

Levallois-Perret, le 14 juin 2022

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

APRES LA PANDEMIE, LA TENTATION DU REPLI : PLUS DES 3/4 DES FRANÇAIS APPRECIENT NE PAS SORTIR DE CHEZ EUX TOUTE UNE JOURNEE

Thème #2 : Les contours du plaisir en temps de crises

Enquête 2/3 : Du repli à l'évasion, quelles stratégies pour le quotidien ?

Les zooms de l'Observatoire Cetelem analysent les modes de vie et proposent d'explorer un grand thème en trois temps, sollicitant l'avis des Français au travers de trois vagues de sondage. Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d'observation et d'études existant de [l'Observatoire Cetelem](#).

Les **zooms de l'Observatoire Cetelem** continuent d'explorer le plaisir en temps de crises avec un deuxième volet d'enquête consacré aux pratiques et moyens pour se faire plaisir au quotidien. En quoi deux années de crise sanitaire et de restrictions ont-elles laissé des traces dans cette quête de plaisirs ? Les Français privilégient-ils plutôt des activités tournées sur leur intérieur ou, au contraire, veulent-ils profiter du monde extérieur et retrouver le plaisir du lien social ?

- Depuis la pandémie, la vie sociale et les sorties sont nettement passées en arrière-plan. 39% de Français déclarent se rendre moins souvent à un spectacle ou faire la fête, 35% vont moins au restaurant et 31% font moins de shopping.
- Dans leurs activités, les Français privilégient désormais nettement les activités d'intérieur : 55% apprécient « beaucoup » regarder des films ou séries, 49% écouter de la musique, et 43% ne rien faire.
- Même après des mois de confinement, rester chez soi reste un plaisir : plus des 3/4 des Français (76%) indiquent apprécier ne pas sortir de chez eux, et 56% d'entre eux préfèrent le cocooning aux sorties.
- Les petits comités sont privilégiés : dans l'idéal, les Français préfèrent voir leurs proches en tête-à-tête (93%) ou en petits groupes (91%).
- Les bains de foule sont rares : 65% indiquent ne pas aimer se trouver dans une foule et 43% confirment que leur mal-être dans ces grands rassemblements s'est accentué avec la crise sanitaire.
- 72% de Français affirment qu'il est facile pour eux de s'évader dans leur cadre de vie actuel, à nuancer cependant avec les 18% seulement qui trouvent cela « très facile ».
- Parmi les moyens les plus efficaces pour s'évader, les Français mettent en tête les promenades dans la nature (91%) ou les escapades en week-end ou vacances (88%)... juste devant le fait de regarder un film ou une série (86%) ou lire un livre (77%).
- 60% de Français trouvent l'évasion à travers internet et les réseaux sociaux, et la moitié d'entre eux dans la pratique de jeux vidéo.

Se détendre et prendre du plaisir

Pour se faire plaisir, les Français comptent surtout sur des activités favorisant la détente.

1 Français sur 2 apprécie regarder un film ou une série (55%), se promener dans la nature (55%), ou encore écouter de la musique (49%). 43% avouent même beaucoup aimer s'accorder un moment de détente pure, sans rien faire.

Passer du temps sur Internet et les réseaux sociaux constitue un véritable plaisir pour 28% de la population. Ils sont quasi autant à apprécier se rendre à un spectacle (30%). Nombreux sont les plaisirs et loisirs partagés par l'ensemble des tranches d'âge : ainsi, l'intérêt pour le 7e art se retrouve tant chez les jeunes que chez les aînés. D'autres plaisirs sont plus liés à la génération. Par exemple, les promenades dans la nature et la lecture sont plus appréciées des 50 ans et plus, contrairement à la musique, le sport, Internet et les jeux vidéo, davantage cités par les moins de 35 ans. Aussi, bien que la cuisine soit également perçue comme une source de plaisir par toutes les tranches d'âge, les plus jeunes apprécient davantage le fait se faire livrer un repas à la maison.

