



#1 WEBINAR

La société de l'après :

Quelles mutations anticiper ?

Politique

Sociologie

Consommation

IFOP@HOME
LES RENDEZ-VOUS AVEC LES EXPERTS IFOP

28 AVRIL 2020 | 11h-12h



#1 WEBINAR

La société de l'après : Quelles mutations anticiper ? Politique, sociologie, consommation



Session introduite, animée et modérée par **Stéphane Truchi**
(Président du Directoire Ifop)



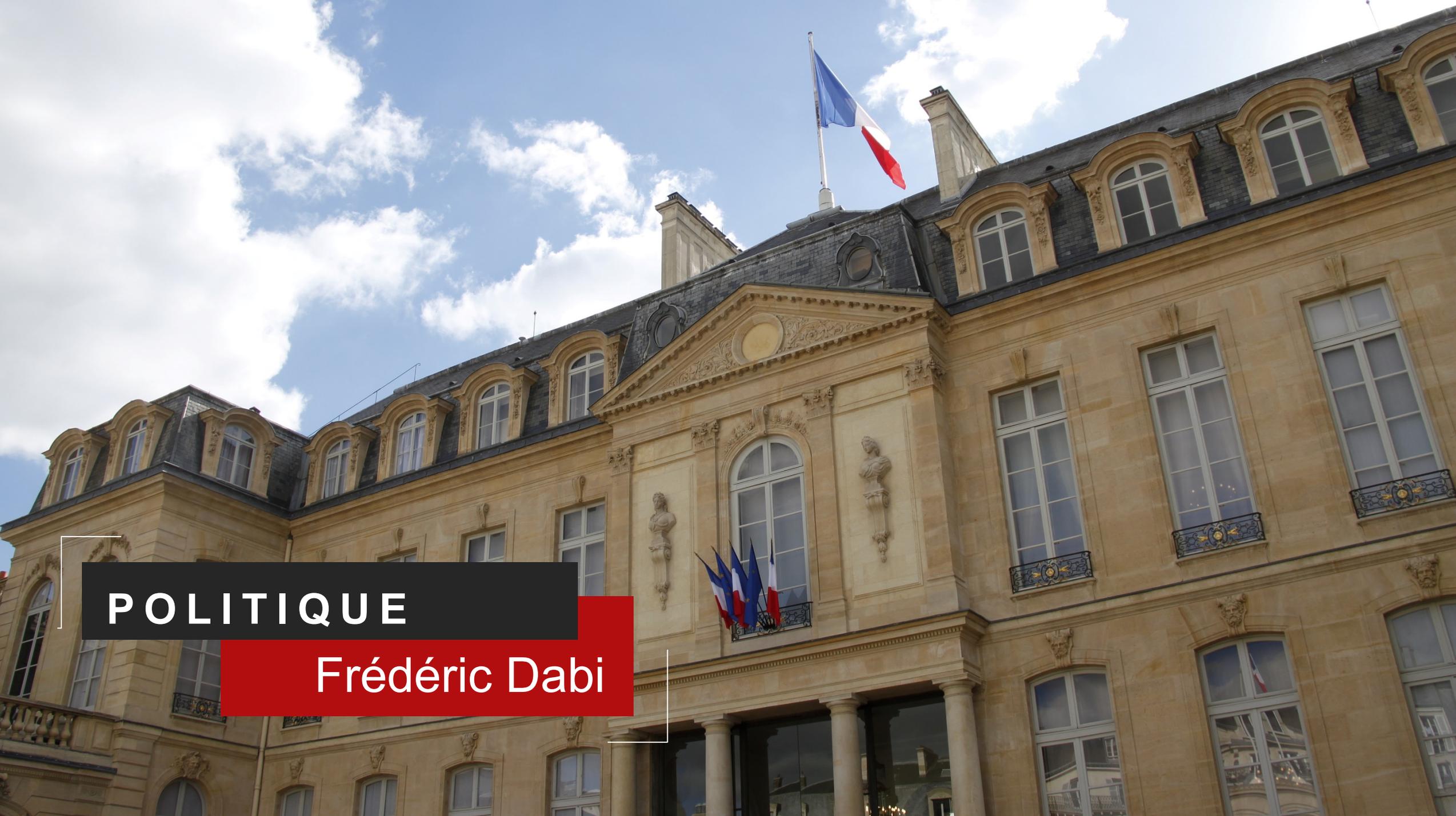
[Le Politique] Passer l'épreuve du 11 mai pour l'exécutif avec **Frédéric Dabi**, Directeur Général Adjoint Ifop



[Le Sociétal] De l'urgence sanitaire à l'urgence sociale et économique avec **Jérôme Fourquet**, Directeur du pôle Opinion Ifop



[La Consommation] Impact du confinement sur les tendances de consommation avec **Rémy Oudghiri**, Directeur Général Sociovision - Groupe Ifop



POLITIQUE

Frédéric Dabi

L'Opinion et la gestion de la crise du Covid-19 par l'exécutif : regards, ruptures et continuités avec les crises passées



Des Français surinformés, cherchant via une conso médiatique effrénée à comprendre la crise....

Les sujets de conversation des Français



% de réponses « Oui »

