



*Département Opinion
et Stratégies d'Entreprise*

pour



**Le Journal
du Dimanche**

Baromètre de la consommation des ménages - Vague 1 -

N° 18133

Contacts : Frédéric Dabi/

Bénédicte Simon

frederic.dabi@ifop.com

benedicte.simon@ifop.com

Février 2010

1- Méthodologie

2- Résultats de l'étude

A- Indicateurs de moral

6

B- Module thématique

11

1 | Méthodologie

Etude réalisée par l'Ifop pour	Cetelem / Le Journal du Dimanche
Echantillon	<p>Echantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.</p> <p>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.</p>
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).
Dates de terrain	Du 2 au 4 février 2010

2 | Résultats de l'étude

A | Indicateurs de moral

Le niveau d'optimiste des Français

Question : Quel est votre niveau d'optimisme concernant... ?

Merci de donner une note de 0 à 10, 0 signifiant que vous êtes très pessimiste, et 10 que vous êtes très optimiste. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.

Note moyenne sur 10

Votre situation personnelle



6,8

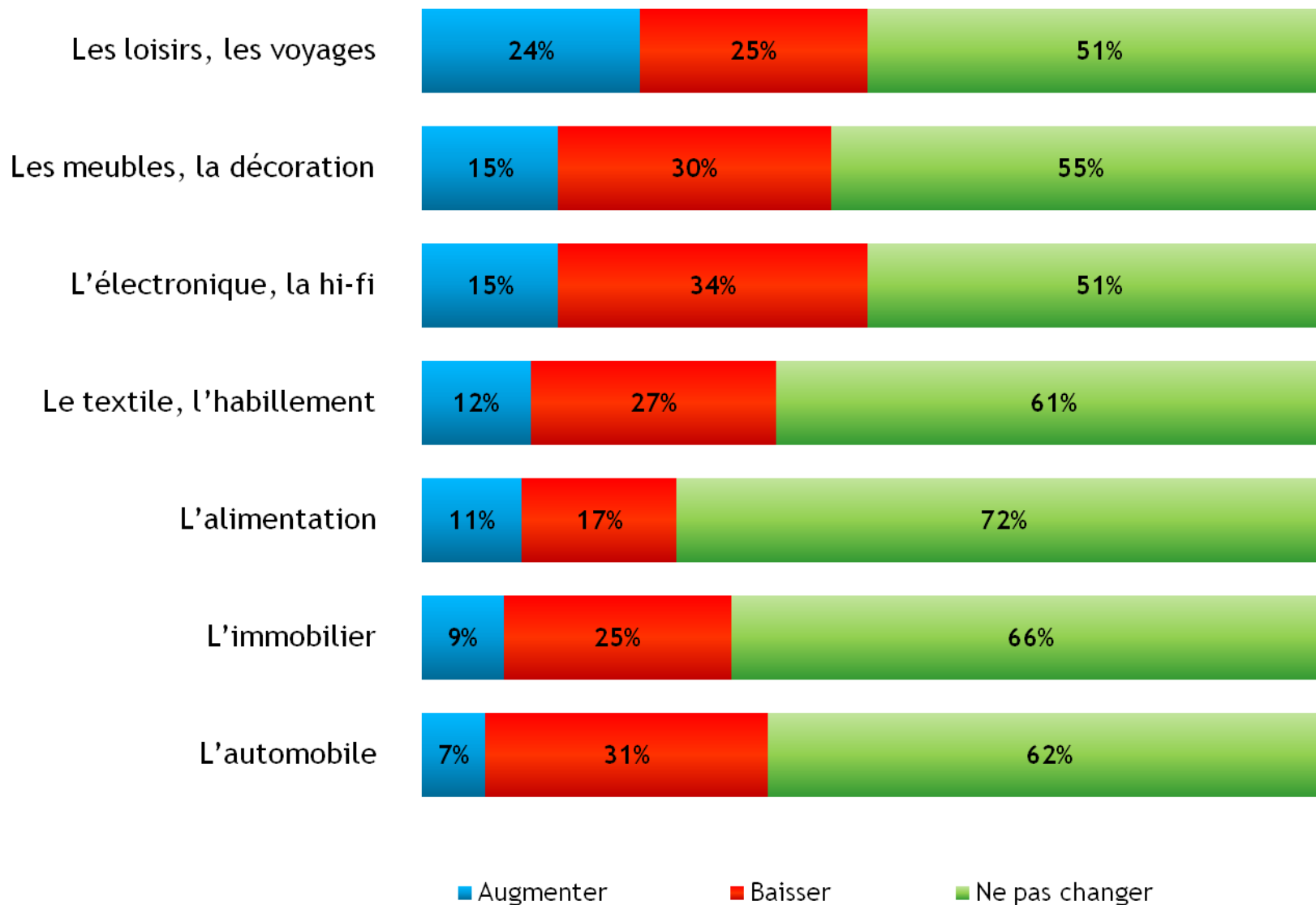
La situation de la France



4,9

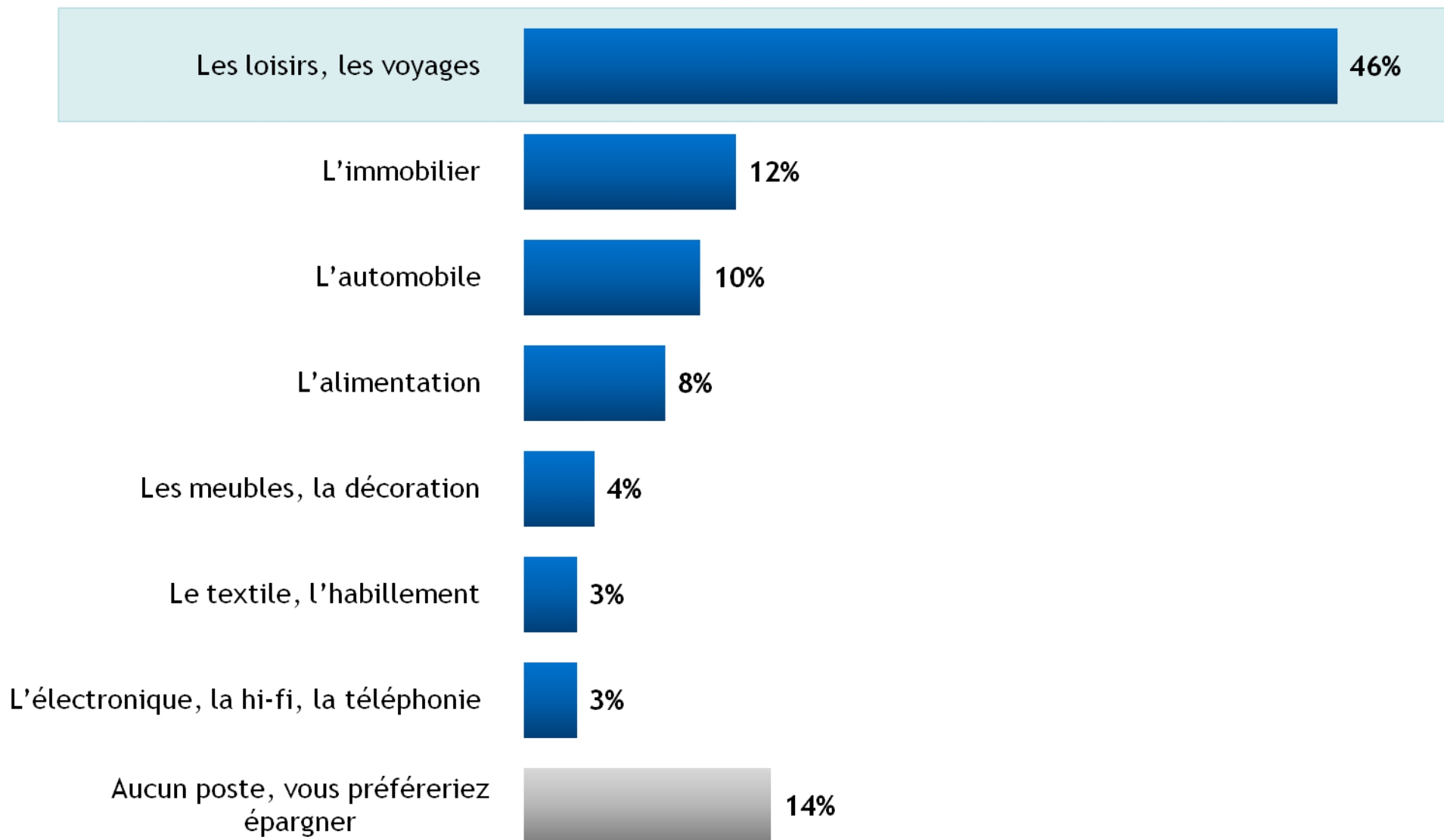
L'évolution des dépenses consacrées à différents postes de consommation

Question : Pour chacun des postes de consommation suivants, avez-vous l'intention dans les mois qui viennent d'augmenter vos dépenses, de baisser vos dépenses ou de ne pas changer le niveau de vos dépenses ?



