

LES EFFETS DE LA CRISE SANITAIRE

Quelles conséquences pour les publics et les consommateurs des secteurs de la culture, des industries créatives, des médias, de la communication, des télécommunications, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement?



Les effets de la crise sanitaire

Le présent document constitue un premier livrable au sein **d'une démarche plus large d'étude prospective intersectorielle sur les évolutions socio-culturelles qui auront un impact sur les secteurs de la culture, des industries créatives, des médias, de la communication, des télécommunications, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement à un horizon de 10 ans.**

La démarche est articulée en deux volets :

- L'analyse de l'évolution des modes de vie, réalisée par Sociovision, cabinet spécialisé en tendances et prospective des modes de vie et de consommation,
- L'impact sur les compétences de ces évolutions au sein des secteurs de la filière qui constituera un deuxième volet.

Ce document est un premier rendu au sein du premier volet, axé sur les conséquences d'un an de crise sanitaire sur les publics et les consommateurs. Un document plus complet sur les impacts des dynamiques de société sur les secteurs relevant de l'Afdas sera disponible dans un second temps pour présenter les résultats de ce premier volet.

Cette étude s'inscrit dans **l'accord de développement de l'emploi et des compétences (EDEC) « Culture, Création et Communication, Sport et Tourisme »** conclu entre les représentants de la filière de la culture, des industries créatives, des médias, de la communication, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement, le ministère du Travail, le ministère de la Culture et le ministère des Sports.

Cet EDEC est mis en œuvre dans le cadre du Plan d'investissement dans les compétences (PIC) mis en place par le Gouvernement afin d'accompagner les branches dans leurs démarches de GPEC.



SOURCE : OBSERVATOIRE SOCIOVISION ÉDITION SPÉCIALE HIVER 2021

Depuis 1975, SOCIOVISION réalise une vague d'enquête annuelle auprès de la population française. Le recueil des données a lieu en juillet chaque année.

Compte tenu du contexte inédit créé par la crise sanitaire, et après un recueil de données réalisé en juillet 2020, une **vague d'enquête complémentaire a été menée du 26 janvier au 9 février 2021.**

- Un échantillon de 1507 personnes
- Représentatif de la population française âgée de 15 à 74 ans (sur des critères d'âge, de sexe, de CSP, d'habitat, de région)
- Un questionnaire auto-administré en ligne
~20 minutes de questionnaire

Quels enseignements peut-on tirer après un an de crise sanitaire et économique historique ?

Sommaire

1 - Un second confinement
moins bien vécu que le premier

2 - Une société toujours
défiante

3 - Mesures sanitaires :
une adhésion majoritaire,
mais qui se fissure

4 - La crise sanitaire,
laboratoire et accélérateur

5 - Travail :
le temps des changements

6 - Les priorités des Français pour
demain

La crise de 2020 montre certaines similarités avec les crises du passé

- Le **retour aux racines** (recentrage sur la famille, repli sur la sphère privée, priorité à « l'essentiel » dans l'économie et dans la vie).
- La mise en avant des **offres « responsables »** ("made in France", production locale, bio...).
- La valorisation du **faire soi-même** (cuisine, réparation, bricolage, autoproduction...).
- Le culte de la **sobriété** et le **refus de l'ostentation**.
- L'aspiration à **préserver le plaisir**, la consommation de **compensation** ou de **rattrapage**.



LES PARTICULARITÉS

de la crise de 2020 : LA CRISE DU TEMPS LIBRE



PAUSE

Des millions de personnes à l'arrêt, recluses chez elles, devenues spectatrices.



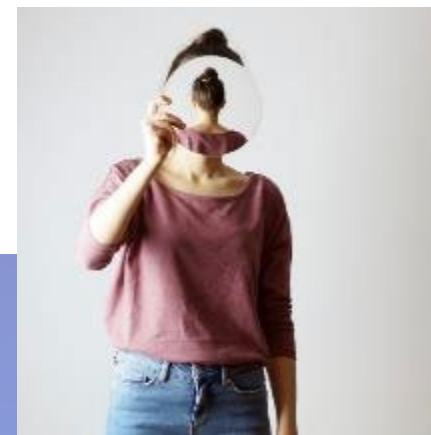
RÉFLEXION

Du temps pour réfléchir et se remettre en question.



TRANSPARENCE

Les « invisibles » sont apparus en pleine lumière.



SENTIMENT D'IRREALITÉ

Un rapport au monde par écran interposé.



LIBERTÉ CONTRARIÉE

Une restriction des libertés sans précédent.

LES PARTICULARITÉS

de la crise de 2020 : LA CRISE DU TEMPS LIBRE

DES ACTIVITÉS EMPÊCHÉES, AU RALENTI VOIRE COMPLÈTEMENT À L'ARRÊT



Fermeture des lieux accueillant du public et favorisant les rencontres, les flux de personnes
Spectacle vivant, Salles de cinéma, musées, Bars, restaurants, Salles de sport,...



Des écosystèmes sectoriels menacés (acteurs, structures...)

- Secteur du spectacle et de la création, particulièrement le secteur privé
- Secteur sportif : recul du nombre de pratiquants dans les clubs sportifs, recul des engagements financiers de la part des sponsors et mécènes, déflation du marché des transferts

LES PARTICULARITÉS

de la crise de 2020 : LA CRISE DU TEMPS LIBRE

DES ACTIVITÉS RENOUVELÉES, RÉINVENTÉES VOIRE SURINVESTIES

➔ **Report des activités au sein de la sphère privée, notamment via les smartphones, les ordinateurs personnels et la télévision connectée**

- Forte progression des plateformes de VOD
- Augmentation significative de la fréquentation de la presse online
- Proposition d'offres à distance, virtuelles (expositions virtuelles, concerts en streaming, ...)
- Événements et RDV en live (rencontres en ligne régulières, ritualisées)
- Gratuité des contenus en ligne
- Développement de contenus éditorialisés : newsletters, sélections, rétrospectives...

... **montée des activités créatrices et manuelles**

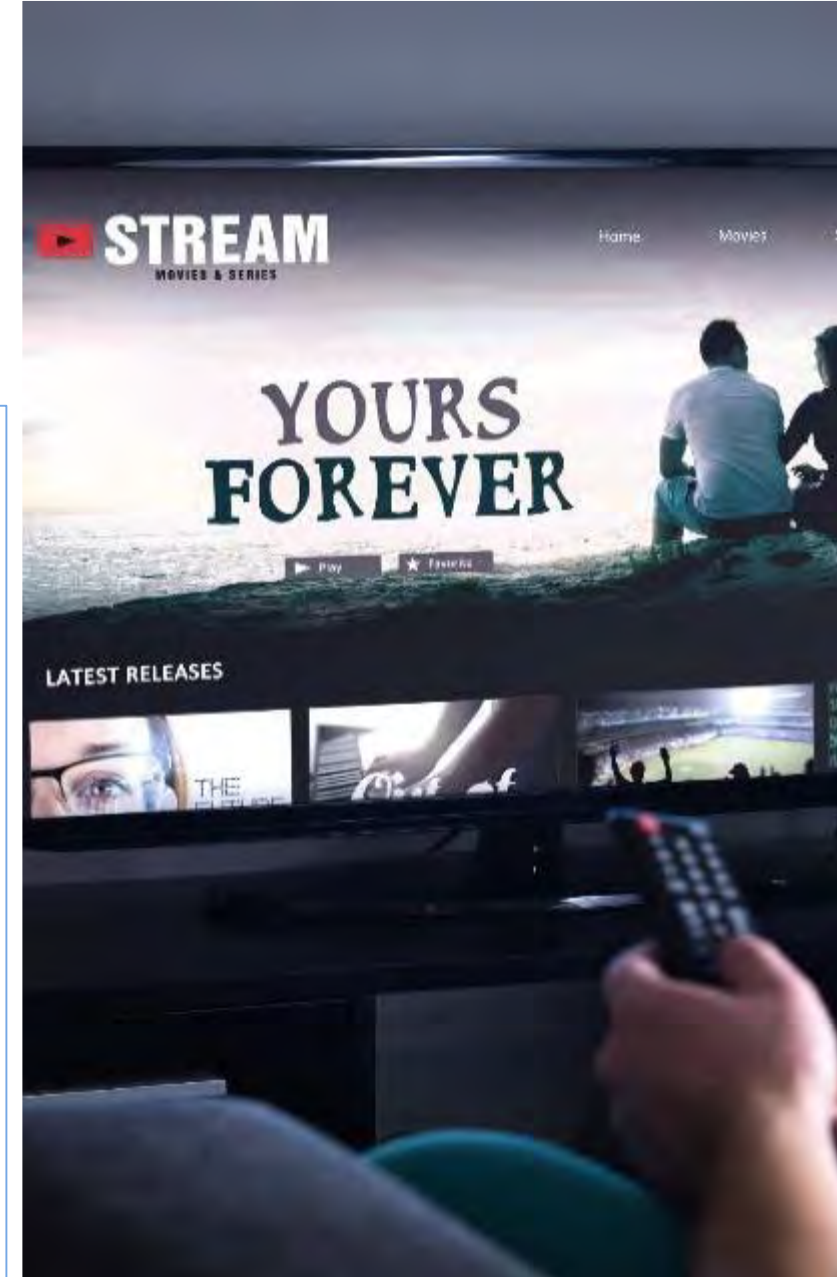
➔ **Événements et activités « physiques » en jauge réduite, en petit comité, avec des espaces suffisamment grands pour se tenir à distance**

➔ **Report des activités en extérieur, à l'air libre**

- Séances de cinéma en extérieur
- Expositions dans l'espace public
- Sound systems itinérants (à vélo)
- Fêtes « sauvages »

