



Les Français et leur budget « sortie de crise » : cigales ou fourmis ?

Juin 2021

“opinionway”

15 place de la République 75003 Paris



Sofinscope
LE BAROMÈTRE DE LA CONSO ET DU QUOTIDIEN
PAR SOFINCO

Eléonore Quarré
Directrice d'études
equarre@opinion-way.com

Jessie Marius
Cheffe de projet
jmarius@opinion-way.com

“ LA MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie



Echantillon de **1012 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **les 26 et 27 mai 2021**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des **marges d'incertitude** : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Sofinco »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE, Bilan démographique 2015.



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord ouest	23%
	Nord est	23%
	Sud ouest	11%
	Sud est	25%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	5%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	Catégories populaires	29%
	Employés	16%
	Ouvriers	13%
	Inactifs	43%
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	23%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



LES RÉSULTATS

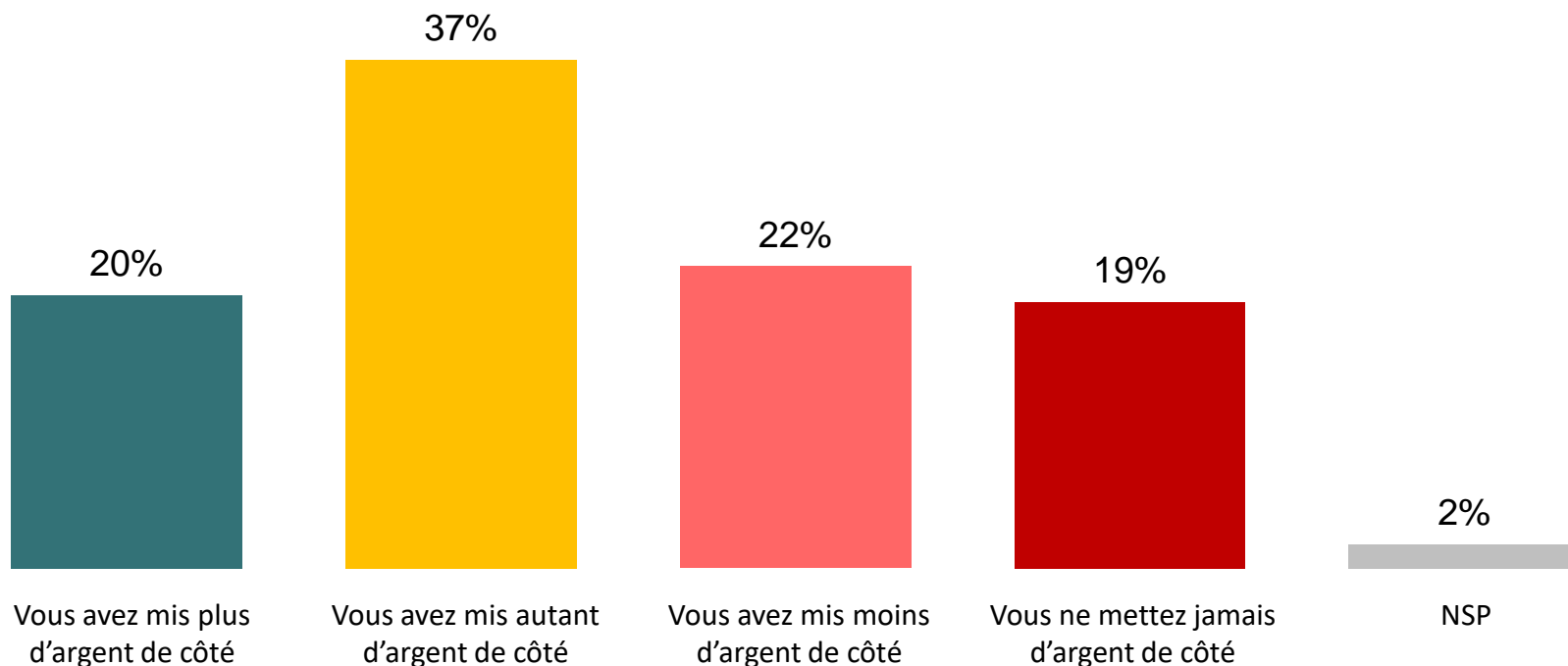


L'épargne depuis le début de la crise sanitaire



Q. Depuis le début de la crise sanitaire en mars 2020, avez-vous mis plus ou moins d'argent de côté qu'auparavant ?

79% *A mis de l'argent de côté*





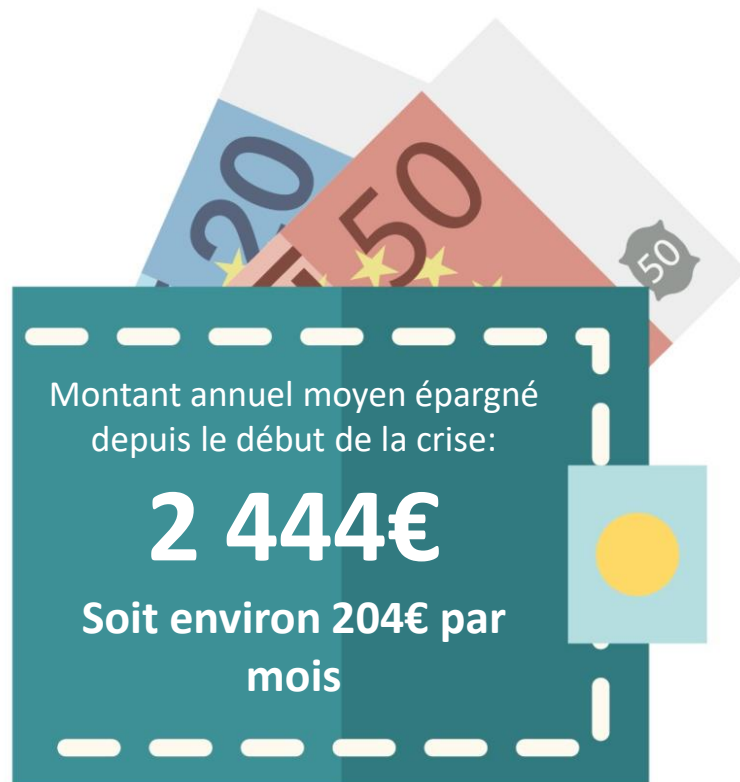
Les sommes épargnées depuis le début de la crise sanitaire



Q. Plus précisément, quelle somme en moyenne avez-vous épargnée depuis le début de la crise sanitaire en mars 2020 ?

Question posée uniquement à ceux qui ont mis de l'argent de côté, soit 79% de l'échantillon

Question ouverte numérique, réponses spontanées



- 4 503€** Les foyers dont le revenu mensuel net est supérieur ou égal à 3500€
- 3 778€** Les cadres
- 2 932€** Les Français âgés de 65 ans et plus
- 2 040€** Les employés et les ouvriers
- 1 952€** Les femmes
- 1 737€** Les jeunes de moins de 35 ans

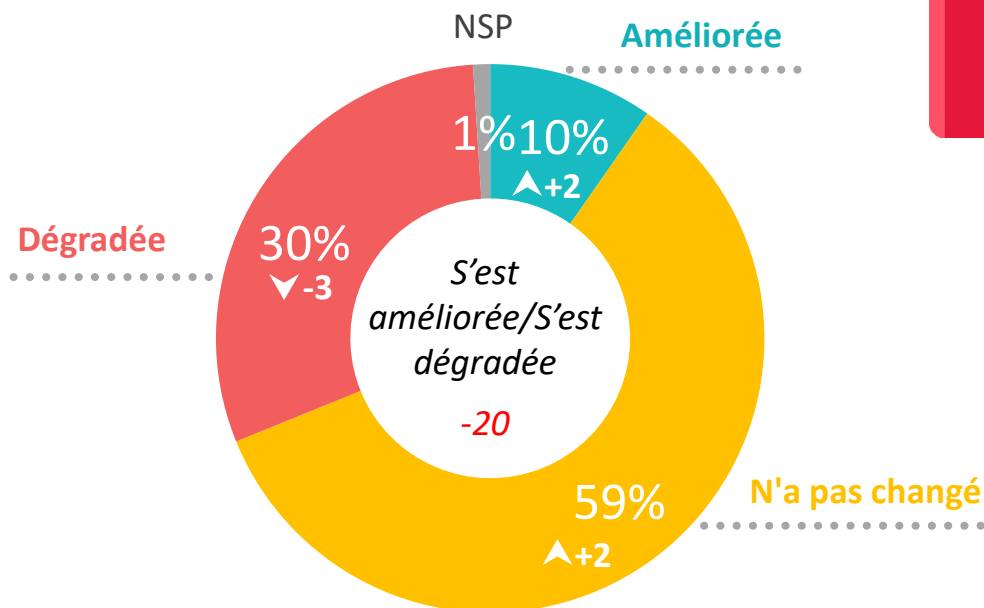


L'évolution de la situation financière depuis le début de la crise sanitaire

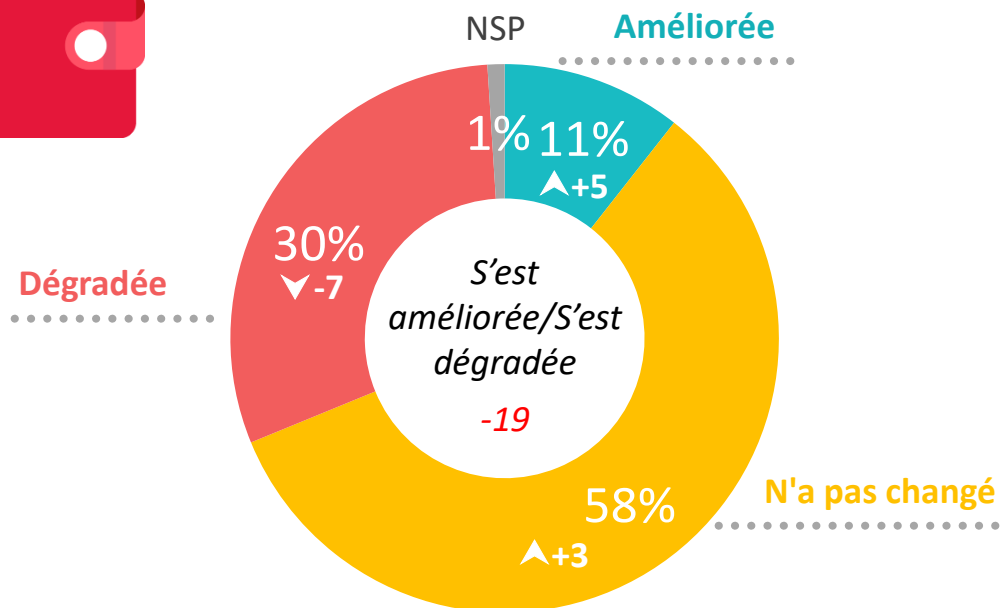


Q. Plus largement, diriez-vous que depuis le début de la crise sanitaire votre situation financière s'est améliorée, dégradée ou n'a pas changé ?

Votre situation financière personnelle



La situation financière de vous



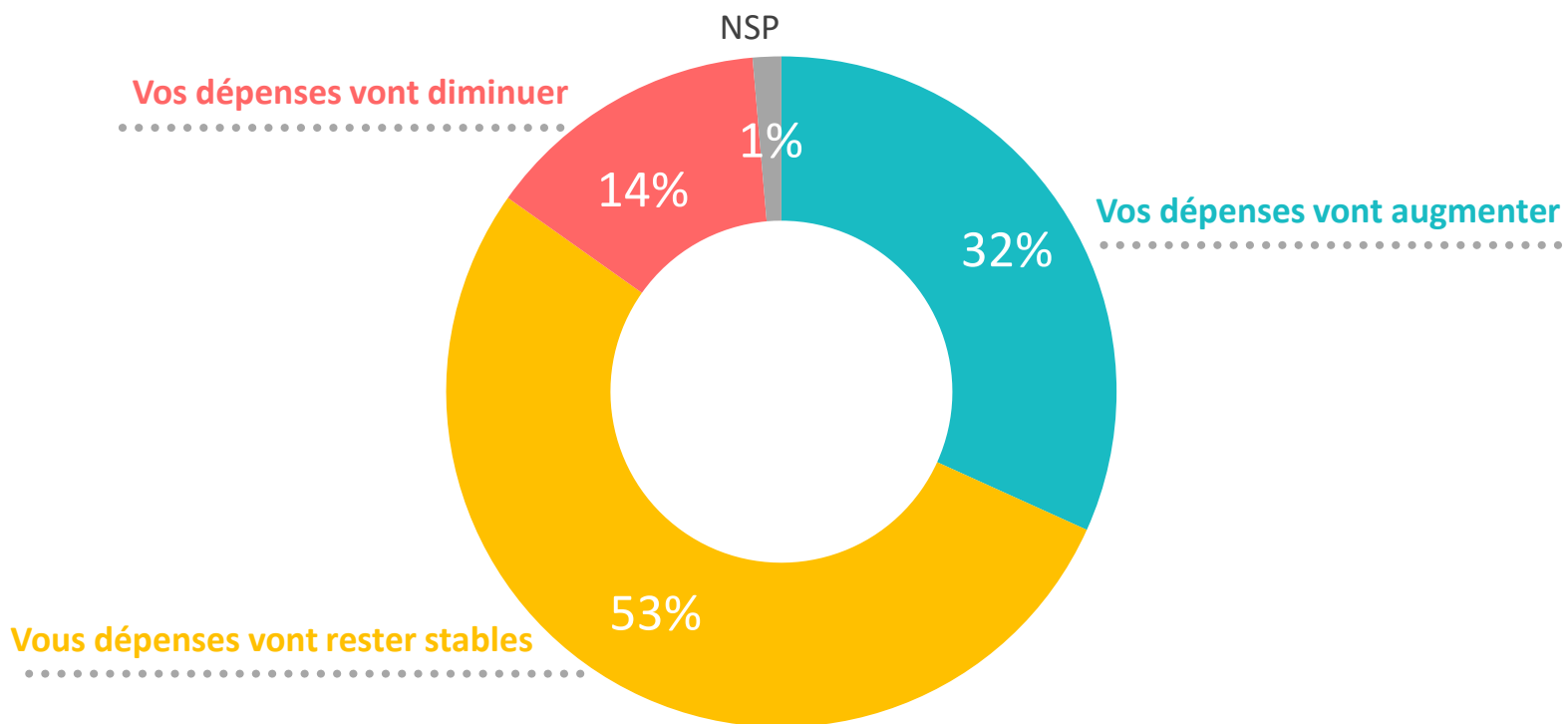
▲▼ : évolutions depuis avril 2020 - Plus largement, diriez-vous que durant cette période de confinement votre situation financière s'est améliorée, dégradée ou n'a pas changé ?



L'évolution des dépenses avec le déconfinement



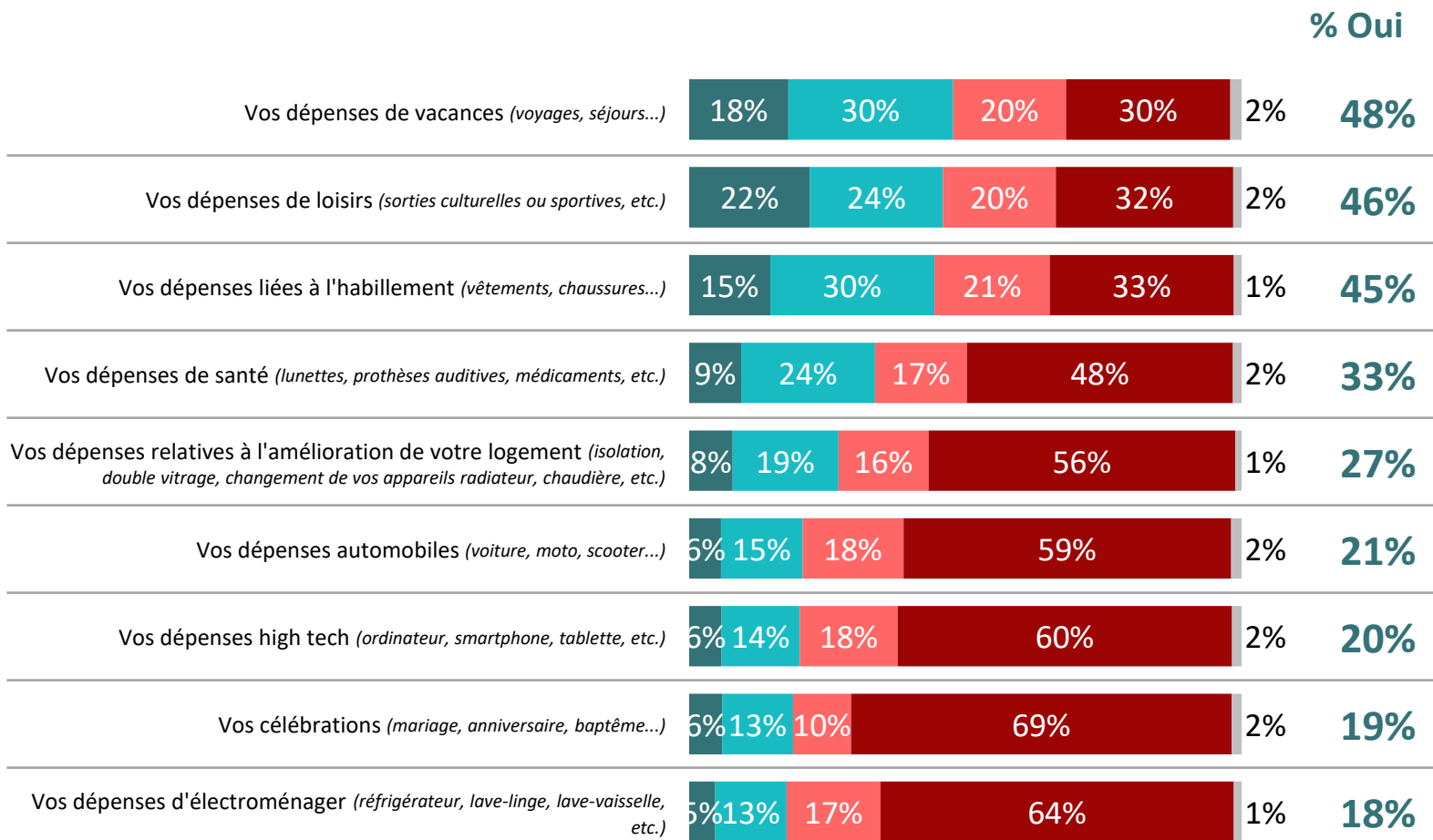
Q. Maintenant que vous n'êtes plus confiné(e), pensez-vous que vos dépenses vont augmenter, vont diminuer ou vont rester stables ?





