

COVID-19 : QUELS SONT LES PROJETS DES FRANÇAIS POUR 2021 ?

[You gov](#) – août 2020

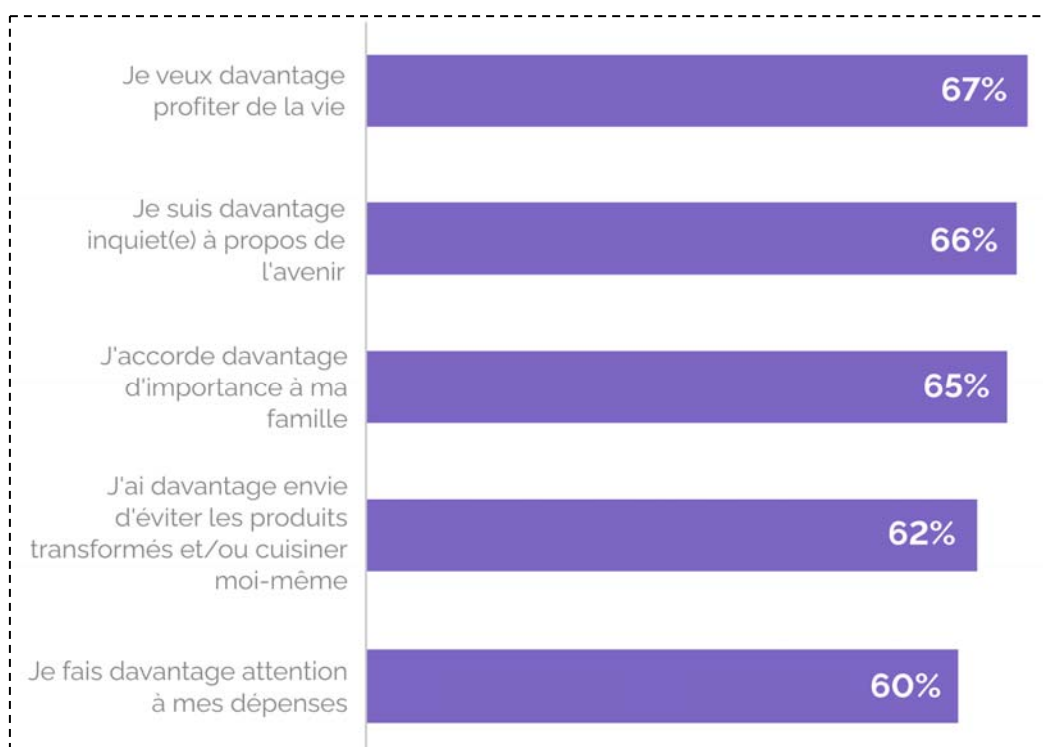
Alors que le spectre d'une deuxième vague épidémique se profile en France, la situation est à la reprise économique après un confinement éprouvant pour l'ensemble de la population. 74 % des Français restent néanmoins inquiets au sujet d'une seconde vague de Covid-19 en France.

L'état d'esprit des Français a-t-il été altéré suite à cette période inédite ? Quelles sont les nouvelles tendances qui se dégagent en termes de consommation pour les prochains mois ? Quels projets pour 2021 ? Réponses avec YouGov RealTime.

Les Français veulent davantage « profiter de la vie »

L'état d'esprit des Français semble avoir évolué au cours de la crise sanitaire : plus de deux Français sur trois (67 %) affirment vouloir davantage profiter de la vie, 66 % sont plus inquiets à propos de l'avenir et 65 % accordent désormais plus d'importance à leur famille

Par rapport à votre état d'esprit d'avant l'épidémie et aujourd'hui, dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec chacune des affirmations suivantes ?