➔ **Intérêt pour les petits commerces culturels, de proximité**

- Les librairies ouvertes ont connues une hausse de leur chiffre d'affaires



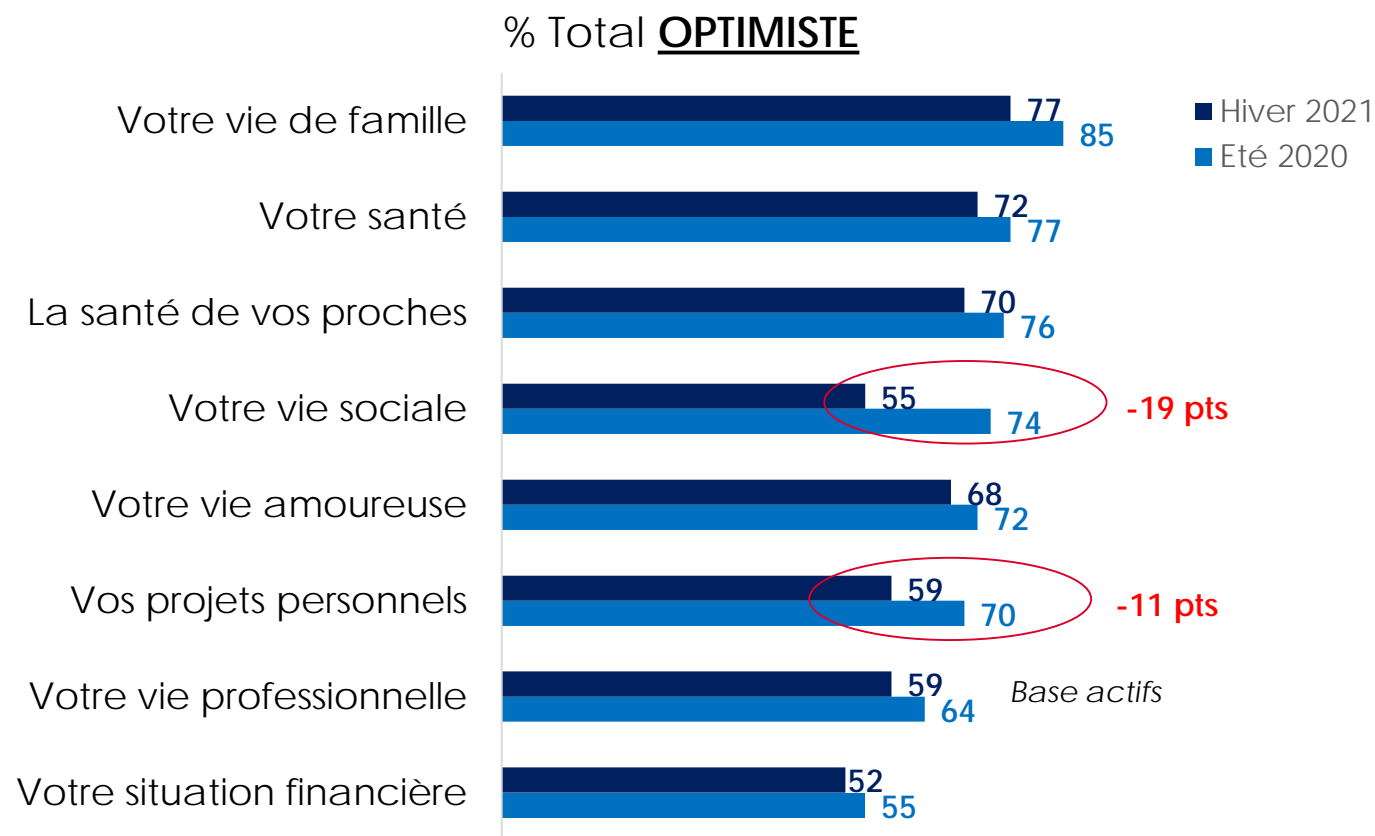


Un second confinement moins
bien vécu que le premier

Après le second confinement, le moral des Français ne s'effondre pas, sauf en ce qui concerne les relations sociales



Suite au deuxième épisode de confinement, êtes-vous plutôt pessimiste ou optimiste pour les 12 mois à venir quant à :

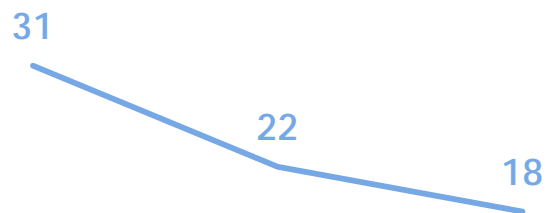


En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Les Français restent pessimistes à court terme, mais gardent espoir

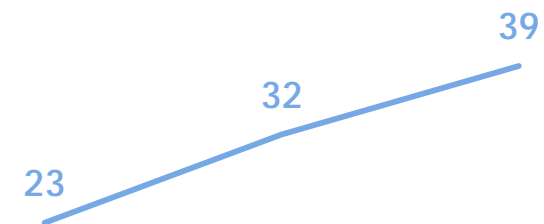
Je vois l'avenir de mon pays avec **optimisme** dans les 12 prochains mois



été 2019 été 2020 hiver 2021



Je vois l'avenir de mon pays avec **optimisme** dans les 5 prochaines années



été 2019 été 2020 hiver 2021

En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

afDas
SINON AINSI FORMATION

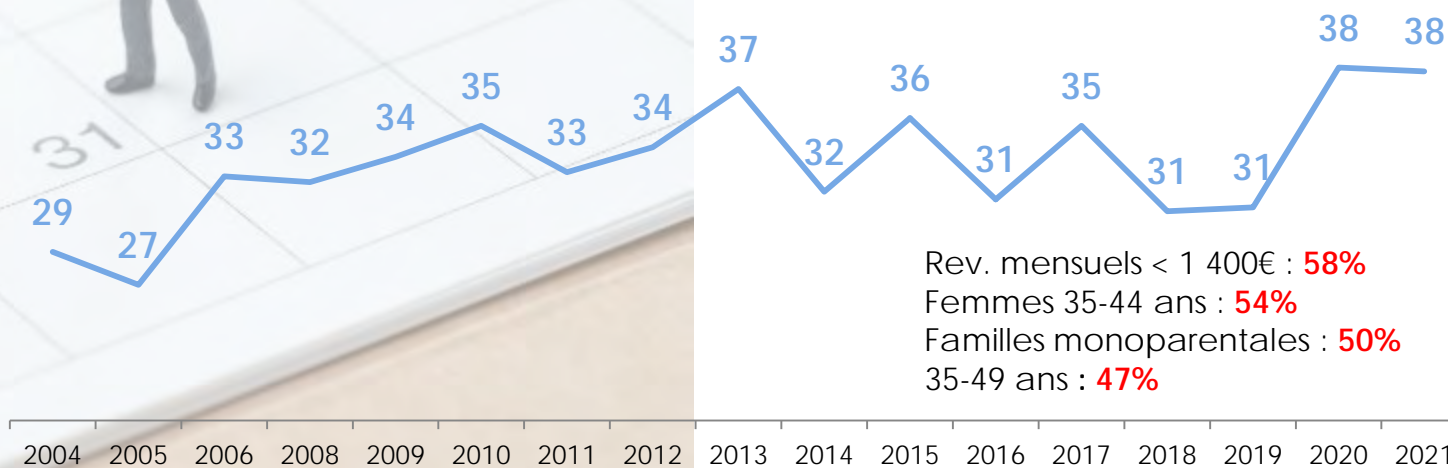
© SOCIOVISION 2021

13

La situation financière demeure tendue



J'ai très souvent des problèmes pour boucler mes fins de mois



Rev. mensuels < 1 400€ : **58%**
Femmes 35-44 ans : **54%**
Familles monoparentales : **50%**
35-49 ans : **47%**

En % - Total d'accord

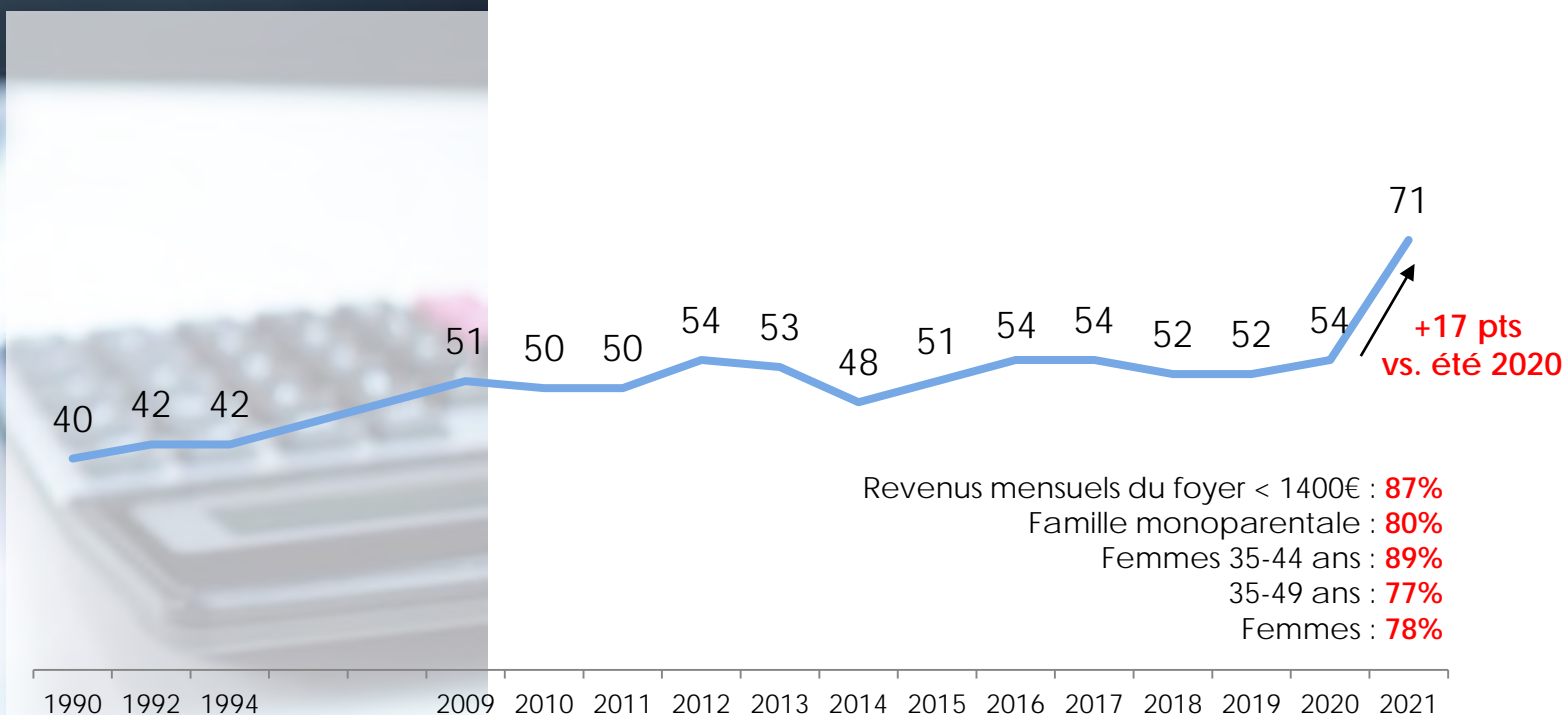
Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Beaucoup réduisent les dépenses essentielles en fin de mois



Il m'arrive de **réduire les dépenses alimentaires les derniers jours du mois**

Régulièrement ou de temps en temps



En % - Total d'accord

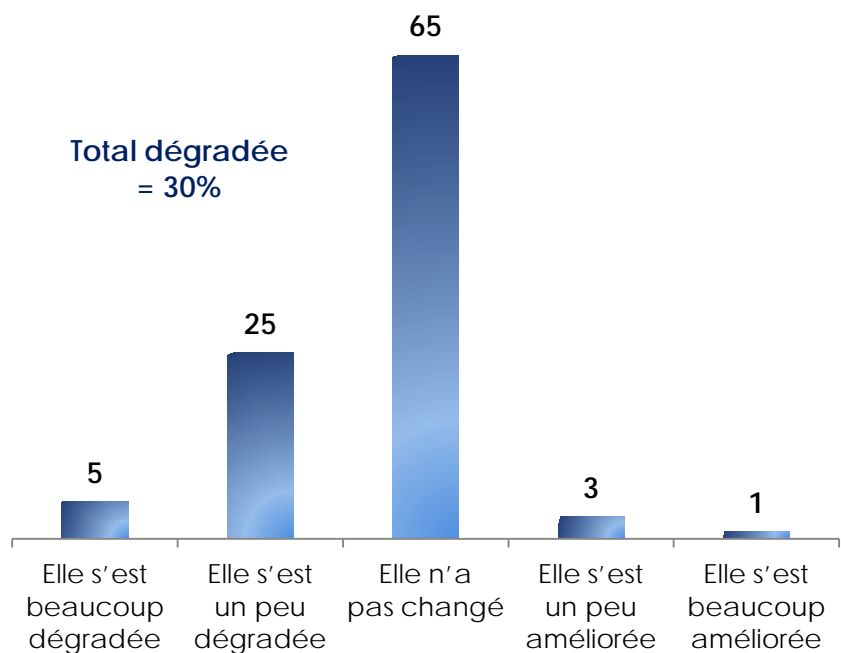
Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population

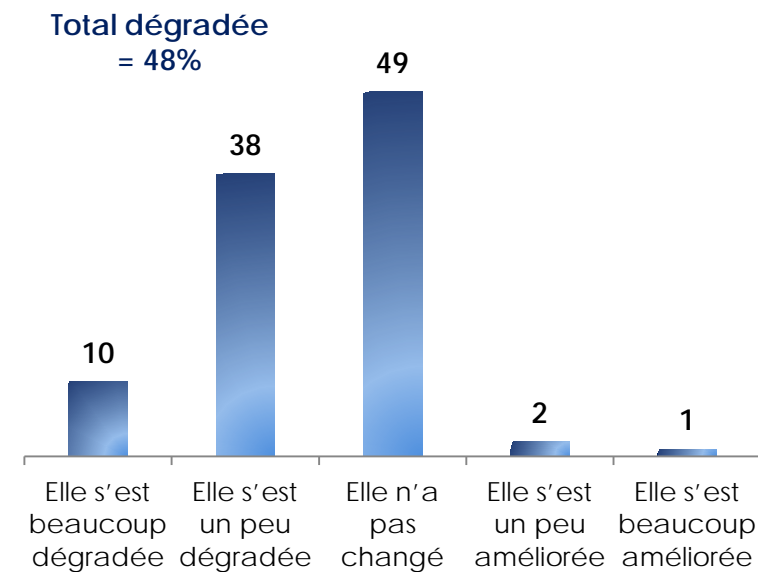
Santé mentale : une dégradation inquiétante

Depuis le début de la crise sanitaire, comment votre santé a-t-elle évolué ?

VOTRE SANTÉ PHYSIQUE



VOTRE SANTÉ MENTALE (BIEN-ÊTRE PSYCHOLOGIQUE)



En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans



Une société toujours défiante

La violence urbaine est devenue la première source de préoccupation

→ La pollution reste un sujet majeur ainsi que l'insécurité et les difficultés économiques


Voici une série de problèmes qui concernent notre société aujourd'hui. Quels sont **les 2 problèmes qui vous préoccupent le plus** ?



| | 2010 | 2019 | 2020 | 2021 | | |
|--|------|------|------|------|---|-----------------|
| La violence urbaine, l'insécurité | 24 | 26 | 28 | 32 | ↗ | +4 pts vs. 2020 |
| La pollution de l'air, de l'eau, du sol | 26 | 37 | 28 | 27 | | |
| Le terrorisme | 13 | 31 | 21 | 26 | ↗ | +5 pts vs. 2020 |
| Les épidémies (Coronavirus, Sida, Ebola...) | 7 | 5 | 23 | 24 | | |
| L'exclusion sociale, la pauvreté, les SDF | 24 | 25 | 21 | 20 | | |
| Le chômage | 30 | 14 | 17 | 16 | | |
| Les intégrismes religieux | 12 | 16 | 18 | 15 | ↘ | |
| L'immigration | 8 | 17 | 18 | 14 | ↘ | |
| La perte de compétitivité de la France face à d'autres économies | - | 6 | 6 | 7 | | |
| Les délocalisations | - | 5 | 5 | 5 | | |
| La drogue | 9 | 5 | 4 | 4 | | |
| Les risques liés aux manipulations génétiques | - | 4 | 3 | 4 | | |
| Les risques alimentaires | - | 5 | 4 | 3 | | |
| Aucun de ces problèmes | - | 5 | 1 | - | | |

En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans



L'imaginaire « effondriste » progresse dans les esprits

En raison de la crise
écologique notre civilisation
va bientôt disparaître

37%

% Total d'accord

+4 pts
vs. été 2020

25-34 ans : **43%**
Hommes 25-34 ans : **46%**

En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Les rumeurs « complotistes » touchent
une part croissante de la population

40% **+4 pts
vs. été 2020**

des Français pensent que le coronavirus a été
fabriqué volontairement dans un laboratoire

Niveau BEP technique : **51%**
Etudes supérieures : **31%**



La défiance à l'égard du politique retrouve ses plus hauts niveaux

J'ai l'impression qu'aucun homme politique NE S'OCCUPE VRAIMENT DES PROBLÈMES DES GENS COMME MOI



En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Mais les idées extrémistes ne progressent pas

Pour que les choses aillent mieux en France, il faudrait un pouvoir fort quitte à restreindre la démocratie

30%

-2 pts vs. 2020



Des Français n'hésiterait pas à voter pour un parti extrémiste

28%
-2 pts vs. 2020
-8 pts vs. 2019





Mesures sanitaires :
une adhésion majoritaire,
mais qui se fissure

L'usage du masque ne fait pas débat, → les « anti-masques » restent très minoritaires



*L'usage du masque s'est imposé dans de nombreux lieux publics.
Vous personnellement, de quel avis vous sentez-vous le plus proche ?*

Il n'est **pas nécessaire de porter un masque**

6

+2 pts vs. été 2020

C'est une **bonne chose mais son usage doit être limité** à certaines situations

26

-1 pt vs. été 2020

C'est une bonne chose, **on devrait tous en porter un dans l'espace public en période de pandémie**

35

-1 pt vs. été 2020

C'est une bonne chose et **on devrait porter un masque même lorsque l'épidémie sera terminée** dans certaines situations (quand on est malade, dans les transports publics, quand il y a beaucoup de pollution ...)

34

+1 pt vs. été 2020

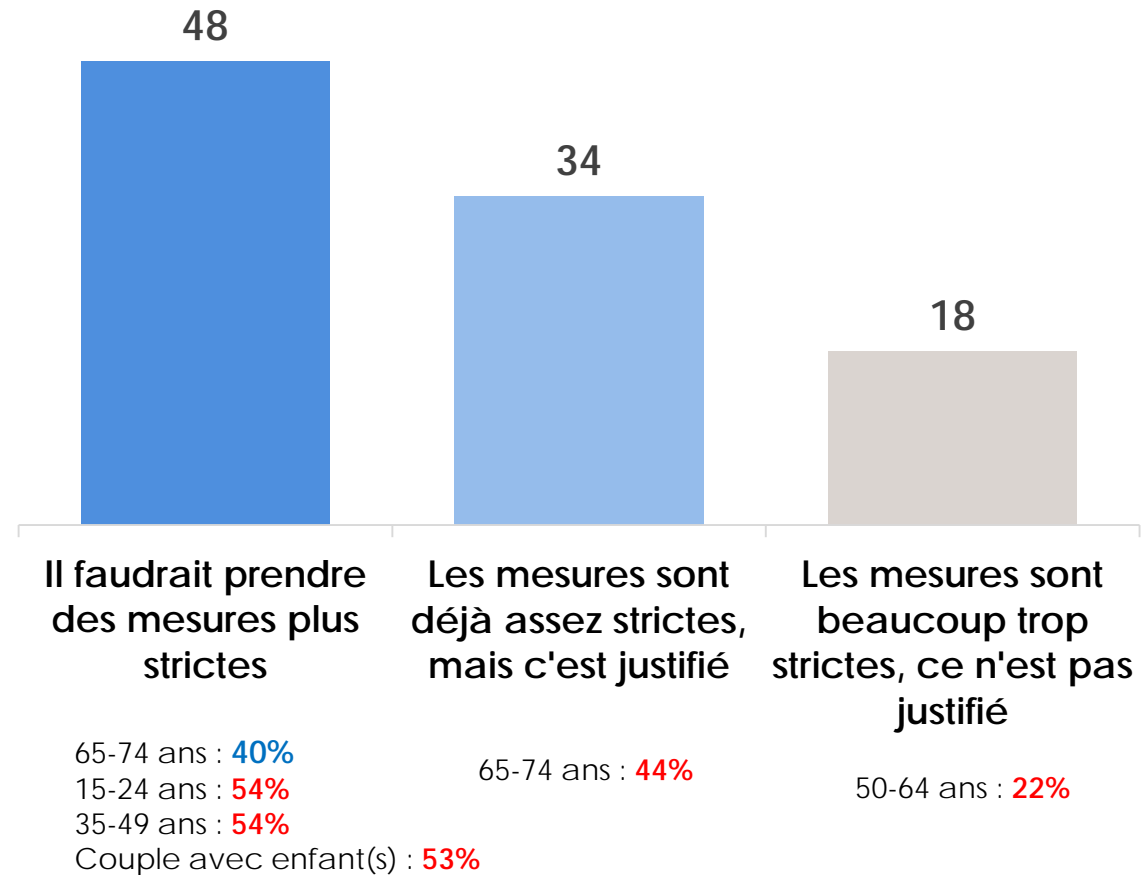
Hommes : **8%**
Revenus < 1400 euros : **11%**
Momentanément sans travail : **15%**

94%
FAVORABLES
AU PORT
DU MASQUE



Mais les Français sont divisés sur la sévérité des mesures prises

Concernant les mesures prises par le gouvernement et les recommandations (confinement, couvre-feux, repas en nombre limité), de laquelle des positions suivantes vous sentez-vous le plus proche ?



En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

La santé reste prioritaire pour une majorité, mais de plus en plus de doutes s'expriment

Il faut défendre prioritairement la santé des gens quitte à mettre en difficulté l'économie et l'emploi



67%

% Total d'accord

Femmes 45-54 ans : 74%

-13 pts
vs. été 2020

On doit tout faire pour tendre vers le risque zéro

56%

vs. 44% Le risque fait partie de la vie, il faut l'accepter.

-12 pts
vs. été 2020



65-74 ans : 69%
Femmes 45-54 ans : 68%
Femmes 65-74 ans : 73%
Couple sans enfant : 61%

Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population

En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

afDas
SÉRIEZ VOS ÉMOTIONS

© SOCIOVISION 2021

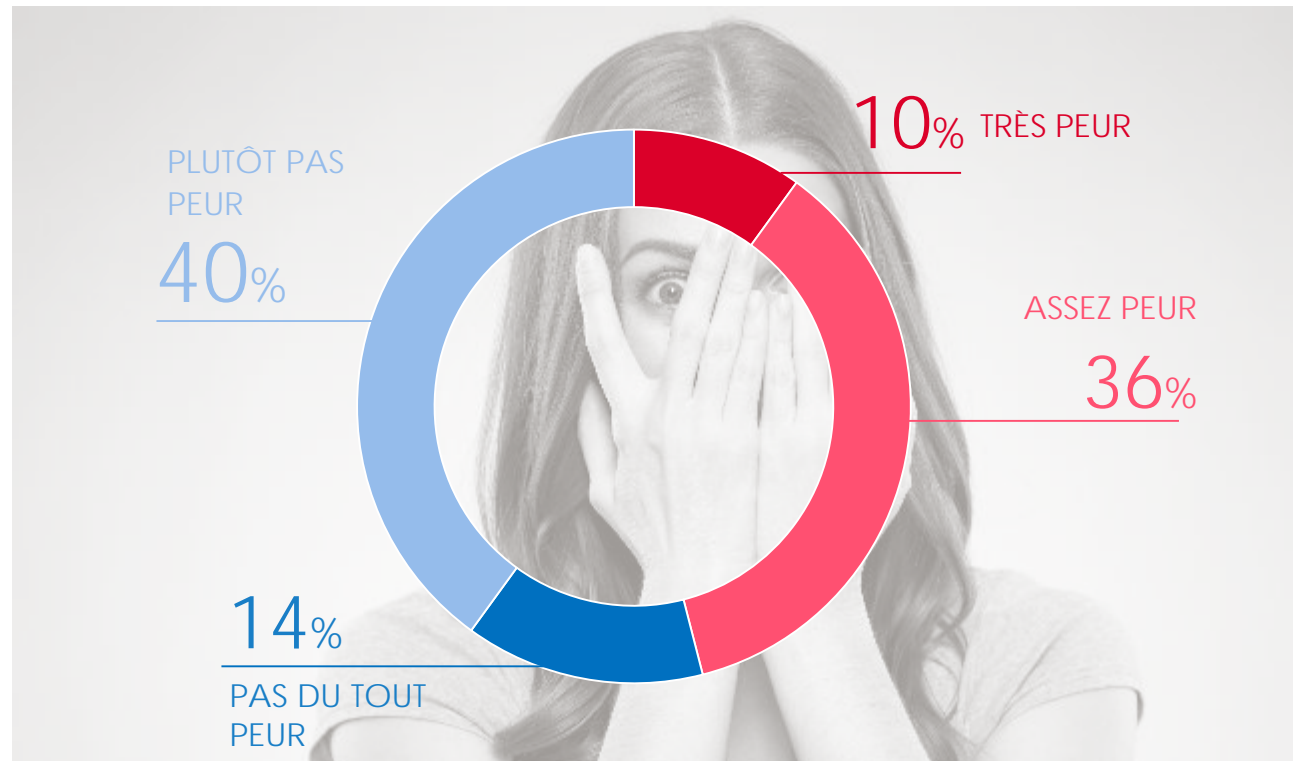
26

De fait, l'attitude face au virus divise les Français

Vous personnellement, avez-vous peur du virus ?

54%
Des Français
n'ont pas peur du
virus

15-24 ans : **72%**
25-34 ans : **60%**
Hommes : **60%**
Etudes supérieures : **58%**



46%
Des Français ont
peur du virus

65-74 ans : **55%**
50-64 ans : **55%**
Nord Est : **54%**
BEP/technique : **53%**
Femmes : **52%**

En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population

afDas
SEMAG ABUS FORMATION

© SOCIOVISION 2021

27

À l'hiver 2021, un Français sur deux souhaite se faire vacciner



51%

Femmes : 45%
Hommes : 58%
50-64 ans : 61%
Revenus > 3 500 euros : 64%
Retraité : 68%
65-74 ans : 70%

des Français envisagent de se faire vacciner contre le Covid

Envisagez-vous de vous faire vacciner contre le Covid ?

| | |
|-----------------------|----|
| Je l'ai déjà fait | 1 |
| Oui, certainement | 25 |
| Oui, probablement | 25 |
| Non, probablement pas | 27 |
| Non, certainement pas | 22 |

Vaccination : plus on est aisé et âgé, plus on y est favorable

| | Age | | | | | |
|--|-------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Total | 15 à 24 ans | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 à 74 ans |
| ENVISAGENT DE SE FAIRE VACCINER | 51 | 42 | 42 | 47 | 61 | 70 |
| N'ENVISAGENT PAS DE SE FAIRE VACCINER | 49 | 58 | 58 | 53 | 39 | 30 |

| | Revenus | | |
|--|-------------------------|---|------------------------|
| | Moins de 1.400 Euros | De 1.400 Euros à moins de 3.500 Euros | 3.500 Euros ou plus |
| ENVISAGENT DE SE FAIRE VACCINER | 45 | 51 | 64 |
| N'ENVISAGENT PAS DE SE FAIRE VACCINER | 55 | 49 | 36 |



En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

La mise en place d'un passeport vaccinal a déjà convaincu 4 Français sur 10

41%

des Français sont favorables au passeport vaccinal*
contre le Covid-19

*c'est-à-dire un certificat de vaccination attestant que vous êtes vacciné(e)
et qui vous donne le droit d'accéder à certains lieux, de voyager ou de
réaliser certaines activités (cinéma, salle de sport, restaurant, moyen de
transports, etc.)

Hommes : **46%**
Couple sans enfant : **49%**
Revenus > 3 500 euros : **53%**
Retraité : **54%**
65-74 ans : **61%**



En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population

afDas
SOCIÉTÉ ANONYME

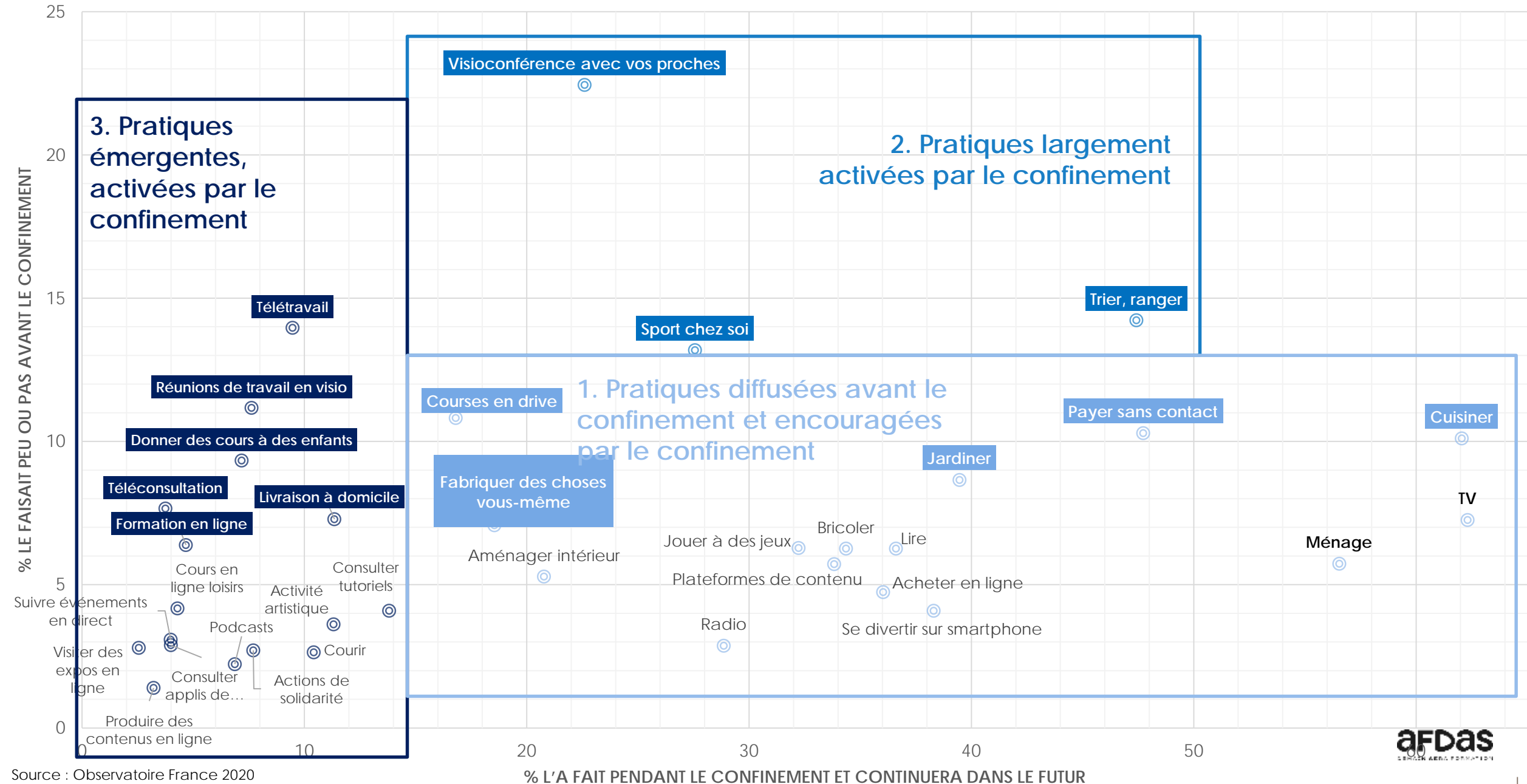
© SOCIOVISION 2021

30



La crise sanitaire,
laboratoire et accélérateur

LA CRISE SANITAIRE, UN LABORATOIRE DE COMPORTEMENTS FUTURS



La crise sanitaire, un stage grandeur nature

→ Qui est monté en compétences sur quoi ?

LES JEUNES

- **VIE DOMESTIQUE** (cuisiner, ranger, bricoler, jardiner)
- **VIE À DISTANCE ET À DOMICILE** (visio avec les proches, apprendre à distance, loisirs et « sorties en ligne » : événements live, sport à domicile, expos virtuelles...)
- **FAIRE SOI-MÊME** (fabriquer des choses mais aussi produire et animer des contenus en ligne)
- **MÉDIAS TRADITIONNELS** (TV, livres, radio...) mais aussi **NOUVEAUX MÉDIAS** (podcasts, plateformes)

LES HOMMES

- **VIE SOCIALE ET TRAVAIL À DISTANCE**
- **VIE DOMESTIQUE** (cuisiner, ranger, faire le ménage, les courses, aménager, décorer son intérieur)

LES RURAUX

- **DRIVE**
- Paiement **SANS CONTACT**
- **COURS aux enfants**

LES SENIORS

- **DRIVE et paiement SANS CONTACT**
- **TUTORIELS**
- **VISIOCONFÉRENCE avec les proches**
- **SANTÉ À DISTANCE** (et usages des applis santé)
- **CULTURE EN LIGNE** : expos virtuelles

LES FEMMES

- **VIE SOCIALE ET TRAVAIL À DISTANCE**
- **SPORT** (à domicile, en ligne, running)
- **LOISIRS EN LIGNE** (événements en direct, expo en ligne)
- **FABRIQUER DES CHOSES SOI-MÊME** et utilisation de tutoriels

LES URBAINS

- **LIVRAISON À DOMICILE**
- **VIE À DISTANCE ET À DOMICILE** (visio avec les proches, travail, loisirs et « sorties en ligne » : événements live, sport à domicile, expos virtuelles...)
- **CUISINE ET BRICOLAGE**
- **PODCASTS**
- **PRODUCTION DE CONTENUS**

Le deuxième confinement confirme l'enracinement des pratiques à distance

LES « GAGNANTS »

Activités **plus** pratiquées pendant le 2ème confinement (30 oct au 15 déc 2020) que pendant le premier

- Payer sans contact avec sa carte (64%, +8 pts)
- Faire des achats en ligne (59%, +11 pts)
- Utiliser des plateformes de contenu à la demande (49%, +6 pts)
- Ecouter la radio (42%, +3 pts)
- Vous faire livrer vos achats à domicile (24%, +3 pts)

« LES PERDANTS »

Activités **moins** pratiquées pendant le 2ème confinement que pendant le premier

- Trier, ranger (64%, -7 pts)
- Bricoler (41%, -5 pts)
- Faire des appels en visioconférence avec vos proches (36%, -11 pts)
- Faire du sport, de l'exercice physique chez soi (34%, -7 pts)
- Faire vos courses en drive (26%, -3 pts)
- Fabriquer des choses vous-même (25%, -3 pts)
- Jardiner, faire pousser des plantes (22%, -27 pts)
- Travailler à distance (télétravail) (18%, -3 pts)
- Donner des cours à des enfants (7%, -19 pts)

La durée de la crise sanitaire favorise les achats et les loisirs en ligne



| Activités pratiquées par plus de 40% des Français pendant le deuxième confinement (30 oct au 15 déc 2020) | % Activités faites pendant le confinement | Évolution par rapport à l'été 2020 |
|--|---|------------------------------------|
| Regarder la télévision | 81 | -2 |
| Faire la cuisine | 75 | -1 |
| Faire le ménage, le repassage, les courses | 74 | = |
| Trier, ranger | 64 | -7 |
| Payer sans contact avec sa carte | 64 | +8 |
| Faire des achats en ligne | 59 | +11 |
| Se divertir sur smartphone (vidéos, jeux, musique...) | 56 | +2 |
| Utiliser des plateformes de contenu à la demande (Netflix, MyTF1, AmazonPrime, ...) | 49 | +6 |
| Jouer à des jeux (jeux vidéo, jeux de société) | 45 | -1 |
| Lire des livres | 44 | -2 |
| Écouter la radio | 42 | +3 |
| Bricoler | 41 | -5 |

En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population

Certaines pratiques en vogue au cours du premier confinement s'essoufflent



Activités pratiquées par **20% à 40%** des Français pendant le deuxième confinement (30 oct au 15 déc 2020)

| | % Activités faites pendant le confinement | Évolution par rapport à l'été 2020 |
|--|---|------------------------------------|
| Faire des appels en visioconférence avec vos proches | 36 | -11 |
| Faire du sport , de l'exercice physique chez soi | 34 | -7 |
| Aménager / décorer votre intérieur | 34 | +1 |
| Faire vos courses en drive | 26 | -3 |
| Fabriquer des choses vous-même | 25 | -3 |
| Vous faire livrer vos achats à domicile | 24 | +3 |
| Consulter des tutoriels | 23 | -1 |
| Jardiner , faire pousser des plantes | 22 | -27 |

En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population

afDas
SEMAG AGRI FORMATION

© SOCIOVISION 2021

36

Léger recul du télétravail



Activités pratiquées par **moins de 20%** des Français pendant le deuxième confinement (30 oct au 15 déc 2020)

| | % Activités faites pendant le confinement | Évolution par rapport à l'été 2020 |
|--|---|------------------------------------|
| Travailler à distance (télétravail) | 18 | -3 |
| Faire des réunions de travail en visioconférence | 17 | -1 |
| Faire une activité artistique | 17 | -1 |
| Courir , faire du jogging | 16 | +2 |
| Suivre des cours , une formation en ligne | 13 | = |
| Écouter des podcasts | 12 | +2 |
| Faire des actions de solidarité | 12 | = |
| Consulter un médecin en ligne (téléconsultation) | 9 | -1 |
| Suivre des cours en ligne pour vos loisirs | 9 | -1 |
| Consulter des applications de santé | 8 | = |
| Suivre des événements en direct | 8 | -1 |
| Donner des cours à des enfants | 7 | -19 |
| Produire des contenus , animer des événements en ligne | 5 | -1 |
| Visiter des expositions en ligne , des musées virtuels | 4 | -1 |
| Aucune de ces activités | 1 | = |

En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

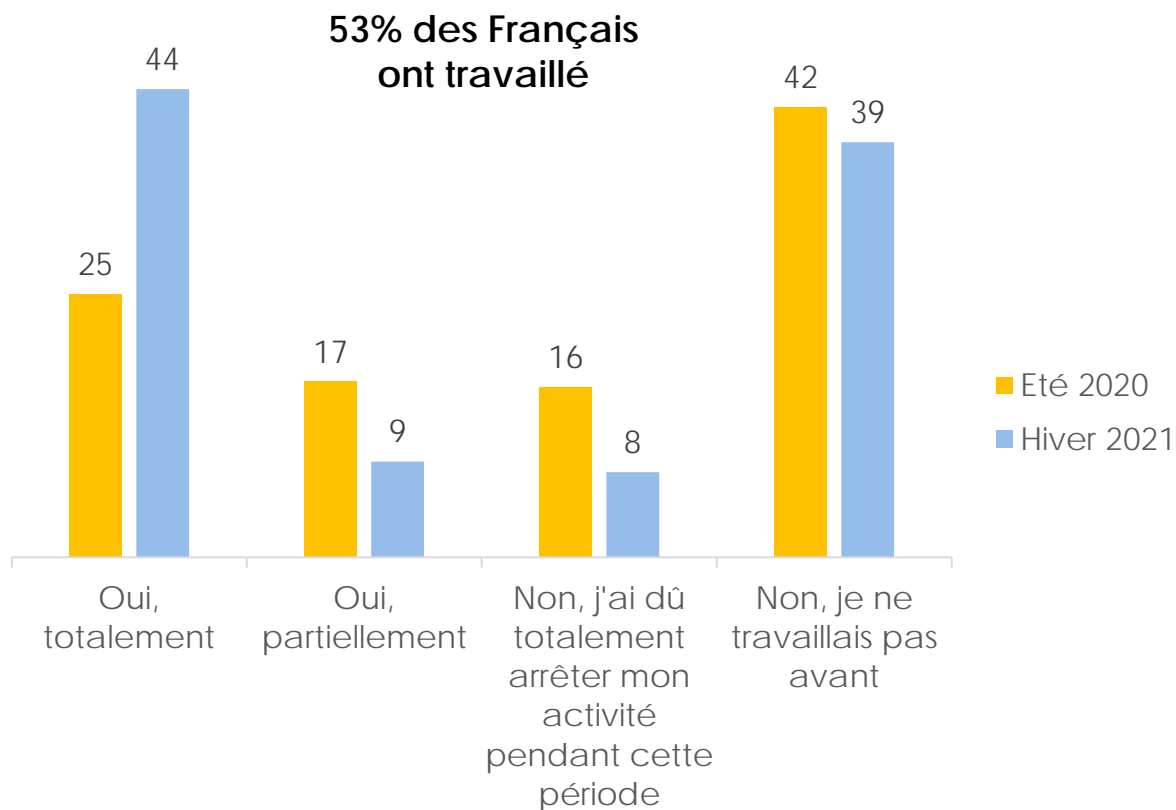
Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population



Travail : le temps des changements

Second confinement : un niveau d'activité supérieur au 1^{er} confinement

Avez-vous travaillé pendant la deuxième
période de confinement ?



