

Thème 2 : « Coronavirus : d'aujourd'hui au premier jour de la vie d'après »***Enquête 1/3 – Mars 2020 : « Aujourd'hui : le passage au confinement »***

Enquête réalisée par Harris Interactive en ligne du 20 au 24 mars 2020. Échantillon de 1 536 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).

*_**

Les zooms de L'Observatoire Cetelem s'intéressent aux nouveaux modes de vie et proposent d'investiguer en profondeur des grands thèmes de société, sollicitant l'avis des Français sur chacun de ces thèmes au travers de trois vagues de sondage. Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d'observation et d'études de L'Observatoire Cetelem.

En ce début d'année 2020, la planète entière est frappée par une épidémie sans précédent depuis des décennies, et les Gouvernements de toutes les nations touchées ont mis en place des mesures exceptionnelles pour y faire face : confinement des populations, mesures économiques à grande échelle, mesures de soutien aux entreprises, soutien aux hôpitaux et à la recherche, etc. En France, le confinement de la population a été déclaré depuis le 16 mars, et renforcé depuis. Dans sa démarche d'accompagnement et de compréhension des modes de vie des Français, les zooms de L'Observatoire Cetelem veulent suivre le parcours des Français dans les nouvelles habitudes que les circonstances les forcent à prendre. Ils se proposent d'observer la vie des Français sous le confinement, de la période d'installation à la levée progressive des restrictions, en interrogeant à la fois leurs actions concrètes pour se réorganiser, mais également leurs représentations, leurs inquiétudes et leurs doutes, sur la période qu'ils traversent ainsi que l'impact qu'elle aura sur leur vie future. La première enquête se présente comme une exploration du passage au confinement, réalisée lors de la première semaine d'isolement des Français et met l'accent sur l'adaptation des Français à cette nouvelle donne.

Que retenir de cette enquête ?

→ Une épidémie dont on redoute les conséquences

Les Français se montrent dans l'ensemble inquiets face à l'épidémie de coronavirus, tant sur le plan personnel (leur santé, 70% ; la santé de leur proches, 86%, leur pouvoir d'achat, 68%) que global. Ils se déclarent préoccupés par l'économie française (88%), l'avenir de la France (82%) ou du monde (81%). Les mesures annoncées par le gouvernement ont néanmoins réussi à rassurer en partie : 48% sont inquiets de l'approvisionnement des magasins et chez les actifs, 49% se disent inquiets pour leur emploi.

→ Un confinement dont on redoute qu'il dure, mais envisagé plutôt sereinement

Si la majorité des Français se disent inquiets à l'idée de voir l'épidémie et le confinement durer (87%), la majorité d'entre eux abordent cette période de confinement de manière sereine (58%). Les plus inquiets (42% en moyenne), se retrouvent notamment chez les femmes, qui sont davantage mises en tension par les différentes conséquences de l'épidémie, et les personnes qui vivent le confinement avec leurs enfants à la maison.

→ Une préparation au confinement relativement apaisée

Dans l'ensemble, les Français ne déclarent pas massivement avoir anticipé le confinement : 39% d'entre eux indiquent avoir fait quelques stocks de produits alimentaires, 31% avoir acheté plus que d'ordinaire de produits d'hygiène. Mais les plus jeunes, alors qu'ils ne se disent pas particulièrement inquiets du confinement déclarent avoir beaucoup plus que la moyenne fourmillé en ces derniers jours pré-confinement : 55% déclarent avoir fait des stocks alimentaires, 43% des stocks sur des produits d'hygiène, et jusqu'à 30% s'être déplacés pour vivre leur confinement de manière plus confortable.

→ Des Français bien équipés, mais inquiets à certains niveaux

Dans l'ensemble, les Français se sentent bien équipés pour faire face au confinement (plus de 80% dans les différentes dimensions testées, de la connexion internet, aux produits alimentaires en passant par les divertissements). Malgré ces équipements, les Français redoutent certains aspects du confinement et notamment le manque d'interactions sociales (53%), la prise de poids (42%), le besoin de consulter un médecin (42%) ou encore la déprime (38%) et les difficultés à se détendre (38%). Des craintes qui sont par ailleurs largement exprimées par les jeunes, que la peur de l'ennui assaille beaucoup plus que la moyenne (57% contre 37%).

→ Vers une nouvelle organisation du quotidien ?

