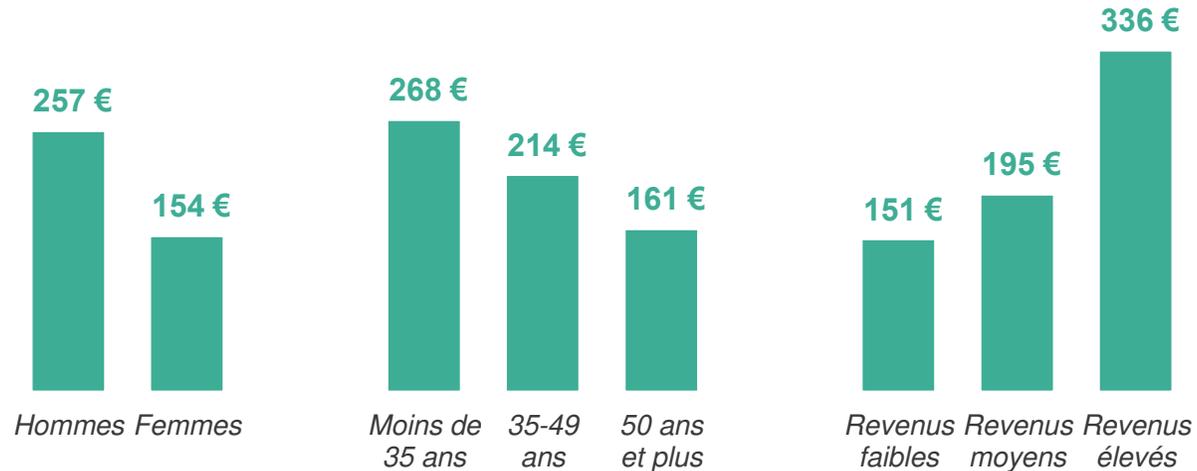


# En moyenne, les Français déclarent consommer 203 euros par mois en dépenses plaisir, une moyenne qui cache cependant de très fortes disparités selon le revenu, mais également l'âge et le sexe : on a le sentiment de dépenser plus pour se faire plaisir chez les hommes et les jeunes

Personnellement, quel budget estimez-vous dépenser chaque mois à des dépenses qui vous font plaisir ?

- À tous, en % -

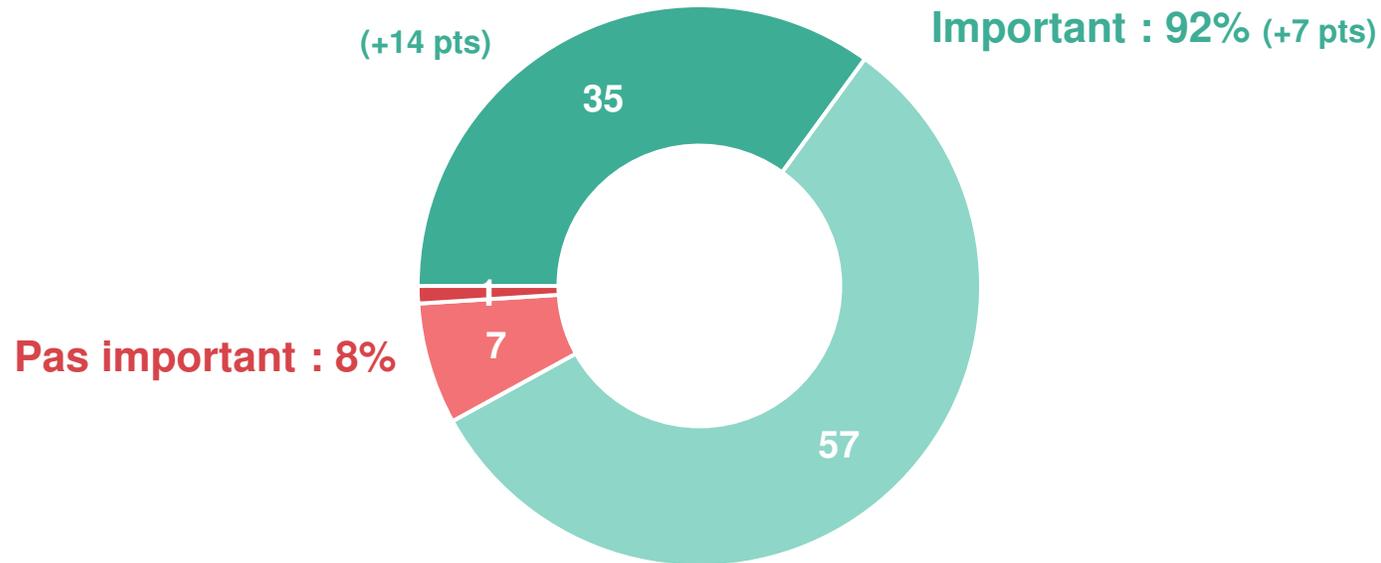
Les Français déclarent en moyenne dépenser **203 €**  
par mois à des dépenses qui leur font plaisir



