

The background of the entire image shows two hands clinking beer bottles against a sunset sky. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The bottles are dark and filled with beer, with bubbles visible. The hands are silhouetted against the bright light of the sun.

appinio corona report

Numéro 09 – 19.05.2021

 France

Conception et méthodologie de l'étude	03
Points essentiels du rapport	07
Questions additionnelles	09
Inquiétudes au sujet de la Covid-19	14
Retour à la vie normale	20
Comportement d'achat	28

Présentation de l'étude

Introduction au rapport Corona d'Appinio

En mars 2020, la pandémie de Covid-19 est apparue dans le monde entier. Les unes de tous les journaux ont mentionné le coronavirus, et c'est encore le cas aujourd'hui.

Différents secteurs économiques ont soudainement été paralysés et personne dans le monde n'est en mesure de prédire comment notre vie quotidienne ou notre économie vont évoluer.

Appinio a alors décidé de mettre en place un suivi complet et détaillé pour mieux comprendre l'impact de la pandémie sur la vie quotidienne et le comportement des consommateurs. Ce rapport a été mis en place en France au début de l'année 2021.

Outre les questions récurrentes de suivi sur divers sujets tels que les inquiétudes liées à la Covid-19, la perception de la sécurité et la vaccination, nous publions également dans chaque rapport des « questions additionnelles » sur des sujets d'actualité ou faisant actuellement débat.

Toutes les données et les autres options de filtrage (par exemple selon l'âge ou le genre) peuvent être consultées en temps réel sur notre plateforme de recherche : research.appinio.com.

 Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur appinio.com

Ce rapport est également disponible dans d'autres pays européens ; en Allemagne et en Espagne, mais également au Royaume-Uni.

Les analyses réalisées par Appinio permettent de soutenir des entreprises de tous les secteurs. En ces temps de turbulences, il est important de comprendre combien les études de marché aident chacun d'entre nous à mieux comprendre le monde dans lequel nous évoluons.

Nous vous remercions pour votre fidélité.

[Rapport 1 – 18.03.2021](#)

[Rapport 2 – 24.03.2021](#)

[Rapport 3 – 01.04.2021](#)

[Rapport 4 – 08.04.2021](#)

[Rapport 5 – 05.03.2021](#)

[Rapport 6 – 07.04.2021](#)

[Rapport 7 – 21.04.2021](#)

[Rapport 8 – 05.05.2021](#)

[Rapport 9 – 19.05.2021](#)

01

Conception et méthodologie de l'étude



Accès à l'étude et aux résultats

Accédez à l'étude complète et à toutes les réponses grâce au tableau de bord analytique d'Appinio

1. Inscription gratuite

- Créez un compte gratuit sur research.appinio.com



2. Rapport en cours

- Sous la rubrique « **Études** », vous trouverez le « Rapport Corona ».
- Cliquez dessus pour que le **rapport Corona** s'affiche.



3. Analyse des résultats

- Visualisez et suivez les résultats en temps réel dans le tableau de bord
- Analysez, filtrez ou téléchargez les résultats (par exemple par critères socio-démographiques)



Conception de l'étude

Méthode, échantillon et contenu

Méthode et collecte des données

- Questionnaire mobile envoyé à notre panel en France
- Période d'étude : du 12/05/2021 au 17/05/2021
- Les données peuvent être consultées, filtrées et téléchargées via business.appinio.com

Échantillon

- Pays : France
- Âge : 16 – 65 ans
- Représentativité nationale en termes d'âge et de sexe
- Échantillon : N = 1000 personnes

Contenu

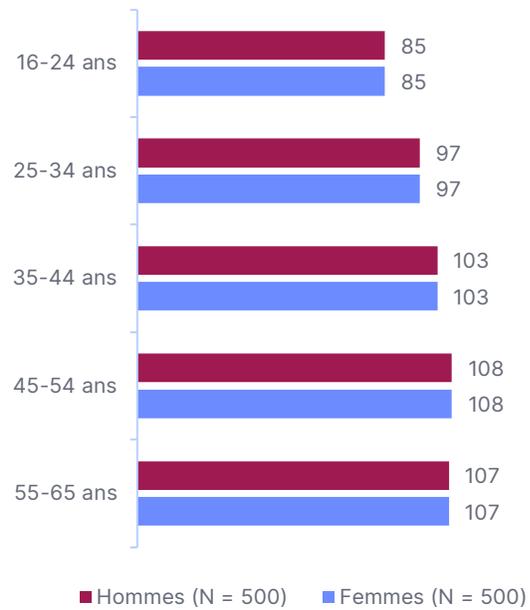
- Questions additionnelles : Consommation d'alcool au cours des derniers mois et évolution de la consommation. Où l'alcool est-il acheté et à quelle fréquence ? Quel prix les Français mettent-ils dans les boissons ? Ont-ils des marques préférées ?
- Inquiétudes et sentiments à l'égard du coronavirus
- Propension à se faire vacciner et les raisons pour ne pas le faire
- Sécurité et mobilité dans la vie quotidienne
- Comportement d'achat en ligne et hors ligne

Composition de l'échantillon

Âge et genre – Tous les rapports

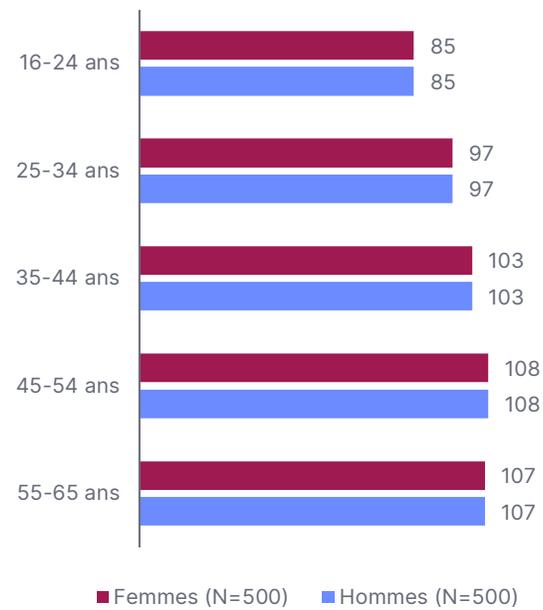
01 Conception et méthodologie de l'étude

Mesure du point zéro (N = 1000)



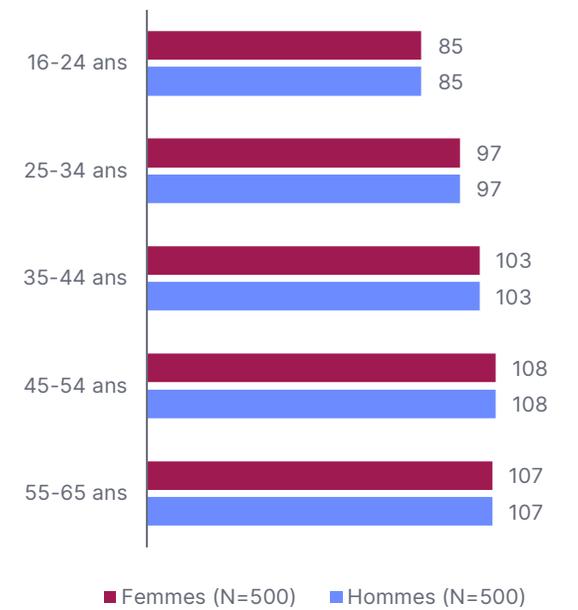
Ø Âge : 40,7 ans

Rapports 2-8 (N = 1000)



Ø Âge : 40,4 ans

Rapport 9 (N = 1000)



Ø Âge : 40,4 ans

02

Points essentiels du rapport



Points essentiels – Questions de suivi et questions additionnelles

Les informations les plus intéressantes de la semaine en un coup d'œil



Consommation d'alcool durant la pandémie : les personnes âgées boivent plus

- **Les jeunes ont bu plus fréquemment que leurs aînés au cours des trois derniers mois.**
 - La majorité (48 %) des répondants âgés de 25 à 34 ans qui consomment généralement de l'alcool en ont **consommé au moins une fois par semaine** au cours des trois derniers mois. 5 % ont même bu **4 fois par semaine ou plus.**
- Chez les **16 à 24 ans**, en comparaison, les répondants **sont nettement moins nombreux à boire de l'alcool fréquemment** : 5 % seulement ont déclaré en boire au moins une fois par semaine, alors qu'ils sont 46 % à déclarer en boire moins d'une fois par mois.
- Il semble que les personnes âgées de **16 à 44 ans** ont davantage bu durant les périodes de confinement : 29 % ont déclaré **qu'elles buvaient plus durant les confinements qu'avant.**



Comportement d'achat : préférence pour un bon rapport qualité-prix ou le haut de gamme ?

- La majorité des répondants achètent de l'alcool dans des **supermarchés** (87 %), puis dans des **magasins spécialisés de boissons alcoolisées** (15 %).
- En moyenne, **52 % achètent de l'alcool au moins une fois par mois**, et un Français sur cinq (18 %) remplit même son réfrigérateur **au moins une fois par semaine.**
- Bon marché ou cher : les groupes d'âge diffèrent dans leur préférence d'achats : **le groupe des 16-24 ans** reste le plus susceptible **d'acheter de l'alcool bon marché.**
- Parmi les personnes âgées de **45 à 54 ans**, **42 % sont les plus susceptibles d'acheter de l'alcool cher**, 16 % aiment d'ailleurs s'offrir des boissons alcoolisées plus chères depuis le début de la pandémie.



L'importance des marques pour les boissons alcoolisées

- Lorsqu'ils achètent des boissons alcoolisées, **les buveurs de bière semblent être particulièrement fidèles à leur marque préférée** : une personne sur trois achète toujours de la bière de la même marque.
- Parmi les **buveurs de vin pétillant**, un sur trois est fidèle à sa marque préférée.
- Parmi les **buveurs de vin ou de liqueur**, un sur trois achète toujours la même marque.
- En matière de vin, **les gens sont plus enclins à essayer de nouvelles marques.** Presqu'un buveur de vin sur deux aime tester de temps en temps ou tout le temps de nouvelles bouteilles.

03

Questions additionnelles

La consommation d'alcool durant la pandémie

Consommation d'alcool au cours des derniers mois et évolution de la consommation. Où l'alcool est-il acheté et à quelle fréquence ? Quel prix les Français mettent-ils dans les boissons ? Ont-ils des marques préférées ?

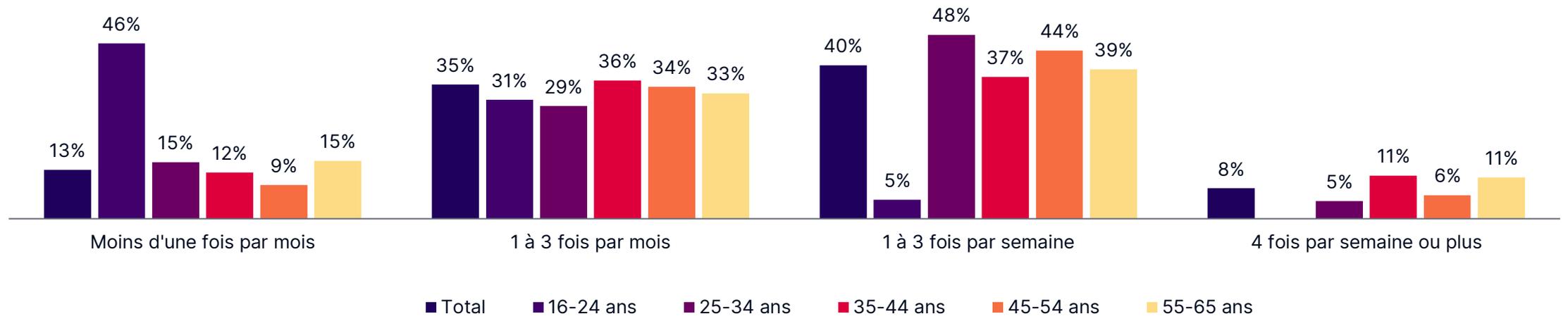


La consommation d'alcool pendant la pandémie

Échantillon total

Combien de fois as-tu consommé de l'alcool au cours des trois derniers mois ?

03 Questions additionnelles

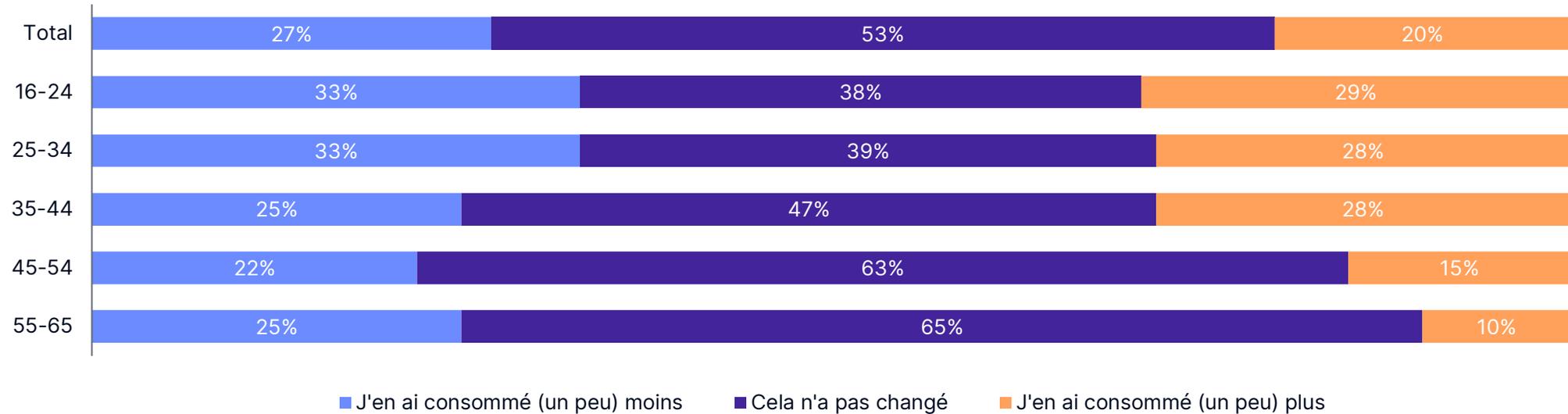


- **Deux Français sur cinq consomment de l'alcool 1 à 3 fois par semaine**, c'est notamment le cas chez les 25 à 34 ans (49 %) et les personnes âgées de 45 à 54 ans (44 %).
- Les jeunes âgés de 16 à 24 sont ceux qui boivent le moins régulièrement : parmi eux, 46 % ont consommé de l'alcool moins d'une fois par mois.
- **Les hommes ont consommé plus d'alcool que les femmes** : 33% des hommes ont bu de l'alcool au moins 2 fois par semaine, alors que seulement 20% des femmes ont eu la même fréquence de consommation.

Consommation d'alcool pendant le confinement

Échantillon total

Ta consommation d'alcool a-t-elle changé pendant les périodes de confinement/de restrictions en raison du coronavirus ?



03 Questions additionnelles

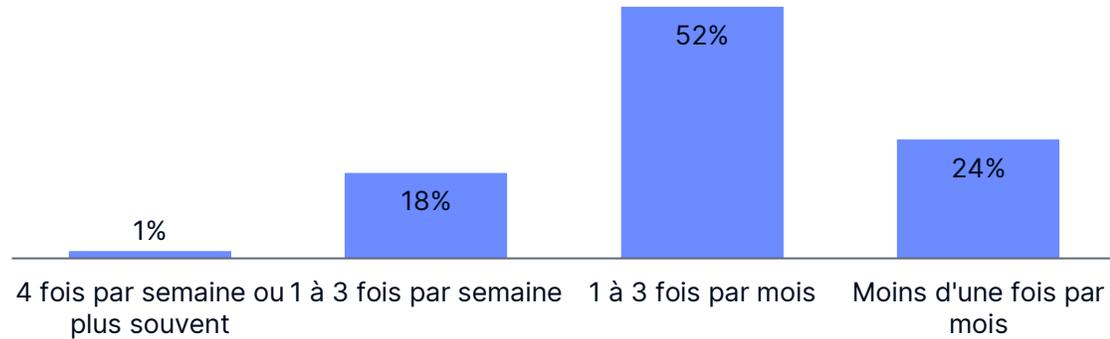


- **Un Français sur cinq (20 %) qui consomme généralement de l'alcool, en boit davantage depuis le début de la pandémie.**
- Les jeunes âgées de 16 à 24 ans sont celles qui déclarent consommer plus d'alcool qu'avant la pandémie : un sur trois (29%) déclarent en consommer plus alors qu'une personne sur trois (33 %) déclare boire moins.

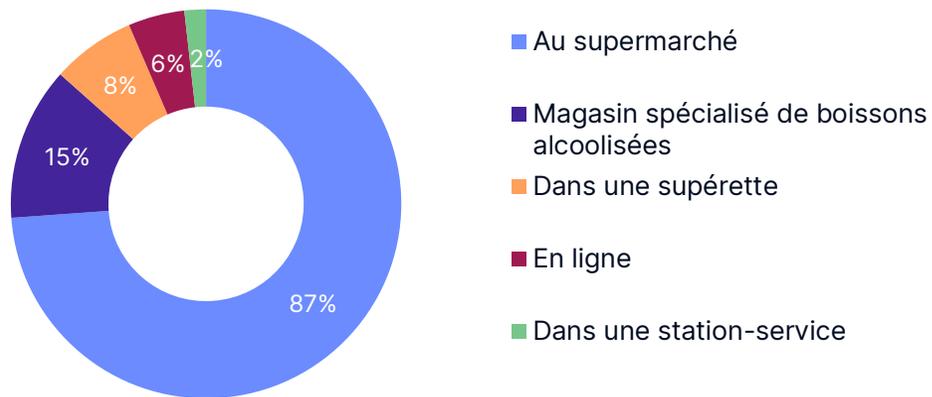
Comportement d'achat général

Échantillon total

À quelle fréquence as-tu acheté de l'alcool au cours des trois derniers mois pour toi/ton foyer ?

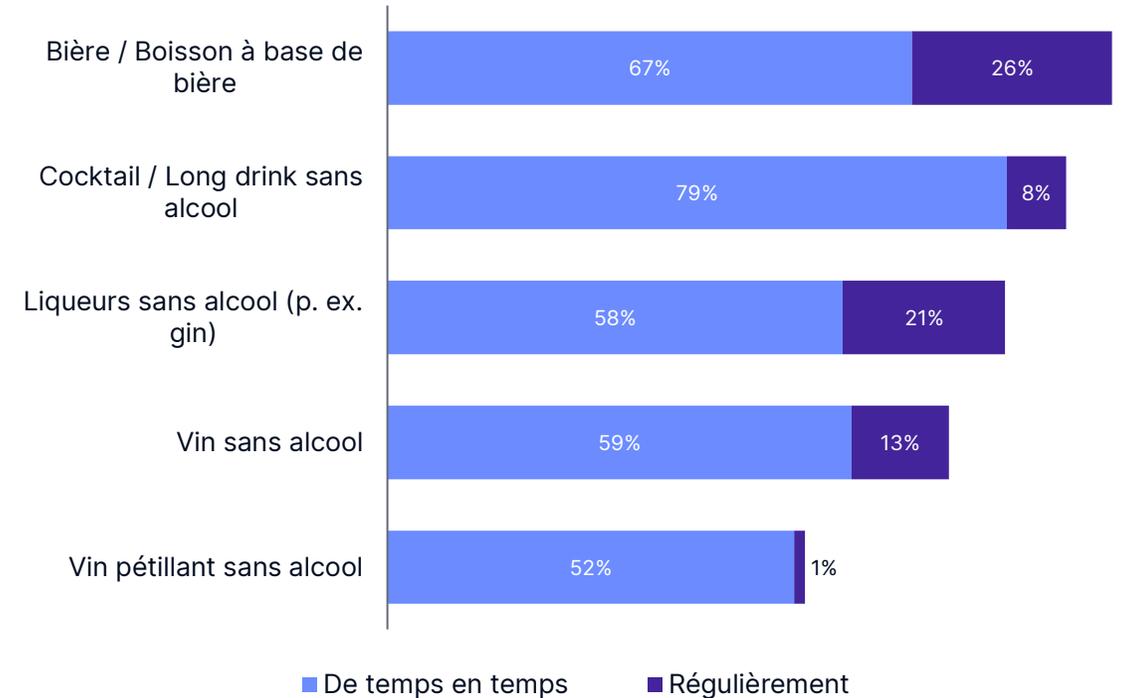


Où achètes-tu habituellement de l'alcool ?



Quelles alternatives non alcoolisées préfèrent les Français ?

Consommes-tu l'une des alternatives non alcoolisées suivantes ?

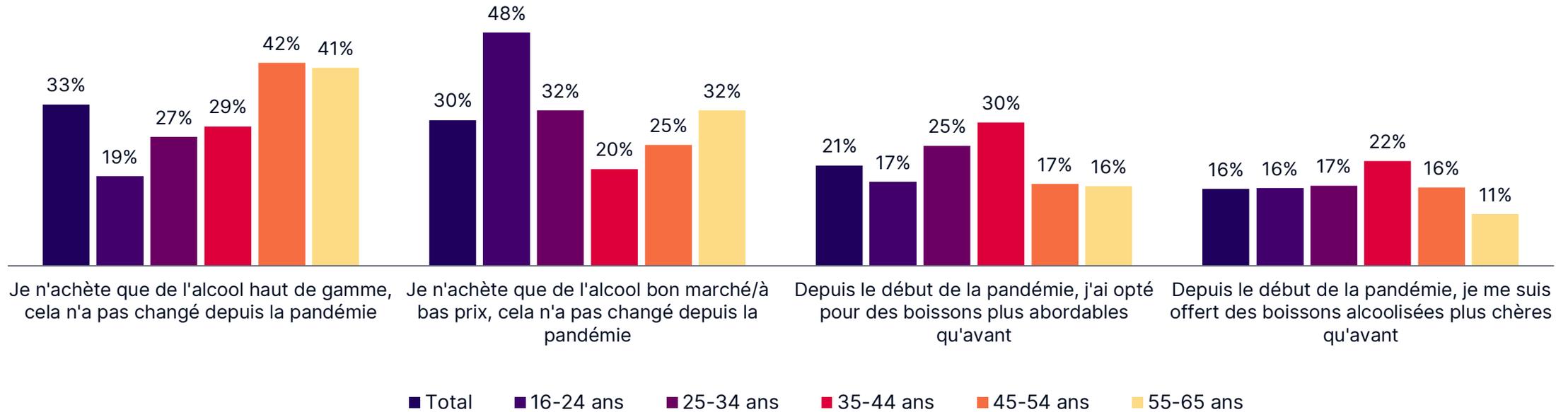


25 % des Français consomment des substituts non alcoolisés de temps en temps.

03 Questions additionnelles

Alcool bon marché ou plus cher : la pandémie a-t-elle changé les habitudes de consommation ?

Échantillon total



03 Questions additionnelles

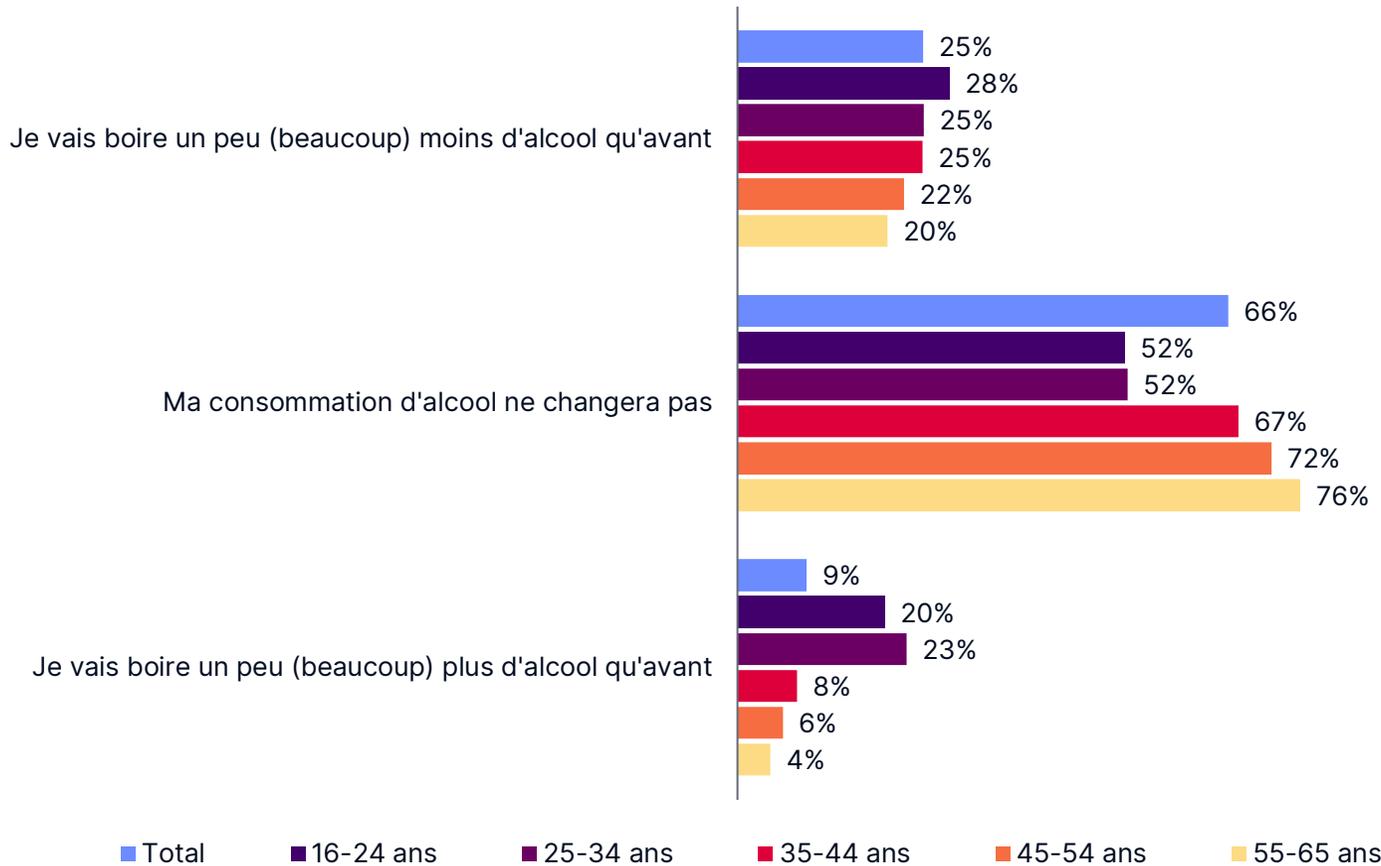


- Les plus **jeunes ont tendances à acheter de l'alcool bon marché**, et c'était déjà le cas avant la pandémie : c'est le cas pour 48 % des 16-24 ans. À l'inverse, les personnes âgées de 45 à 54 ans (42 %) et de 55 à 65 ans (41%) ont tendance à consommer de l'alcool haut de gamme, et ce n'est pas nouveau.
- 22 % des 35 à 44 ans ont décidé de s'offrir des boissons alcoolisées plus chères qu'avant la crise du coronavirus, alors que 30 % d'entre eux ont déclaré consommer des boissons moins chères.
- De manière générale, **la pandémie a modifié les habitudes de consommations des Français en terme d'alcool** : 21 % des Français consomment désormais des boissons moins chères alors que 16 % vont plutôt privilégier des boissons de meilleure qualité.

Que va-t-il se passer après la pandémie ?

Échantillon total

Comment penses-tu que ta consommation d'alcool va changer après la pandémie ?

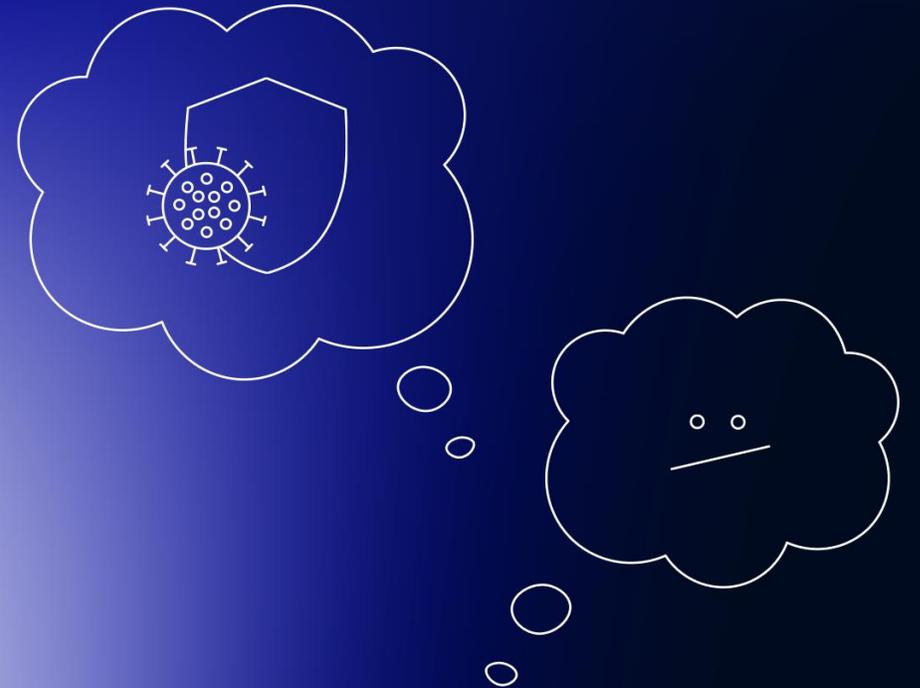


- Si la majorité des **plus de 35 ans prévoit de consommer autant ou moins d'alcool** une fois la pandémie terminée.
- **Les plus jeunes sont divisés** : une partie des 16-24 ans (20%) et des 25-34 ans (23%) pensent boire un peu voire beaucoup plus d'alcool, tandis que d'autre part, 28 % des 16 à 24 ans prévoient également de boire moins. La situation est similaire pour les personnes âgées de 25 à 34 ans (25%).

04

Inquiétudes au sujet de la Covid-19

Sentiments, problèmes et inquiétudes



Comment se sentent les Français ?

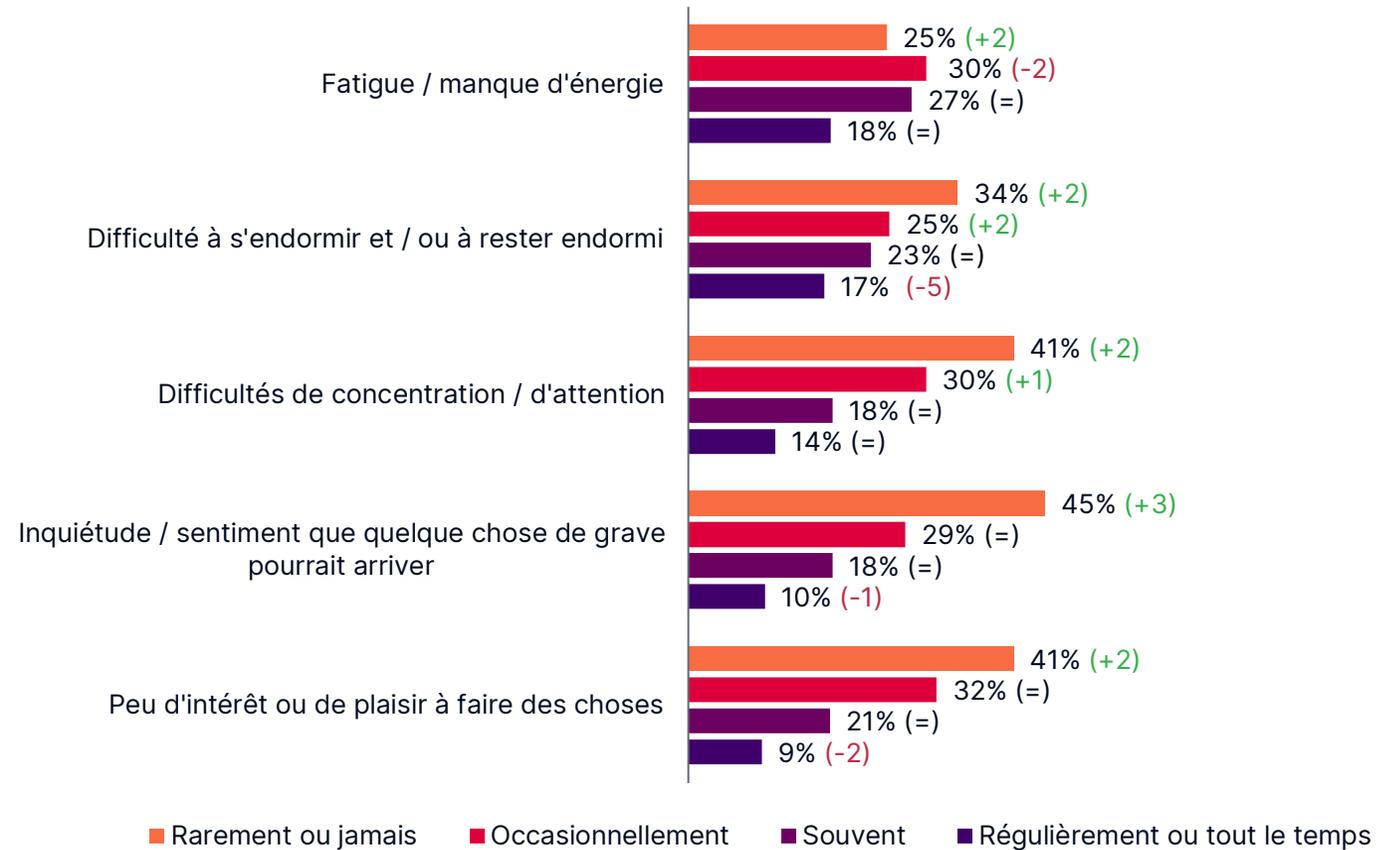
Échantillon total

Comment te sens-tu ?



À quelle fréquence as-tu ressenti les émotions/symptômes suivants au cours de la semaine passée / des deux dernières semaines ?

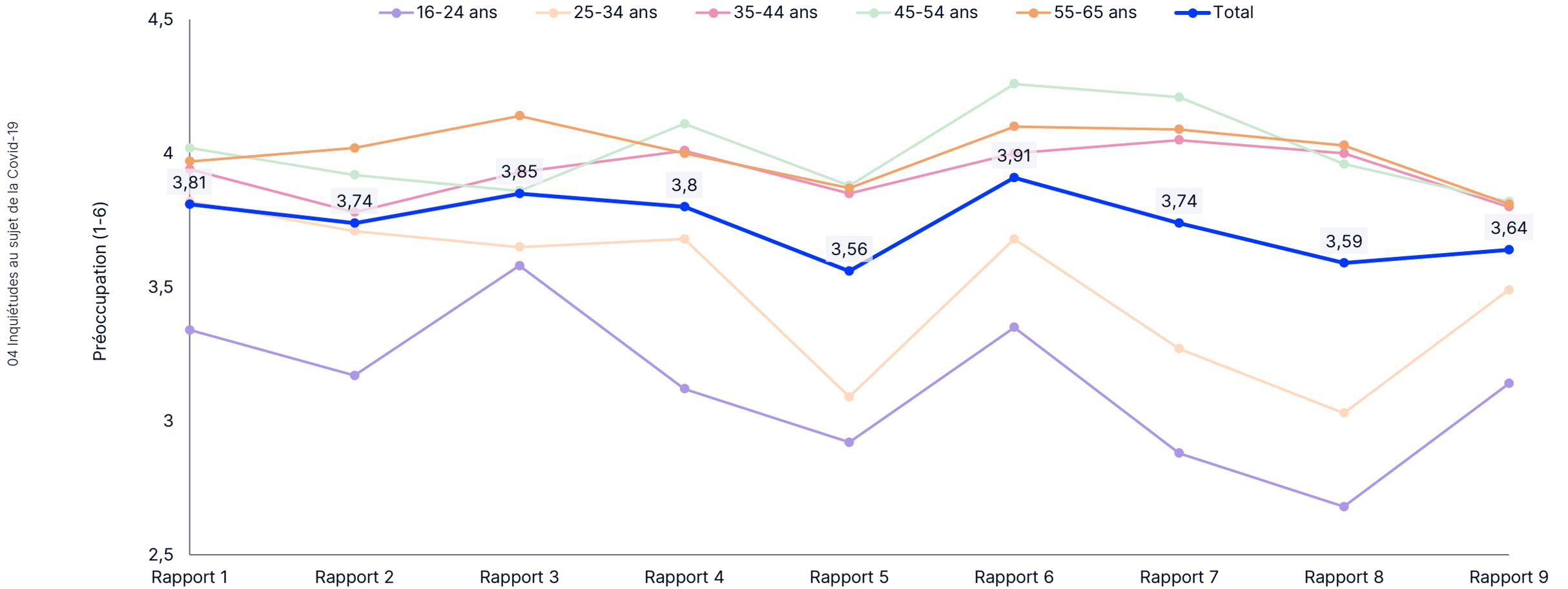
(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)



04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19

Les Français sont-ils préoccupés par leur santé ?

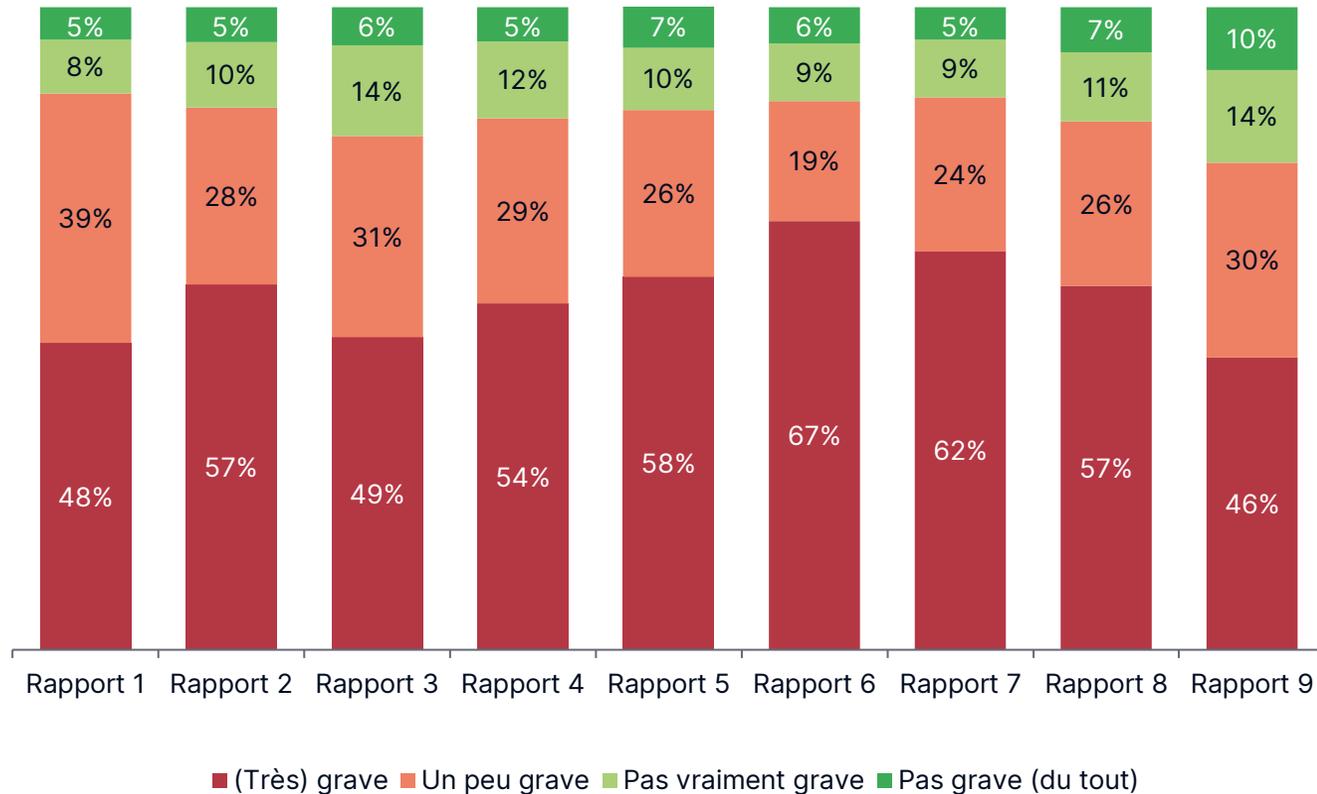
Échantillon total



Évaluation de la situation actuelle et satisfaction des Français

Échantillon total

Comment évalues-tu la situation actuelle de la pandémie du coronavirus en France ?



En ce moment, dans quelle mesure es-tu satisfait des domaines suivants de ta vie ?

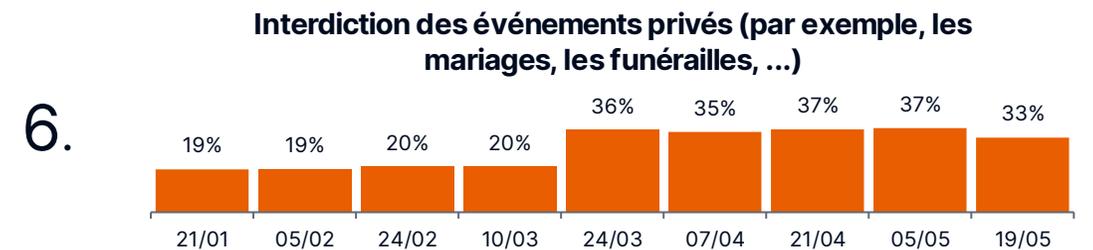
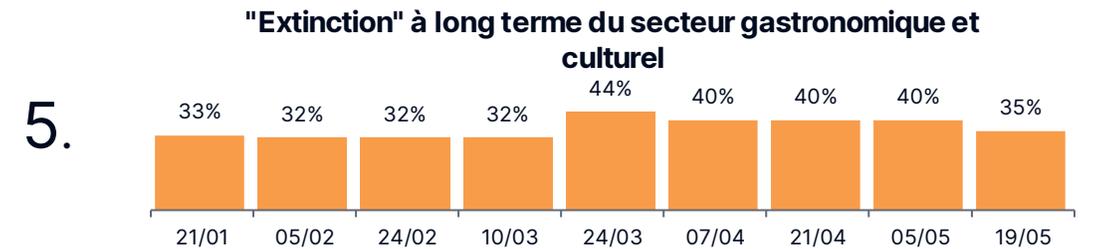
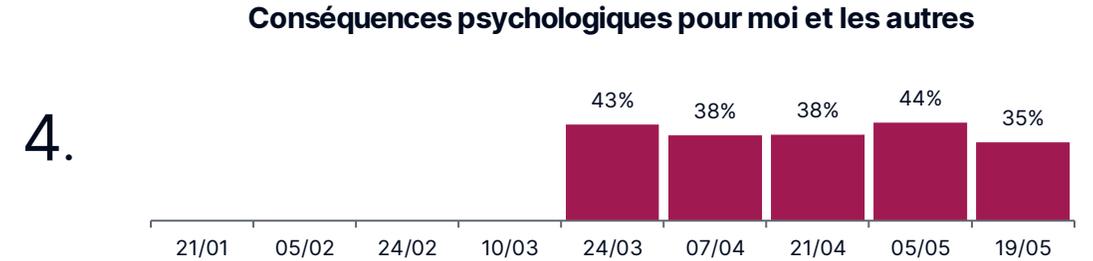
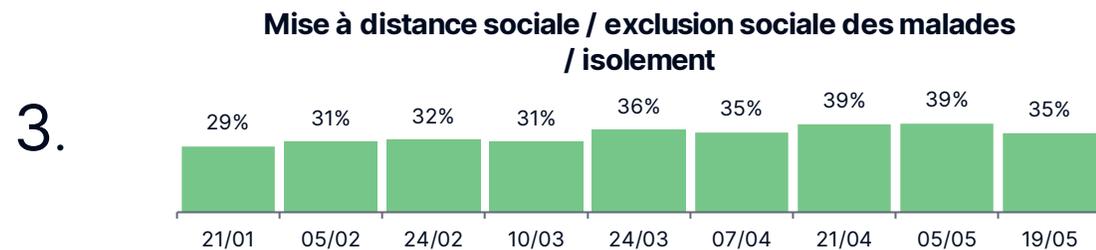
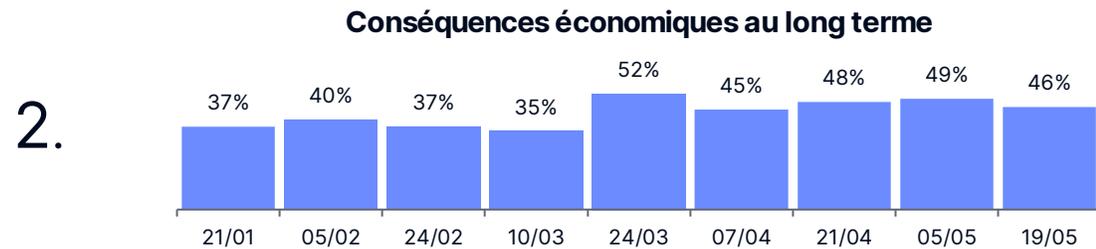
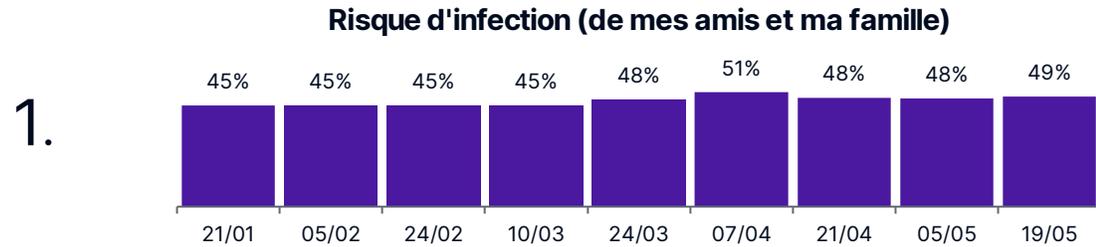
(1 = Pas du tout satisfait // 6 = Très satisfait)

Rang	Domaines	Moyenne (24/03)	Moyenne (07/04)	Moyenne (21/04)	Moyenne (05/05)	Moyenne (19/05)
1	Nutrition/alimentation	4	3,9	4	3,9	4
2	Sécurité	3,7	3,6	3,7	3,6	3,7
3	Éducation/travail	3,6	3,6	3,5	3,6	3,7
4	Relations / rendez-vous amoureux	3,7	3,7	3,7	3,7	3,6
5	Vie sociale	3,2	3,2	3,3	3,2	3,4
6	Divertissement	3,2	3,2	3,2	3,2	3,3
7	Liberté de mouvement / mobilité	3	3	2,9	2,8	3,1
8	Vacances/voyages	2,5	2,6	2,4	2,5	2,7

04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19

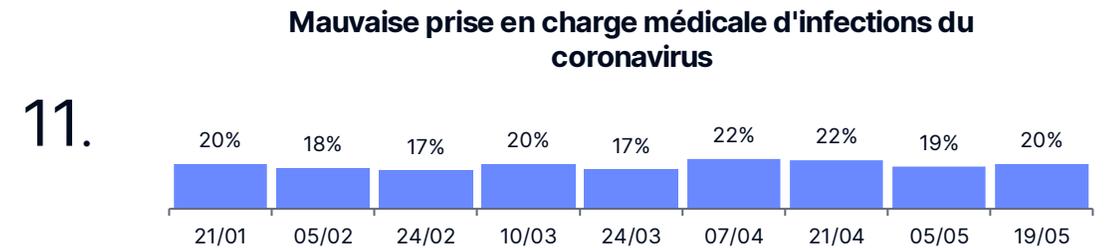
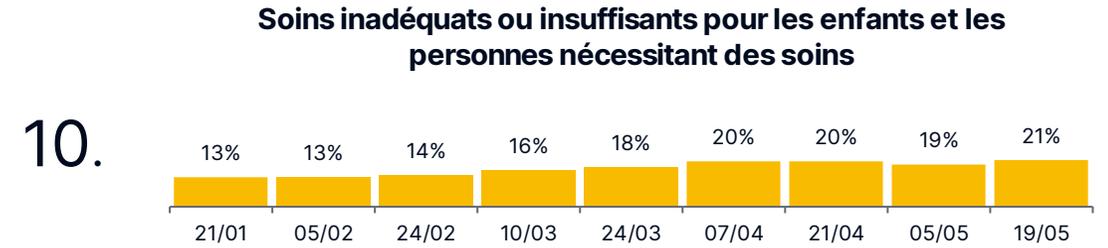
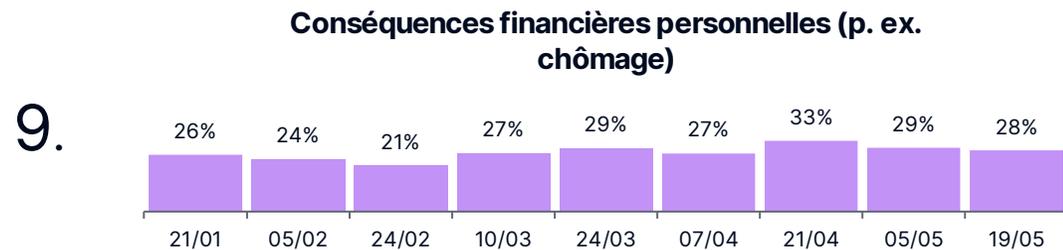
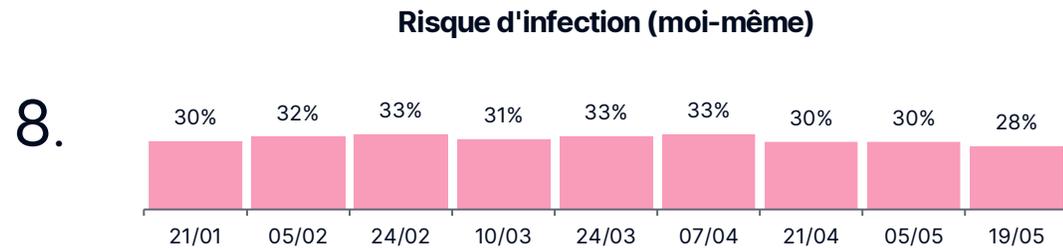
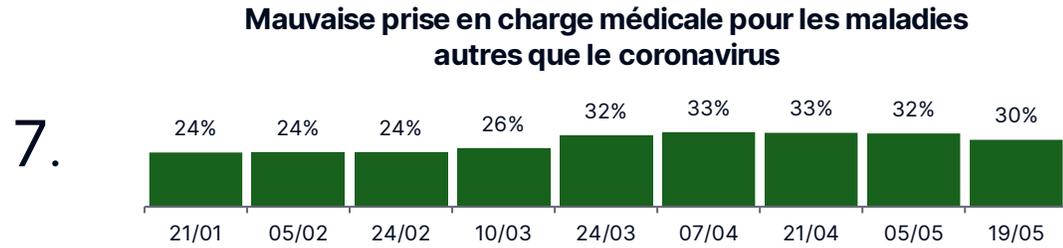
Quelles sont les principales préoccupations des Français en lien avec le coronavirus ? (1/2)

Échantillon total - Triées par fréquence



Quelles sont les principales préoccupations des Français en lien avec le coronavirus ? (2/2)

Échantillon total - Triées par fréquence



05

Retour à la vie normale

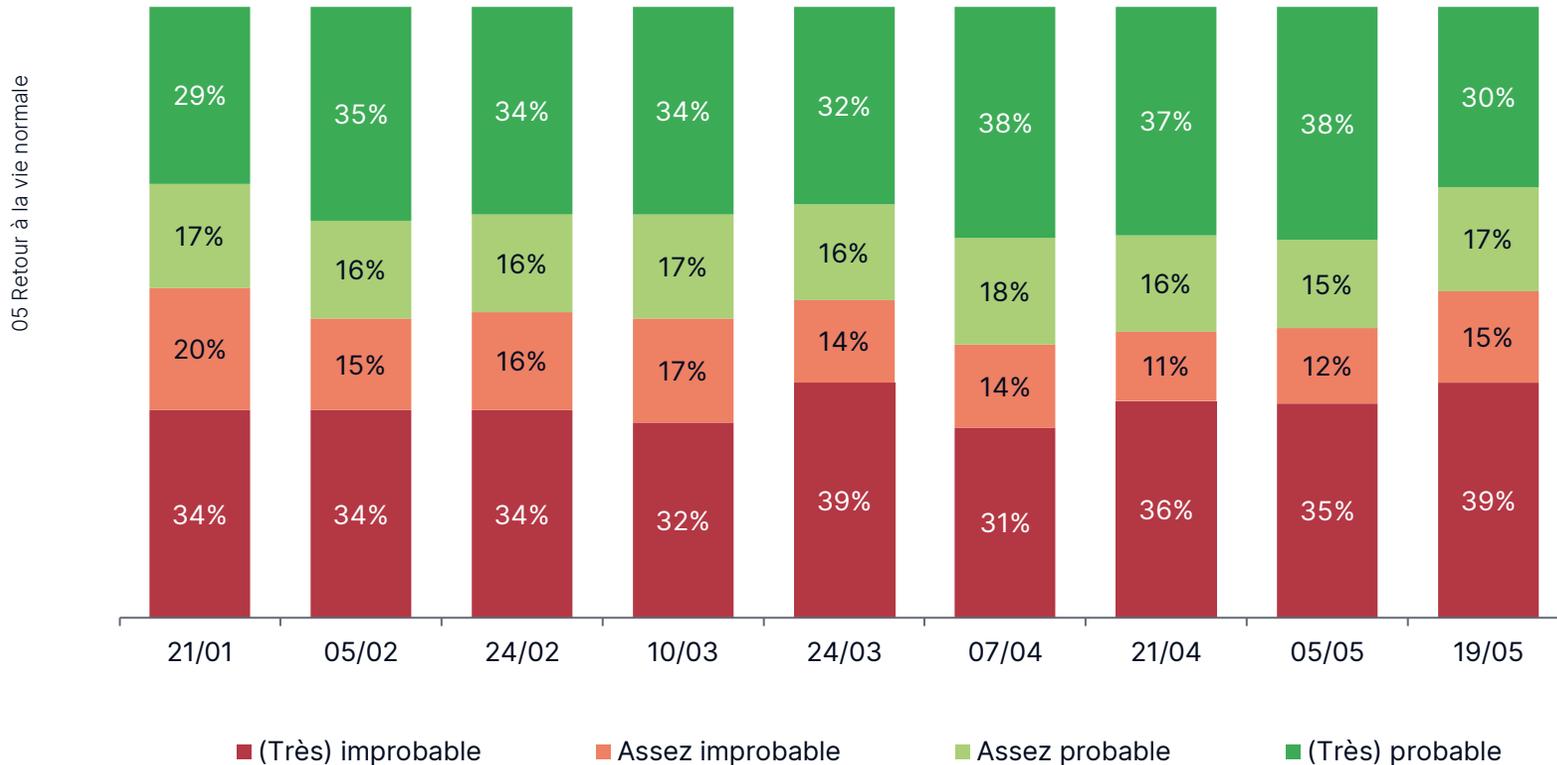
Progrès de la vaccination et vie quotidienne (professionnelle)



Volonté de se faire vacciner et progrès en matière de vaccination

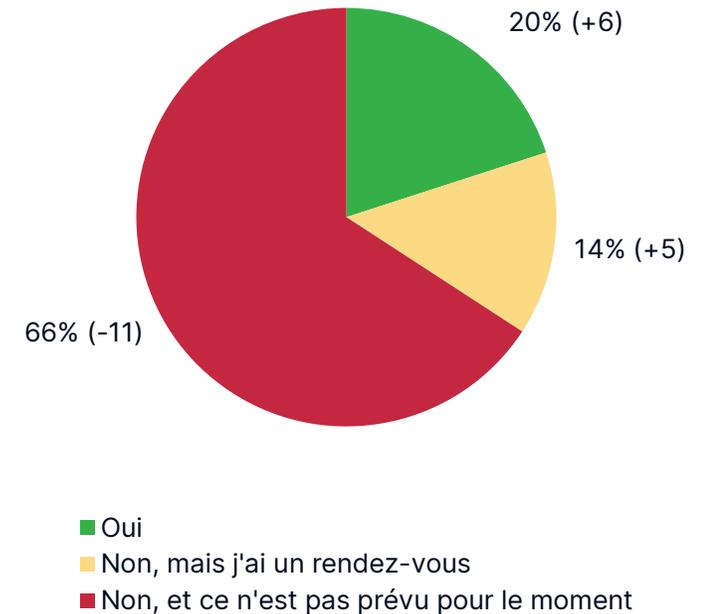
Échantillon total

La vaccination contre le coronavirus est maintenant possible. Quelle est la probabilité que tu te fasses vacciner dès que tu en auras l'occasion ?



As-tu déjà été vacciné contre le coronavirus ?

(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)



Raisons contre la vaccination

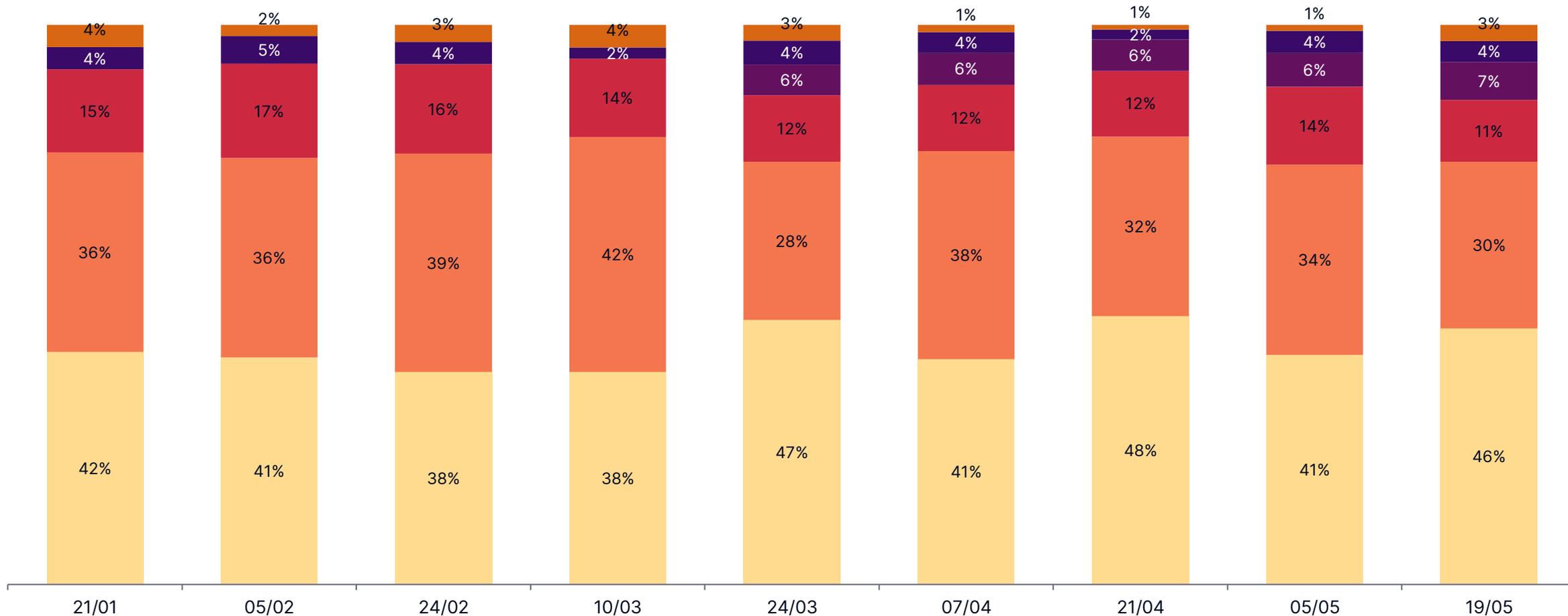
Répondants qui ne seraient (plutôt) pas susceptibles de se faire vacciner

Pourquoi ne te ferais-tu pas vacciner contre le coronavirus si tu en avais l'occasion ?

(plusieurs réponses possibles)

- J'ai des doutes quant à la sécurité de cette vaccination
- Je ne suis pas convaincu de l'efficacité de ce vaccin en particulier
- Je suis généralement réticent ou peu disposé à me faire vacciner
- Je pense que la Covid-19 et/ou la vaccination sont un canular
- Autre raison
- Je suis inquiet quant à l'idée de consulter un médecin

05 Retour à la vie normale



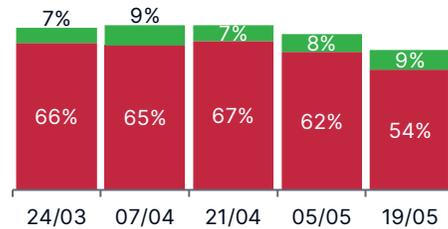
Comment la sécurité des activités (quotidiennes) est-elle évaluée ?

Échantillon total

Imagine qu'il n'y ait pas de réglementation en France, dans quelle mesure considères-tu que les activités suivantes soient sûres ?

S'il n'y a actuellement pas de restrictions, dit nous dans quelle mesure les activités suivantes sont sûres. ■ (Très) sûr ■ Pas sûr (du tout)

Se rendre à des grands événements (plus de 1000 personnes)



Aller au restaurant/bar



Aller à la salle de sport



Aller dans un centre commercial



Aller au cinéma



Aller au musée



05 Retour à la vie normale

Comment la sécurité des activités (quotidiennes) est-elle évaluée ?

Échantillon total

Imagine qu'il n'y ait pas de réglementation en France, dans quelle mesure considères-tu que les activités suivantes soient sûres ?

S'il n'y a actuellement pas de restrictions, dit nous dans quelle mesure les activités suivantes sont sûres. ■ (Très) sûr ■ Pas sûr (du tout)

Faire des (courts) voyages le week-end



Aller au bureau



Aller au supermarché



Rendre visite à un groupe d'amis (plus de 4 personnes)

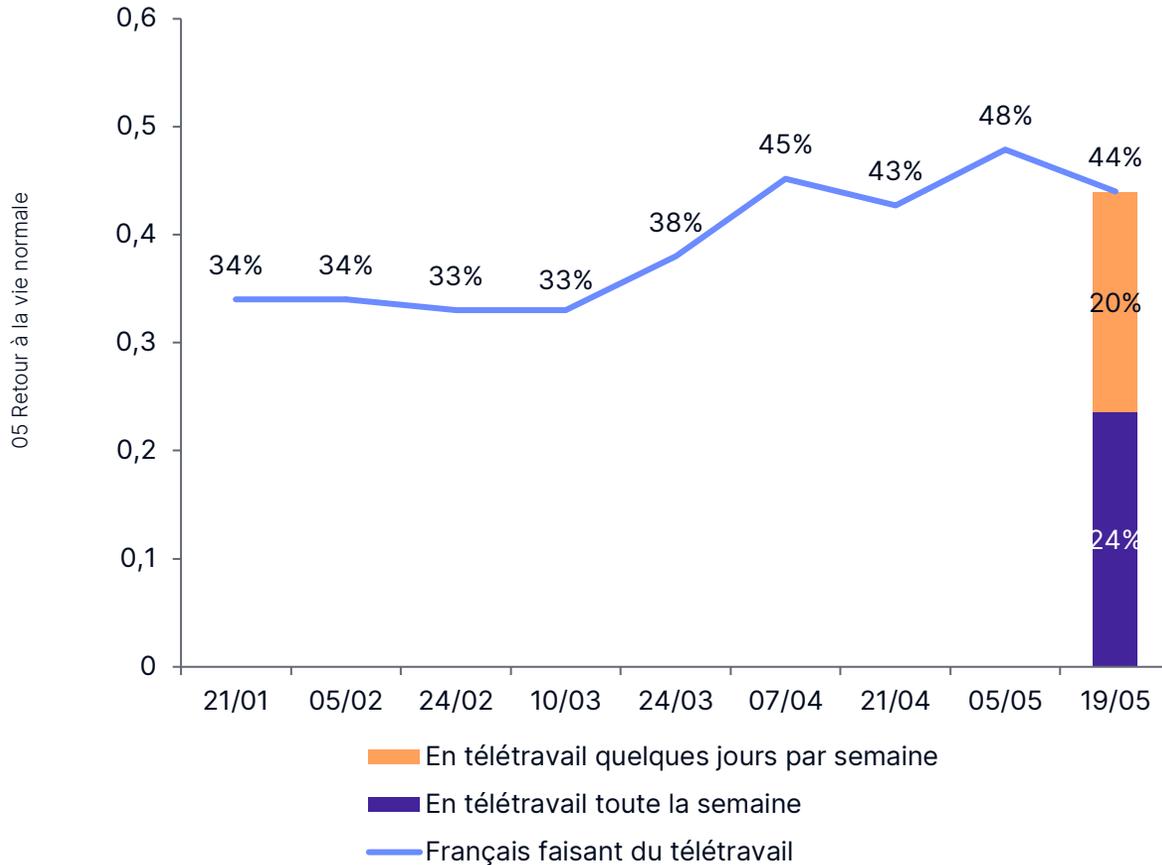


05 Retour à la vie normale

Combien de Français télétravaillent ?

Actuellement : **44 % des employés**

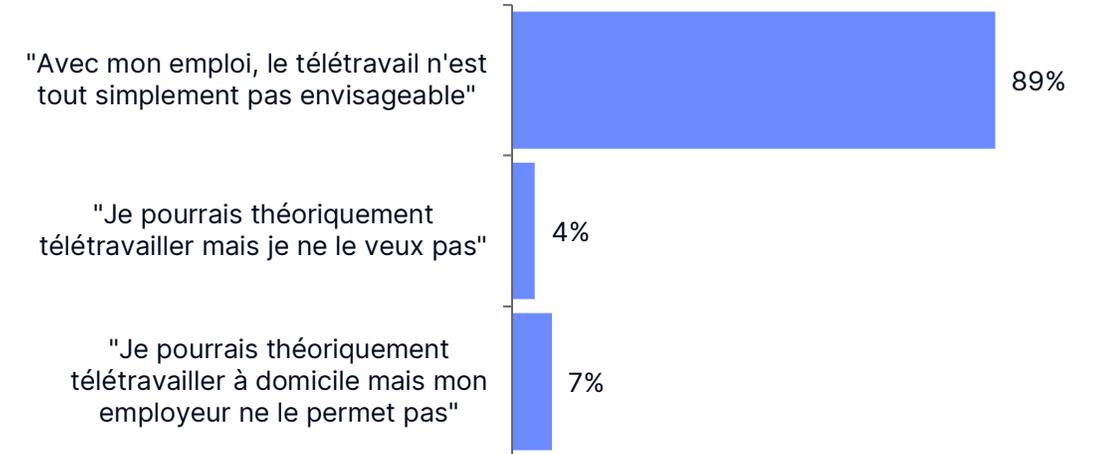
Courbe des employés faisant du télétravail, et fréquence



Combien de Français ne télétravaillent pas ?

Actuellement : **56 % des employés**

Les 3 principales raisons pour lesquelles les employés ne télétravaillent pas :

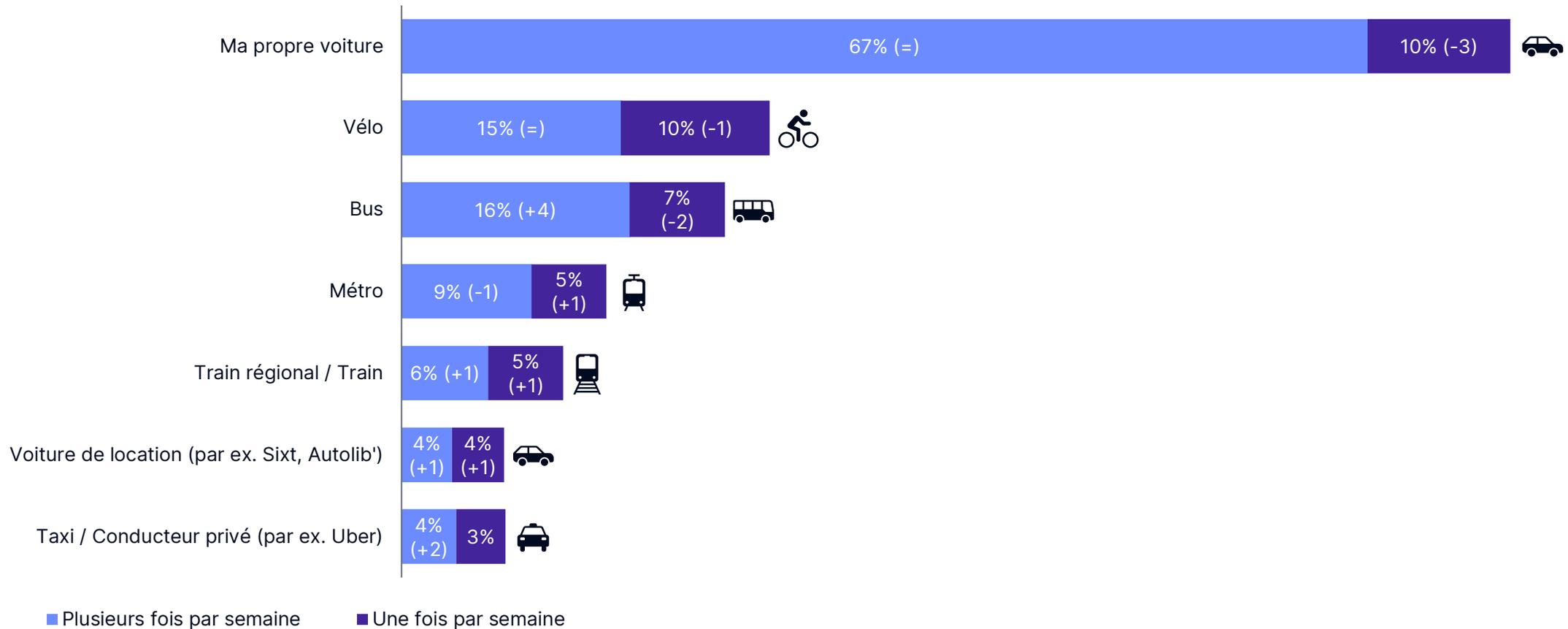


Moyens de transport et services de mobilité dans la vie quotidienne

Échantillon total

Combien de fois as-tu utilisé les services de transport/mobilité suivants au cours des 2 dernières semaines ?

(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)



Quels modes de transport sont perçus comme étant les plus dangereux ?

Échantillon total

		21 janvier	05 février	24 février	10 mars	24 mars	07 avril	21 avril	05 mai	19 mai
Rang	Mode de transport	Rapport 1 Bottom 2	Rapport 2 Bottom 2	Rapport 3 Bottom 2	Rapport 4 Bottom 2	Rapport 5 Bottom 2	Rapport 6 Bottom 2	Rapport 7 Bottom 2	Rapport 8 Bottom 2	Rapport 9 Bottom 2
1	 Métro	66 %	68 %	61 %	66 %	57 %	61 %	59 %	57 %	51 %
2	 Bus	53 %	55 %	50 %	53 %	42 %	48 %	43 %	41 %	36 %
3	 Train régional / train	44 %	48 %	41 %	44 %	39 %	41 %	37 %	35 %	31 %
4	 Avion	45 %	48 %	43 %	45 %	37 %	40 %	35 %	35 %	31 %
5	 Bateau/ferry	34 %	36 %	34 %	34 %	33 %	37 %	32 %	32 %	26 %
6	 Taxi / Conducteur privé (p. ex. Uber)	25 %	29 %	27 %	25 %	20 %	23 %	21 %	19 %	17 %
7	 Voiture de location (p. ex. Sixt, Autolib')	Information non demandée				16 %	20 %	17 %	15 %	15 %

05 Retour à la vie normale

06

Comportement d'achat

Quelles catégories de produits sont actuellement achetées le plus fréquemment ou le moins fréquemment ? Qu'est-ce qui est acheté en ligne et qu'est-ce qui est acheté hors ligne ?



As-tu acheté les produits suivants au cours de la semaine passée ? (en ligne et/ou en magasin)

Échantillon total

Rang	Catégorie de produits		24 mars	07 avril	21 avril	05 mai	19 mai
1		Nourriture/Épicerie	93 %	91 %	92 %	91 %	88 % (-3)
		En ligne	9 %	11 %	12 %	12 %	10 %
		En magasin	71 %	70 %	69 %	69 %	68 %
2		Boissons non alcoolisées	78 %	74 %	78 %	77 %	75 % (-2)
		En ligne	8 %	7 %	9 %	9 %	10 %
		En magasin	63 %	61 %	62 %	62 %	60 %
3		Produits de soins personnels / d'hygiène	68 %	69 %	74 %	74 %	70 % (-4)
		En ligne	11 %	13 %	14 %	14 %	15 %
		En magasin	51 %	50 %	54 %	54 %	48 %
4		Médicaments	50 %	55 %	56 %	54 %	55 % (+1)
		En ligne	3 %	5 %	5 %	5 %	5 %
		En magasin	44 %	46 %	46 %	46 %	46 %
5		Boissons alcoolisées	50 %	50 %	52 %	53 %	47 % (-6)
		En ligne	5 %	6 %	8 %	8 %	6 %
		En magasin	41 %	38 %	41 %	41 %	38 %
6		Vêtements	43 %	49 %	46 %	43 %	47 % (+4)
		En ligne	20 %	24 %	29 %	29 %	33 %
		En magasin	17 %	18 %	11 %	11 %	9 %

As-tu acheté les produits suivants au cours de la semaine passée ? (en ligne et/ou en magasin)

Échantillon total

06 Comportement d'achat

Rang	Catégorie de produits		24 mars	07 avril	21 avril	05 mai	19 mai
7		Produits de beauté / maquillage	34 %	40 %	40 %	36 %	39 % (+3)
		En ligne	11 %	14 %	15 %	15 %	14 %
		En magasin	19 %	21 %	21 %	21 %	22 %
8		Livres/magazines	35 %	39 %	37 %	37 %	37 % (=)
		En ligne	12 %	14 %	13 %	13 %	15 %
		En magasin	18 %	21 %	20 %	20 %	18 %
9		Chaussures	26 %	35 %	31 %	29 %	35 % (+6)
		En ligne	10 %	16 %	18 %	18 %	22 %
		En magasin	13 %	14 %	10 %	10 %	9 %
10		Divertissement (jouets pour enfants, jeux de société)	21 %	25 %	26 %	26 %	29 % (+3)
		En ligne	11 %	13 %	14 %	14 %	15 %
		En magasin	7 %	9 %	8 %	8 %	11 %
11		Équipement électrique / électronique	18 %	25 %	21 %	22 %	23 % (+1)
		En ligne	8 %	12 %	10 %	10 %	12 %
		En magasin	8 %	9 %	8 %	8 %	8 %
12		Objets de décoration / bibelots	22 %	27 %	23 %	19 %	23 % (+4)
		En ligne	8 %	8 %	9 %	9 %	10 %
		En magasin	11 %	14 %	10 %	10 %	9 %

As-tu acheté les produits suivants au cours de la semaine passée ? (en ligne et/ou en magasin)

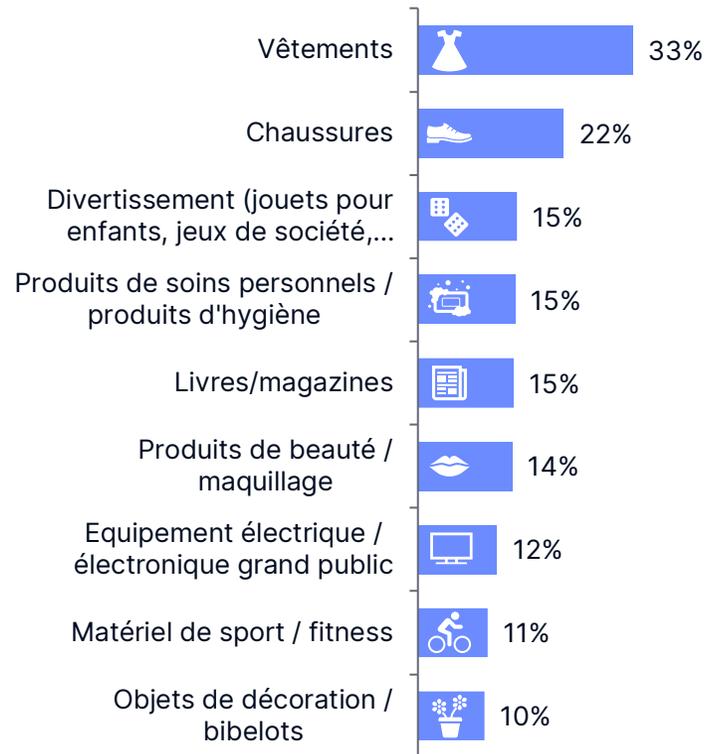
Échantillon total

Rang	Catégorie de produits		24 mars	07 avril	21 avril	05 mai	19 mai
13		Vaisselle/équipement de cuisine	17 %	24 %	20 %	19 %	21 % (+2)
		En ligne	6 %	7 %	6 %	6 %	6 %
		En magasin	10 %	14 %	12 %	12 %	12 %
14		Appareils ménagers	18 %	24 %	21 %	20 %	21 % (+1)
		En ligne	6 %	11 %	9 %	9 %	10 %
		En magasin	9 %	10 %	9 %	9 %	9 %
15		Matériel de sport/fitness	13 %	21 %	18 %	17 %	19 % (+2)
		En ligne	6 %	9 %	8 %	8 %	11 %
		En magasin	5 %	9 %	8 %	8 %	6 %
16		Meubles	14 %	20 %	18 %	15 %	19 % (+4)
		En ligne	6 %	9 %	9 %	9 %	10 %
		En magasin	5 %	8 %	6 %	6 %	8 %
17		Bijoux	12 %	18 %	17 %	14 %	18 % (+4)
		En ligne	6 %	8 %	8 %	8 %	10 %
		En magasin	5 %	7 %	7 %	7 %	6 %

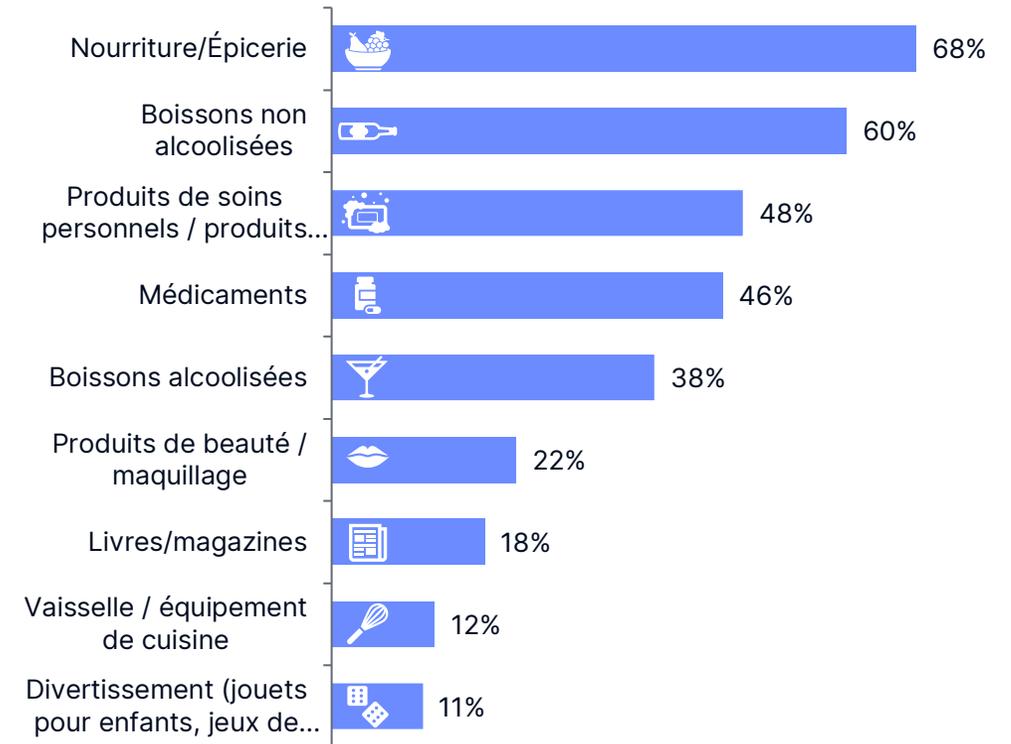
Gros plan sur les achats en ligne et hors ligne

Échantillon total

Top 10 : Produits achetés **en ligne** la semaine dernière



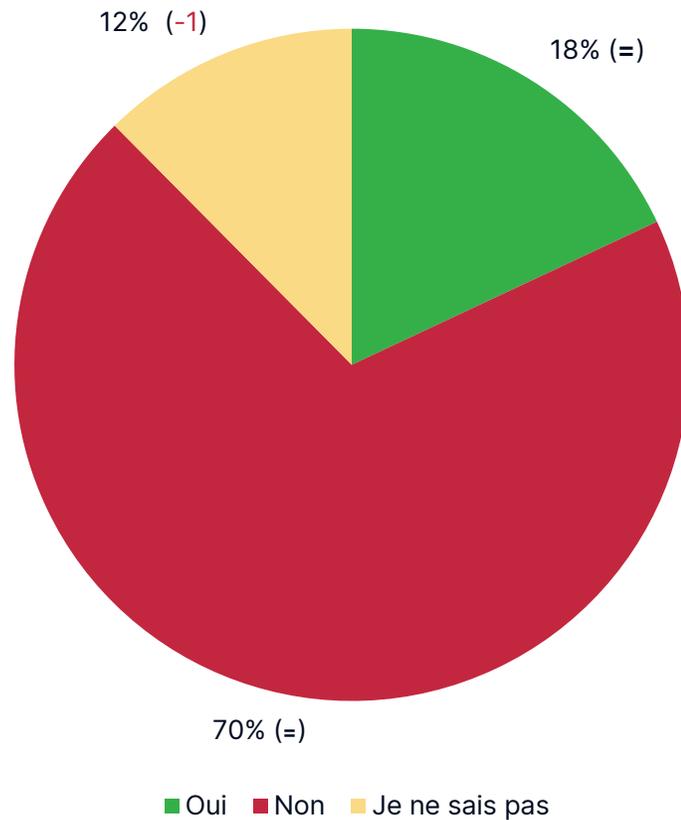
Top 10 : Produits achetés **hors ligne** la semaine dernière



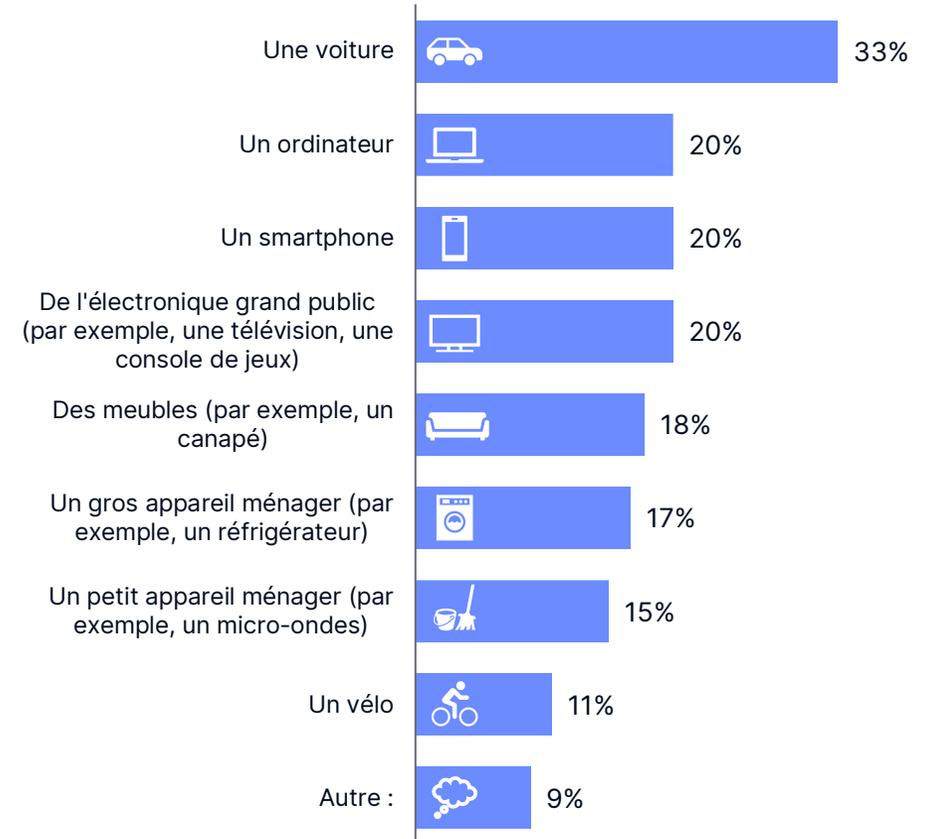
Baromètre de la consommation

Échantillon total

Prévois-tu un achat important dans les deux prochaines semaines ?
(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)



Que prévois-tu d'acheter ?



Vos contacts



Louise Leitsch

Consultante en recherche senior

Numéro +49 40 2286 57 312

E-mail louise.leitsch@appinio.com



Christopher Dahl

Chef d'équipe Recherche et conseil

Numéro +49 40 2286 57 313

E-mail christopher.dahl@appinio.com



Jean-Yves Laffon

Country Manager France

Numéro +33 5 32 88 02 58

E-mail jean-yves.laffon@appinio.com



Appinio Germany
Jungfernstieg 49
20354 Hamburg

Appinio USA
1355 Market St
94301 San Francisco