Les Français se déclarent pour le moment plutôt dans une position d'attente (86%) que de planification de l'avenir et peinent, pour 56% d'entre eux, à trouver de nouvelles marques dans leur quotidien. Ils envisagent pour l'instant cette période comme une parenthèse avant de reprendre leur vie comme avant (57%), une vie hors confinement pour laquelle ils auront un budget disponible : 75% estiment qu'ils ont ralenti leurs dépenses et qu'ils réalisent des économies depuis le début du confinement.

Dans le détail...

Une épidémie dont on redoute les conséquences, mais un confinement abordé de manière relativement sereine

- L'épidémie de Coronavirus est désormais présente partout dans le monde et frappe actuellement l'Europe de plein fouet. **Les Français, désormais confinés chez eux, s'inquiètent largement des conséquences de cette épidémie, à la fois sur le plan personnel que sur le plan national, tant sur le plan sanitaire que sur le plan économique.** Plus que leur propre santé (70%), c'est la santé de leurs proches qui les préoccupe (86%), a fortiori chez ceux qui vivent avec ou ont des proches considérés comme des personnes à risques. Cette inquiétude de santé est jointe sur le plan personnel de craintes liées au **budget et aux économies** (68%, et davantage encore au sein des catégories populaires), près de la moitié des actifs se sentant également inquiets pour leur **emploi** (49%), considération qui arrive néanmoins en bas de classement et peut refléter la confiance des Français dans les différentes mesures économiques et de soutien à l'emploi prises par la France. La crainte de la pénurie dans les magasins figure également parmi les craintes les moins affirmées par les Français (48%, mais jusqu'à 54% chez les jeunes). A l'inverse, les Français montrent de grandes inquiétudes face aux nombreux enjeux qui les dépassent dans cette crise : **l'avenir de la France (82%), sa situation économique (88%), et l'avenir du monde (81%) apparaissent comme des sources d'angoisse.** De même, le confinement pose pour de nombreux Français la question des libertés personnelles, que 66% s'inquiètent de recouvrer. On note d'ailleurs que les femmes sont particulièrement en proie à toutes ces différentes inquiétudes, qu'elles soient d'ordre personnelles ou macro-économiques.
- Dans ce contexte de fortes tensions, **les Français se montrent inquiets à l'idée de voir l'épidémie – et donc le confinement – s'installer dans la durée en France (87%),** une inquiétude particulièrement marquée chez les actifs qui sont aujourd'hui sans activité (chômage technique, congés, ou sans emploi). **Pourtant, malgré cette crainte de voir le temps s'allonger, les Français déclarent envisager le confinement avec sérénité (58%).** Parmi les plus inquiets, on retrouve notamment les femmes, mises particulièrement en tensions par les différentes conséquences du coronavirus, et les personnes qui sont confinées avec des enfants (46%).
- **Plusieurs facteurs sont ainsi source de réassurance pour les Français et en premier lieu la foi qu'ils expriment envers le système de santé.** Pour faire face à la crise, ils témoignent de leur confiance tant envers les soignants et personnels médicaux (97%) qu'aux chercheurs qui travaillent à l'élaboration

d'un vaccin (93%). Ils sont légèrement plus dubitatifs à l'égard des moyens et mesures mis en œuvre par le Gouvernement (61% de confiance), même s'ils les soutiennent pour la majorité d'entre eux.

- On note d'ailleurs que dans leur immense majorité, **les Français déclarent bien connaître (97%) et bien appliquer (98%, dont 66% indiquant qu'ils estiment « très bien » les appliquer) les gestes et mesures barrières recommandées par le Gouvernement**. Ils constatent également dans l'ensemble une bonne application de ces mesures dans les magasins (93%, mais cette fois seulement 44% sont convaincus qu'elles y sont « très bien » appliquées). **A l'inverse cependant, les Français expriment une véritable défiance vis-à-vis de leurs concitoyens : 54% estiment que les autres n'appliquent pas bien les mesures et gestes recommandés par le Gouvernement**.

