

L'OBSoCO



COVID-19 : Le Jour d'après

ABSTRACT - NOTE N°5 du 29 avril 2020



LE JOUR D'APRES

Le Jour d'après, c'est d'abord le lendemain pour les personnes, en France, qui toutes vivent au jour le jour depuis le début de l'épidémie COVID-19, qu'elles soient confinées ou continuent de travailler en première ou deuxième ligne.

Le Jour d'après, c'est aussi le futur d'une société ébranlée dans ses fondements par cette catastrophe et ce bouleversement radical.

Le Jour d'après, c'est donc le nom que L'ObSoCo a donné à un dispositif inédit articulant un suivi quantitatif régulier et une communauté en ligne exceptionnelle de 50 citoyens-consommateurs mis en place pour comprendre si et comment cet événement sans précédent accélère les mutations déjà à l'œuvre dans notre société et nos modèles de consommation.

Le Jour d'après, c'est enfin la philosophie de L'ObSoCo. Nous n'avons pas de certitudes sur ce que sera demain. Mais nous avançons, avec nos grilles de lecture et nos analyses, avec ceux qui soutiennent notre travail et les experts qui contribuent à enrichir notre réflexion, pour mesurer, décrypter et contribuer à anticiper la société de « l'après. »

NOTRE DISPOSITIF

▪ Une communauté de 50 Français animée au quotidien

Chaque jour, depuis le 23 mars et pendant 8 semaines, 50 Français sont invités à partager leur ressenti et les moments marquants de leur journée. Nous suivons également leur perception de la situation nationale et internationale, leur rapport au travail, leurs déplacements, la façon dont ils s'approvisionnent, leurs courses et leurs achats, leurs activités et loisirs, leurs relations et interactions avec les autres. Ponctuellement, nous ouvrons également le champ de l'interrogation et des échanges à des sujets moins quotidiens et plus structurels : leur rapport aux acteurs économiques, à la consommation alimentaire, à la consommation responsable, aux valeurs, au temps et aux rythmes de vie, aux modes de vie.

Ces 50 Français ont été recrutés de façon à représenter des profils divers en fonction du genre, de l'âge, des situations familiales, des situations professionnelles (CSP mais aussi indépendants, salariés du public, du privé, personnes continuant à travailler à l'extérieur, télétravailleurs, chômeurs, en chômage partiel ou technique), géographiques.

▪ Une étude quantitative approfondie tous les quinze jours

Les données quantitatives analysées dans cette note sont quant à elles issues d'une enquête réalisée en ligne par L'ObSoCo sur le panel Respondi du 20 au 24 avril 2020, auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatives de la population française de 18 à 75 ans.

Chaque semaine, L'ObSoCo fait le point sur l'évolution des comportements, des opinions et représentations. Ce document est un abstract de la note hebdomadaire de 90 pages produite dans le cadre de notre dispositif. Si vous souhaitez y souscrire et bénéficier de nos analyses approfondies, n'hésitez pas à nous contacter.

Abstract

UN MORAL QUI S'AMÉLIORE MAIS DES INÉGALITÉS IMPORTANTES

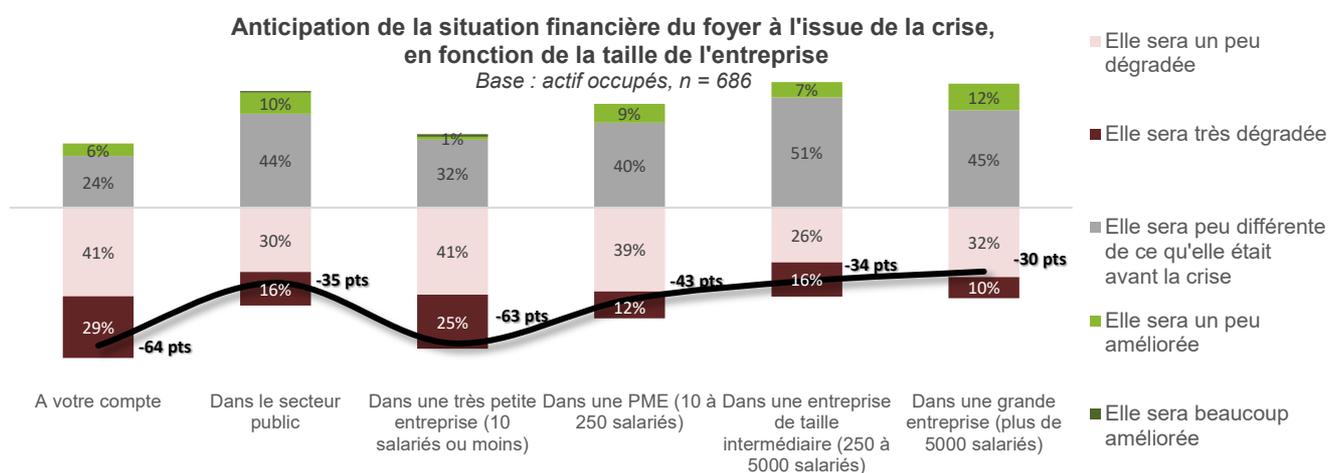
Les indicateurs subjectifs de l'enquête quantitative confirment ce qui ressort de la communauté : le moral des Français s'améliore légèrement, et amplifie ainsi la dynamique amorcée au cours des semaines précédentes. Sans doute faut-il y voir les effets d'un déconfinement annoncé, même si son caractère très progressif et le flou qui régnait au moment de l'enquête sur ces modalités concrètes constitue clairement un nouveau facteur d'inquiétude. La question des tests et des masques, de leur nombre et des modalités de leur distribution se trouve toujours au cœur des craintes suscitées par cette perspective, de même que la question de l'école, le risque d'une deuxième vague et, bien sûr, les effets de la crise économique annoncée.

JULIE, 60 ANS, CHEF D'UNE ENTREPRISE DE RESTAURATION, PARIS : Ils font ce qu'ils peuvent mais ils communiquent mal, c'est cafouilleux, pas clair... cette histoire de masques, de tests... on ne sait pas vraiment où on en est, le sentiment que tout n'est pas dit.

MIREILLE, 60 ANS, AGRICULTRICE, RÉGION BOURGOGNE : Serons-nous tous testés, quand et comment, aurons-nous tous des masques ? Comment faire des gestes barrières dans une école même en effectif réduit ? Une toute petite partie des milliers de questions que je me pose encore après ça.

Si les indicateurs subjectifs s'améliorent au global, de forts écarts subsistent au sein de la population : entre les femmes et les hommes qui semblent le vivre mieux, entre les foyers qui confinent avec des enfants et les autres, entre les actifs qui continuent de se déplacer pour travailler, ceux à l'arrêt ou les télétravailleurs, entre les catégories modestes et les catégories supérieures... et surtout, entre ceux qui s'inquiètent pour la situation financière de leur foyer (en particulier les personnes à leur compte et les salariés de TPE) et les autres. **Plus que jamais, la crise sanitaire révèle et exacerbe donc les inégalités.**

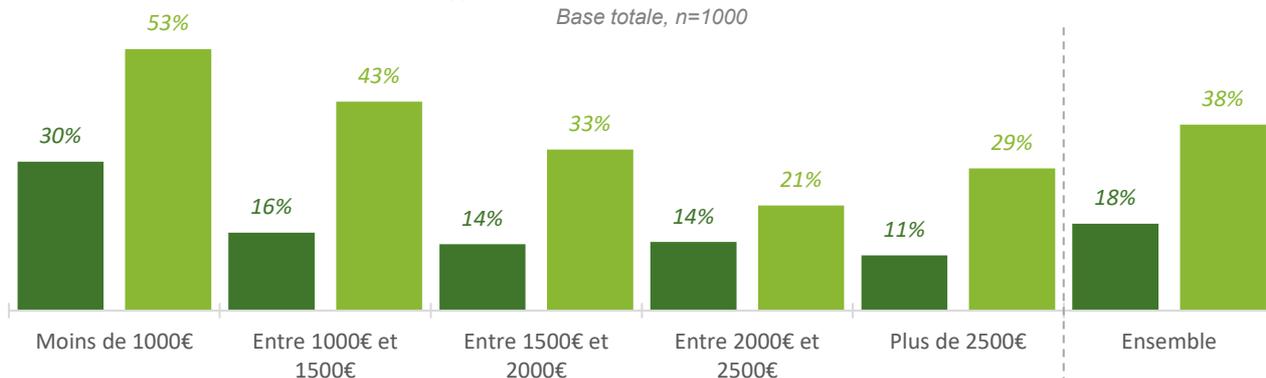
De fait, **44 % des Français ayant participé à l'enquête quantitative anticipent la dégradation de la situation financière de leur foyer à l'issue du confinement.** Les plus jeunes se montrent particulièrement pessimistes, de même que les actifs. Un pessimisme qui croît en outre à mesure que le niveau de vie du foyer diminue allant jusqu'à 55 % pour les ménages les plus modestes. Et ce taux atteint même 58 % parmi les répondants se déclarant « gilets jaunes » ayant participé à la mobilisation dont 37 % qui anticipent une forte dégradation (15 % à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon).



Ce faisant, **18 % des Français interrogés disent avoir déjà dû puiser dans leur épargne pour faire face aux dépenses de leur foyer et 38 % craignent d'avoir à le faire dans les prochains mois.** Les 35-44 ans sont les touchés : 25 % ont déjà commencé à puiser dans leur épargne et 52 % craignent d'avoir à le faire dans les prochains mois. Les actifs travaillant à leur compte et, plus encore, les salariés de TPE apparaissent également particulièrement affectés par la réduction de leur épargne et/ou la perspective de devoir bientôt le faire. Logiquement, ce sont les répondants les plus modestes qui se révèlent les plus touchés, de même que les actifs confinés en arrêt de travail. A noter, là encore, que la position par rapport au mouvement des « gilets jaunes » se révèle de nouveau discriminante. Ainsi, 39 % des « gilets jaunes » ayant pris part à la mobilisation déclarent avoir commencé à puiser dans leur épargne et ils sont 65 % à s'attendre à devoir le faire dans les prochains mois.

"Concernant l'épargne et les placements de votre foyer..."

% "Oui" - En fonction du niveau de vie
Base totale, n=1000

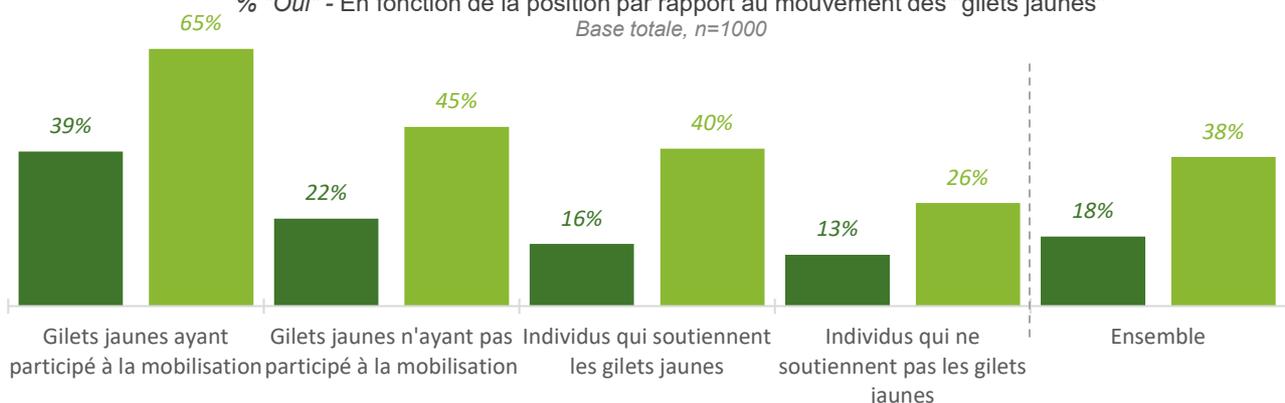


- Vous avez commencé à puiser dans votre épargne et vos placements pour faire face aux dépenses de votre foyer
- Vous craignez de devoir dans les prochains mois puiser dans votre épargne et vos placements pour faire face aux dépenses de votre foyer

Source : Covid-19 : Le Jour d'après, L'ObSoCo, 29 avril 2020

"Concernant l'épargne et les placements de votre foyer..."

% "Oui" - En fonction de la position par rapport au mouvement des "gilets jaunes"
Base totale, n=1000



- Vous avez commencé à puiser dans votre épargne et vos placements pour faire face aux dépenses de votre foyer
- Vous craignez de devoir dans les prochains mois puiser dans votre épargne et vos placements pour faire face aux dépenses de votre foyer

Source : Covid-19 : Le Jour d'après, L'ObSoCo, 29 avril 2020

L'IMPACT DE LA CRISE SUR L'ÉVOLUTION DES VALEURS, DU RAPPORT AU MONDE, À LA SPIRITUALITÉ

Jusqu'ici, la crise que nous traversons ne semble pas avoir fondamentalement bouleversé la position des Français sur le terrain des valeurs, du rapport au monde et de la spiritualité. Autant de dimensions profondes qui font généralement l'objet de mutations très lentes. On note cependant des inflexions sensibles qui font sens et sont susceptibles d'exercer une influence sur « l'après ».

Sur le terrain des valeurs d'abord, **l'enquête quantitative révèle un léger recul de l'attachement aux valeurs matérialistes ainsi qu'aux valeurs altruistes**. La famille et l'amitié demeurent des valeurs très fortes. Cette dernière, qui avait perdu du terrain lors de l'entrée dans le confinement, l'a regagné au fil des semaines.

ALICE, 56 ANS, LIBRAIRE, HABITANT LA RÉGION PARISIENNE CONFINÉE DANS LE VEXIN Je pense aussi que cette période a permis à beaucoup de s'interroger sur leur rapport à la vie matérielle. Nous avons pu constater combien des choses qui nous paraissaient si importantes, deviennent d'un seul coup très relatif. Je souhaiterais que l'on sorte de cette crise avec un rapport à la consommation beaucoup plus sain. Avons-nous besoin de courir après ces biens qui finalement, nous encomrent et ne changent rien à nos vies.

Par ailleurs, **la crise semble avoir favorisé une révision de la hiérarchie entre travail et loisir**, « l'épanouissement dans le travail » enregistrant un recul important, alors que « disposer de temps pour faire ce que vous aimez faire » a connu une progression régulière durant le confinement. Ces données font d'ailleurs écho à l'observation qualitative de notre communauté de Français. Propice à l'introspection mais aussi à l'expérimentation concrète de modes de vie différents, le confinement amène ainsi un nombre non négligeable de participants à faire le bilan de leur existence et vouloir se recentrer sur l'essentiel : resserrer les liens et reconsidérer la place trop importante prise par le travail dans leur vie.

SIMON, 58 ANS, CADRE DANS LA GRANDE DISTRIBUTION, RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES : Je ne veux pas recommencer à vivre pour travailler comme cela a été le cas ces dernières années. Je me disais depuis toujours qu'il était impossible de vivre autrement qu'en travaillant comme un dingue pour assurer le confort de ma famille. J'en avais simplement oublié que ça n'est pas vivre. Être présent, avoir du temps pour les miens et pour moi-même, je l'entrevois, je le ressentais et même j'en parlais mais jamais je n'ai cru que c'était réalisable. Si ce virus n'a qu'une vertu c'est bien celle de montrer que si, c'est possible. En sortie de ce confinement je ferai le maximum pour que les quelques années qui me restent avant la retraite soient orientées vers ma famille, mes amis, le plaisir et pas le patron et ses bénéfiques. J'ai eu pour habitude durant de nombreuses années de faire du bénévolat dans des associations. C'est comme cela que j'envisage d'apporter ma pierre à la reconstruction de notre économie. Je comprends qu'il faudra mettre les mains dans le cambouis et je le ferai mais pas n'importe comment.

JESSICA, 42 ANS, RESPONSABLE D'UNE BOUTIQUE D'HABILLEMENT, LORRAINE : Finalement je me rends compte qu'en temps normal je passe mes week-ends à me reposer pour récupérer des semaines intenses de travail. Je n'irai pas jusqu'à dire que ce break forcé est le bienvenu mais il m'ouvre les yeux. Je vais m'efforcer de tout mettre au carré et de changer d'attitude quand la vie reprendra un cours normal. D'ailleurs je me pose la question suivante : travailler autant est-ce vraiment le cours normal de la vie?

Les questions relatives au rapport au monde révèlent un léger recul de l'attachement au progrès qui continue cependant de s'établir à haut niveau. Les postures critiques à l'égard de la croissance économique, déjà très fortes avant la crise, progressent de manière significative de même que la proportion de Français qui expriment des réserves vis-à-vis de la consommation. Près de 3 répondants sur 4 formulent des préventions marquées à l'égard de la mondialisation. **Au total, ce sont les postures générales critiques à l'égard du mode de développement contemporain que la crise sanitaire semble avoir renforcées.**

En outre, si l'observation de la communauté et l'enquête quantitative convergent autour du constat que la crise sanitaire n'a pas provoqué d'élan de spiritualité, on retrouve cependant ici un certain recul du sentiment d'être relié aux autres (fraternité, confiance), mais aussi une propension à réfléchir sur le sens de la vie. Près d'un Français sur deux éprouve l'impression que cette crise sanitaire est un avertissement qui nous est adressé par une force supérieure, dont 20 % pour qui ce sentiment est né ou s'est renforcé depuis l'entrée dans le confinement. Pour autant, la pratique religieuse n'a pas progressé significativement depuis le confinement. 9 % des personnes

déclarant avoir une pratique religieuse indiquent cependant l'avoir accrue durant cette période, pour 4 % qui disent au contraire l'avoir réduite (rappelons que les lieux de culte ont été fermés). C'est parmi les personnes déclarant une pratique religieuse très importante que la proportion de répondants indiquant une intensification de leur pratique est la plus élevée (56 %). 16 % des sondés déclarent par ailleurs s'être livrés à la prière depuis le confinement et 23 % à la méditation. Au total, **30 % des répondants affirment avoir pratiqué la prière ou la méditation depuis le début de l'épidémie, soit 7 points de plus que ce que nous avons enregistré en 2017.** A noter encore que 56 % des Français interrogés affirment s'être livrés à la contemplation de la nature.

LE RAPPORT À L'ALIMENTATION EN TEMPS DE CRISE

L'entrée dans le confinement s'est accompagnée de la nécessité de préparer et de procéder à au moins deux repas par jour. Si l'on met de côté l'impact sur le budget alimentaire, il semble que cela soit vécu pour beaucoup sur un mode positif. C'est en tout cas ce qui ressort de la communauté dont les membres évoquent le plaisir qu'il y a à renouer avec des repas (resynchronisés) en famille, l'occasion de communication et de partage souvent dans un cadre de contrainte temporelle relâchée.