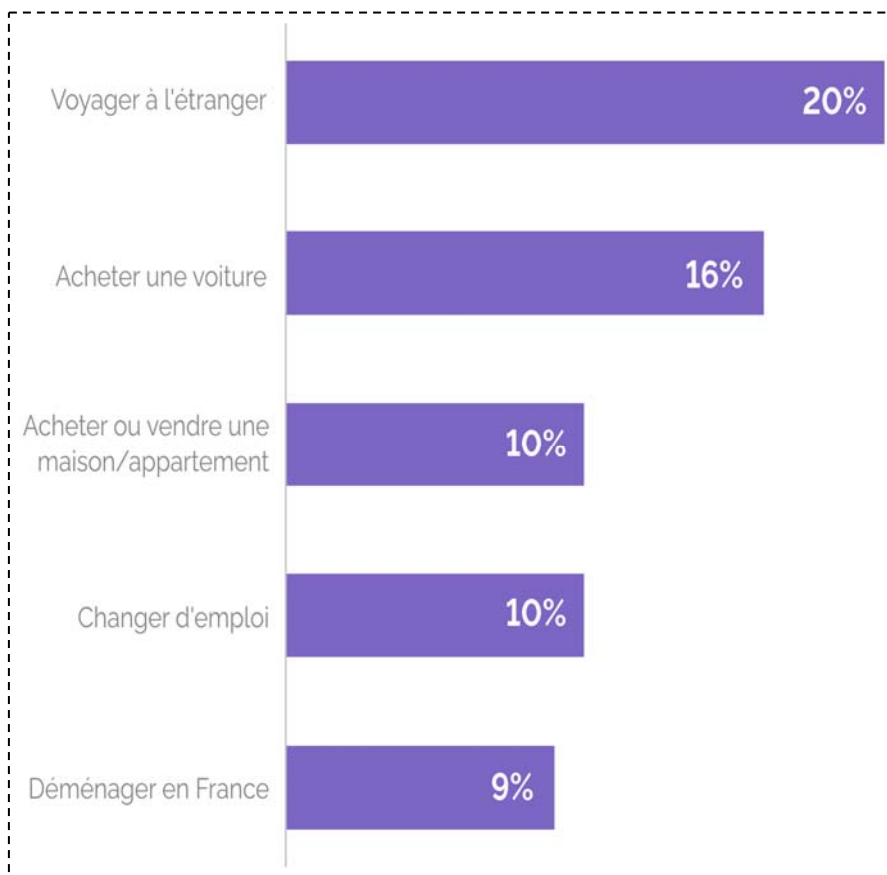


Une incidence sur les projets prévus pour 2021 ?

En plus d'avoir impacté l'état d'esprit des Français, cette crise sanitaire a aussi eu des incidences sur leurs projets, notamment en ce qui concerne les voyages à l'étranger. Ainsi, 21 % des Français ont déjà annulé des projets de voyage à l'étranger en raison du Covid-19 et 20 % repoussent à plus tard la réservation de futurs voyages. Seuls 6% prévoient de maintenir leurs projets de voyages à l'international.

De fait, la volonté de voyager à l'étranger – exprimée par 20 % des Français - se retrouve logiquement en tête des intentions pour les projets prévus pour 2021, juste devant le désir d'acheter une voiture (16 %) et d'acheter ou vendre une maison/appartement (10 %).

Parmi les projets suivants, le(s)quel(s) avez-vous prévu pour 2021 ?



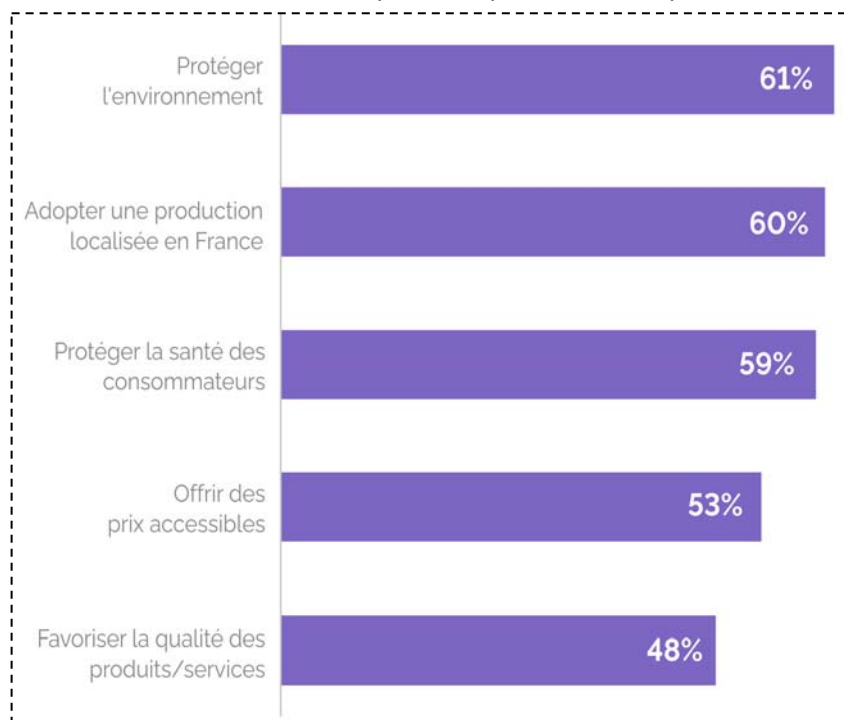
De nouveaux comportements vis-à-vis des marques

Egalement impactées par la crise du Covid-19, les marques ont dû ajuster leur stratégie en lien avec cette situation sans précédent. Plus d'un Français sur trois (37 %) déclarent d'ailleurs que les marques ont un plus grand impact pour un « avenir meilleur » que le gouvernement. De plus, près d'un Français sur deux (47 %) souhaite acheter uniquement des marques qui partagent leurs valeurs.

En termes d'action à mener, 61 % des Français estiment que les marques devraient accorder leur priorité à la protection de l'environnement et 60 % pensent qu'elles devraient adopter une production localisée en France.

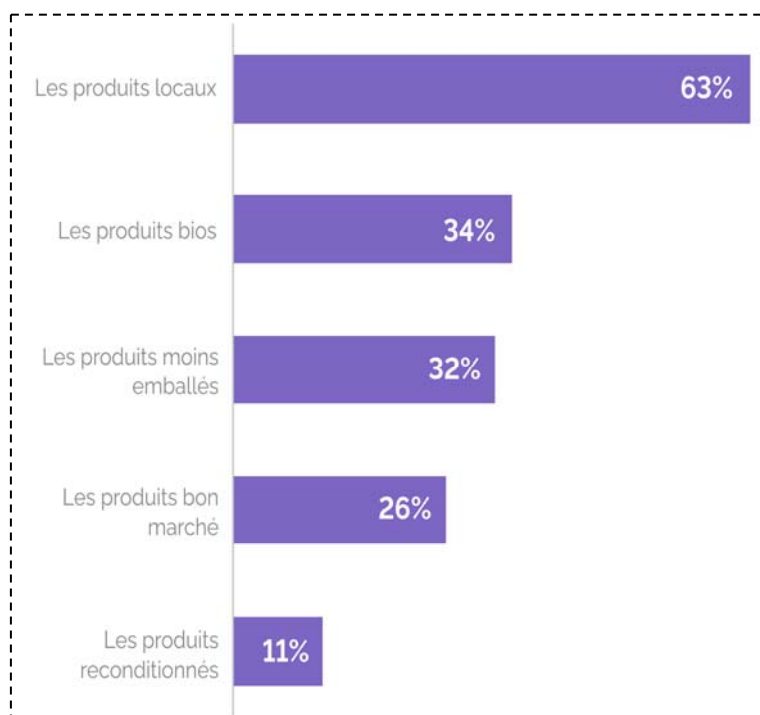
Environnement et made in France : priorité des marques selon les Français

Parmi les actions suivantes, laquelle/lesquelles les marques devraient-elles prioriser, selon vous ?



La volonté de consommer local se retrouve également dans les envies des consommateurs après la période du Covid-19 : 63 % de la population déclare qu'elle privilégiera les produits locaux, et 34 % les produits bios.

Quel(s) type(s) de produit privilégieriez-vous après la période du Covid-19 ?



Méthodologie :

Etude RealTime réalisée du 7 au 22 juillet 2020 auprès de 3 020 personnes représentatives de la population nationale âgée de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas.