



# Le Baromètre des Décideurs

Viavoice - HEC Paris - *Le Figaro* - BFM Business

Mars 2021



## Sommaire et modalités de réalisation

### Principaux enseignements

4. Synthèse des enseignements. Tendances de conjoncture

### Indicateurs conjoncturels

7. Indice du « Moral des Décideurs » depuis 2004
8. Indice du « Moral des Décideurs » depuis un an
9. Niveau de vie en France
10. Chômage en France
11. Situation financière personnelle
12. Motivation des collaborateurs
13. Opportunités professionnelles

### Indicateurs de la relance

15. Facteurs de sortie de crise : réponses économiques et fiscales
18. Facteurs de sortie de crise : la vaccination
19. Facteurs de sortie de crise : les acteurs
20. Personnalités susceptibles d'améliorer la situation économique

### Questions d'actualité : La consommation après la crise, levier nécessaire de la relance ?

22. Perception sur la façon de consommer après la crise
24. Les intentions de consommation

Étude réalisée par Viavoice pour HEC Paris, *Le Figaro* et BFM Business.

Interviews effectuées en ligne du 18 au 22 février 2021 auprès de :

- Un **échantillon de 400 Décideurs**, représentatif de la population des cadres résidant en France métropolitaine. Représentativité assurée par la méthode des quotas, appliquée aux critères suivants : sexe, âge, secteur public ou secteur privé.
- Un **échantillon grand public de 1001 personnes**, représentatif de la population âgée de 18 ans et plus résidant en France métropolitaine. Représentativité assurée par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession de l'interviewé, région et catégorie d'agglomération.

*Les évolutions mentionnées dans ce rapport sont issues des précédentes vagues du Baromètre des Décideurs, réalisées par Viavoice pour HEC depuis février 2004.*



## PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

## Synthèse des enseignements (1/2)

---

### *Amélioration des perspectives économiques* **Après l'effondrement, le rebond (et ses singularités)**

Est-ce une preuve de sursaut ? L'expression d'un espoir retrouvé ? Ou bien, enfin, une confiance accordée à la stratégie vaccinale ? Cette nouvelle livraison du baromètre des Décideurs HEC Paris – Viavoice - *Le Figaro* - BFM Business révèle un enseignement majeur : un rebond très net des perspectives économiques ; et à la différence de la sortie de la crise de 2008, les perspectives actuelles reposent sur un alliage frappant de singularités, moteur de confiance économique.

#### **Amélioration des perspectives économiques ou retour aux « scores d'avant »**

La courbe de l'indice du moral des Décideurs, après avoir enregistré une chute vertigineuse après le début de la pandémie, connaît une inversion ce mois-ci : l'indice s'établit désormais à - 37. A titre de comparaison, il était de - 41 en mars 2020 soit aux prémices du premier confinement, et à - 48 en novembre dernier. Ce rebond est illustré par les indicateurs conjoncturels :

- Concernant le niveau de vie, 28 % des Décideurs (+ 11 points depuis novembre) et 24 % des Français (+ 7 points) anticipent une amélioration en France dans les mois qui viennent. Ces scores sont alignés avec les chiffres observés avant la crise sanitaire ; pour le grand public, ces résultats n'avaient jamais été atteints depuis mars 2018.
- Quant à leur propre situation financière personnelle, les tendances sont tout aussi positives et retrouvent leur niveau d'avant crise : 18 % des Décideurs (+ 4 points) et 16 % des Français (+ 3 points) estiment que leur situation financière va s'améliorer dans les mois prochains.

Sur le front de l'emploi, 14 % des Décideurs (+ 8 points) et 12 % des Français pensent que le nombre de chômeurs dans les prochains mois va diminuer en France : des scores en progression et comparables à ceux recueillis avant la crise sanitaire.

#### **Singularité 1 : l'importance des vaccins (double singularité)**

Compte tenu de la spécificité de la crise actuelle (arrêt volontaire de l'économie pour faire face à la pandémie) par rapport à celle de 2008, le premier facteur d'espoir est lui-même très singulier : les vaccins. Et les résultats obtenus révèlent en réalité une double singularité. Au-delà du principe même des vaccins et de leur rôle dans la sortie de crise, les scores d'adhésion sont impressionnants : pour « améliorer la situation économique de la France dans les mois qui viennent », 81 % des Décideurs et 70 % des Français estiment que « la vaccination » est « utile » : scores singulièrement massifs, bien au-delà des intentions de se faire vacciner.

Cela signifie que pour cette sortie de crise, l'espoir des impacts macroéconomiques des vaccins l'emporte sur le désir de vaccination personnelle : à la faveur des explications et des désirs de sortie de crise, la « solution vaccinale » s'impose dans les esprits.

## Synthèse des enseignements (2/2)

### Singularité 2 : l'alliance des acteurs « Etat – entreprise – consommateurs » (double singularité)

La deuxième singularité réside en la nécessaire alliance des « acteurs de sortie de crise ». Alors qu'après la crise de 2008, le rôle de l'Etat apparaissait prépondérant, c'est désormais l'importance du triptyque Etat-entreprise-consommateur qui est soulignée :

- Aux yeux des Décideurs : 23 % (Etat), 32 % (entreprises et innovation), 26 % (consommateurs) ;
- Comme aux yeux des Français : 16 % (Etat), 30 % (entreprises et innovation), 34 % (consommateurs).

Là encore, c'est une double singularité qui prévaut : non seulement le triptyque est original, mais la place reconnue aux entreprises et à l'innovation, par les Décideurs comme par les Français, est frappante. Alors que la décision d' « arrêter l'économie » a relevé des pouvoirs publics, on aurait pu imaginer que le plus grand nombre se tourne essentiellement vers l'Etat pour la reprise : l'idée d'innovation, d'une adaptation de l'économie progresse également en regard de cette crise.

### Singularité 3 : l'aspiration à un « pack de réformes »

Le baromètre des Décideurs permettra désormais de mesurer de façon barométrique les leviers de la relance économique. A ce jour, les réponses attendues plaident pour un « pack de réformes », autant dire pour un plan de relance multi-facteurs :

- En ligne avec une tendance globale à la réhabilitation de la souveraineté nationale et au produire local et consommer local, les Français (41 %) et Décideurs (43 %) jugent prioritaire d'aider les entreprises qui produisent en France.
- Les Français (42 %) et les Décideurs (37 %) estiment important de baisser l'imposition sur les ménages en France.
- C'est concernant la situation des jeunes que Français et Décideurs souhaitent que le gouvernement agisse, dans un contexte où s'installe une précarité pour une partie de ce public.

### Singularité 4 : consommation, la part de « l'effet roaring »

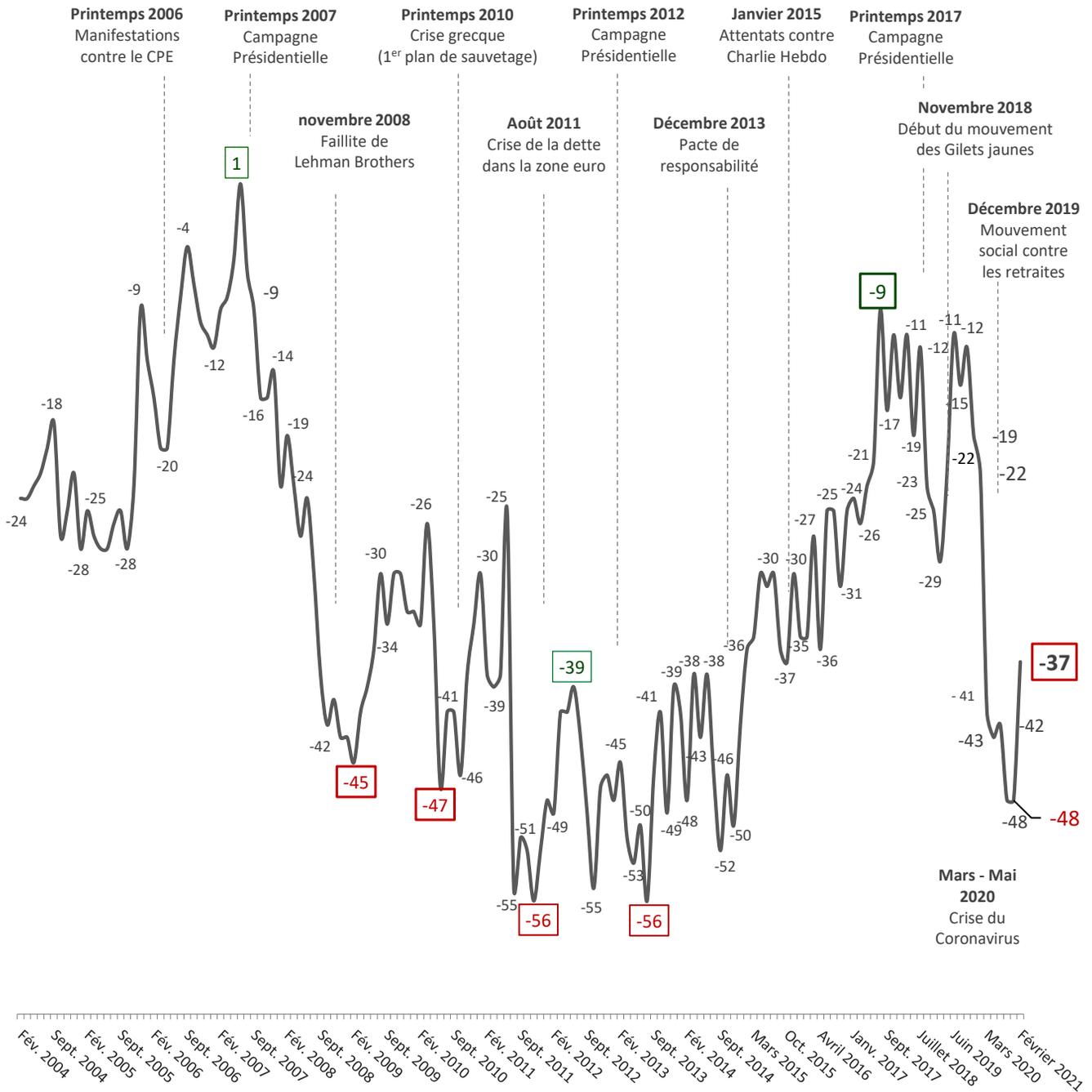
Entre perspectives du retour des « années folles », apprentissage pérenne de la modération consummatrice voire tentations frugales, quel rôle précis jouera la consommation dans la « sortie de crise » ? De manière frappante, seuls 7 % des Français déclarent avoir l'intention de consommer « davantage » au sortie de cette crise par rapport à leurs usages antérieurs ; 57 % autant qu'avant et 32 %... moins qu'avant.

Si la consommation est appelée à reprendre et sur des rythmes supérieurs à ceux qu'elle connaissait avant « la crise », l'idée de « roaring twenties » faisant écho à celle des années 1920 n'émanera pas de l'ensemble des publics, loin s'en faut. Les moteurs de la reprise risquent à ce titre d'être asymétriques, ouvrant alors de nouveaux défis dans cette économie renaissante.



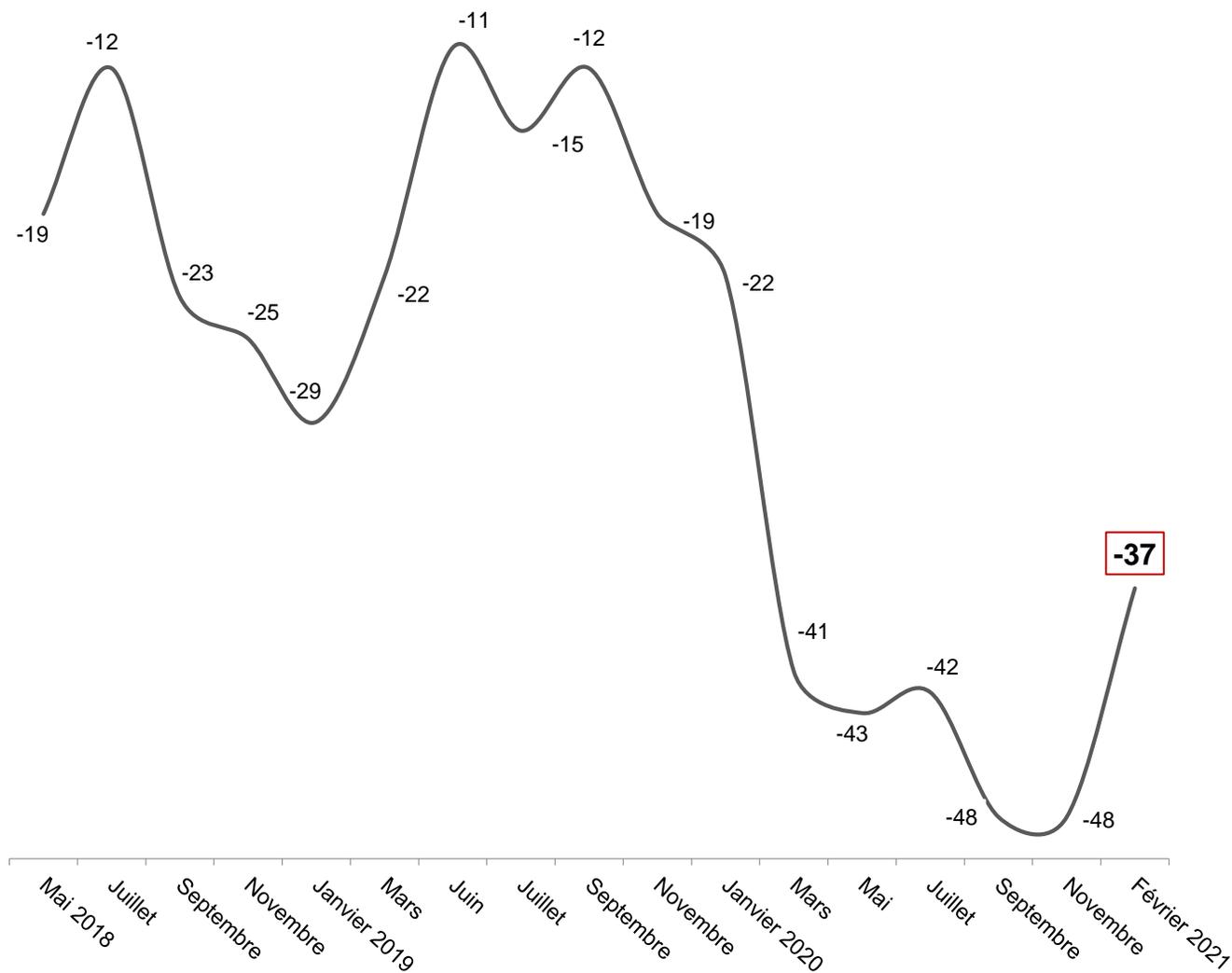
## INDICATEURS CONJONCTURELS

## Indice du « Moral des Décideurs » depuis 2004



L'indice synthétique du « Moral des Décideurs » est la moyenne des indices recueillis sur chacune des questions récurrentes. Pour chaque question, l'indice est la différence du pourcentage de réponses positives et de réponses négatives.

## Indice du « Moral des Décideurs » depuis un an et demi



L'indice synthétique du « Moral des Décideurs » est la moyenne des indices recueillis sur chacune des questions récurrentes.

Pour chaque question, l'indice est la différence du pourcentage de réponses positives et de réponses négatives.

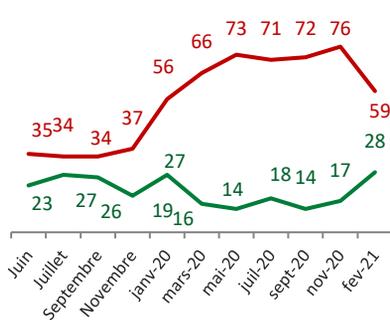
## Niveau de vie en France

Pensez-vous que d'ici un an, le niveau de vie en France dans l'ensemble... ?