En % - Total d'accord

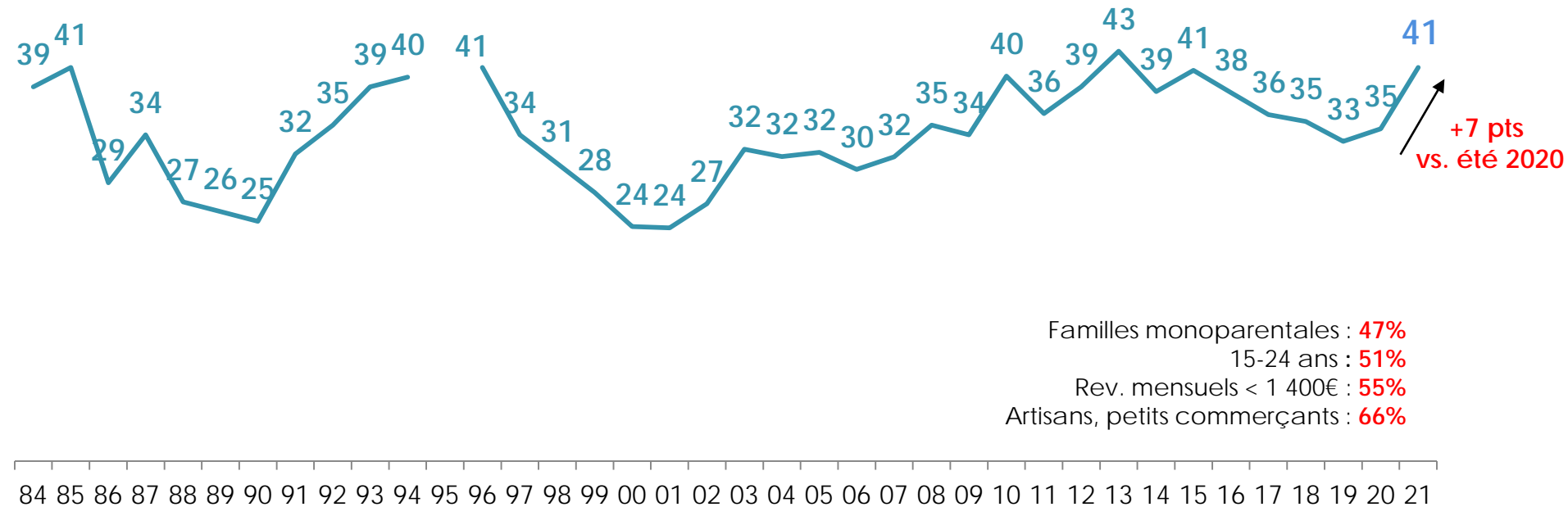
Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans





Les menaces de perte d'emploi se rapprochent

Mon emploi / ma situation actuelle est **menacée**



Familles monoparentales : **47%**
 15-24 ans : **51%**
 Rev. mensuels < 1 400€ : **55%**
 Artisans, petits commerçants : **66%**

En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
 1507 personnes 15-74 ans

Les actifs sont plus pessimistes sur leur avenir professionnel, mais leur moral ne s'effondre pas

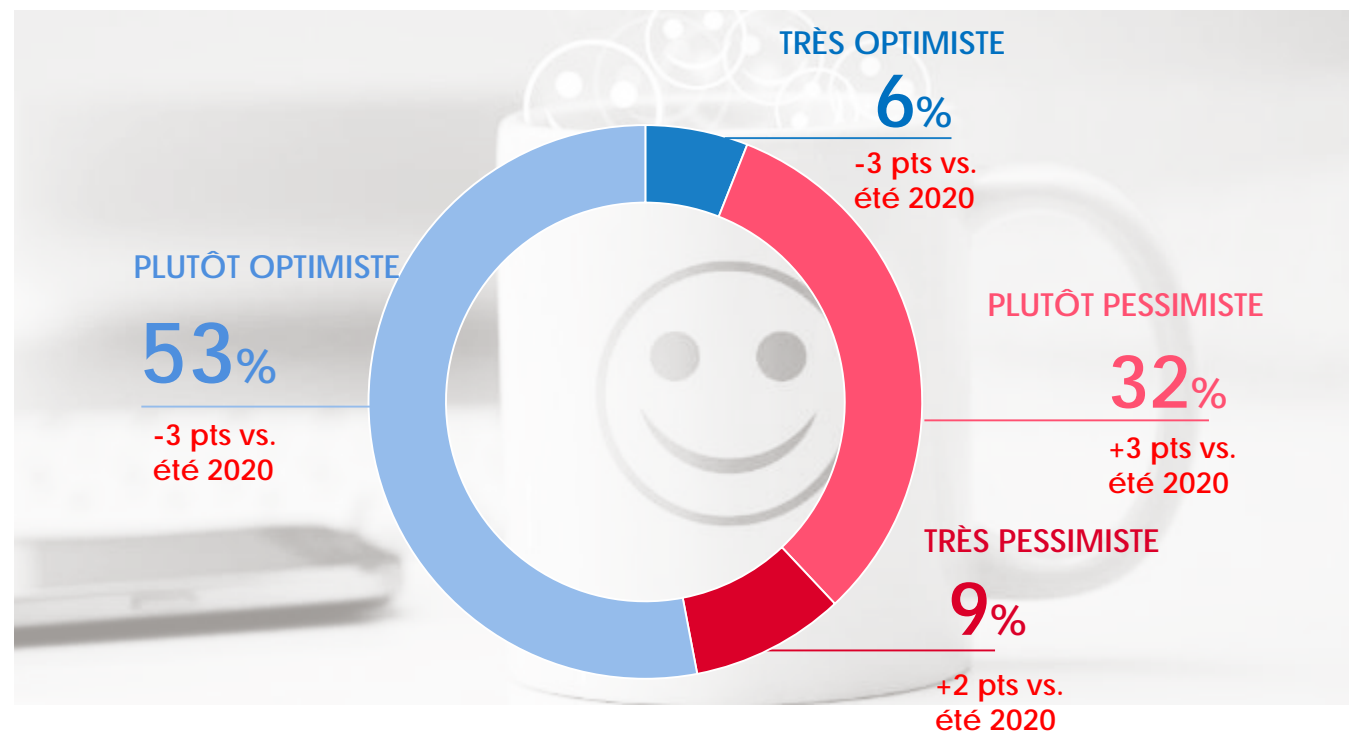
Suite à cet épisode de confinement, êtes-vous plutôt pessimiste ou optimiste pour les 12 mois à venir quant à :
VOTRE VIE PROFESSIONNELLE

59%

-5 pts vs.
été 2020

Des actifs sont
OPTIMISTES quant
à leur vie
professionnelle

Actifs CSP + : 60%
Actifs CSP - : 59%



41%

+5 pts vs.
été 2020

Des actifs sont
PESSIMISTES
quant à leur vie
professionnelle

Actifs CSP + : 40%
Actifs CSP - : 41%

De plus en plus de Français envisagent de changer de travail



23%

+5 pts vs. 2020

Des actifs a envisagé de
changer de travail ou de
métier depuis le début de
la crise sanitaire

En % - Total d'accord

Base Actifs : 461 personnes 15-74 ans

Dans ce contexte incertain, la réussite professionnelle redevient prioritaire

Ma priorité, c'est la réussite sociale et professionnelle



En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans



Les priorités des Français pour demain

Les Français sont impatients de retrouver la vie en société

Parmi les choses suivantes, qu'est-ce que la période de confinement (30 oct au 15 déc 2020)

vous a donné plus envie de faire à l'avenir ?

ACTIVITÉS QUI ONT AUGMENTÉ VS. LE PREMIER CONFINEMENT

VIE SOCIALE

- Passer plus de temps avec vos proches (45%, +4 pts)
- Sortir, voir du monde (36%, +12 pts)
- Faire la fête (19%, +8 pts)
- Rassembler vos amis autour d'une cause, de projets communs (9%, +2 pts)

NATURE & PROXIMITÉ

- Passer du temps dans la nature (34%, +3 pts)
- Fréquenter les commerçants, les boutiques proches de chez vous (30%, +4 pts)

DÉTENTE

- Dormir suffisamment (33%, +5 pts)
- Passer plus de temps chez vous (27%, +7 pts)
- Ralentir votre rythme de vie (16%, +3 pts)
- Méditer, faire du yoga (8%, +2 pts)

APPRENTISSAGE

- Vous cultiver, apprendre des choses (21%, +3 pts)
- Être plus créatif (14%, +2 pts)

AMÉNAGEMENT

- Vous aménager un espace de travail chez vous (10%, +3 pts)

LA VIE APRÈS LE VIRUS :

la France coupée en quatre

RATTRAPER LE TEMPS PERDU

LES IMPATIENTS



22%

J'essaierai le plus possible de rattraper le temps perdu
(faire beaucoup de sorties, voyages, activités culturelles et sportives, soirées, restaurants/bars, etc.)

FAIRE ATTENTION

LES PRUDENTS



42%

Je reprendrai une vie normale (mêmes activités qu'avant) en conservant les gestes barrière

LES COOLS



24%

Je reprendrai une vie normale (mêmes activités qu'avant) sans les gestes barrière

LES RÉFRACIAIRES



12%

Je resterai prudent et ne prendrai pas de risques (en limitant mes sorties et mes contacts sociaux)