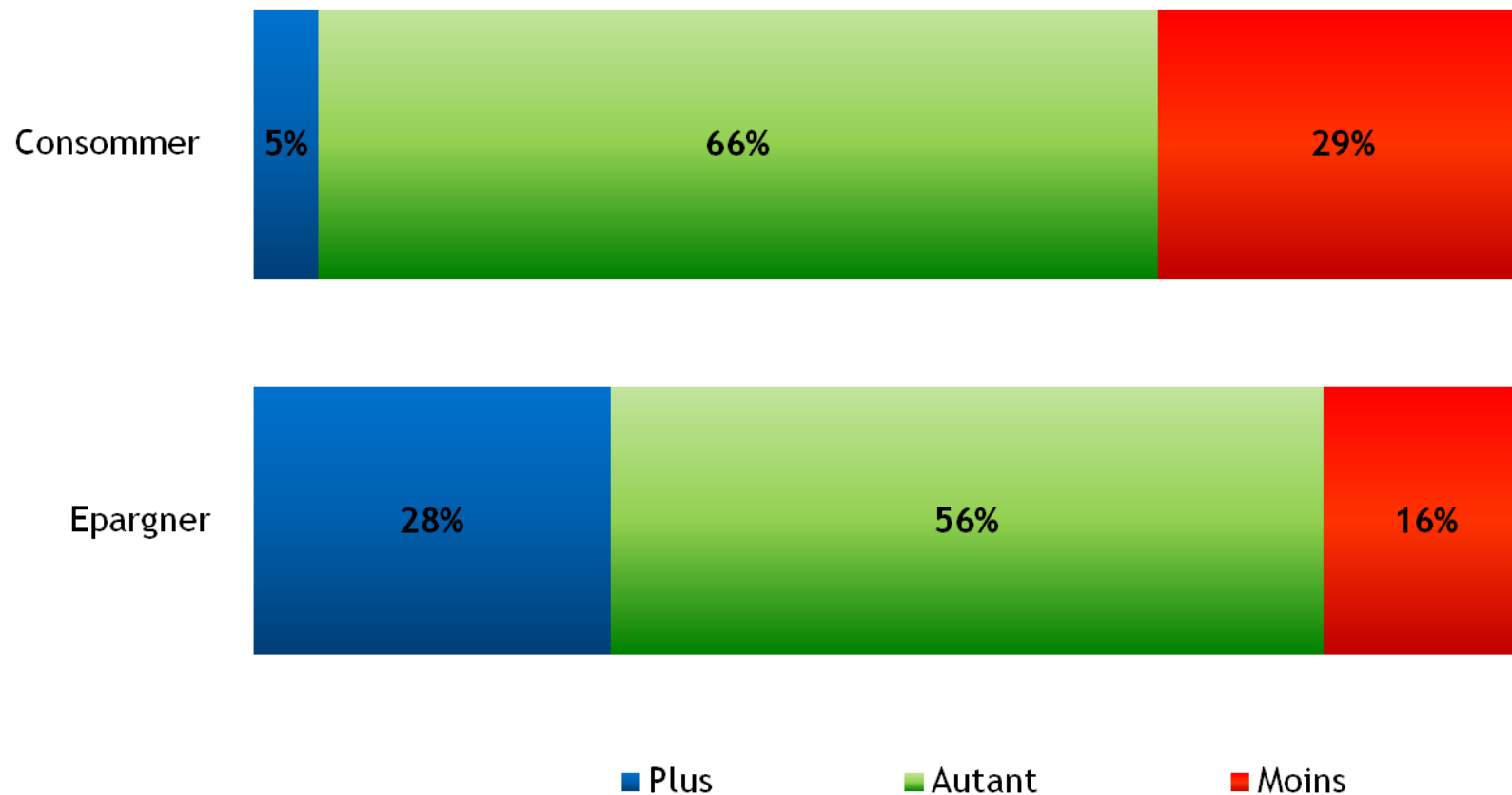
Le poste de consommation privilégié en cas de hausse du pouvoir d'achat

Question : Si demain votre pouvoir d'achat devait augmenter, quel poste de dépense parmi les suivants préféreriez-vous augmenter en priorité ?



Les perspectives de consommation et d'épargne

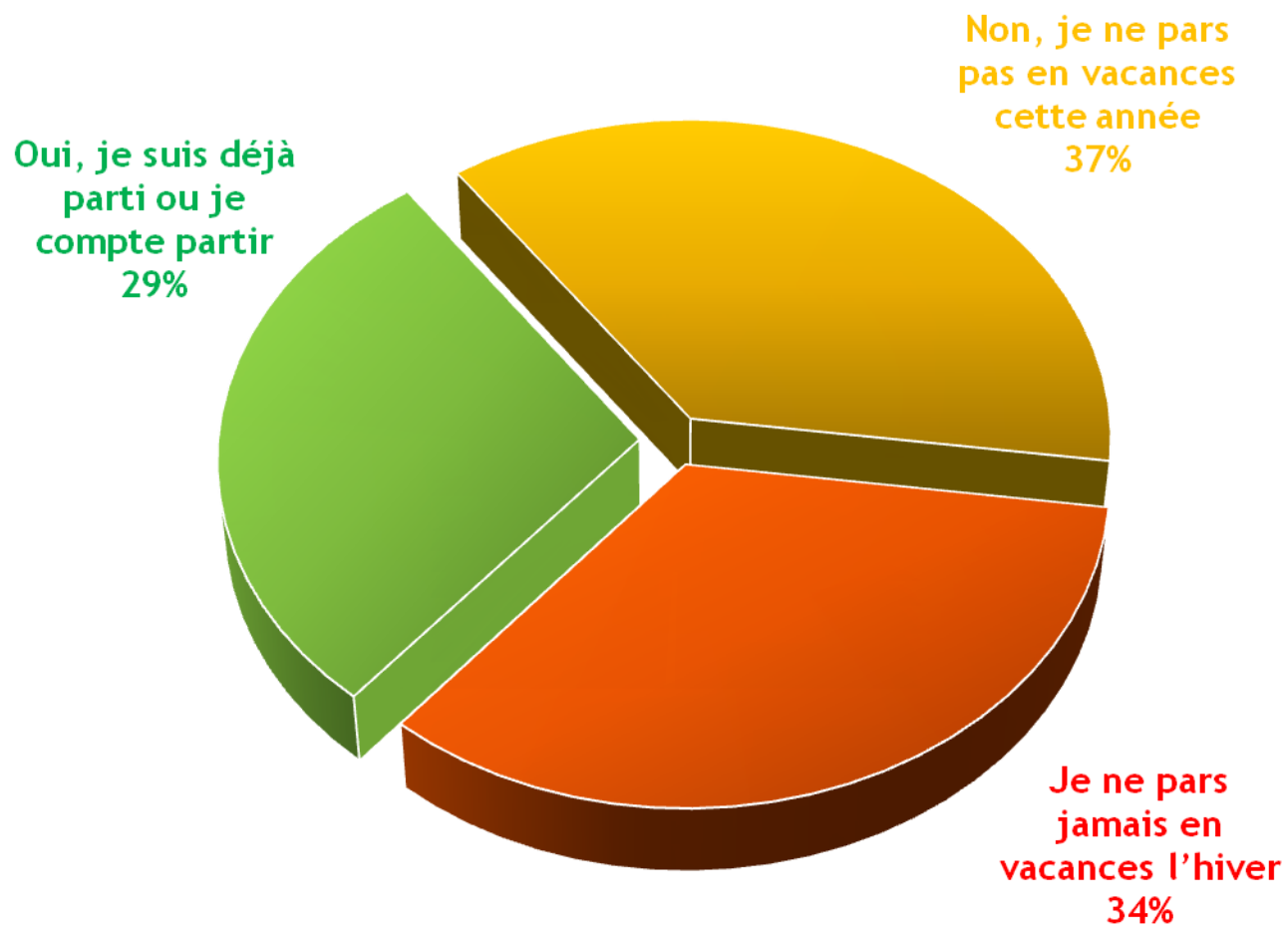
Question : Dans les mois qui viennent, avez-vous l'intention de consommer / d'épargner plus, autant ou moins qu'actuellement ?



B | **Module thématique**

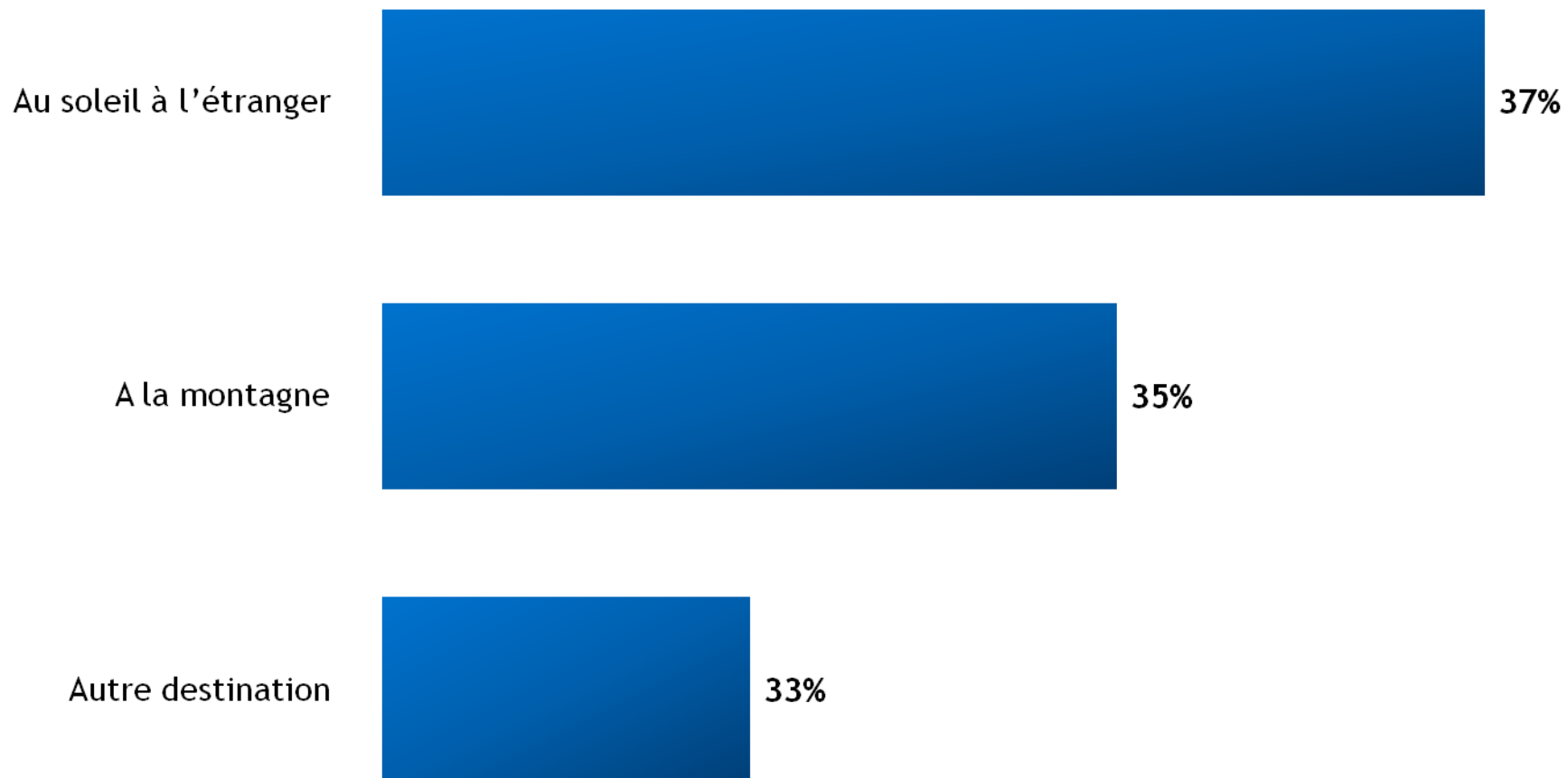
L'intention de partir en vacances d'hiver