# De manière assez unanime, il est important aux yeux des Français d'avoir l'impression d'avoir fait une bonne affaire après un achat. Cependant, les femmes et les plus modestes mettent particulièrement l'accent sur cet enjeu

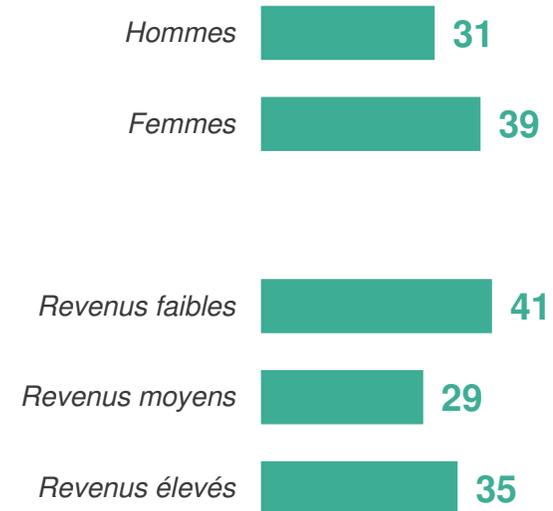
D'une manière générale, après avoir fait un achat, est-ce important pour vous ou non d'avoir l'impression d'avoir fait une bonne affaire ?

- À tous, en % -



- Très important
- Plutôt important
- Plutôt pas important
- Pas du tout important

