

Levallois-Perret, le 3 avril 2020

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

CONFINEMENT FACE AU CORONAVIRUS : LES FRANÇAIS INQUIETS POUR LA SANTE DE LEURS PROCHES ET... POUR LEUR SITUATION FINANCIERE

Thème 2 : « Coronavirus : d'aujourd'hui au premier jour d'après » — Enquête 1/3, Mars 2020 : « Aujourd'hui : le passage au confinement »

Les zooms de l'Observatoire Cetelem s'intéressent aux 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.

Pour endiguer l'épidémie mondiale qui frappe notre planète en ce début d'année 2020, plusieurs gouvernements dont la France ont pris la décision radicale de confiner l'ensemble de leur population. Dans ce contexte inédit, **les zOOMs de l'Observatoire Cetelem** se proposent d'observer l'adaptation des Français à ce nouveau mode de vie. Entre modification forcée de leurs habitudes et inquiétudes naissantes, **comment les Français font-ils face à ce passage au confinement ?**

- **Face à l'épidémie, les Français se montrent inquiets pour leur propre santé (70%), mais aussi et surtout par celle de leurs proches : 86%. Malgré une confiance unanime (97%) dans le système médical, ils sont 42% à redouter d'avoir à consulter un médecin en ces temps de saturation.**
- **Si les trois quarts (75%) de Français estiment réaliser des économies depuis le début du confinement, l'économie française (88%), leur pouvoir d'achat (68%), ou encore le maintien de leur emploi (49%) les inquiètent fortement.**
- **Une majorité de Français (58%) aborde cette épreuve du confinement avec sérénité. Mais près de 9 sur 10 (87%) craignent de voir cette période s'éterniser. Ils ne sont pourtant que 39% à avoir fait des stocks de produits alimentaires. Un chiffre qui grimpe à 55% chez les plus jeunes, qui sont un tiers (30%) à s'être déplacés pour traverser cette période de façon plus confortable.**
- **Dans l'ensemble, les Français se sentent bien équipés pour faire face au confinement, mais se méfient de l'isolement social (53%), la déprime (38%), l'anxiété (38%), la perte de sommeil (38%) ou encore l'ennui (37%).**
- **Que le confinement soit vécu comme une parenthèse (57%) ou un tournant dans la manière dont ils vivent leur quotidien (43%), les Français l'abordent dans l'attente (86%) et peinent encore à trouver leurs marques (56%).**

Les Français à la fois inquiets pour leurs proches... et majoritairement sereins face au confinement

Les Français s'inquiètent des conséquences de l'épidémie. Sur le plan sanitaire, plus que leur propre santé (70%), c'est la santé de leurs proches qui les préoccupe

en premier lieu (86%), et a fortiori lorsqu'il s'agit de personnes à risque. Sur le plan économique, bien qu'ils estiment faire des économies depuis le début du confinement (75%), ils nourrissent cependant des craintes liées à leur budget (68%) et se sentent inquiets pour leur emploi (49% des actifs). En outre, **les Français nourrissent de très grandes inquiétudes au regard des enjeux globaux tels que l'économie nationale (88%) et l'avenir du monde (81%)**.

Un confinement abordé de manière sereine

Les Français sont nombreux à craindre de voir l'épidémie se prolonger indéfiniment (87%), mais envisagent dans l'ensemble le confinement avec sérénité (58%). Les femmes semblent de façon générale plus inquiètes que les hommes, et redoutent davantage les différentes conséquences de l'épidémie au niveau global ou personnel (santé, enjeux budgétaires, etc.). Autrement, cette sérénité ambiante s'explique en grande partie par la **confiance dont les Français témoignent envers les soignants et personnels médicaux (97%) ainsi qu'envers les chercheurs qui travaillent à l'élaboration d'un vaccin (93%)**.

Afin de limiter la propagation du virus, **la quasi-totalité des Français déclarent bien appliquer les gestes barrières recommandés par le gouvernement (98%)**. À l'inverse, 54% estiment que leurs concitoyens ne les appliquent pas correctement — hormis dans les magasins où ils déclarent constater également une bonne application de ces mesures : 93%.

Le stock des Français pour le confinement : alimentaire et hygiène, peu de culture

En règle générale, les Français ne semblent pas avoir cédé à la panique, ni anticipé massivement le confinement au niveau de leurs achats : **39% d'entre eux indiquent avoir fait des stocks de produits alimentaires, et 31% avoir acheté plus de produits d'hygiène qu'à l'ordinaire**. On note que les plus jeunes sont plus nombreux à avoir eu ces réflexes (55% et 43%), tandis que 30% d'entre eux se sont déplacés afin de vivre leur confinement de manière plus confortable.

Dans les faits, **les Français estiment avoir pensé avant tout à se munir de produits non périssables salés (pâtes, riz, conserves, etc. : 48%)**, peut-être en raison de leur prix raisonnable ou car ils sont pour la plupart faciles à cuisiner, mais aussi de produits frais (47%), avant d'envisager les surgelés (34%), les produits d'hygiène (34%) ou les produits non périssables sucrés (33%). Les produits culturels ont représenté un achat secondaire (10%).