Les dépenses prévues dans les prochains mois

Q. Au sein de votre foyer, avez-vous l'intention de faire chacune des dépenses suivantes dans les prochains mois ?



40%

Ont reporté au moins une dépense à cause du confinement et ont l'intention de la réaliser

75%

Ont l'intention de réaliser au moins une de ces dépenses

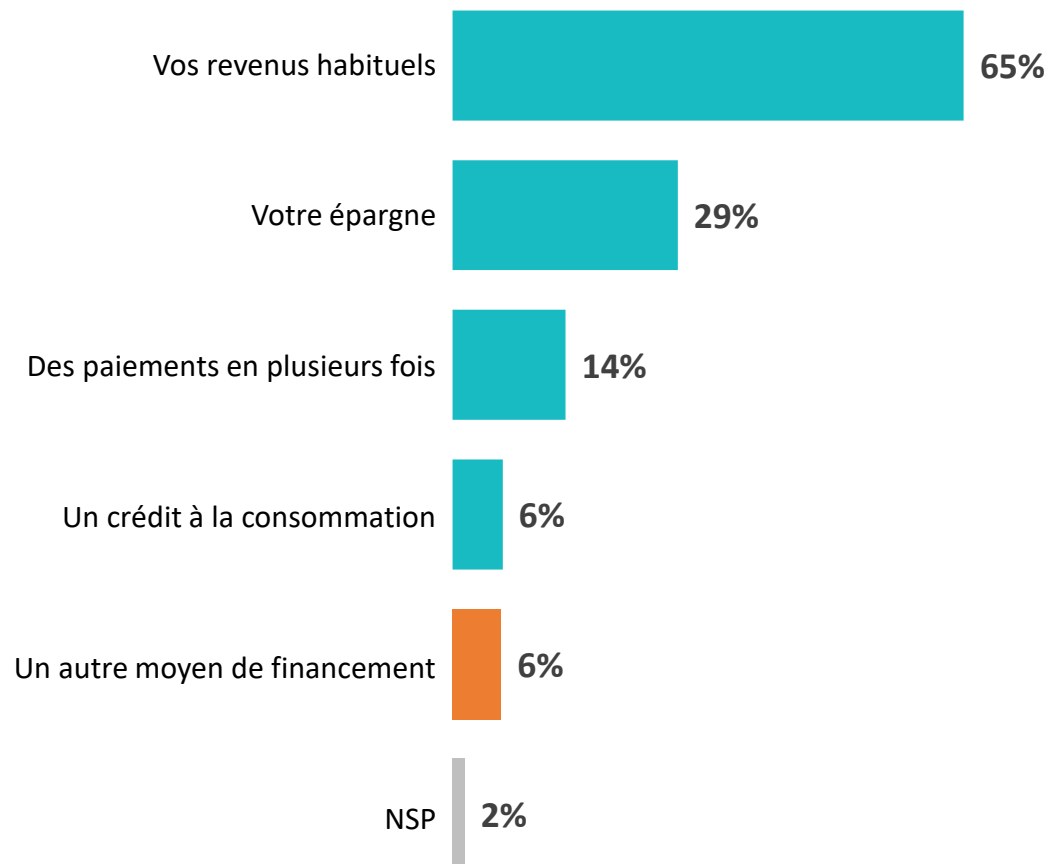




Le moyen de financement des dépenses à venir

Q. Comment avez-vous l'intention de financer vos dépenses dans les prochains mois ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



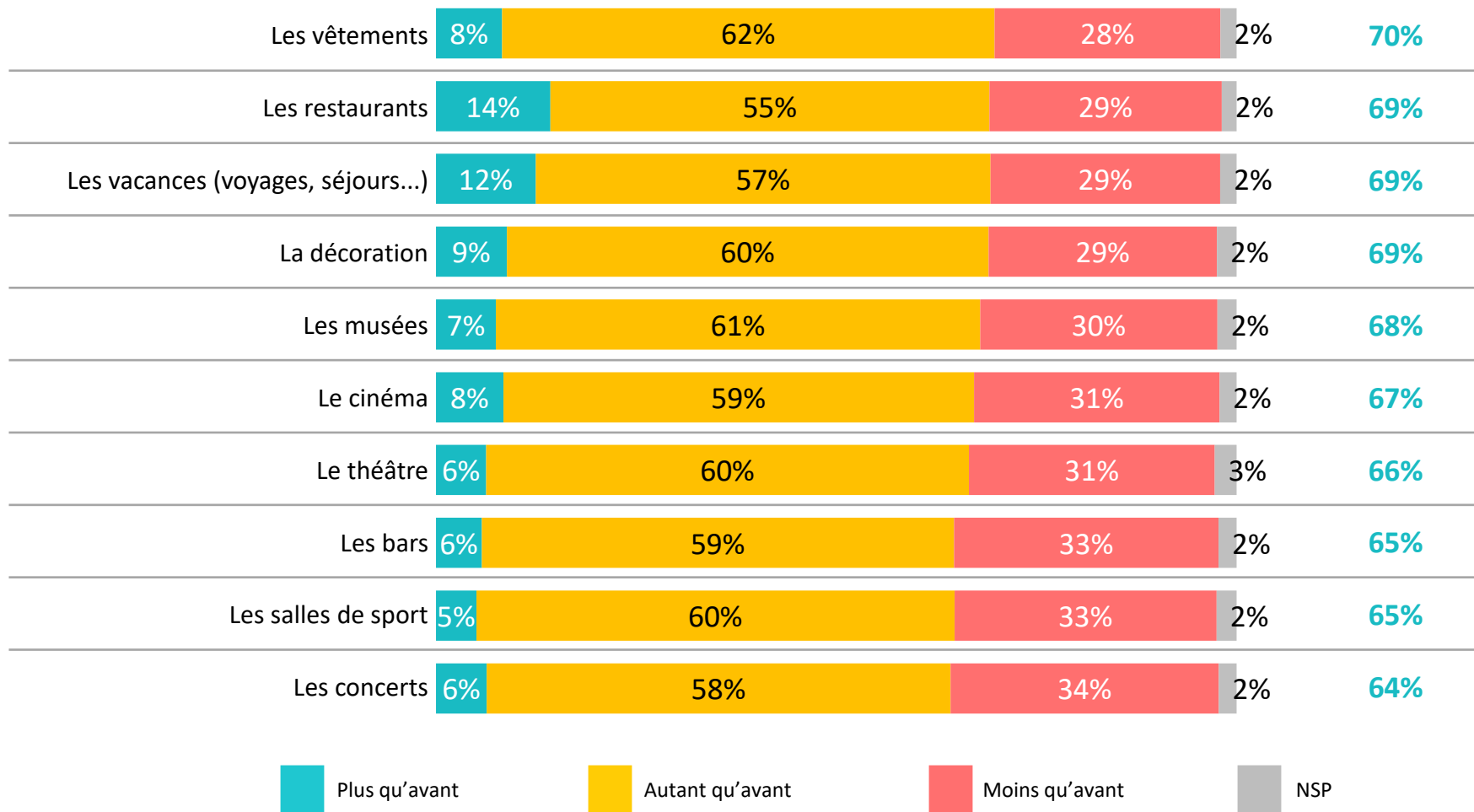


L'évolution des dépenses par rapport à avant la crise sanitaire

Q. Pour chacun des postes de dépense suivants, envisagez-vous de dépenser plus, autant ou moins que ce que vous dépensiez avant la crise sanitaire ?