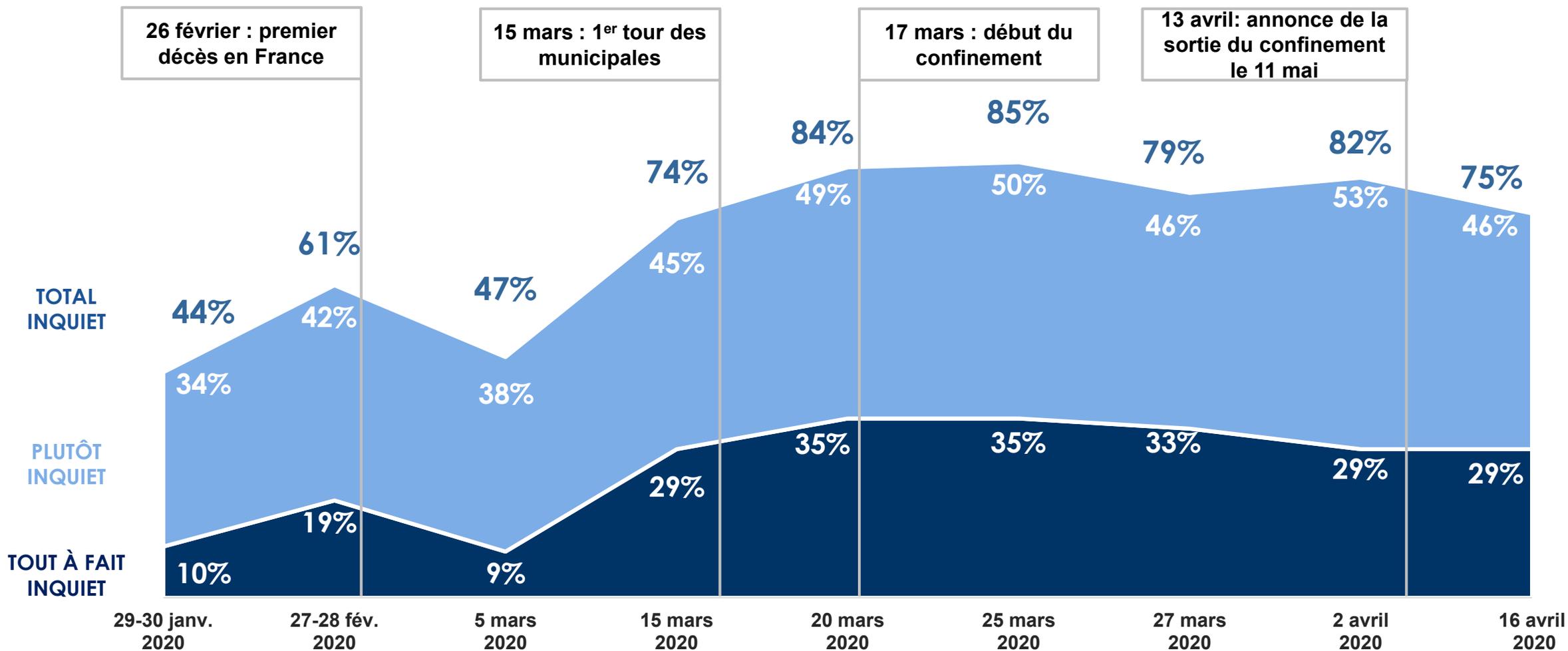
#1 WEBINAR

La société de l'après : quelles mutations anticiper ?

Politique, sociologie, consommation

Mais rupture avec les schémas passés : la bonne voire la sur-information ne parvient pas à faire descendre ou canaliser le fort niveau d'inquiétude

Le niveau d'inquiétude des Français



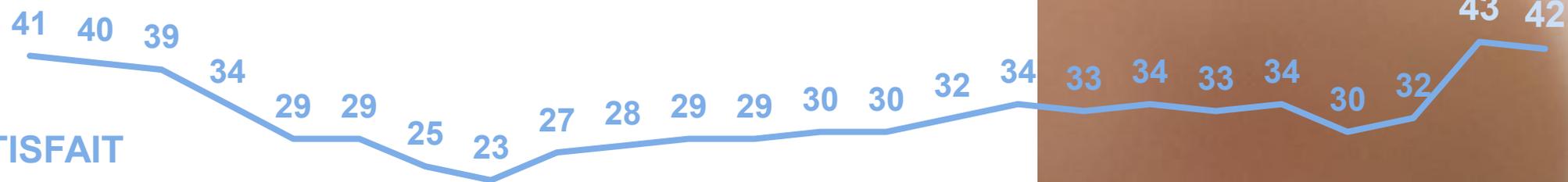
Comme pour toute crise un effet « drapeau » qui profite au couple exécutif

L'évolution de la cote de popularité d'Emmanuel Macron

MÉCONTENT



SATISFAIT



Mais un phénomène de dissociation entre la popularité présidentielle et un regard particulièrement sévère sur la gestion de la crise au jour le jour

Proportion de Français estimant que le gouvernement...

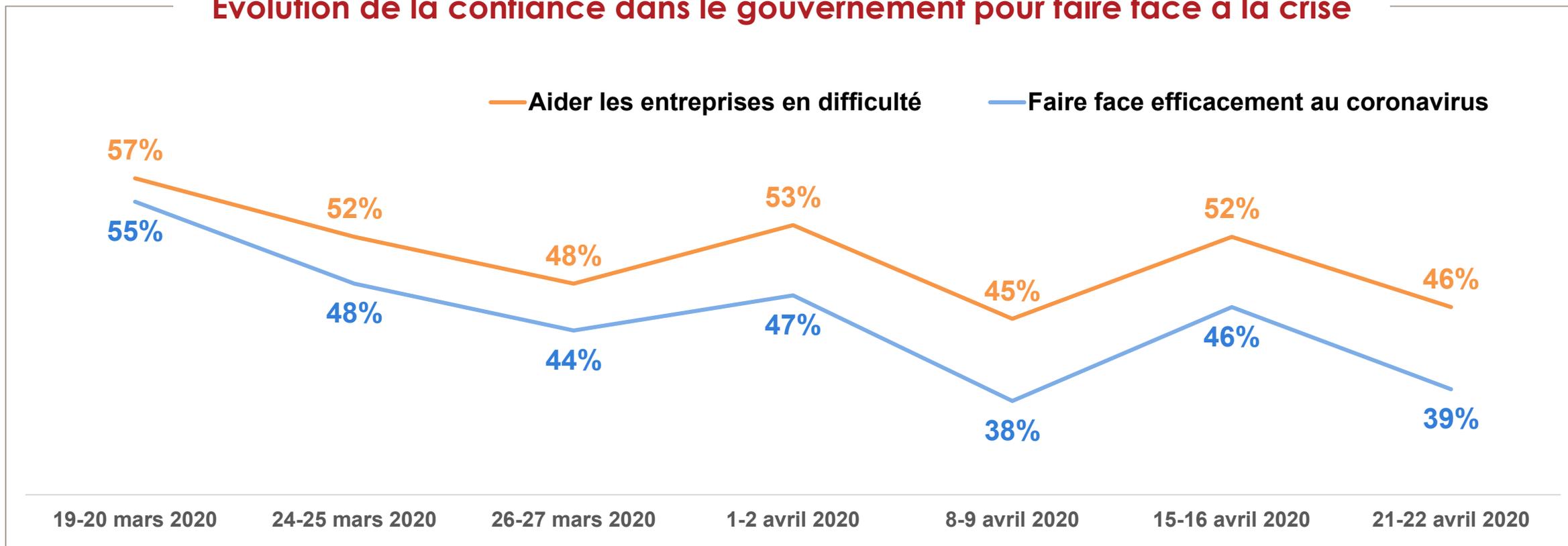
En %	Ens. des Français 29-30 jan. 2020	Ens. des Français 27-28 fév. 2020	Ens. des Français 15 mars 2020	Ens. des Français 19-20 mars 2020	Ens. des Français 26-27 mars 2020	Ens. des Français 1-2 avril 2020	Ens. des Français 8-9 avril 2020	Ens. des Français 15-16 avril 2020	Ens. des Français 21-22 avril 2020
A caché certaines informations	45	57	64	64	72	73	81	75	74
Donne tous les moyens aux infrastructures et professionnels de santé pour lutter contre ce virus		47	54	39	34	37	30	41	35
A communiqué de manière claire	59	48	57	48	44	42	32	40	33
A réagi rapidement	59	48	43	29	26	30	24	32	26

Conclusion : la poursuite de la démonétisation de la parole publique dans la France d'après crise ?

Au cœur de la période l'émergence d'une nouvelle opinion ?

Mutation de l'opinion recueillie dans les enquêtes : de la stabilité, de "l'opinion des petits pas » digérant lentement les faits d'actualité, les prises de parole des décideurs publics, nous avons basculé dans une phase où l'Opinion est devenue éruptive, volatile, marquée par des mouvements brutaux

Évolution de la confiance dans le gouvernement pour faire face à la crise



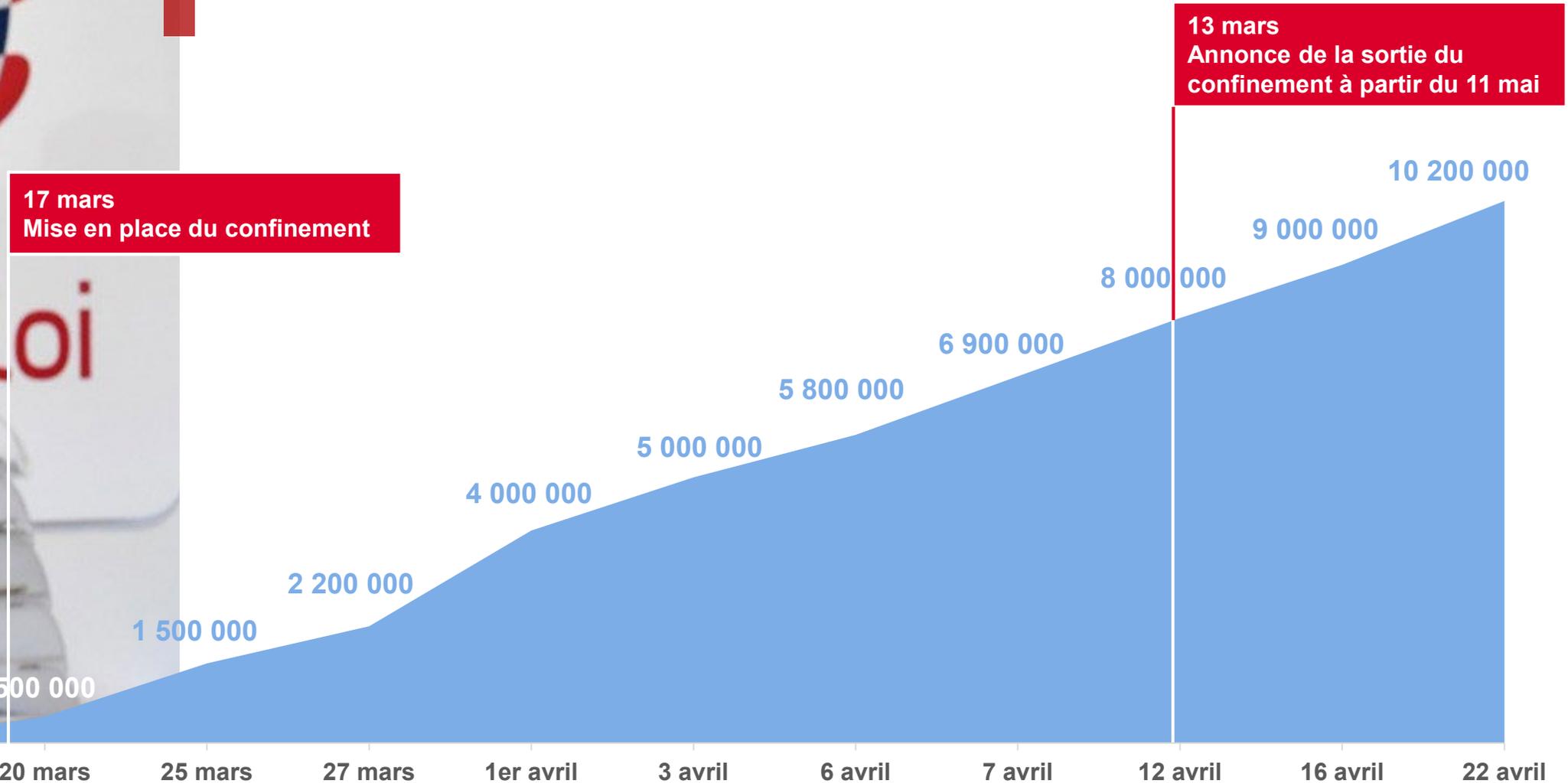
Conclusion :
quid de la pérennité de cette opinion réseau-socialisée ?



SOCIOLOGIE

Jérôme Fourquet

Évolution du nombre de salariés au chômage partiel

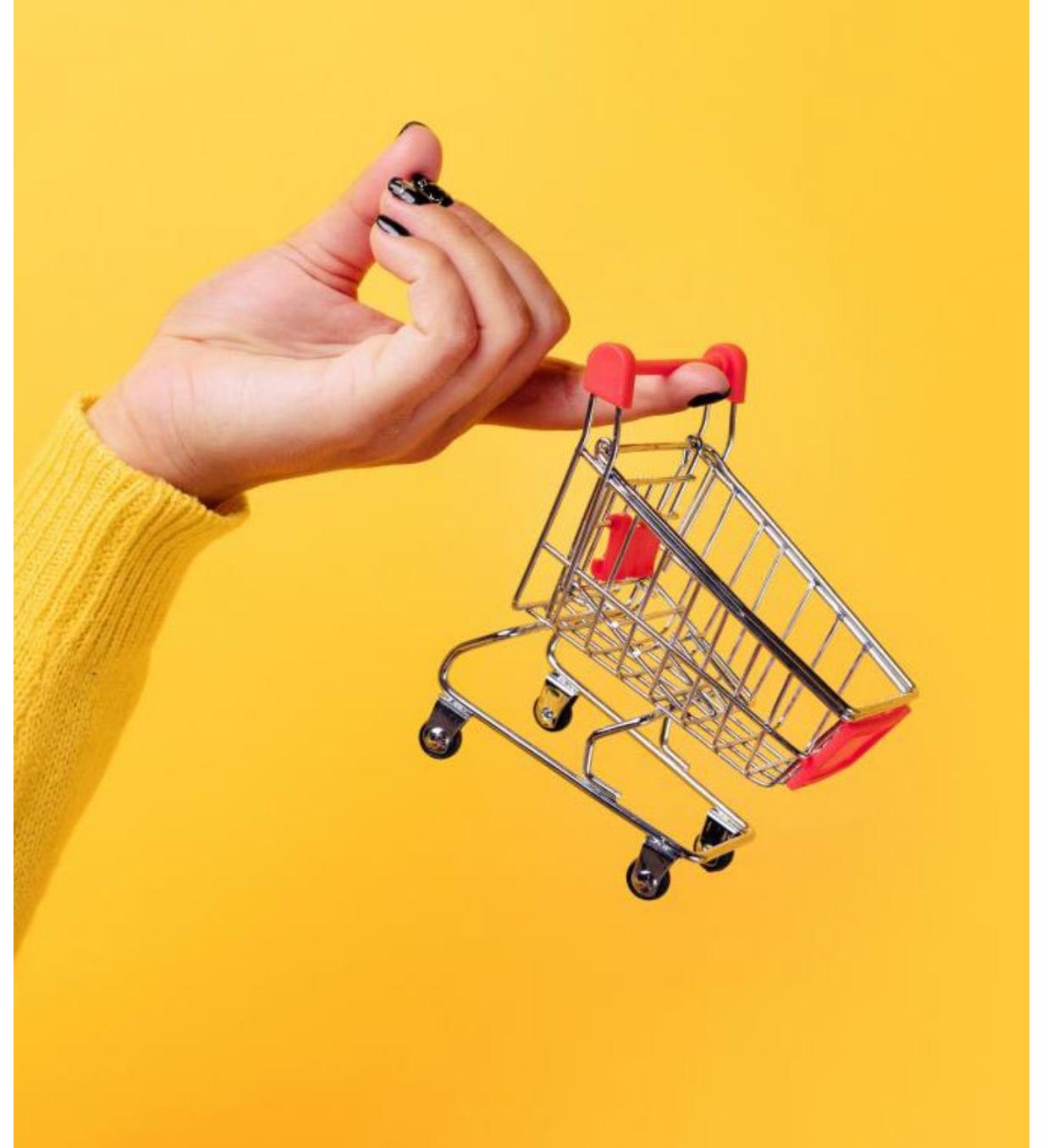




CONSOMMATION

Rémy Oudghiri

Le confinement : laboratoire de la consommation de demain ?

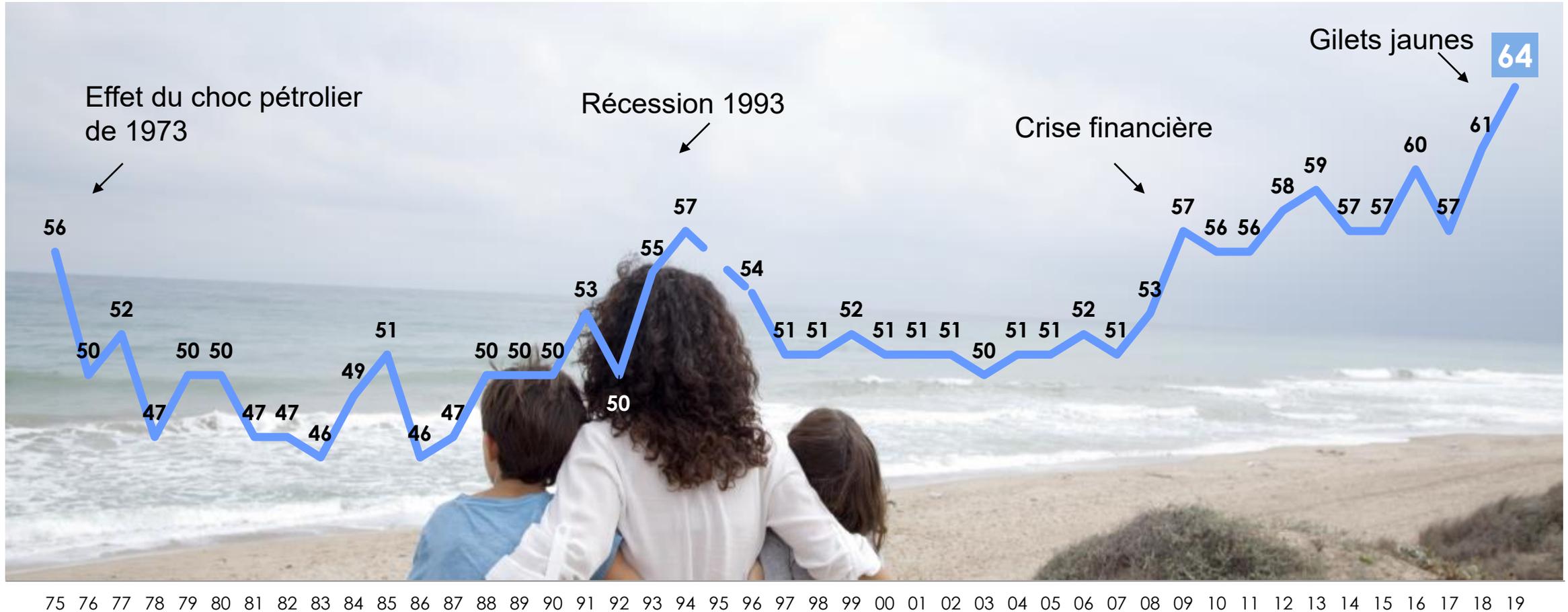


Le comportement du consommateur confiné



Avant le confinement, la peur de l'avenir était au plus haut...

Si je mettais de l'argent de côté, ce serait plutôt : pour me payer quelque chose dont j'aurais envie ou POUR ASSURER L'AVENIR



#1 WEBINAR

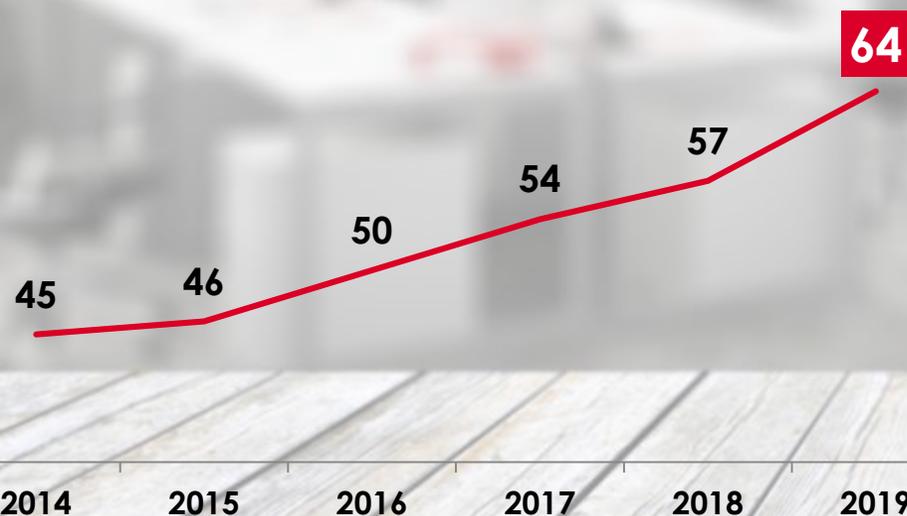
La société de l'après : quelles mutations anticiper ?
Politique, sociologie, consommation

Source Sociovision, Observatoire France 2019

... et de plus en plus de Français se projetaient dans un futur avec moins de consommation

À L'AVENIR, LES GENS CONSOMMERONT MOINS

% JUGENT SOUHAITABLE



A hand wearing a yellow sweater sleeve holds a light-colored wooden boomerang. The boomerang is curved and pointed towards the top right. The background is a solid, bright yellow. The text 'RETOURS EN FORCE' is centered on the right side of the image.

RETOURS EN FORCE

 #1 WEBINAR

La société de l'après : quelles mutations anticiper ?

Politique, sociologie, consommation

Confinement : le grand retour du faire soi-même

Font

16%

Ne font pas, mais y pensent

36%

Ne sont pas intéressés

47%

Fabriquer soi-même des produits (hygiène, cosmétique, produits d'entretien de la maison, etc.)

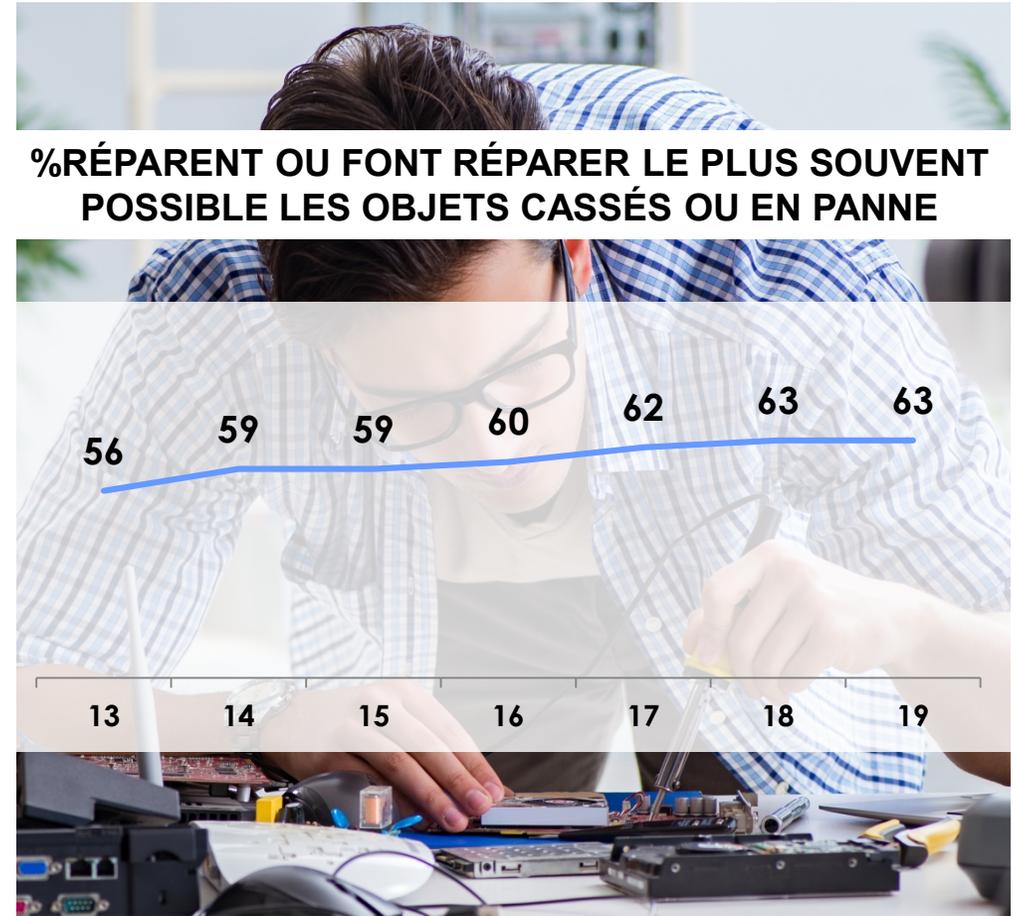
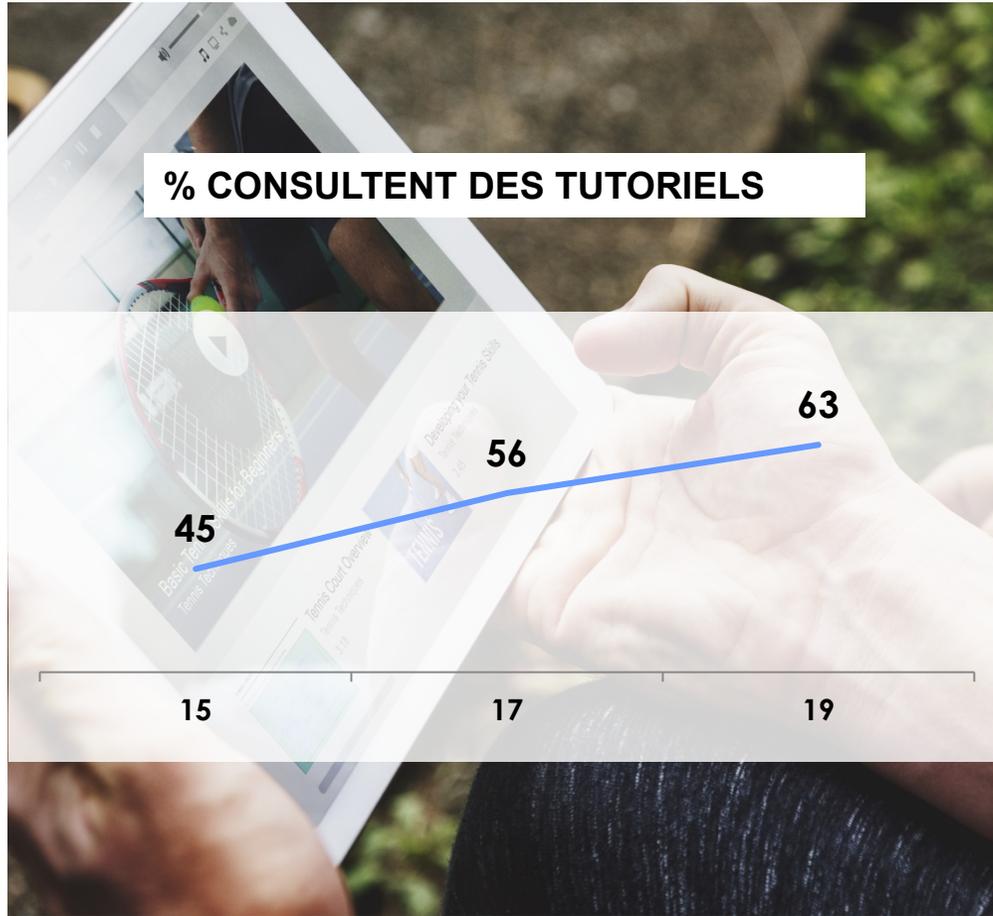