Modes de consommation : quand confinement rime avec bouleversement

En cette période particulière, **les Français sont 54% à indiquer vouloir réduire la fréquence à laquelle ils font leurs courses**. Pour éviter de se déplacer, **nombre d'entre eux envisagent des solutions alternatives telles que le Drive (48%, dont 19% pour la première fois), la livraison à domicile des courses (31% dont 17% pour la première fois) ou même de plats cuisinés (20% dont 7% pour la première fois)**. Un bouleversement des habitudes de consommation qui pourrait bien s'étendre au-delà du confinement... Concernant les prix des produits, la plupart des Français (57%) ne constatent pas de changement notable pour le moment.

De la connexion internet au divertissement, Français et télétravailleurs satisfaits de leur équipement

Les Français se disent bien équipés pour faire face au confinement. **La grande majorité d'entre eux se déclarent satisfaits de leur connexion internet (93%), des produits alimentaires dont ils disposent (88%) ou encore des divertissements auxquels ils ont accès (91%).** C'est également le cas pour **les télétravailleurs, dont 84% approuvent leurs conditions de travail.** Seuls les équipements sportifs présents à domicile pêchent un peu, 52% seulement s'en estimant convenablement pourvus.

Pour passer le temps et se distraire, moins d'un Français sur cinq intentionne d'ailleurs de se procurer de nouveaux canaux de divertissement tels qu'un abonnement à une plateforme de streaming (15%) ou des outils lui permettant d'être mieux connectés avec ses proches (12%).

Isolement social et incertitude liée à l'avenir : les ombres au tableau

Malgré ces bonnes conditions, les Français sont nombreux à évoquer la crainte de répercussions psychiques de cette période. **Ils ont ainsi peur de manquer d'interactions sociales (53%), de déprimer (38%), d'avoir des difficultés pour dormir (38%) ou simplement de s'ennuyer (37%).** La peur de l'ennui semble particulièrement toucher les moins de 35 ans (57%), qui craignent aussi de manquer d'interactions sociales (57% également).

De plus, **les Français supportent mal le manque de visibilité qu'ils ont par rapport au futur** : la majorité d'entre eux déclare aborder le quotidien au jour le jour (56%), et ils sont plus nombreux encore (86%) à affirmer attendre davantage de visibilité pour entamer de nouveaux projets.

Prendre le temps pour ses proches et développer ses compétences : l'emploi du temps chargé des confinés français

Pour autant, les Français n'ont pas l'intention de rester inactifs durant cette période, dont ils espèrent **profiter pour faire du rangement chez eux (84%), passer davantage de temps avec leurs proches à distance (79%) ou chez eux en confinement (64%), lire (74%)** ou encore **faire du sport (60%), pourquoi pas se lancer dans un potager (57%) ou de nouvelles recettes (52%).** Au-delà des loisirs, ce sera pour certains — surtout chez les plus jeunes — l'occasion de prendre le temps pour **développer de nouvelles compétences, personnelles (35%) ou professionnelles (31%).** 18% allant même jusqu'à déclarer vouloir mettre ce temps à profit pour changer de métier. Les Français n'entendent pas non plus perdre tout lien avec leurs proches, près d'un tiers (29%) envisageant par exemple d'organiser des rassemblements (apéritifs, soirées, dîners) en communication vidéo — une solution qui attire en particulier les moins de 35 ans, dont 50% l'ont déjà fait ou envisagent de le faire.

Le confinement, une parenthèse ou un tournant ?

Pour le moment, les Français **envisagent en majorité la situation comme une parenthèse suite à laquelle ils reprendront leur vie comme avant (57%, et 63% chez les 65 ans et plus).** Cependant, ils sont nombreux à considérer que cette étape 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%).

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

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).

*_**

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

Arthur Vandekerckhove : arthur@rumeurpublique.fr | +33 6 24 35 21 38
Ophélie De Benedittis : ophélie.debenedittis@rumeurpublique.fr

À propos de L'Observatoire Cetelem

Créé en 1985, l'Observatoire Cetelem est une structure d'études et de veille économique du groupe BNP Paribas Personal Finance, dirigée par Flavien Neuvy.

Dans une période de transformation profonde du commerce et des modes de consommation, l'Observatoire Cetelem a pour vocation de **comprendre les mutations de la consommation**. Pour répondre à cette exigence, l'Observatoire Cetelem a mis en place un dispositif d'observation et d'analyse 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 (15 pays), l'autre sur la consommation au niveau européen (15 pays).
- **L'Œil, les nouveaux faits de consommation à la loupe**, repère les micro-faits qui préfigurent les innovations et mutations marquantes en matière de consommation.
- **Les zOOMs, les modes de vie en vue**, propose d'explorer un grand thème (l'habitat, le sport, l'éducation, la culture, le corps...) en 3 temps, sollicitant l'avis des Français au travers de 3 vagues de sondage.

www.observatoirecetelem.com | [@obs_cetelem](https://twitter.com/obs_cetelem)