

FACE AU CORONAVIRUS, LES FRANÇAIS ONT-ILS CHANGÉ LEUR

QUOTIDIEN ? [lfop](#) – mars 2020

Charles

L'impact du coronavirus sur la fréquentation de certains lieux publics

Une désaffectation de certains lieux publics comme les bars ou les restaurants asiatiques

Le coronavirus a aussi un impact à la baisse sur la fréquentation des lieux publics susceptibles de se traduire par une certaine promiscuité ou des contacts physiques.

Au total, un Français sur quatre (25 %) a déjà évité de se rendre dans des lieux publics pour leurs loisirs ou leurs achats (ex : magasin, restaurant, bar, sport...) à cause du Coronavirus et ils sont à peu près autant (24 %) à envisager de les éviter prochainement : les lieux de vie les plus impactés étant les bars (21 %), les lieux d'activités de groupe (ex : sports collectifs) ou encore les restaurants asiatiques (14 %).

Confirmant les résultats d'une précédente enquête de l'lfop qui montraient notamment un fort niveau d'inquiétude à fréquenter des bars (49 %) ou des restaurants (32 %), cette étude montre un impact plus limité sur les déplacements professionnels (9 % chez les actifs occupés) et ceux liés à des motifs médicaux chez des professionnels de santé (9 %) ou dans une pharmacie (4 %).

Un impact probablement conséquent sur la mobilisation électorale au prochain scrutin municipal

Près de trois électeurs sur dix (28 %) sont susceptibles de ne pas se rendre dans un bureau de vote pour voter aux prochaines élections municipales à cause des risques de transmission du Coronavirus.

Le poids des seuls électeurs se disant « certains » de ne pas aller voter à cause du virus est certes plus restreint (16 % contre 12 % d'électeurs « probables » de ne pas aller voter) mais il n'en représente pas moins entre 6 à 8 millions d'électeurs si l'on extrapole ce taux sur la base des 44,3 millions d'inscrits en France métropolitaine (Source : Insee, Répertoire électoral unique, données au 14 février 2020).

A l'heure où le report du scrutin a été rejeté par le gouvernement, la crise sanitaire liée au Covid-19 pourrait donc jouer à la baisse sur la mobilisation électorale alors même que l'abstention avait déjà atteint en 2014 le niveau record des municipales sous la Ve République (36,43 % au premier tour et 38,3 % au second tour).

L'analyse détaillée des résultats montre que cette démobilisation n'affecterait pas de manière similaire toutes les catégories de l'électorat. Les électeurs les plus susceptibles de ne pas se rendre aux urnes sont surreprésentés chez les habitants de la région parisienne (25 %), les cadres et professions intellectuelles supérieures (28 %) ainsi que chez les jeunes de moins de 35 ans (23 %) et les étudiants (29 %). A l'inverse, les seniors, pourtant les plus exposés aux risques de transmission, sont moins nombreux (11 %) que la moyenne (16 %) à être « certains » de ne pas aller voter à cause du virus.

Enfin, politiquement, les électeurs de la droite s'avèrent les moins susceptibles de s'abstenir pour ce motif (23 % à 25 % des électeurs des candidats Lr et Dlf à l'élection présidentielle de 2017), contrairement aux électeurs situés aux deux extrêmes de l'échiquier politique qui sont beaucoup plus nombreux que la moyenne (28 %) à déclarer qu'ils ne comptent pas aller voter à cause du virus (31 % des électeurs lepénistes, 30 % des électeurs mélenchonistes).

L'impact du coronavirus sur les comportements d'hygiène et les rapports avec les autres

Une grande inertie dans l'adoption des bons gestes de prévention en matière d'hygiène

Malgré le martellement des messages de prévention sanitaire depuis plusieurs semaines, force est de constater que les mauvaises habitudes des Français en matière d'hygiène corporelle restent très similaires à celles que l'lfop avait pu observer fin janvier avant l'éclatement de la crise.

Les Français appliquent à peine plus qu'avant les bons gestes de prévention : ils sont seulement 72 % à se laver systématiquement les mains après être allés aux Wc (+ 1 point par rapport au 31 janvier), 54 % avant de passer à table (+ 5 points) et 47 % après avoir pris les transports (+ 2 points). Et la mise en perspective historique de ces données avec celles des trente dernières années confirme l'idée selon laquelle il est très difficile d'éliminer du jour au lendemain les mauvaises habitudes en la matière.

De même, seuls un quart des Français déclarent se laver les mains systématiquement après s'être mouchés (25 %) et 42 % à penser à se couvrir avec un bras ou un mouchoir lorsqu'ils toussent ou éternuent ou à cracher dans un mouchoir unique, signe de l'impact encore limité des messages de prévention diffusés depuis des semaines sur le sujet.

La bise ou le serrage de mains... des rites de salutation qui restent encore bien ancrés dans les comportements des Français.

Les recommandations des autorités sanitaires en matière de contacts physiques sont également loin de faire l'objet d'un respect strict de la part des Français : à peine un quart d'entre eux (25 %) déclarent ne pas serrer la main aux inconnus pour se présenter et seulement 9% ne font pas la bise à leurs proches.

En matière de civilité, la proportion de Français s'exposant à des risques de contamination en continuant par exemple à serrer la main pour se présenter/saluer est très forte : 75 % le font à des inconnus (dont 11 % de manière systématique) et 85 % à des proches (dont 26 % de manière systématique).

De même, faire la bise à ses proches reste un rite de salutation profondément ancré dans les habitudes des Français – 91 % le font toujours dont 31 % de manière systématique –, en particulier chez les jeunes de moins de 25 ans (63 % le font, contre 23 % des seniors) et les habitants du Sud Ouest (53 %, contre 34 % des Franciliens).

L'impact du coronavirus sur les comportements d'achat

26 % des Français ont déjà effectué des achats de précautions (ex : pâtes, masques, gel hydro-alcoolique...) à cause du Coronavirus et ils sont autant (25 %) à envisager d'en éviter prochainement.

Et dans le détail des résultats, ils sont plus précisément 18 % à avoir acheté plus qu'à l'accoutumée du savon ou du gel hydro-alcoolique, 11% des produits alimentaires (riz, pâtes...), 8 % des masques de protection et 7 % des médicaments.

Sur ce plan, les achats de précautions sont particulièrement le fait des jeunes de moins de 25 ans (45 %), des habitants de la région parisienne (30 %) et des personnes ayant des proches ayant déjà fait l'objet d'une mesure de confinement ou de quarantaine (49 %).

Méthodologie

Étude Ifop pour Charles.co publiée en exclusivité par 20 Minutes réalisée le 5 mars auprès d'un échantillon national représentatif de 1000 Français âgés de 18 ans et plus