#1 WEBINAR

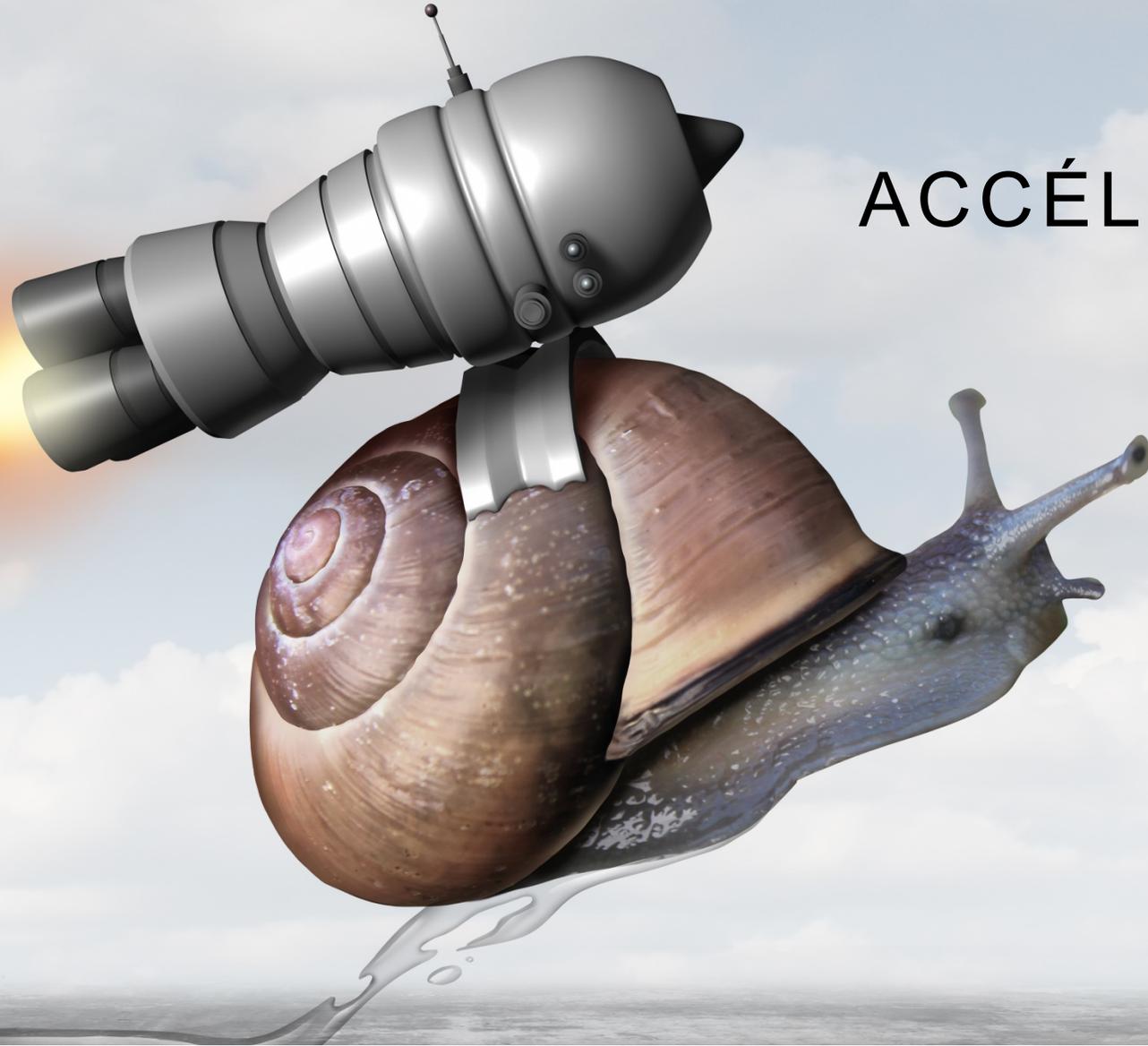
La société de l'après : quelles mutations anticiper ?
Politique, sociologie, consommation

Source Sociovision, Observatoire France 2019

Vers un consommateur plus autonome ?



