



Communiqué de presse
30 mars 2020

Moral, conso... quels impacts de la crise du Covid-19 sur les familles françaises ?

Les mesures exceptionnelles prises dans le cadre de la lutte contre la pandémie de Covid-19 impactent tout particulièrement les familles. De quelle manière ? Zoom sur la 1^{ère} édition du baromètre « « Moral, conso... quels impacts de la crise du Covid-19 sur les familles françaises* », signée **Approuvé par les Familles** et réalisée par **l'institut Générations & Co.**

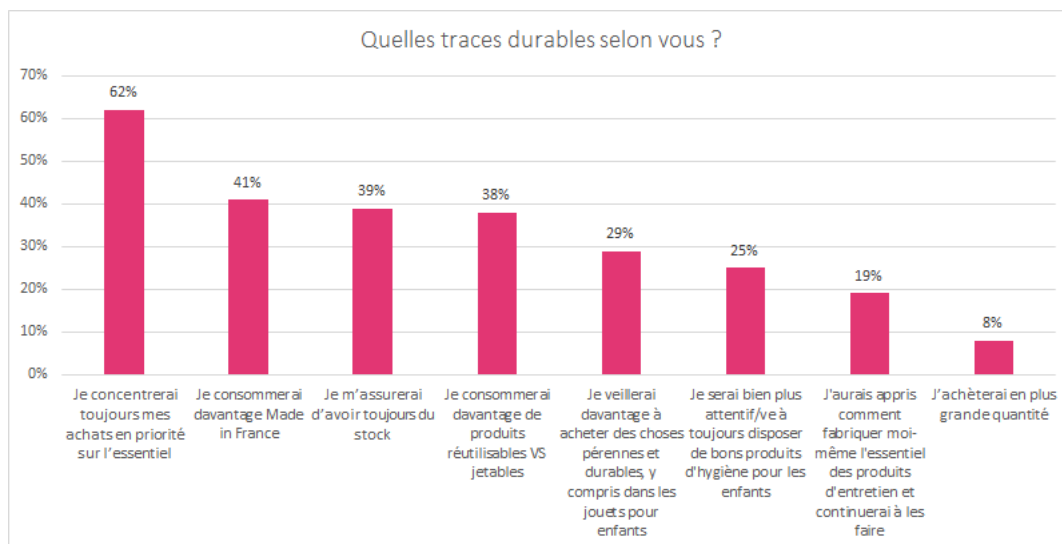
Les chiffres clés :

A S+2 du confinement :

- 96% des parents interrogés gardent leurs enfants
- En termes de statut : ¼ sont en télétravail – 18% sont en arrêt maladie pour garde d'enfants - 10% sont en chômage partiel – 13% continuent de se rendre au travail
- **Le moral des parents comme des enfants bâtit de l'aile mais tient le coup :**
 - Moral des parents : en moyenne à 6.54/10 mais plus du 1/3 des parents interrogés ont un moral au-delà de 8/10
 - Moral des enfants : en moyenne 7.01/10 mais 42% des enfants interrogés ont un moral au-delà de 8/10
- **Il y a du positif dans la crise :** interrogés sur ce qu'ils retirent de positif dans la situation présente, les parents observent tous un retour de l'humain, un rapprochement familial, un resserrement des liens et une meilleure communication.

Quels sont les impacts sur la consommation pour les familles ?

Malgré les images de supermarchés dévalisés, les parents n'ont pas l'impression d'avoir particulièrement abusé. S'ils sont 43% à admettre avoir raisonnablement « mais plus que d'habitude » consommé pendant cette crise, ils ne sont que 4% à affirmer faire des réserves tandis que 21% disent même avoir restreint leurs dépenses. Pour autant, ils sont d'ores et déjà **6 sur 10 à affirmer que cet épisode laissera des traces durables sur leur manière de consommer**, à commencer par une nouvelle concentration des achats sur l'essentiel.



Comment voient-ils la sortie de crise ?

Si 21% l'envisagent comme « un grand rebond pour la France », 1 parent sur 5 se déclare incapable de voir la sortie de crise, - concentré sur le moment présent -, tandis que **38% pensent que « nous aurons du mal à nous en relever »**.

Un tiraillement qui se retrouve dans leur niveau de confiance dans la capacité de la France à se sortir de la crise une fois le confinement terminé, qui s'établit en moyenne à 5.83/10 tandis que **leur confiance dans les capacités de leur propre famille à s'en sortir s'établit à 8.22/10 !**

Isabelle Cussac : « Le moral des familles est particulièrement clé dans le nécessaire rebond qui devra suivre la crise du Covid-19. Comme souvent, les familles françaises sont plus optimistes sur leur capacité à se relever qu'à celles de leur pays. Précautionneuses, elles ont à ce titre déjà intégré ce qu'elles envisagent comme les effets à moyen terme de cet évènement exceptionnel : une nécessaire nouvelle approche de leur consommation. Une approche qu'elles ne manqueront pas de partager largement durant le confinement, qui présente au moins l'avantage de satisfaire l'un des plus grands souhaits des parents comme des enfants : passer plus de temps ensemble ! »

A propos de Générations & Co et d'Approuvé par les Familles :

L'institut d'étude et de conseil aux entreprises Générations & Co décrypte depuis plus de 10 ans les attentes et pratiques de consommation des familles et plus largement les relations entre parents, enfants et consommation.

Une démarche que partage Approuvé par les Familles, qui fort de sa communauté de plus de 8 000 familles testeuses décerne chaque année son précieux label aux produits et services à destination des familles.

**Etude réalisée auprès de 854 parents du 24 au 25 mars 2020*

Contact presse : presse@approuveparlesfamilles.com

Approuvé par les Familles

2 rue Louis Pergaud – 94700 Maisons-Alfort