JAMEL, 46 ANS, DIRIGEANT D'UNE PME MOYENNE DU BATIMENT (BUREAU D'ETUDES), BANLIEUE PARISIENNE C'est un des sujets intéressants de ce confinement. Quand je suis présent en journée, ce qui est de plus en plus rare, nous faisons 2 repas par jour tous les 4, ce qui ne s'était plus produit depuis des mois, notre grande étant en école d'ingénieur en province. Mais même à trois, nous mangeons rarement ensemble en semaine. Là, mon épouse et ma cadette rivalisent d'ingéniosité pour nous concocter des petits plats midi et soir équilibrés.

En amont des repas, on prend également bien plus de temps et de plaisir à cuisiner. Les plus attachés à la pratique culinaire en profitent pour exercer leur talent avec des recettes plus élaborées (innovation, plats mijotés, cuisine plus sophistiquée), qu'ils se plaisent à faire partager. D'autres s'y mettent qui n'en avaient pas l'habitude et tentent des innovations, voire de véritables expériences.

L'attention portée à son poids et à sa santé dans un contexte d'inactivité invite en outre à se montrer attentif à ce que l'on mange, à adopter un régime plus sain. S'accentue ainsi une tendance structurelle qui a fortement marqué le marché alimentaire durant la dernière décennie. Dans un contexte de vulnérabilité extrême, l'alimentation est évidemment en première ligne des motifs de vigilance, elle est aussi ce que l'on a le sentiment de pouvoir maîtriser. De fait et si pour certains, la pandémie (et le profil des personnes en surpoids à risque) a constitué une véritable prise de conscience, **beaucoup, dont l'attention à l'alimentation s'est révélée avec la rupture des habitudes et l'accès à d'autres circuits, ou chez qui elle était déjà présente avant, annoncent qu'ils vont renforcer leur vigilance.** Et ces propos s'assortissent d'un niveau d'information assez avancé et de descriptions de pratiques très concrètes. Ainsi en est-il notamment de la vigilance sur le sucre, le gras ou les pesticides. Mais aussi des échanges fournis que les participants ont eus entre eux au sujet du Nutriscore ou encore de l'application Yuka.

MIGUEL, 45 ANS, FACTEUR, HAUTS DE FRANCE : Je fais très attention à mon alimentation, bien qu'on avance dans la qualité des produits vendus en y mettant des nutriscores, je trouve que les industriels doivent encore aller plus loin dans leur produit final, en supprimant totalement les produits hyper sucrés et hyper gras, surtout quand c'est inutile. Il suffit de regarder une simple plaque de chocolat au lait pour se rendre compte qu'il n'y a presque pas de cacao au final par contre sucre et matière grasse à gogo !!!

LUCIEN, 51 ANS, AGENT D'ESPACES VERTS, MONTPELLIER : La méthode de notation semble être perfectible (mais cela me semble normal, l'erreur est toujours possible) mais en tout cas Yuka est une application que j'utilise énormément et qui m'a fait changer certains produits que je consommais en les croyant bons... Je fais surtout attention aux additifs.

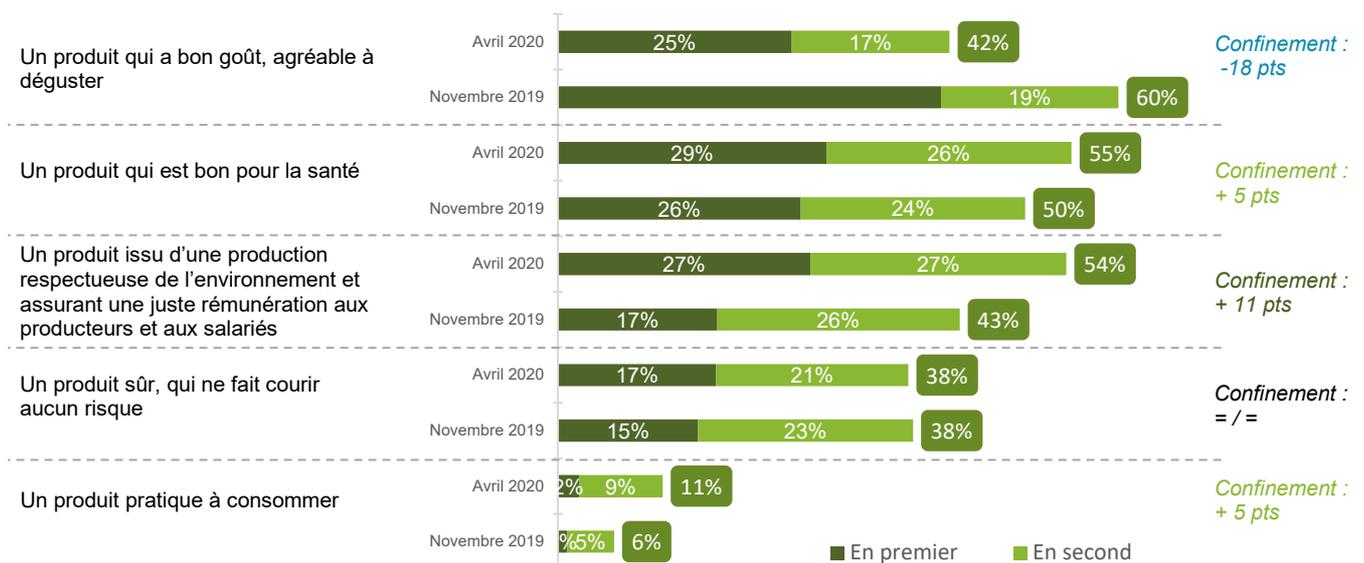
FABRICE, 58 ANS, CONSULTANT EN INFORMATIQUE, BANLIEUE PARISIENNE : Ça fait plaisir de voir que certains industriels ont compris et changent leurs produits. Le plus frappant est le jambon blanc qui, en réalité, est gris et pas rose et dont le rose est à base de nitrites On commence à en trouver sans nitrite ni autre additif. Pendant des années, ils nous ont vendu de la merde et on leur faisait confiance ... A eux maintenant sous la pression des consommateurs qui ont découvert l'application YUKA de SE REINVENTER.

L'enquête quantitative confirme que, dans leur rapport à l'alimentation, les préoccupations santé des Français se maintiennent à un haut niveau. 78 % des personnes interrogées affirment par exemple être attentives aux effets de ce qu'elles mangent sur leur santé. Mais **l'évolution la plus notable réside dans la forte poussée des préoccupations « responsables », notamment dans la manière de définir le « bien manger » et ce qu' est un produit alimentaire « de qualité »**. Se mêlent ici le souci de l'environnement, la condition des petits producteurs, et le désir de soutenir l'économie locale. Attention à la santé et préoccupations « responsables » vont d'ailleurs souvent de pair, comme si une alimentation peu « responsable » présentait aussi des risques pour la santé. Or le passé récent nous a montré que la combinaison d'un « bénéfice consommateur » avec le sentiment de contribuer au bien commun constitue un formidable facteur d'accélération de la diffusion de nouveaux comportements.

"Pour vous, un produit alimentaire de qualité, c'est avant tout..."

Novembre 2019 : Base totale, n=4000

Avril 2020 : Base totale, n=1000



Source : Covid-19 : Le Jour d'après, L'ObSoCo, 29 avril 2020

Cette combinaison est probablement un moteur de l'évolution rapide qu'ont connu au cours des dernières années les attitudes et les comportements à l'égard de la viande. L'enquête quantitative montre cependant que le contexte de crise sanitaire n'a pas fait significativement bouger les lignes par rapport à la cause animale et l'élevage, les Français continuant de se montrer très critiques (par exemple, 89 % des répondants considèrent que « l'élevage industriel est condamnable sur un plan moral »). Par contre, si la proportion de végétariens, végétaliens et autres vegans n'a pas significativement évolué par rapport à ce que nous mesurons fin 2019 et continue de s'établir à un niveau bas, la proportion de personnes se disant « flexitariennes » est passée de 11 % à 16 % depuis les débuts de l'épidémie. Ce que confirment les participants de la communauté dont certains disent être attentifs à manger davantage de fruits et légumes depuis le début du confinement. Parallèlement, l'enquête révèle une augmentation de la disposition des Français à consommer des protéines végétales, voire des protéines animales issues des insectes si « des considérations environnementales ou sanitaires devaient nous encourager à l'avenir à réduire notre consommation de viande ».

La force des considérations relatives à la santé et à la responsabilité dans la consommation alimentaire affecte le degré de confiance que les consommateurs accordent aux différents types d'acteurs œuvrant sur le marché alimentaire. **On retrouve ici une opposition « petits/grands » qui préexistait à la crise et qui témoignait, plus largement, d'une forme de défiance systématique à l'égard du « système » industriel et, au-delà, du système économique et politique.** La situation actuelle a renforcé cette opposition. La plupart des « petits » acteurs ont encore vu s'améliorer leur cote de confiance par rapport aux niveaux relevés fin 2019. Ainsi, 90 % des

personnes interrogées disent avoir confiance dans les petits producteurs, 84 % dans les artisans de l'alimentaire, 83 % dans les paysans, 82 % dans les agriculteurs... Des chiffres en hausse qui contraste fortement avec l'agribashing véhiculés avant-crise par les médias.

A l'opposé, les marques de l'agro-alimentaire perdent 6 points et voient leur cote de confiance tomber à 29 %. En ne perdant qu'1 point, la grande distribution alimentaire s'en sort mieux, mais continue d'inspirer majoritairement de la défiance (38%). Il semble donc que l'embellie constatée sur ce point aux premières heures du confinement – durant lesquelles on reconnaissait à la grande distribution d'assurer un service d'intérêt général – n'ait pas durablement affecté les attitudes antérieures solidement ancrées. Ces opinions semblent même avoir trouvé, dans le contexte, de nouveaux arguments par rapport à une grande distribution perçue comme la grande gagnante de la crise et qui en aurait profité pour augmenter ses prix au détriment des consommateurs.

Les réponses à la question relative aux circuits de distribution fréquentés au cours des 8 jours ayant précédé la participation à l'enquête témoignent d'un rattrapage de la part des hypermarchés par rapport à la désaffection dont ils avaient souffert dans les premiers temps du confinement, alors que les marchés, les cavistes, les moyennes et grandes surfaces spécialisées dans les produits frais, les magasins de déstockage, les spécialistes du surgelé, et les enseignes de hard-discount continuent de souffrir d'un déficit de fréquentation. Au rang des grands gagnants, il y a bien sûr le e-commerce alimentaire et particulièrement les sites qui assurent la livraison à domicile qui continuent cependant à être largement distancés par le drive. Le commerce de proximité a également tiré son épingle du jeu, notamment les petites surfaces de la grande distribution ainsi que les artisans de l'alimentaire. Mais on remarquera surtout la percée des circuits alternatifs, le direct-producteur ainsi que les AMAP et les réseaux d'achats groupés du même type, le premier affichant une pénétration (sur la base des 8 derniers jours) de 22 %, soit autant que les formats de proximité de la grande distribution.

	Avril 2020	Automne 2018
Les magasins alimentaires de déstockage, fins de séries, lots...	7 %	11 %
Les artisans de l'alimentaire (bouchers, charcutiers, traiteurs, poissonniers...)	30 %	34 %
Les cavistes	3 %	5 %
Les petits producteurs (achat direct lors des marchés paysans, visites chez l'exploitant, à la ferme, drive fermier...)	22 %	19 %
Les épiceries, les superettes (hors enseignes de la grande distribution)	17 %	21 %
Les hypermarchés (Carrefour, Auchan, Leclerc, Géant...)	53 %	74 %
Les supermarchés (Carrefour Market, Intermarché super, Casino, Monoprix...)	53 %	60 %
Les petites surfaces de proximité de la grande distribution (City, Monop, U Express, Franprix...)	21 %	21 %
Les marchés	13 %	35 %
Les enseignes de hard-discount (Lidl, Leader Price, Aldi...)	32 %	45 %
Les sites internet qui livrent les produits alimentaires à domicile	9 %	4 %
Les sites internet qui livrent les produits alimentaires en drive	14 %	12 %
Les moyennes ou grandes surfaces spécialisées dans les produits frais (Grand Frais...)	16 %	22 %
Les magasins d'alimentation bio (Naturalia, Biocoop, Bio C Bon...)	13 %	15 %
Les AMAP (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) ou les réseaux groupés d'achat de produits alimentaires du même type (La ruche qui dit oui...)	7 %	5 %
Les magasins spécialisés dans le surgelé	11 %	17 %

LES FRANÇAIS ET LE NUMÉRIQUE

Déjà très présent dans la vie quotidienne des Français, **le numérique est apparu indispensable dans le confinement, presque autant que la nourriture.** Et alors que l'observation de la communauté nous avait conduit à mentionner la semaine passée que tout se trouvait passé au prisme de l'utilité durant cette période, celle des technologies numériques a en tous cas fait très concrètement ses preuves pour tous. **Véritable couteau suisse du confiné, l'accès à internet a de multiples lames/applications : pour le travail, pour le commerce, pour le divertissement, pour nourrir les liens... L'intensité et la diversité des pratiques explosent.**

L'enquête quantitative montre des taux de pénétration dépassant les 85 % (et parfois de beaucoup) pour le visionnage de films et séries, les échanges de SMS, la fréquentation des réseaux sociaux, les appels audio, l'usage des messageries instantanées et les appels vidéo. A cet égard, quand rester en contact avec la famille et les amis et prendre le temps d'échanger avec eux acquièrent une nouvelle dimension, le téléphone ne suffit plus aux échanges et *voir* la personne devient essentiel. Cela permet de remédier à l'absence de contact physique direct, mais aussi, parfois, de se rassurer sur la santé de son interlocuteur. Tous les participants de notre communauté sans exception ont donc recours aux visioconférences dont certains ont appris à se servir à cette occasion. Alors que l'usage de la plupart des applications numériques était, avant le confinement, très marqué par un effet d'âge, on observe donc que ce dernier a favorisé un processus de rattrapage de la part des tranches d'âge avancées. La crise sanitaire a été ainsi l'occasion d'une franche réduction de la fracture numérique intergénérationnelle, ce qui aura très certainement des effets sur « l'après ».

Mais le numérique en temps de crise se révèle aussi comme un facteur supplémentaire de cristallisation et d'exacerbation des inégalités tenant aux différences de niveaux d'équipement et de qualité de connexion.

Si internet semble être devenu un bien essentiel, quasiment de première nécessité, les participants à notre communauté constatent que certains, pourtant, s'en trouvent exclus.

En outre et aussi indispensable soit-il dans le contexte du confinement, le numérique n'en est pas moins l'objet d'attitudes mitigées de la part des Français. Les personnes ayant participé à l'enquête s'inquiètent en particulier des conséquences de ces technologies sur « *la liberté des individus* » et « *le contrôle de la vie privée* », ainsi que sur « *la crédibilité des informations* ». Ainsi, 36 % des répondants estiment que le numérique apporte « *plus de mal que de bien* » à la société, une part qui tombe cependant à 18 % lorsqu'il s'agit de considérer ce qu'apporte le numérique à soi personnellement. Au final, les Français apparaissent divisés sur le fait de savoir s'il faut ou non aller plus loin dans le développement des technologies numériques : seulement 24 % estiment qu'« *il faut aller plus loin* », 32 % considèrent que nous sommes déjà allés trop loin et que 44 % se prononcent en faveur du *statu quo*.

Face aux géants du numérique qui sont derrière ces applications tant prisées, on repère au sein de la communauté une certaine mauvaise conscience voire un sentiment de « vendre son âme au diable ». Néanmoins, seule une minorité s'inscrit dans un rejet très radical au risque de s'exclure.

Finalement et malgré des sociabilités réinventées de façon virtuelle, **tous les participants interrogés sur les technologies numériques conviennent aussi de leur nature d'« animal social »** qui ne saurait faire l'économie de contacts, de présence, de réalité charnelle. Si les outils numériques sont devenus indispensables au fil des années, rendus plus que jamais nécessaires aujourd'hui pour surmonter l'isolement, la situation en fait aussi ressortir la dimension d'ersatz. Comme s'ils expérimentaient sous contrainte la quintessence et valeur de la présence humaine.

La pratique du télétravail peut faire imaginer à beaucoup une forme de pérennité de cette forme d'organisation mais sur un temps défini et partiel. De même et s'agissant de l'apprentissage en ligne, si beaucoup de choses se sont révélées possibles, la plupart de ceux qui l'ont expérimenté pour eux-mêmes ou leurs enfants, n'imaginent pas un instant que le numérique puisse se substituer au présentiel. Surtout, l'expression « contact humain » revient sans cesse au cœur des conversations des participants comme une chose difficile à définir mais dont le manque fait toucher du doigt l'impossible virtualisation.

ARNAUD, 31 ANS, PROFESSEUR D'ÉDUCATION PHYSIQUE, HABITANT EN RÉGION PARISIENNE ET ENSEIGNANT DANS L'OISE : Techniquement, ça marche beaucoup mieux qu'au début mais les élèves se sont ensuite retrouvés submergés par le travail. Et surtout, ils ont eu du mal à en venir à bout, et à comprendre les leçons. Car le vrai travail d'un prof en 2020, ce n'est pas de distiller du savoir, mais de résoudre les problèmes que rencontrent les élèves pour apprendre (motivation, méthode, compréhension...). Et ça, à distance, c'est quasiment impossible

HENRI, 62 ANS, RETRAITÉ, PARIS : Il se passe des choses indicibles dans le contact humain, dans la présence partagée, qui éveille des pensées, des idées, une intelligence, des digressions, qui n'ont pas la même liberté d'expression devant l'écran.

*

Chaque semaine, L'ObSoCo fait le point sur l'évolution des comportements, des opinions et représentations.

Ce document est un abstract de la note hebdomadaire de 90 pages produite dans le cadre de notre dispositif.

Si vous souhaitez y souscrire et bénéficier de nos analyses approfondies, n'hésitez pas à nous contacter.



APPEL À SOUSCRIPTIONS – LE TEMPS DU DÉCONFINEMENT

Le dispositif actuel, prévu pour 8 semaines, couvre et analyse la période du confinement. Nous souhaitons aujourd'hui **le reconduire pour 8 semaines** supplémentaires afin de **couvrir la sortie progressive** du confinement et **accompagner vos trajectoires de reprise**.

[+ découvrez les modalités de souscription](#)

Philippe Moati

Co-fondateur de L'ObSoCo

p.moati@lobsoco.com

06 81 13 42 44

Nathalie Damery

Présidente de L'ObSoCo

n.damery@lobsoco.com

06 71 55 23 63

Guénaëlle Gault

Directrice générale de L'ObSoCo

g.gault@lobsoco.com

06 48 16 87 06