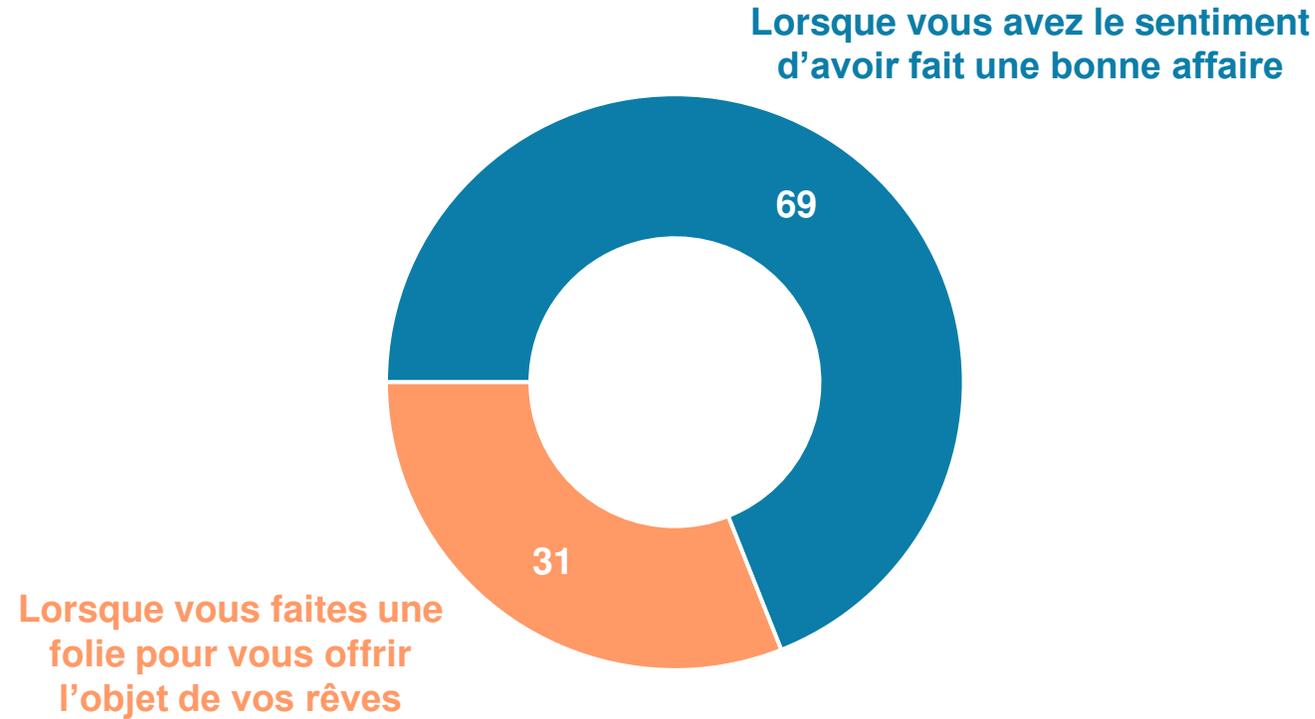
## %Très important



# Près de 7 Français sur 10 déclarent éprouver davantage de plaisir après avoir fait une bonne affaire qu'après avoir fait une folie, même si c'est pour s'offrir l'objet de leurs rêves. Y compris chez les revenus élevés, on préfère – bien qu'à une majorité un peu moins forte – les bonnes affaires aux folies dépensières

Et personnellement, laquelle de ces situations vous procure le plus de plaisir ?

- À tous, en % -



## % Lorsque vous avez le sentiment d'avoir fait une bonne affaire



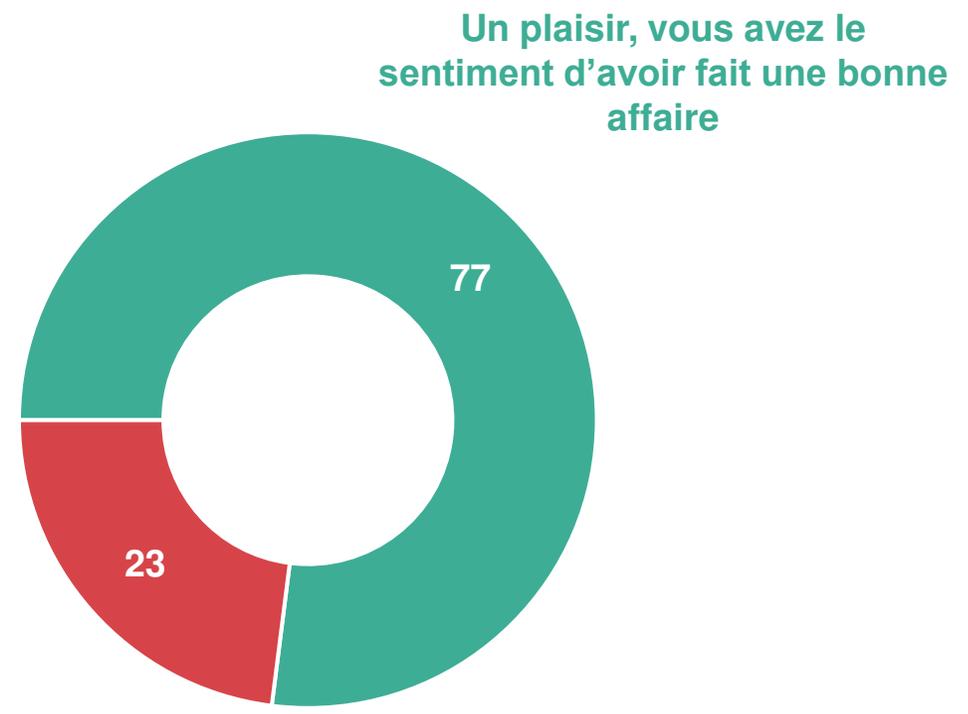
18-24 ans 25-34 ans 35-49 ans 50-64 ans 65 ans et plus



# Un peu plus des 3/4 des Français estiment qu'effectuer un achat bon marché relève plus du plaisir que de la contrainte. Le sentiment de contrainte, même s'il est minoritaire, se fait plus fort chez les personnes les plus modestes

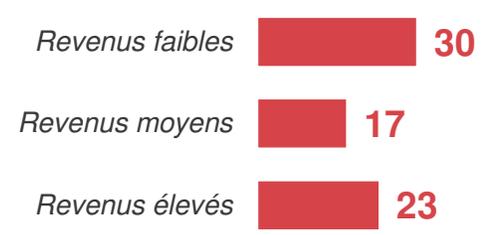
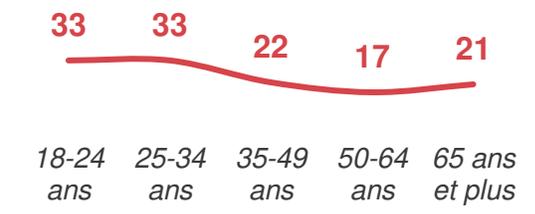
Pour vous personnellement, faire un achat bon marché, c'est plutôt... ?

- À tous, en % -



**Une contrainte, vous ne pouvez pas vous permettre de dépenser plus de toute façon**

## % Une contrainte, vous ne pouvez pas vous permettre de dépenser plus de toute façon





## IV. Plaisir et compromis face aux tensions économiques

- Aujourd'hui, la plupart des Français (83%) indiquent qu'il peut leur arriver de **renoncer à des dépenses qui leur feraient plaisir** pour pouvoir maintenir leur budget à l'équilibre, des dépenses qui sont le plus souvent (dans 79% des cas) reportées à plus tard, et non définitivement abandonnées. Ces renoncements et reports sont en partie à lier au contexte économique actuel : en effet, pas moins de **6 Français sur 10 (59%) estiment leur budget dédié au plaisir plus faible aujourd'hui qu'il y a 6 mois**, quand 35% le jugent stable, et 6% seulement plus élevé.
- Mais si une large majorité de Français déclarent restreindre leur budget face à la situation économique actuelle, tous ne recourent pas à la même stratégie : ainsi, **40% visent d'abord de réduire leurs dépenses plaisir, ce qui en fait la stratégie la plus répandue**, quand 25% tentent de répartir l'effort sur l'ensemble des postes budgétaires, et 19% essaient surtout de ne pas réduire leur budget plaisir.

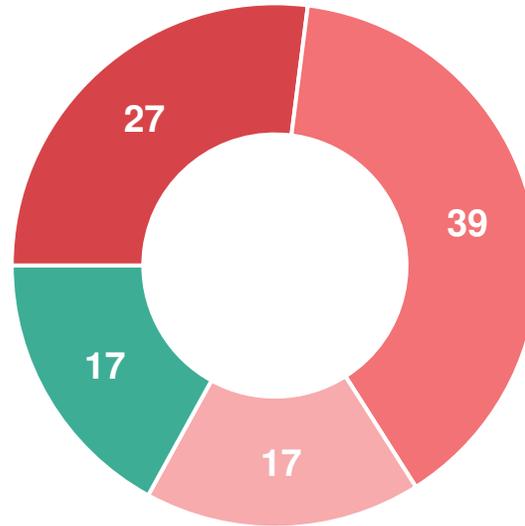
# Aujourd'hui, les 2/3 des Français ont le sentiment de devoir renoncer au moins à certaines des dépenses qui leur feraient plaisir, dont plus d'un quart à la plupart d'entre elles

Actuellement, avez-vous le sentiment de devoir renoncer à des dépenses qui vous feraient plaisir afin de maintenir votre budget à l'équilibre ?