Une préparation au confinement apaisée dans l'ensemble

- Dans l'ensemble, les Français ne déclarent pas massivement avoir anticipé le confinement par des achats : **39% d'entre eux indiquent avoir fait quelques stocks de produits alimentaires, 31% avoir acheté plus que d'ordinaire des produits d'hygiène**. Des réactions qui se sont vues un peu davantage en Ile-de-France (45% pour les produits alimentaires ; 36% pour les produits d'hygiène) et chez les habitants des centres villes des grandes villes. Certains Français indiquent qu'ils ont profité des derniers jours avant le confinement pour prendre des rendez-vous médicaux (21%) ou de soins (épilation, coiffeur, etc., 18%) et 16% déclarent s'être déplacés dans un autre logement que celui qui leur est habituel pour vivre mieux leur confinement (à deux, dans un logement plus grand, avec jardin, etc.). Si dans l'ensemble, donc, on ne constate pas d'engouement massif pour les pratiques de stocks, on **note que les plus jeunes ont eu des réflexes légèrement différents**. Plus inquiets que la moyenne à l'idée que l'approvisionnement des magasins puisse défaillir, et malgré une apparente sérénité face au confinement (ils ne se distinguent pas de la moyenne), **les plus jeunes déclarent avoir beaucoup fourmillé avant le confinement : 55% déclarent avoir fait des stocks alimentaires, 43% des stocks sur des produits d'hygiène, et jusqu'à 30% indiquent s'être déplacés pour vivre leur confinement de manière plus confortable**.
- Dans les faits, seuls 31% des Français déclarent n'avoir fait aucun achat de produits pré-confinement. Ils **estiment avoir pensé avant tout à se munir de produits non périssables salés (pâtes, riz, conserves, etc., 48%) et de produits frais (47%), avant d'envisager les surgelés (34%), produits d'hygiène (34%) ou les produits non périssables sucrés (33%)**. Les produits culturels ont représenté un achat secondaire (10%) comme les produits de loisirs (7%), qui ont concerné un peu davantage les hommes, ce qui est également le cas de l'alcool (11% chez les hommes, 8% en moyenne). On note que

les plus jeunes, reconnaissant avoir fait davantage de stocks, ont davantage effectué différents types d'achats, faisant à la fois les achats alimentaires et les achats de loisirs, tâchant d'anticiper au mieux les différentes dimensions de leurs besoins.

Vers des bouleversements dans la consommation ?

- **Dans cette période de confinement, les Français indiquent pour la plupart souhaiter réduire la fréquence à laquelle ils font leurs courses, afin de faire des passages moins réguliers dans les magasins (54%).** Ils sont nombreux également à indiquer ne rien vouloir changer à leurs habitudes (34%), et particulièrement les Français âgés de 50 ans et plus (38%), quand seuls 12% envisagent d'aller plus souvent faire leurs courses en restant moins longtemps en magasin (une pratique envisagée davantage par les plus jeunes).
- **Les Français sont également nombreux à envisager des solutions alternatives, leur évitant de se déplacer dans les magasins, comme le Drive (48%, dont 19% l'utiliseraient pour la première fois en période de confinement), la livraison à domicile (31% dont 17% pour la première fois) ou encore la livraison de plats cuisinés à domicile (20% dont 7% pour la première fois).** Au total, 33% des Français pourraient découvrir une alternative aux courses en magasin pour la première fois pendant la période de confinement, et à nouveau, les jeunes se montrent les plus attirés par ces nouvelles formes alternatives aux courses.
- **Concernant les tarifs des produits, la plupart des Français (57%) ne constatent pas pour le moment de modifications.** Mais ceux qui en constatent une la perçoivent très largement à la hausse : 40% estiment que les prix ont augmenté, dont 11% sur constateraient cette augmentation sur la majorité des produits.

Des Français bien équipés pour faire face au confinement

- **Dans l'ensemble, les Français se sentent bien, voire très équipés pour faire face au confinement** (plus de 80% dans les différentes dimensions testées, de la connexion internet, aux produits alimentaires en passant par les divertissements), y compris les télétravailleurs, dont 84% s'estiment bien armés pour pouvoir travailler depuis chez eux. **Seuls les équipements sportifs présents à domicile pèchent un peu** (52% seulement se disent bien équipés, et moins encore dans les petits logements ou en ville).

- **D’ores et déjà bien équipés, ils sont peu nombreux (moins de 20% dans chacun des cas) à vouloir se procurer des nouveaux canaux de divertissement**, comme de nouvelles chaînes ou abonnements à des plateformes de streaming (15%) ou **de nouveaux outils leur permettant d’être mieux connectés avec leurs proches** (12%). On note néanmoins que ces nouveaux équipements technologiques ou de loisir ont un attrait particulier pour les hommes et les plus jeunes qui bien plus que les femmes ou les plus âgés, marquent un intérêt pour l’achat de nouveaux abonnements ou équipements.

Réorganiser la vie en confinement, de l’emploi du temps aux relations sociales

- **Relativement sereins et bien équipés, les Français sont tout de même nombreux à évoquer certaines craintes quant à la période de confinement qui les attend.** Ils ont ainsi **peur de manquer d’interactions sociales** (53%), **peur de prendre du poids** (42% et jusqu’à 49% chez les femmes), de **déprimer** (38%) ou **d’avoir des difficultés pour dormir ou se détendre** (38%). Ils redoutent ces différents aspects plus que de **s’ennuyer** (37%) ou **de mettre leur couple en péril** (23% chez ceux qui sont actuellement en couple). On note également qu’en ces temps de saturation des services médicaux, ils sont 42% à redouter d’avoir à consulter un médecin. Une nouvelle fois, ce sont les plus jeunes qui semblent les plus bouleversés par ces différentes craintes, le confinement atteignant peut-être un mode de vie davantage porté vers l’extérieur et les activités que leurs aînés. **Les moins de 35 ans sont ainsi 57% à déclarer qu’ils redoutent de s’ennuyer pendant la période de confinement, tout autant qu’ils craignent de manquer d’interactions sociales (57%).**
- **Cette crainte de s’ennuyer peut notamment s’expliquer par un certain manque de visibilité qu’ont les Français quant à la période à venir.** A l’heure actuelle, **la majorité déclare encore aborder le quotidien au jour le jour** (56%, et jusqu’à 60% chez les femmes ou 62% chez les actifs qui n’exercent pas actuellement) plutôt que d’avoir réussi à organiser une nouvelle forme de régularité (44%). Les actifs, notamment ceux qui télétravaillent et ceux qui vivent avec enfants ayant un peu davantage réussi à s’organiser dès les premiers jours. **Les Français ont également du mal à envisager l’avenir et la fin du confinement : 86% confirment attendre d’avoir davantage de visibilité pour se lancer dans l’établissement de nouveaux projets et ne réussissent pas à planifier la suite.**
- **Pour autant, les Français n’ont pas l’intention de rester inactifs durant cette période.** Ils ont l’intention par exemple, **d’en profiter pour faire du rangement chez eux (84%), pour passer davantage de temps avec leurs proches à distance (79%) ou chez eux en confinement (64%), pour lire (74%) ou encore pour faire du sport (60%) ou se lancer dans un potager (57%) ou de nouvelles recettes (52%).** Ce confinement ne sera pas, pour certains, uniquement lié aux loisirs, 52% espèrent

pouvoir prendre le temps d'approfondir des sujets qui les intéressent, 35% apprendre de nouvelles compétences personnelles, 31% de nouvelles compétences professionnelles, 18% allant même jusqu'à déclarer vouloir mettre ce temps à profit pour changer de métier. **On note que chez les plus jeunes, ces différentes dimensions liées au développement de compétences et à la vie professionnelles représentent des buts beaucoup plus affirmés que chez leurs aînés.**

- **Les Français n'entendent pas non plus perdre le lien avec leurs proches durant cette période, et ils sont même nombreux à estimer qu'elle permettra de renforcer les liens qu'ils ont avec ceux qui sont à distance (49%), comme les liens qu'ils ont avec ceux qui sont leurs camarades de confinement (45%, 8% seulement estimant que les relations risquent de se dégrader).** Afin de pallier le manque de rencontres physiques, nombreux sont ceux qui ont déjà pris contact avec leurs proches par téléphone (83%) ou par messages ou via les réseaux sociaux (74%). **Ils sont près d'un tiers (29%) à envisager d'organiser des rassemblements (apéritifs, soirées, dîners, etc.) en communication vidéo avec leurs proches, une solution qui a par ailleurs la faveur des moins de 35 ans (50% l'ont déjà fait ou l'envisagent).**
- Pour le moment, les Français pallient donc la situation, **qu'ils envisagent en majorité comme une parenthèse avant de reprendre leur vie comme avant** (57% et 63% chez les 65 ans et plus). Ils restent nombreux à considérer que cette étape de confinement pourra constituer **un tournant dans la manière dont ils vivent leur quotidien** (43%), notamment chez les actifs (46%) ou ceux qui vivent avec enfants (48%). **Et pour cette vie d'après qu'ils peinent encore à visualiser, ils pourront au moins compter sur une bonne nouvelle concernant leur budget : 75% estiment qu'ils ont ralenti leurs dépenses et qu'ils réalisent des économies depuis le début du confinement.**

*_**

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

À propos Les Zooms de L'Observatoire Cetelem

Les zooms de L'Observatoire Cetelem s'intéressent aux nouveaux modes de vie et proposent d'investir 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.

[@obs_cetelem](#)

Contacts presse :

Valérie Jourdain: valerie.baroux-jourdain@bnpparibas-pf.com | +33 6 43 95 60 23

À propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harris-interactive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe – 5 Avenue du Château - 94300 Vincennes – Tel : 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr