

REINVENTER LA FRANCE – MODES DE VIE ET ATTENTES DES FRANÇAIS

APRES CETTE CRISE INEDITE, [lfop](#) – juillet 2020

La Tribune – Europe 1

Le sondage lfop pour La Tribune-Europe 1- Public Sénat « Réinventer la France » scrute la France d'après Covid-19, une France qui aspire à des transformations profondes des modes de vie sur fond de sentiment d'état d'urgence social et économique.

Les Français restent vigilants à l'égard du virus et prennent des précautions

Près de huit Français sur dix se sentent capables de reprendre un confinement strict (79 %), 60 % se sentent même tout à fait capables de le faire dans les mêmes conditions qu'en mars et avril. Les personnes dont l'activité a été impactée par la crise se positionnent assez logiquement en dessous de cette moyenne : en effet les artisans et commerçants (47 %) et dirigeants d'entreprise (48 %) estiment plus difficile la reprise d'un confinement strict. Notons par ailleurs que les personnes vivant en agglomération parisienne se montrent également bien plus timorés (47 %).

Près de la moitié des Français déclare qu'ils ne partiront pas en vacances cet été (46 %). Un nombre qui doit être mis en perspective : plus de six Français sur dix sont partis en vacances ces dernières années[1]. Le changement majeur concerne les départs à l'étranger : seuls 9 % des sondés déclarent qu'ils partiront en vacances à l'étranger dans les pays où ils seront autorisés à se rendre contre 24% en 2015. A l'inverse, la destination « France » semble susciter un peu plus d'intérêt six semaines après le déconfinement (45 % ; + 7 points par rapport à mai 2020).

S'agissant de leur façon de se déplacer, les Français se montrent prêts à favoriser la marche ou le vélo plutôt que les transports en commun (36 %) ou la voiture (32 %). L'achat d'un vélo ou d'une voiture électrique sont moins poussés par le déconfinement : 17 % des Français déclarent avoir davantage envie de se procurer un vélo électrique qu'avant la crise sanitaire, 14 % opteraient davantage pour une voiture électrique qu'avant le confinement.

Il y aura bien un monde « Après » Covid 19, et notamment dans le quotidien des Français

La consommation au cœur des aspirations au changement. Un tiers des Français souhaite changer de mode de vie suite au confinement (34 %) notamment les plus jeunes (59 % des 18-24 ans), les professions libérales et cadres supérieurs (41 %) et intermédiaires (40 %) ainsi que les habitants d'agglomération parisienne (45 %).

Le mode de consommation est la première chose que les Français aimeraient changer dans leur mode de vie (60 %). Ils projettent corollairement une forte répercussion du Covid-19 sur ce sujet : 60 % des Français estiment qu'il y aura un « après Covid 19 » s'agissant de leur manière de consommer, et notamment les femmes (65 vs 54 % pour les hommes) et les Csp modestes (72 %).

Pour autant, et alors que la crise sanitaire a remis sur le devant de la scène l'intérêt de productions nationales, les Français ne sont pas plus séduits qu'avant par le Made in France : en effet, 74 % d'entre eux se déclarent prêts à payer plus cher un produit fabriqué en France, un chiffre stable depuis 2011. On peut ainsi aisément en déduire qu'il n'y a pas eu « d'effet Covid », en ce que les produits importés – notamment de Chine – semblent toujours trouvés preneurs auprès d'un quart des Français (26 %).

Méthodologie

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 1 005 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 18 au 19 juin 2020