ACCÉLÉRATIONS



#1 WEBINAR

La société de l'après : quelles mutations anticiper ?

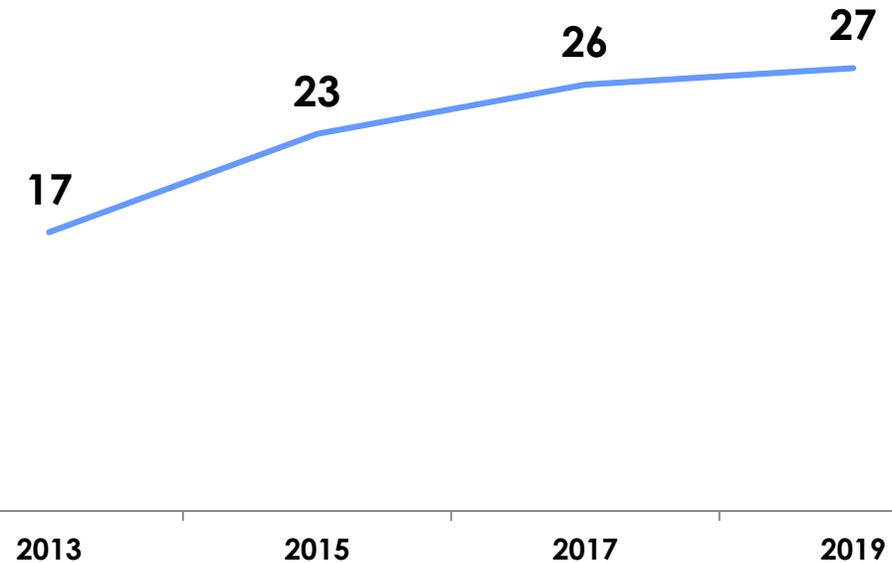
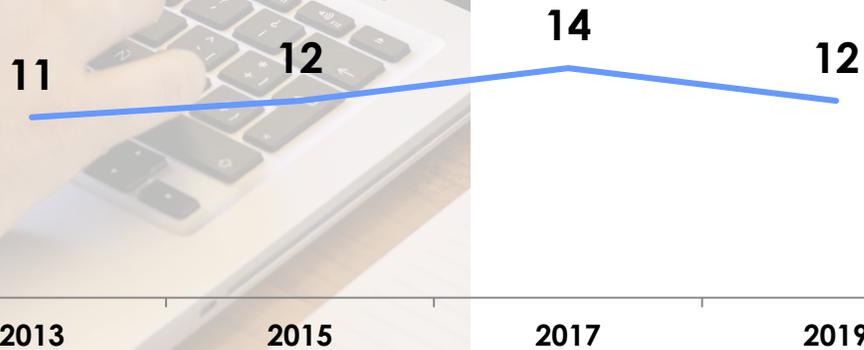
Politique, sociologie, consommation

Confinement : le boom de la vente à distance

... il profite surtout aux commerces alimentaires, dont les offres de vente en ligne avaient atteint un palier avant la crise sanitaire

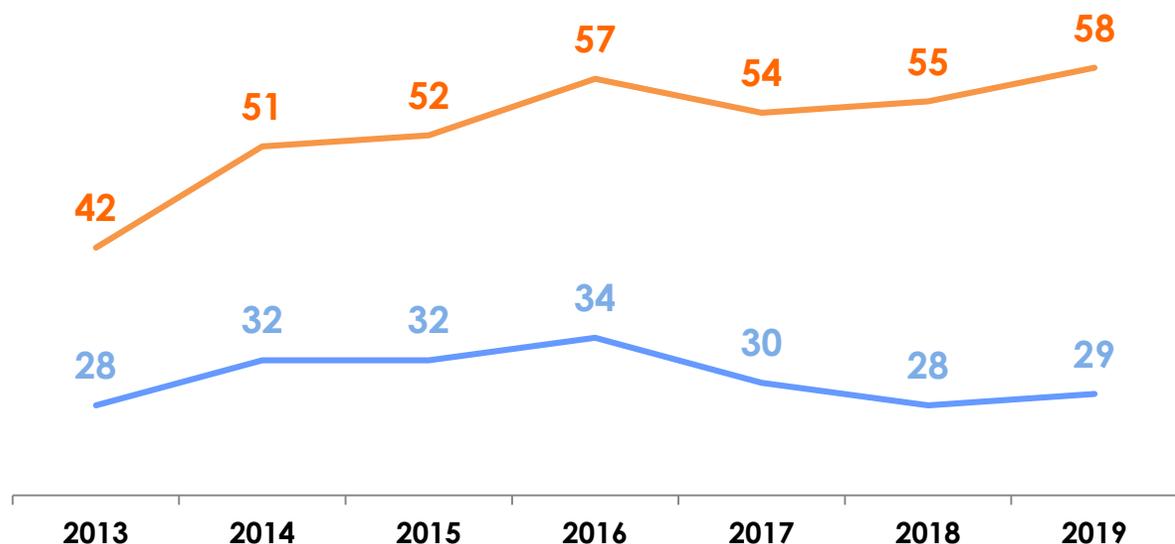
% SE FONT LIVRER LEURS COURSES CHEZ EUX APRÈS AVOIR FAIT UNE COMMANDE SUR INTERNET