Concernant la plupart des 13 activités évoquées (13 sur les 19 activités au total), plus de la moitié des Français indiquent les pratiquer autant qu'il y a 3 ans avant la crise sanitaire. Mais lorsqu'on observe la nature des activités qui ont le plus progressé ou régressé, force est de constater une dichotomie assez marquée entre les loisirs d'intérieur ou solitaires d'une part, et les activités sociales et festives d'autre part. Les premiers, comme la cuisine, le visionnage de films ou de séries ou encore la fréquentation d'Internet et des réseaux sociaux, **ont eu plutôt tendance à augmenter.** Les secondes – visites à des amis, sorties au spectacle, au restaurant, soirées à l'extérieur etc. – **ont au contraire subi un ralentissement.**

Aussi, parmi les activités que les Français ont l'impression d'avoir réduit depuis 3 ans, figurent le shopping et le lèche-vitrine, une diminution qui peut être interprétée à la lumière du contexte de tension économique actuel. À noter que les promenades dans la nature figurent parmi les seules activités extérieures qui connaissent une progression chez de nombreux Français, en réaction, peut-être, aux mois passés en confinement.

La crise sanitaire a laissé des traces sur le vivre ensemble

Sociables, les Français préfèrent généralement la compagnie des autres à la solitude. Mais pas n'importe quel type de compagnie : **ils préfèrent les petits comités (91%) ou les échanges à deux (93%), aux grands rassemblements (48%) et à la foule (35%).** La solitude, elle, occupe une place intermédiaire, 77% des Français déclarant l'apprécier. Ce goût pour la solitude touche indifféremment les jeunes et les plus âgés.

Nombreux sont les Français qui ont le sentiment que la pandémie a porté atteinte à leur goût pour les autres, au moins en ce qui concerne les grands rassemblements. **Ainsi, 39% de Français déclarent se rendre moins souvent à un spectacle ou faire la fête, 35% vont moins au restaurant, et 31% font moins de shopping. 65% indiquent ne pas aimer se trouver dans une foule, et 43% confirment que leur mal-être dans ces grands rassemblements s'est accentué avec la crise sanitaire.**

Cette perte d'intérêt pour les rassemblements de grande ampleur, lorsqu'elle est ressentie, est la plupart du temps perçue comme transitoire (73%) et non définitive. **54% pensent que leur goût pour ces événements va revenir à la normale à moyen terme.**

La maison comme un concon

Plus de 9 Français sur 10 indiquent que passer une journée sans sortir de chez soi est susceptible de leur arriver, et 1 sur 2 affirment le faire souvent. Une habitude qui traverse l'ensemble des territoires, même si elle se fait plus fréquente chez les habitants de zones rurales et dans une moindre mesure, chez les femmes. D'autre part, **plus des ¾ des Français (76%) indiquent même qu'ils apprécient le fait de ne pas sortir de chez eux pendant toute une journée**, dont ¼ affirment que cela leur plaît « beaucoup ». Ceci touche toutes les populations, les hommes comme les femmes, les jeunes comme les plus âgés.

Appréciant plutôt l'idée de passer une journée sans sortir de chez eux, une majorité de Français est satisfaite de l'équilibre entre l'intérieur et l'extérieur dans sa vie quotidienne, puisque 54% estiment ne passer ni trop, ni pas assez de temps chez eux. Néanmoins, près d'1/3 (29%), peut-être dans l'auto-critique d'une tendance un peu casanière, estiment passer trop de temps chez eux. Un sentiment plus fréquent chez les jeunes et les habitants de grandes agglomérations.

Lorsqu'on les interroge sur leur choix idéal entre rester chez soi et sortir, les Français se montrent assez divisés sur leur préférence, **mais 56% d'entre eux indiquent choisir le « cocooning » au détriment de la sortie (44%)**. Et ils sont 70% à indiquer rester le plus souvent chez eux lors de leur temps libre : on observe donc un léger écart entre l'idéal et la réalité perçue. Hommes et femmes témoignent de réalités un peu différentes : ces dernières adoptent plus souvent le cocooning, sans pour autant le souhaiter réellement dans l'absolu.