- À tous, en % -

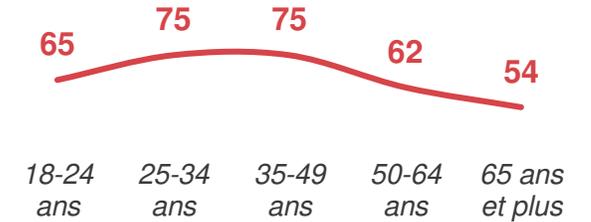
Oui : 83%

Dont « Oui, vous avez dû renoncer à la plupart des dépenses qui vous feraient plaisir ou au moins à certaines d'entre elles » : 66%



- Oui, vous devez renoncer à la plus grande partie des dépenses qui vous feraient plaisir
- Oui, vous devez renoncer à certaines des dépenses qui vous feraient plaisir
- Oui, il vous arrive de devoir renoncer à une ou deux dépenses, mais seulement à la marge
- Non, cela ne vous est pas arrivé

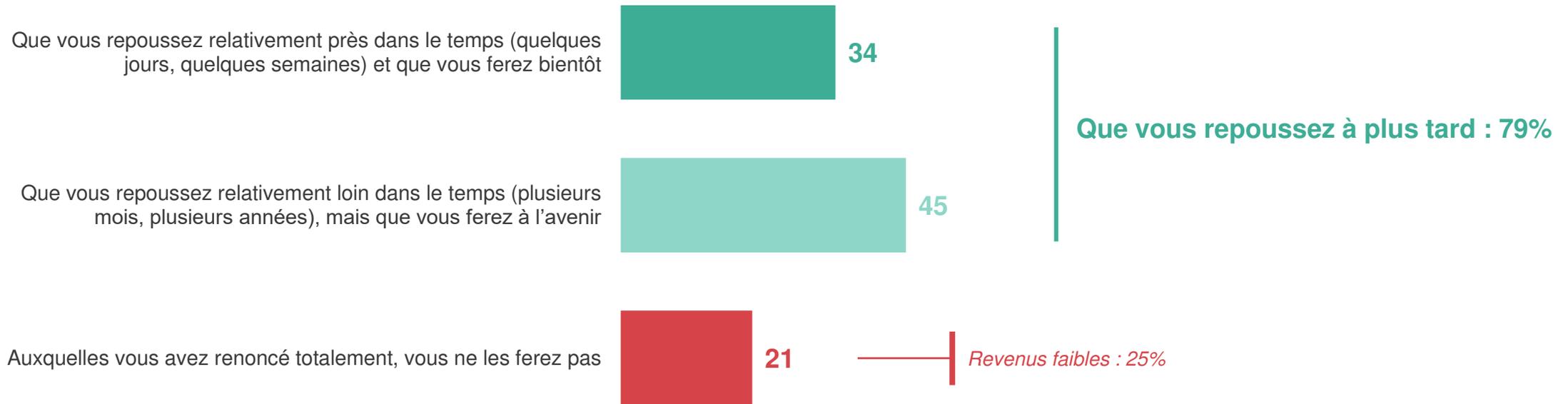
% Oui, vous avez dû renoncer à la plupart des dépenses qui vous feraient plaisir ou au moins à certaines d'entre elles



## Même si la majorité des Français déclarent avoir dû renoncer à certaines dépenses, une grande majorité d'entre eux pensent les effectuer plus tard, à plus ou moins long terme

Vous avez indiqué avoir dû renoncer à des dépenses qui vous feraient plaisir afin de maintenir votre budget à l'équilibre. Pensez-vous dans l'ensemble qu'il s'agit de dépenses... ?