REPRENDRE LA VIE NORMALE

NE PRENDRE AUCUN RISQUE

En % - Total d'accord

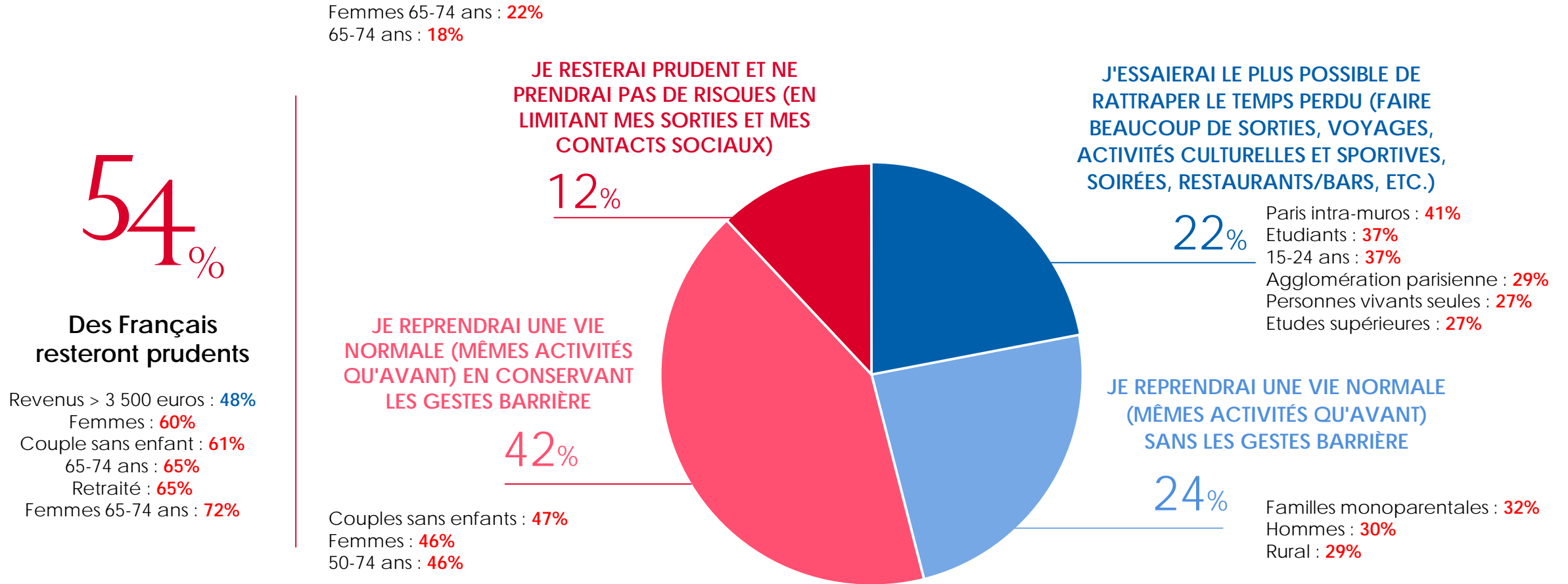
Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

afDas
SEMAGN AGENS FORMATION

© SOCIOVISION 2021

Dans la « société de l'après », la prudence sera de mise

Une fois l'épidémie sous contrôle, quelle attitude adopterez-vous le plus probablement ?



En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population

afdas
SÉRIOSITÉ. AMBITION. FORMATION.

© SOCIOVISION 2021

47



Travail et habitat : priorités de demain → les envies de changement et de mobilité se renforcent

Depuis le début de la crise sanitaire, avez-vous envisagé de faire les choses suivantes ?

| | En % | Évolution par rapport à 2020 |
|---|------|------------------------------|
| Réduire votre consommation, vos achats | 32 | +1 |
| Faire des travaux, réaménager votre logement | 28 | +7 |
| Déménager | 17 | +3 |
| Changer de métier ou de travail | 15 | +4 |
| Acheter un bien immobilier | 11 | +2 |
| Acheter une voiture | 11 | +2 |
| Acheter un vélo | 8 | +1 |
| Créer votre entreprise | 6 | +2 |
| Habiter dans le même lieu que votre conjoint | 6 | +3 |
| Vous marier, vous pacser | 5 | +2 |
| Faire un enfant | 5 | +2 |
| Acheter un véhicule électrique | 3 | -1 |
| Acheter un deux-roues (moto, scooter) | 2 | = |
| Divorcer, vous séparer de votre conjoint | 2 | = |
| Rien de cela | 33 | -4 |

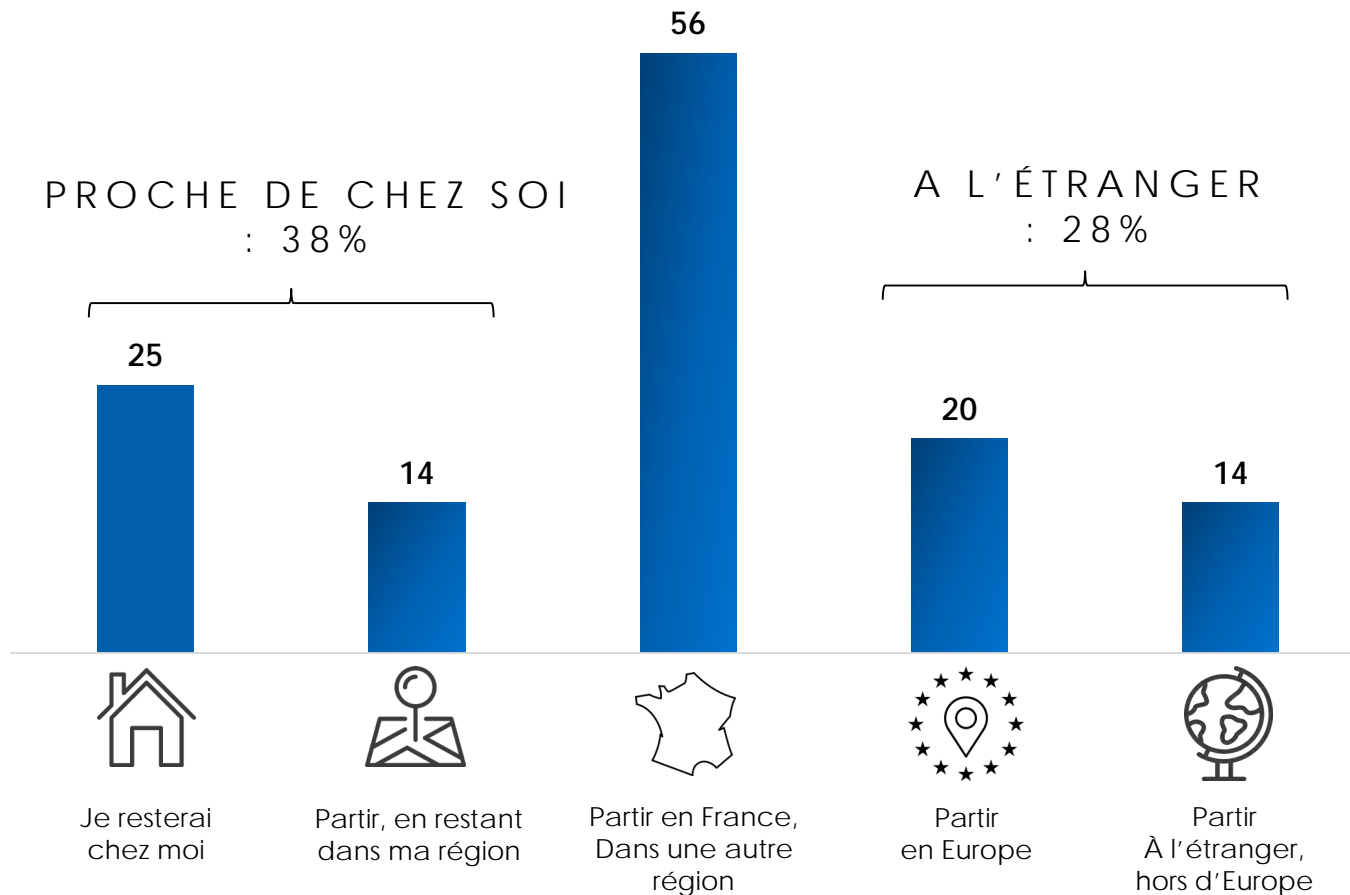
En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
 1507 personnes 15-74 ans

Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population

Vacances : le tourisme de proximité sera majoritaire en 2021

Concernant vos prochaines vacances, qu'envisagez-vous de faire ?
(plusieurs réponses possibles)

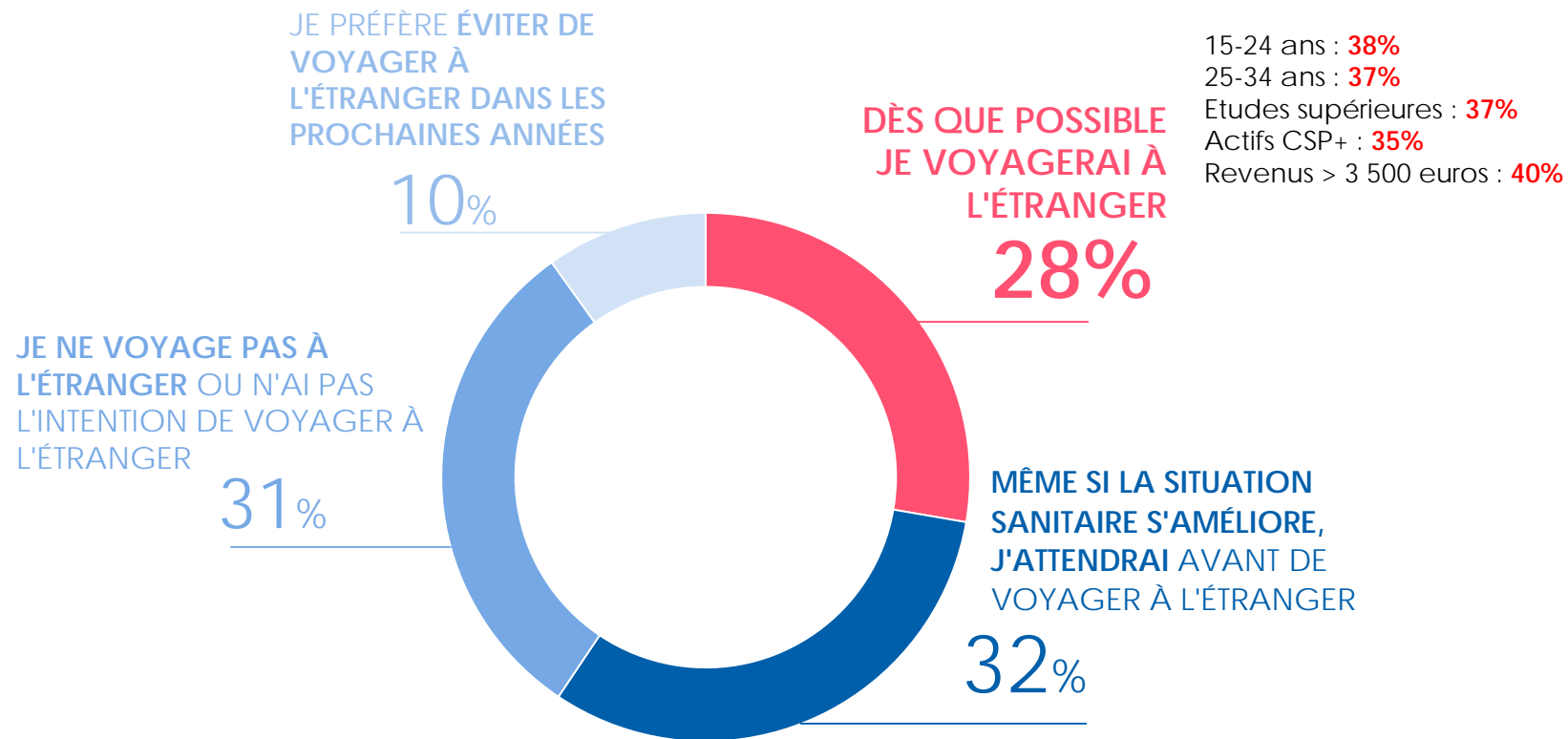


En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Mais un quart des Français souhaite voyager hors des frontières dès que possible

Concernant les voyages à l'étranger, de quelle proposition vous sentez-vous le plus proche ?
Après cette crise...