Question : *Cet hiver, avez-vous l'intention de partir en vacances ?*



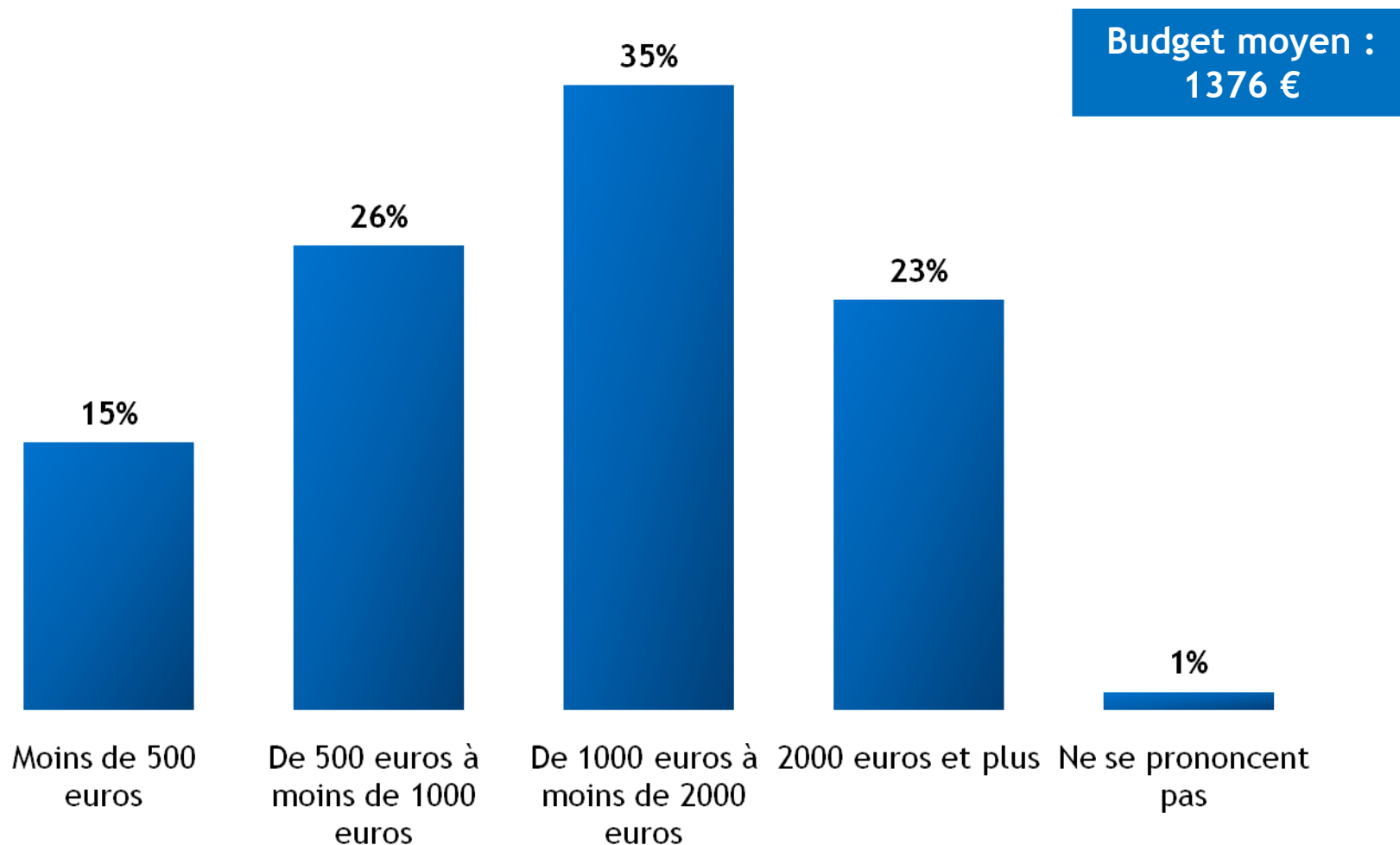
Les destinations des Français pour les vacances d'hiver

Question : Et où êtes-vous parti / comptez-vous partir en vacances ?



Le budget consacré aux vacances d'hiver

Question : Quel budget au total pour vous et votre famille avez-vous consacré / allez-vous consacrer à ce séjour en vacances ?



Frédéric DABI

Directeur de département

Département Opinion et Stratégies d'entreprise

☎ 01.72.34.94.19

Ifop
6-8 rue Eugène Oudiné
75013 Paris
☎ 01 45 84 14 44
www.ifop.com

A propos du Groupe Ifop :

L'Ifop est depuis 1938 un des pionniers et l'un des leaders sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing. Au delà de ses 3 pôles métiers (omnibus, panels, phone city), l'Ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonance avec les mutations de la société et des marchés: Opinion et Stratégies d'entreprise; Consumer centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien être; les Services articulés autour de 3 secteurs à fort potentiel, l'énergie, la banque et l'assurance et la mobilité; les Médias et le Numérique; et la Santé qui compte une organisation Global Healthcare.

A propos du Département Opinion et Stratégies d'entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'usagers, d'épargnants, d'internautes...