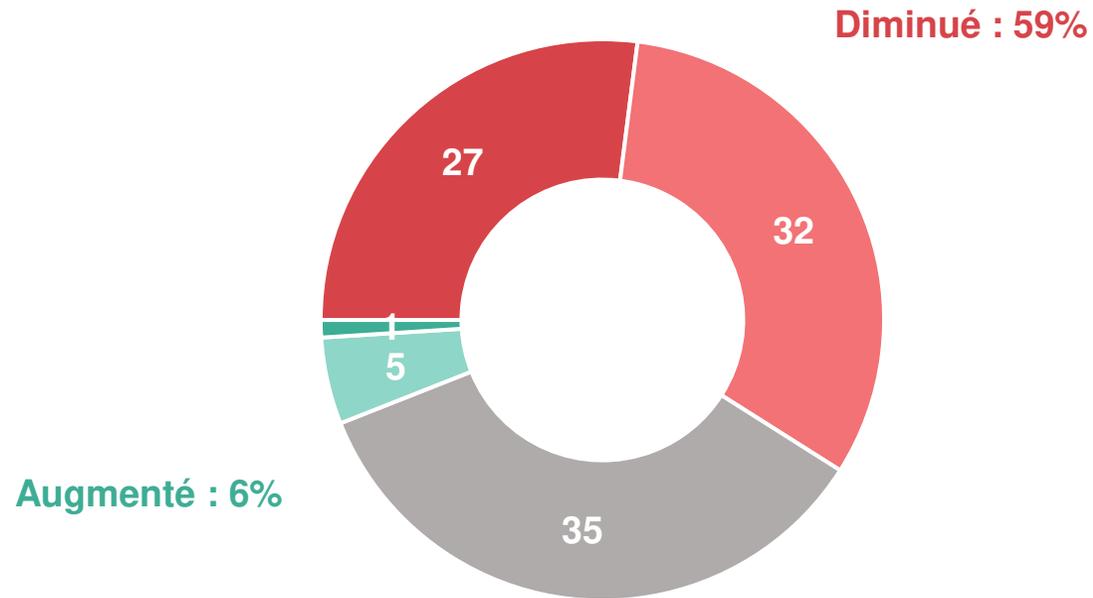
- À ceux qui indiquent avoir dû renoncer à des dépenses plaisir, même à la marge, en % -



# Près de 6 Français sur 10 ont le sentiment que le budget qu'ils consacrent à se faire plaisir a diminué au cours des 6 derniers mois – une proportion certes élevée, mais pas écrasante, notamment au regard de l'inflation perçue par l'opinion

Au cours des 6 derniers mois, avez-vous le sentiment que le budget que vous pouvez consacrer à vous faire plaisir a... ?

- À tous, en % -

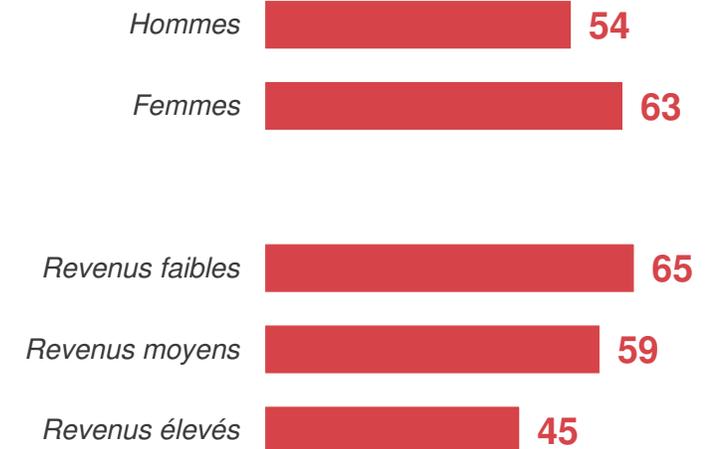


Augmenté : 6%

Diminué : 59%

- Beaucoup diminué
- Un peu diminué
- Ni diminué, ni augmenté
- Un peu augmenté
- Beaucoup augmenté

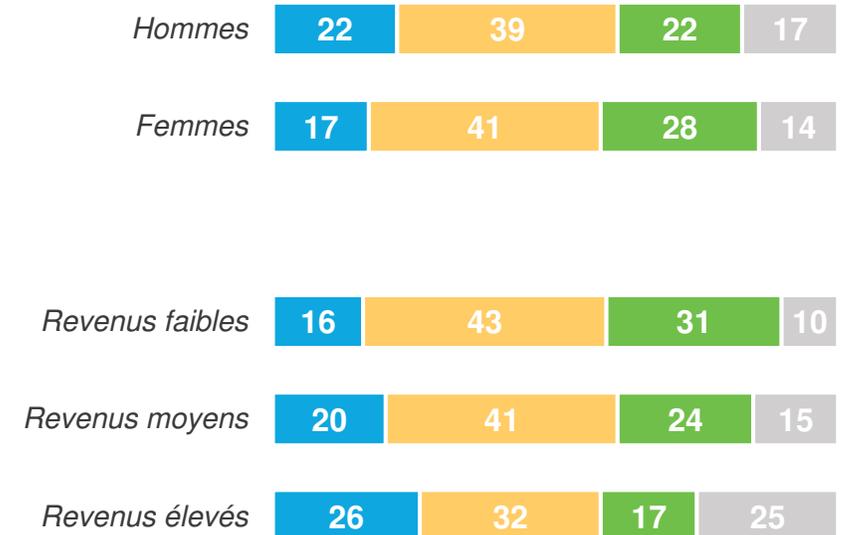
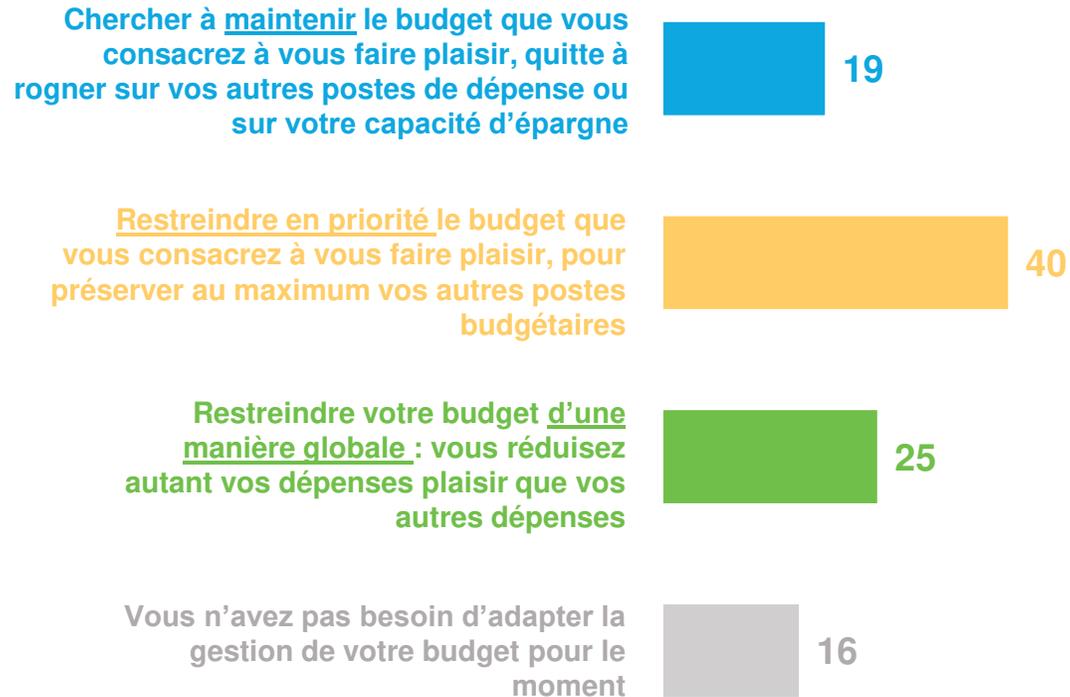
% Diminué



# Une large majorité de Français déclarent restreindre leur budget face à la situation économique actuelle, et nombreux sont ceux (40%) qui trouvent des ressources en réduisant en priorité leur budget consacré aux dépenses plaisir

Pour faire face aux tensions économiques actuelles, vous avez plutôt tendance à...

- 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](http://www.harris-interactive.com)



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

---

## Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 66 – [jdlevy@harrisinteractive.fr](mailto:jdlevy@harrisinteractive.fr)