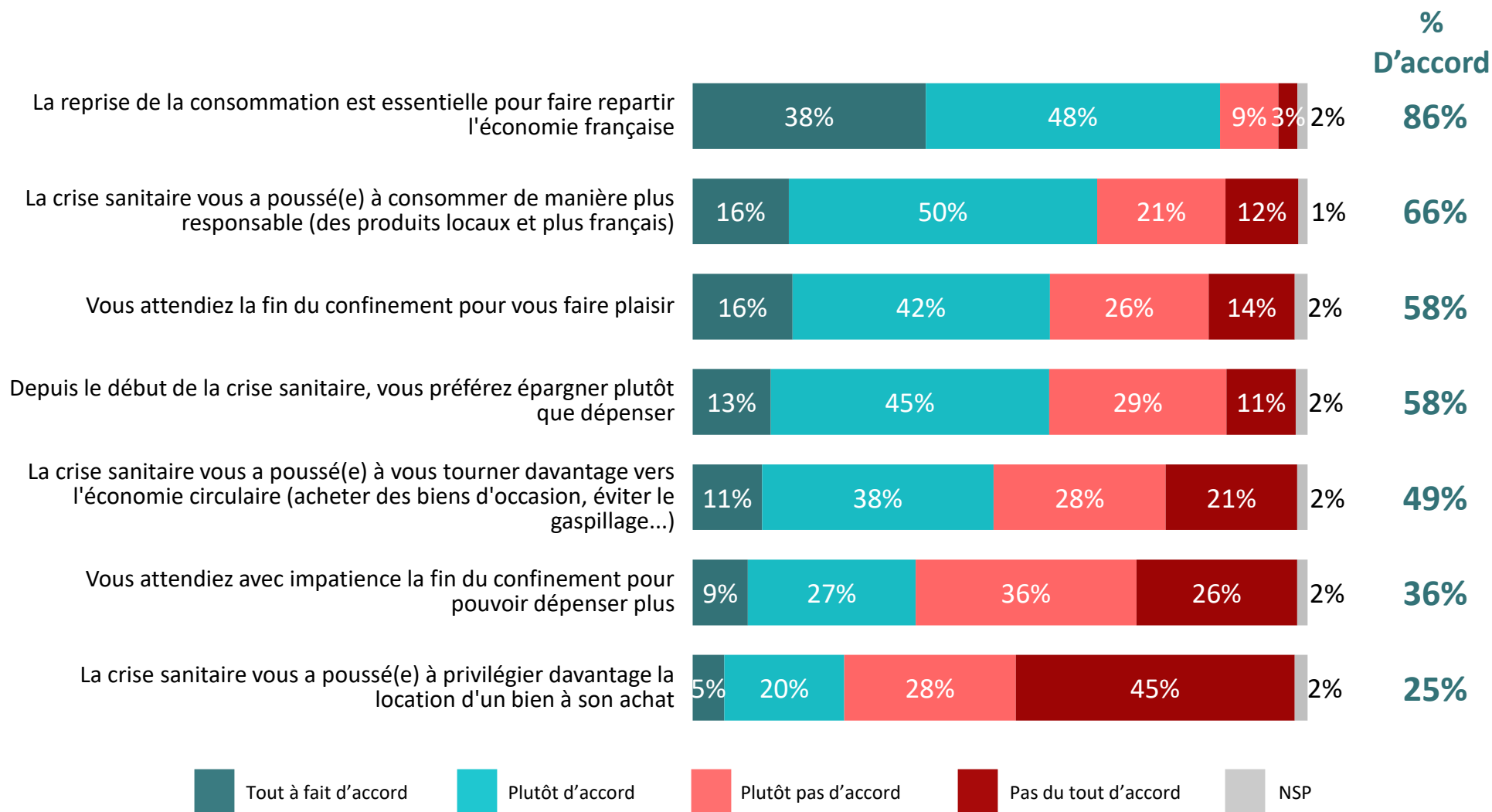
% Plus ou
autant qu'avant





L'opinion sur la consommation depuis le début de la crise

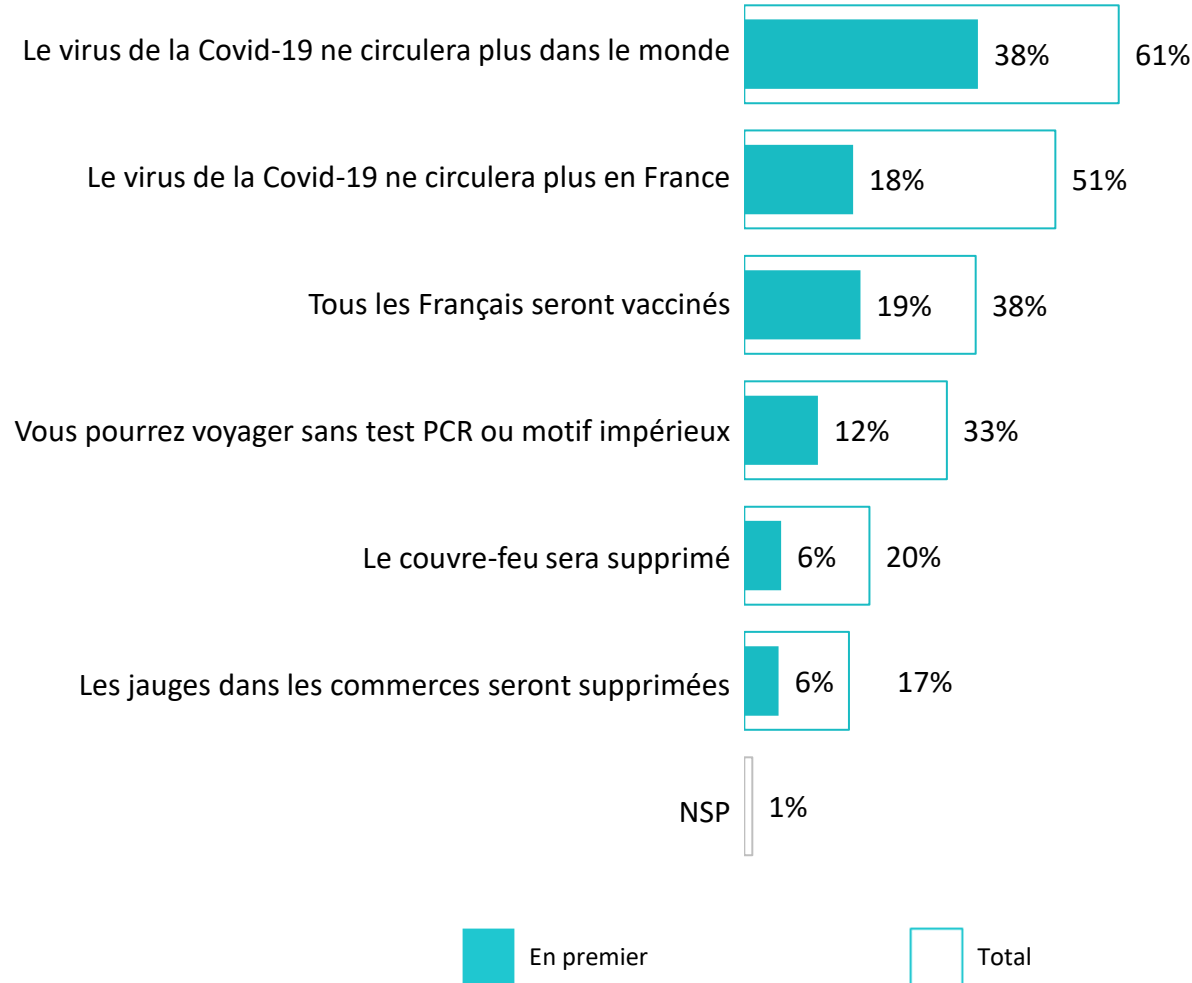
Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ?





L'événement marquant la fin de la crise sanitaire

Q. Pour vous, la crise sanitaire qui a débuté en mars 2020 sera terminée quand... ?



WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



Rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études
dans votre boîte mail en vous abonnant à notre
[newsletter !](#)