S'évader... sans s'obliger à sortir

La possibilité de s'évader, de se couper de la vie quotidienne, est loin d'apparaître comme un souhait irréalisable aux yeux des Français. **72% affirment qu'il est facile pour eux de s'évader dans leur cadre de vie actuel**. Une perception de facilité à nuancer cependant, car seuls 18% voient cela comme « très facile », contre 54% qui trouvent cela seulement « plutôt facile ». Femmes et hommes ne partagent pas exactement les mêmes perceptions sur ce point, celles-ci ayant plus de mal à trouver la possibilité de s'évader (68% pour elles, contre 76% pour eux) dans leur quotidien. Une inégalité selon le genre qui se retrouve aussi dans une inégalité selon les ressources financières : en effet, les Français les plus modestes parviennent plus difficilement à se couper de leur quotidien.

Quelles sont les activités les plus propices à l'évasion aux yeux des Français ? **Les escapades courtes et les vacances bien sûr (88%), mais aussi plus simplement les promenades dans la nature (91%)**, qui ont d'ailleurs augmenté pour de nombreux Français au cours des dernières années. Des activités qui sont plus souvent citées que des voyages lointains (83%), probablement vu comme efficaces mais moins accessibles au quotidien. Même s'ils privilégient les stratégies d'évasion dans le réel (déplacements physiques), les Français ne renient pas l'évasion « immobile », dans un monde fictionnel par exemple : **pour 86% d'entre eux, regarder un film ou une série permet de couper efficacement avec le quotidien et 77% en disent de même à propos des livres.**

Internet apparaît également comme une source d'évasion pour 60% des Français. Les jeunes, les hommes en particulier, sont bien plus nombreux que leurs aînés à apprécier les mondes numériques – notamment à travers les jeux vidéo –. Mais les femmes et les plus âgés ne rejettent pas non plus les univers fictionnels, ils préfèrent seulement davantage les découvrir via des moyens plus traditionnels, en pointant plus que la moyenne la capacité des films et des livres à leur permettre de s'évader.

Les Français indiquent pour la plupart d'entre eux qu'ils choisiraient, libres de toute contrainte, **de s'évader principalement grâce à des sorties dans le monde réel (73%)**, qu'ils trouvent plus efficaces pour se libérer. Néanmoins, la réalité s'y confronte souvent, puisque seuls 51% indiquent qu'ils réussissent à répondre à cette envie d'extériorité au quotidien. **49% confient avoir plus souvent l'occasion de s'évader dans des mondes virtuels ou fictionnels (films, jeux vidéo).**

[Télécharger le rapport de l'étude](#)

Enquête réalisée par Harris Interactive en ligne du 19 au 23 mai 2022. Échantillon de 1 108 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle de et région de l'interviewé(e).

* * * * *

Retrouvez dans le rapport et la note d'analyse les résultats complets de ce sondage. L'ensemble des éléments sont à télécharger sur [le site de l'Observatoire Cetelem](#).

Contact presse : Rumeur Publique

Hélène Cohen-Ayache : helene.cohen-ayache@rumeurpublique.fr | +33 6 03 99 12 85

Marie Goislard : marieg@rumeurpublique.fr | +33 6 21 23 37 75

Léo Chompré : leo.chompre@rumeurpublique.fr | +33 6 10 37 18 30

À propos de l'Observatoire Cetelem

L'Observatoire Cetelem est une structure d'études et de veille économique de BNP Paribas Personal Finance, créée en 1985 et dirigée par Flavien Neuvy. Sa vocation est d'observer, éclairer et décrypter l'évolution des modes de consommation en France et à l'international. Pour répondre à cette exigence, l'Observatoire Cetelem a mis en place un dispositif fondé sur la diversité et la complémentarité de contenus avec :

- **Les Observatoires** : 2 études de référence grand public annuelles menées au niveau international, l'une sur l'automobile à l'échelle mondiale (17 pays), l'autre sur la consommation au niveau européen (17 pays).

- **Les zOOMs, les modes de vie en vue**, proposent d'explorer un grand thème (tourisme responsable, télétravail, place des animaux dans la société...) en 3 temps, sollicitant l'avis des Français au travers de 3 vagues de sondage.

www.observatoirecetelem.com | @obs_cetelem