En % - Total d'accord

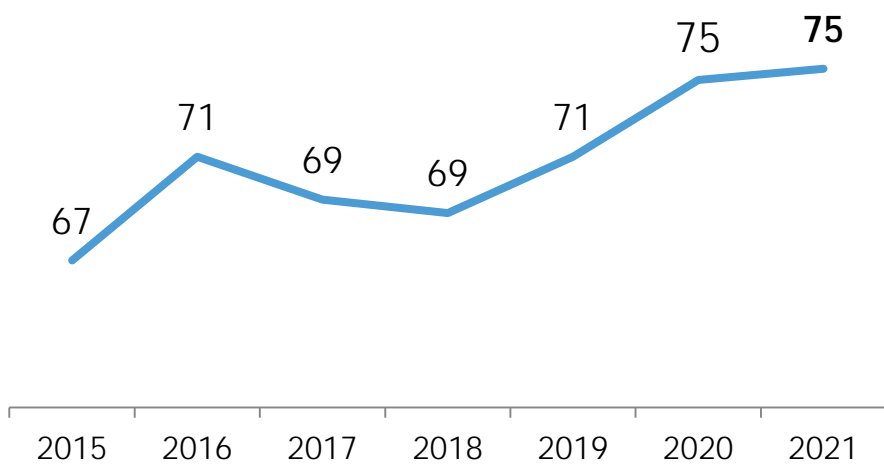
Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population

afdas
SOMMAIRE AFDAS FONDATION

L'idéal d'une société moins consumériste se confirme

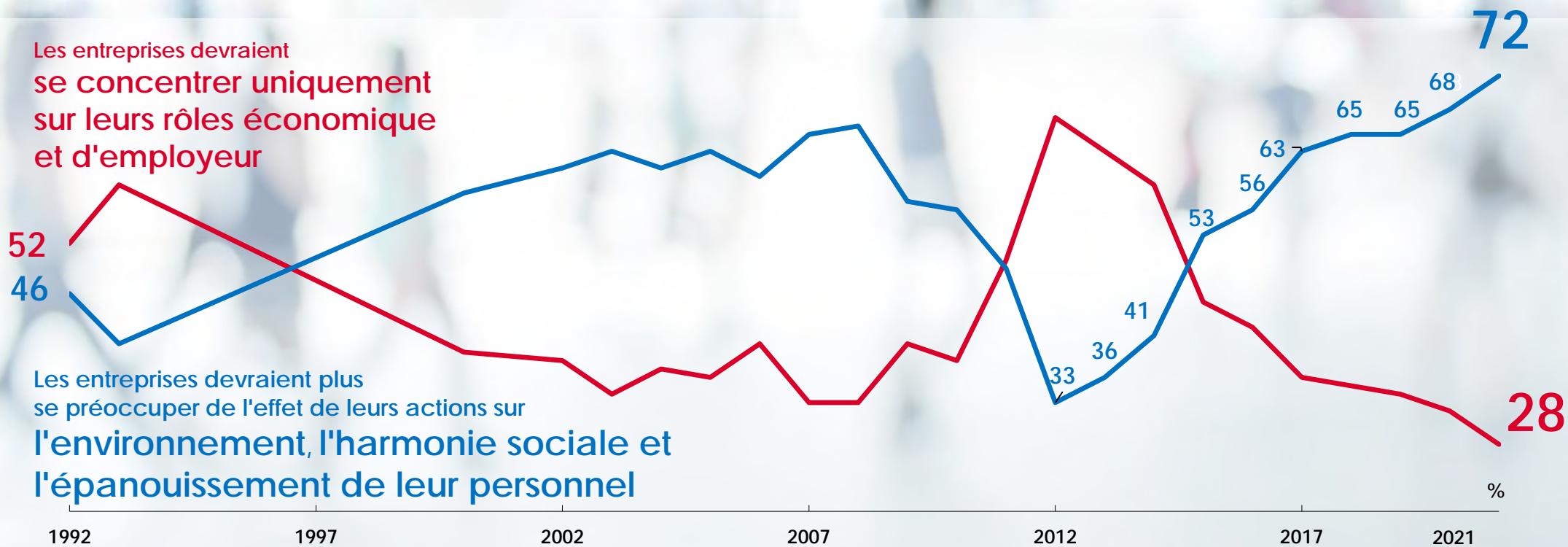
CONSOMMER MIEUX, C'EST CONSOMMER MOINS



En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans

La demande de responsabilité sociale des entreprises atteint des niveaux records



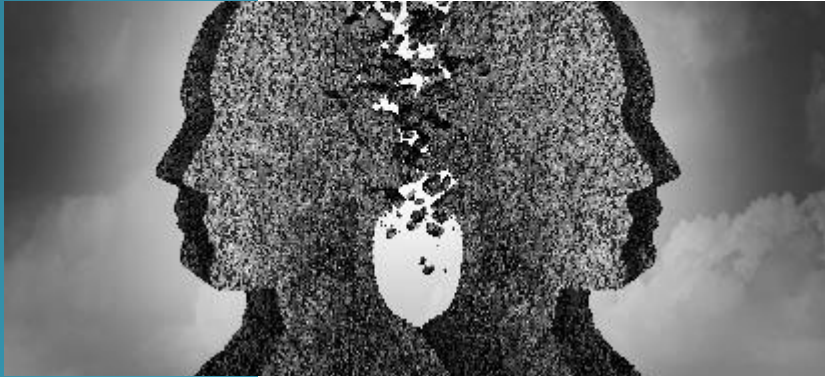
En % - Total d'accord

Base Observatoire France 2021
1507 personnes 15-74 ans



QUEL BILAN APRÈS UN AN DE CRISE
SANITAIRE ?

LE PRINCIPE DE PRÉCAUTION FAIT CONSENSUS



Les mesures sanitaires continuent globalement de faire consensus, même s'il y a un débat sur le niveau de sévérité nécessaire

- La jeune génération se distingue par son adhésion forte aux mesures sanitaires.



Dans une société marquée par la défiance, seule une minorité se montre très opposée à la vaccination.

- Le passeport vaccinal a toutes les chances de s'imposer dans la société.



Les comportements de prudence sanitaire sont installés durablement en France

- Le port du masque ne fait pas débat.
- Le retour à la normale se fera par étapes, une partie de la population restant durablement prudente.

LE REPLI AU SEIN DE LA SPHÈRE DOMESTIQUE ET LA VIE À DISTANCE S'IMPOSENT DURABLEMENT DANS LA SOCIÉTÉ

LES MODES DE VIE QUI S'ENRACINENT DURABLEMENT, LES MARCHÉS GAGNANTS



VERS PLUS DE VIE PRATIQUE À DISTANCE

- Achats en ligne
- Paiement sans contact
- Livraison à domicile



VERS PLUS DE LOISIRS NUMÉRIQUES

- Divertissements sur smartphone
- Plateformes VOD
- Podcasts



VERS PLUS D'IMPLICATION DANS SON LOGEMENT

- Aménagements
- Projets de déménagements

ENTRE PRUDENCE ET IMPATIENCE, LES FRANÇAIS VEULENT RETROUVER UNE VIE SOCIALE

L'ATTITUDE MAJORITAIRE



DEUX ATTITUDES MINORITAIRES & ANTAGONISTES



LE RETOUR PRUDENT À LA VIE NORMALE

50% à 60% des Français

- Envie croissante de contacts avec le cercle proche
- Désir de déplacements en France
- Maintien des gestes barrières

LA POSTURE DE REPLI

10% à 20% des Français

- Peur prononcée du virus
- Évitement systématique des contacts sociaux
- Peu de mobilité ou à proximité de chez soi

++ chez les séniors

L'ENVIE DE RATTRAPAGE

20% à 30% des Français

- Envie de rattraper le temps perdu
- Envie de sorties, d'activités, de fêtes
- Intention de voyager à l'étranger dès que possible

++ chez les jeunes, les urbains et les CSP+

L'ATTENTE DE TRANSPARENCE ET DE RESPONSABILITÉ SE CONFIRME

SOBRIÉTÉ

Après un an de restrictions, le diagnostic de la majorité des Français n'a pas changé : à l'avenir, il faudra modérer sa consommation.

L'environnement reste en tête des préoccupations des Français (pollution, nature...) et ceux-ci souhaitent plus que jamais s'impliquer pour changer les choses à l'échelle locale.

PROXIMITÉ

Même si le soutien aux producteurs locaux baisse légèrement, il reste en tête des priorités des Français pour la sortie de crise.

Si les budgets sont plus que jamais serrés, les Français restent solidaires des acteurs de proximité.

RESPONSABILITÉ

L'attente de RSE (responsabilité sociale des entreprises) atteint un niveau record, du jamais vu en période de crise économique.

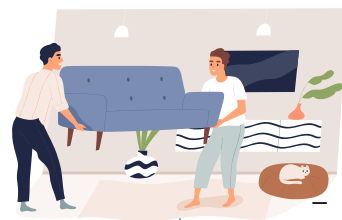
Contrairement à la crise de 2009, les inquiétudes économiques (crise, chômage...) n'éclipsent pas la demande de RSE.

CE QUI S'EST RÉINVENTÉ



LE TRAVAIL

- L'organisation du travail à distance a préservé une partie de l'activité.
- Les frontières vie pro/vie perso se sont brouillées.



LA MAISON

- Les envies de réaménagement intérieur se sont multipliées.
- Les rêves d'exode loin des villes agitent de plus en plus d'urbains.



LA VIE CULTURELLE

- Les spectacles live et à distance
- Une nouvelle proximité entre artistes et leur public.
- Les pratiques extérieures sont devenues « intérieures » (sport, jeux...).

aFDas
DEMAIN SERA FORMATION

sociovision
| MASTERING A CHANGING WORLD

Contacts

Rémy Oudghiri
remy.oudghiri@sociovision.fr

Lise Brunet
lise.brunet@sociovision.fr