« DRIVE » : % COMMANDENT SUR INTERNET ET PASSENT EN VOITURE AU MAGASIN CHERCHER LEURS COURSES



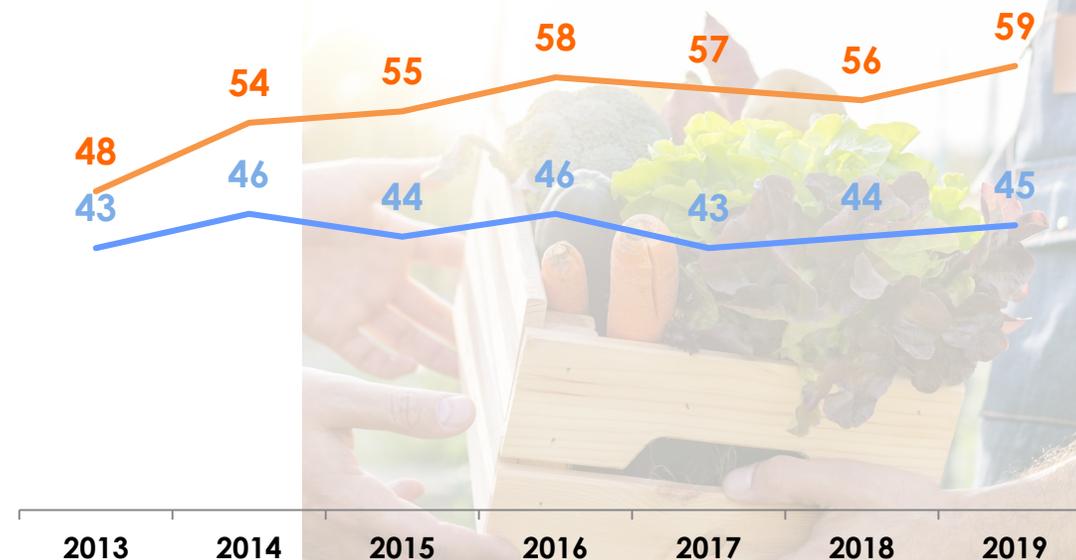
Confinement : le triomphe des circuits courts : des intentions aux actes ?

**ACHETER DIRECTEMENT DANS UNE FERME OU CHEZ UN
PRODUCTEUR** des produits que vous avez vous-même
cueillis ou récoltés



— % fait au cours des 6 derniers mois
— % pense à le faire dans les années à venir (potentiel)

**ACHETER DIRECTEMENT CHEZ LE PRODUCTEUR,
sans passer par les distributeurs**



Source Sociovision, Observatoire France 2019

Après le confinement, le temps des marques responsables ?



#1 WEBINAR

La société de l'après : quelles mutations anticiper ?
Politique, sociologie, consommation

Source Sociovision, Observatoire France 2019

A photograph of several small, green, grass-like plants growing through a layer of white snow. The plants are scattered across the frame, with some in the foreground and others in the background. The snow is bright and textured, creating a soft, out-of-focus background for the plants.

ÉMERGENCES

#1 WEBINAR

La société de l'après : quelles mutations anticiper ?

Politique, sociologie, consommation

Développement sans précédent de la consommation de services virtuels



La montée des abonnements aux vidéoclubs en ligne

(Disney, INA, plateformes de cinéma d'auteurs)



La profusion des services live / en direct

(cours de fitness, yoga, de danse, ...+ émissions de Cyril Lignac)



La multiplication des plateformes de visio pour être ensemble (et imiter la vie réelle)

(Houseparty, etc. e-apéro, babysitting en ligne, live-dates / travail : zoom, ...)



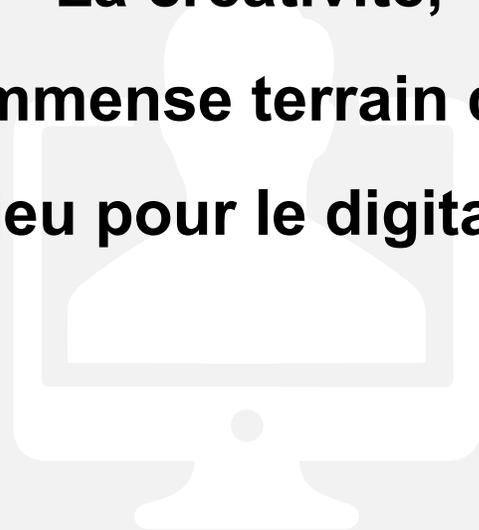
L'apparition des services ludo-éducatifs

Trois enjeux pour demain

Comment vivre durablement
la distanciation sociale ?



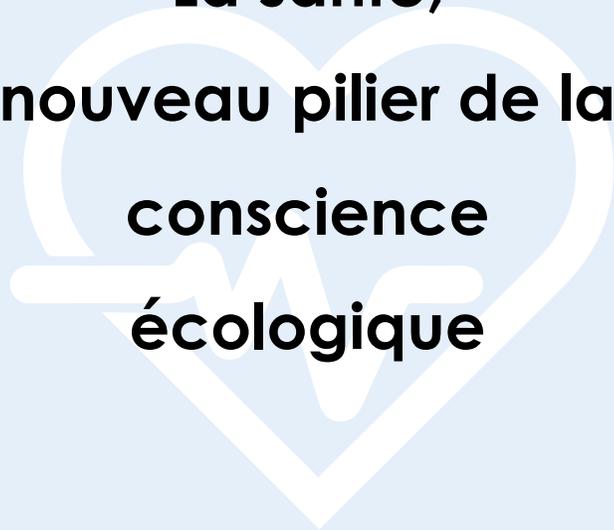
**La créativité,
immense terrain de
jeu pour le digital**



Quelles garanties sanitaires les
marques pourront-elles offrir ?



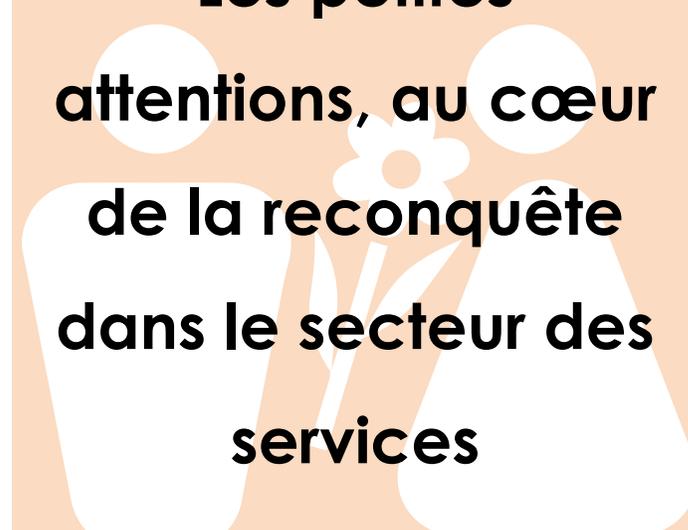
**La santé,
nouveau pilier de la
conscience
écologique**



Comment préserver
l'expérience du plaisir ?



**Les petites
attentions, au cœur
de la reconquête
dans le secteur des
services**



QUESTIONS / RÉPONSES



RETROUVEZ-NOUS SUR

www.ifop.com

LinkedIn : ifop

Facebook : ifop France