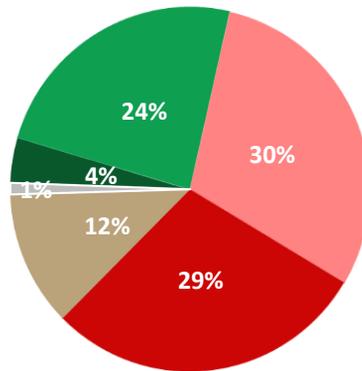
### Sous-total

« S'améliorera » 28 %

(+ 11 depuis novembre)



### Décideurs



### Sous-total

« Se dégradera » 59 %

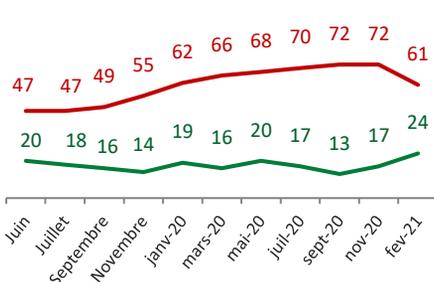
(- 17 depuis novembre)

- S'améliorera nettement
- S'améliorera un peu
- Se dégradera un peu
- Se dégradera nettement
- Restera stationnaire
- Non réponse

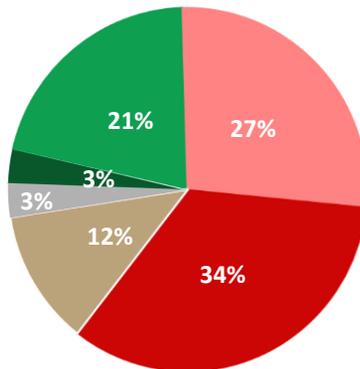
### Sous-total

« S'améliorera » 24 %

(+ 7 depuis novembre)



### Grand public



### Sous-total

« Se dégradera » 61 %

(- 11 depuis novembre)

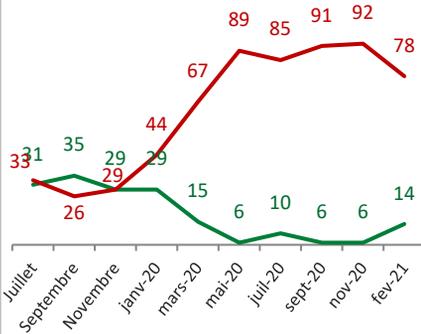
- S'améliorera nettement
- S'améliorera un peu
- Se dégradera un peu
- Se dégradera nettement
- Restera stationnaire
- Non réponse

## Chômage en France

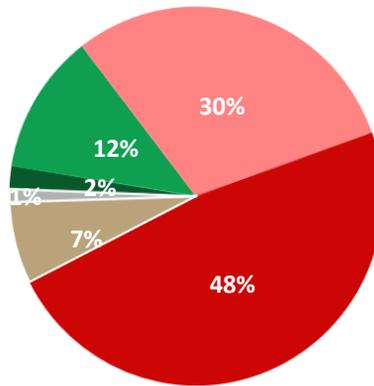
Pensez-vous que dans les mois qui viennent, le nombre de chômeurs en France... ?

### Décideurs

Sous-total  
« Diminuera » 14 %  
(+ 8 depuis novembre)



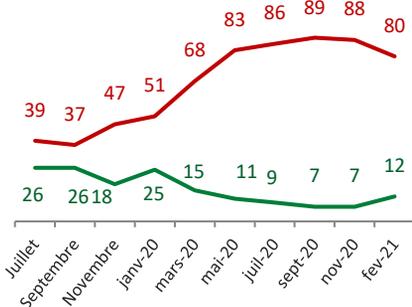
Sous-total  
« Augmentera » 78 %  
(- 14 depuis novembre)



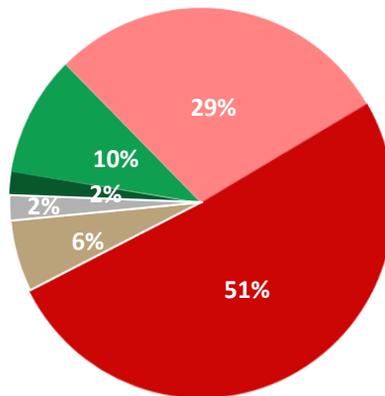
- Diminuera nettement
- Diminuera un peu
- Augmentera un peu
- Augmentera nettement
- Restera stationnaire
- Non réponse

### Grand public

Sous-total  
« Diminuera » 12 %  
(+ 5 depuis novembre)



Sous-total  
« Augmentera » 80 %  
(- 8 depuis novembre)

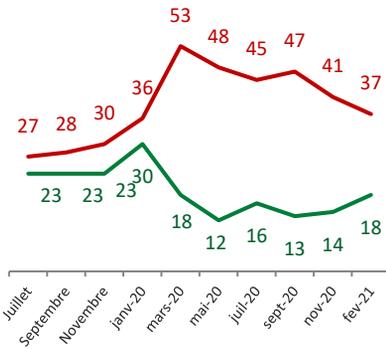


- Diminuera nettement
- Diminuera un peu
- Augmentera un peu
- Augmentera nettement
- Restera stationnaire
- Non réponse

## Situation financière personnelle

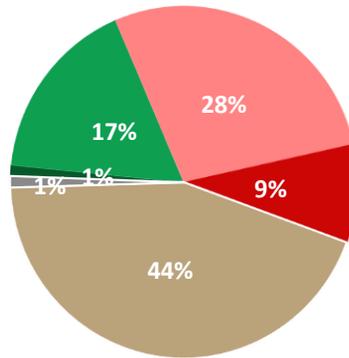
Croyez-vous que dans les mois qui viennent, votre situation financière... ?

**Sous-total**  
« Va s'améliorer » 18 %  
(+ 4 depuis novembre)



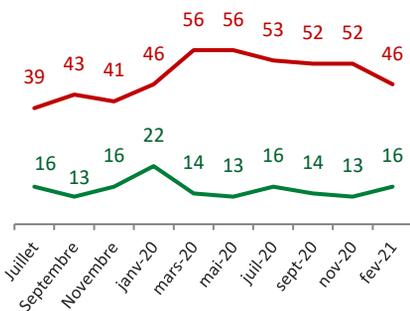
### Décideurs

**Sous-total**  
« Va se dégrader » 37 %  
(- 4 depuis novembre)



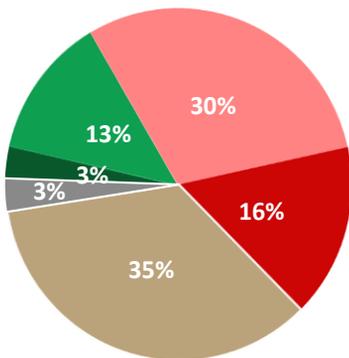
- Va s'améliorer nettement
- Va s'améliorer un peu
- Va se dégrader un peu
- Va se dégrader nettement
- Va rester stationnaire
- Non réponse

**Sous-total**  
« Va s'améliorer » 16 %  
(+ 3 depuis novembre)



### Grand public

**Sous-total**  
« Va se dégrader » 46 %  
(- 6 depuis novembre)



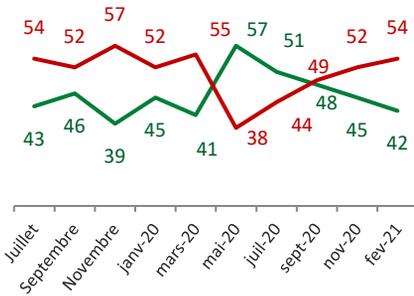
- Va s'améliorer nettement
- Va s'améliorer un peu
- Va se dégrader un peu
- Va se dégrader nettement
- Va rester stationnaire
- Non réponse

## Motivation des collaborateurs

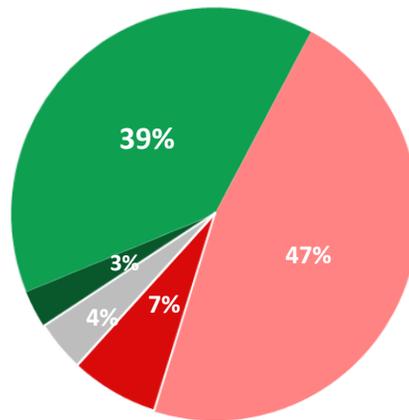
De manière générale, diriez-vous que vos collaborateurs sont actuellement... ?

### Décideurs

Sous-total  
« Motivés » 42 %  
( - 3 depuis novembre)



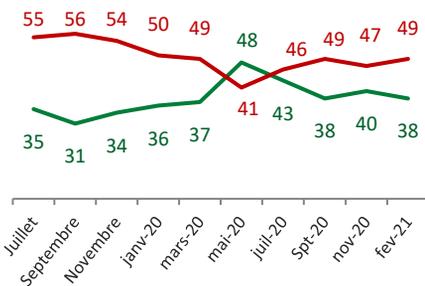
Sous-total  
« Pas motivés » 54 %  
(+ 2 depuis novembre)



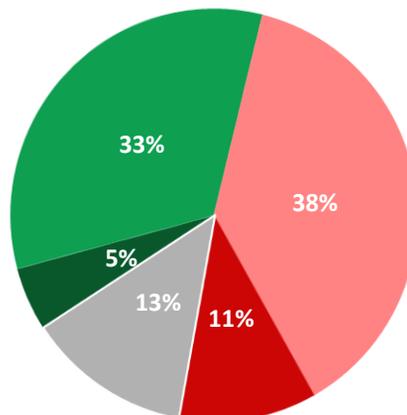
- Très motivés
- Assez motivés
- Pas vraiment motivés
- Pas du tout motivés
- Non réponse

Sous-total  
« Motivés » 38 %  
( - 2 depuis novembre)

### Grand public \*



Sous-total  
« Pas motivés » 49 %  
(+ 2 depuis novembre)



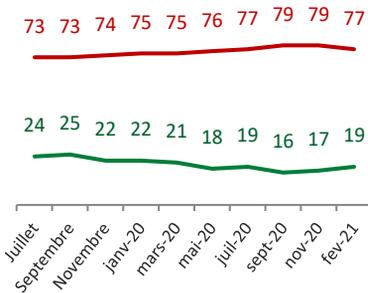
- Très motivés
- Assez motivés
- Pas vraiment motivés
- Pas du tout motivés
- Non réponse

(\* ) Question posée uniquement aux actifs

## Opportunités professionnelles

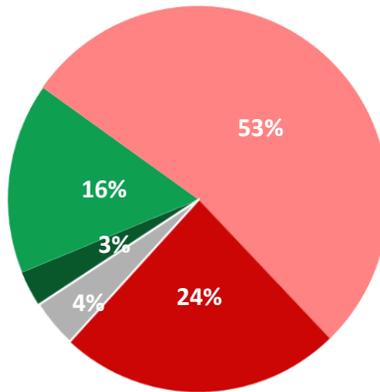
Diriez-vous que les opportunités pour faire progresser votre carrière dans les mois qui viennent sont... ?

Sous-total  
« **Importantes** » **19 %**  
(+ 2 depuis novembre)



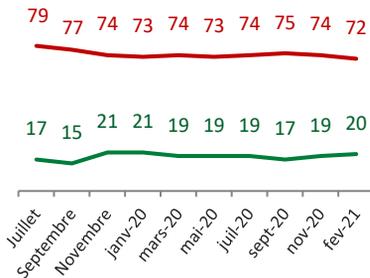
### Décideurs

Sous-total  
« **Faibles** » **77 %**  
(- 2 depuis novembre)



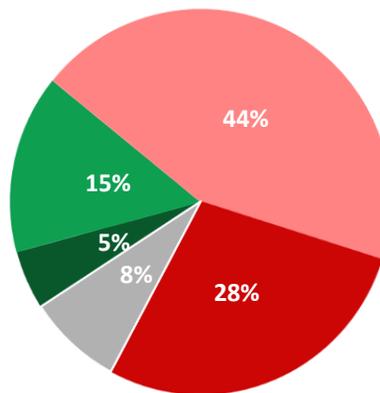
- Très importantes
- Plutôt importantes
- Plutôt faibles
- Inexistantes
- Non réponse

Sous-total  
« **Importantes** » **20 %**  
(+ 1 depuis novembre)



### Grand public \*

Sous-total  
« **Faibles** » **72 %**  
(- 2 depuis novembre)



- Très importantes
- Plutôt importantes
- Plutôt faibles
- Inexistantes
- Non réponse

(\* ) Question posée uniquement aux actifs



## INDICATEURS DE LA RELANCE

## Facteurs de sortie de crise : réponses économiques et fiscales (1/3)

Pour améliorer la situation économique de la France dans les mois qui viennent, faudrait-il selon vous en priorité...

Quatre réponses possibles – total supérieur à 100%

### Décideurs

■ Total citations    ▨ En premier

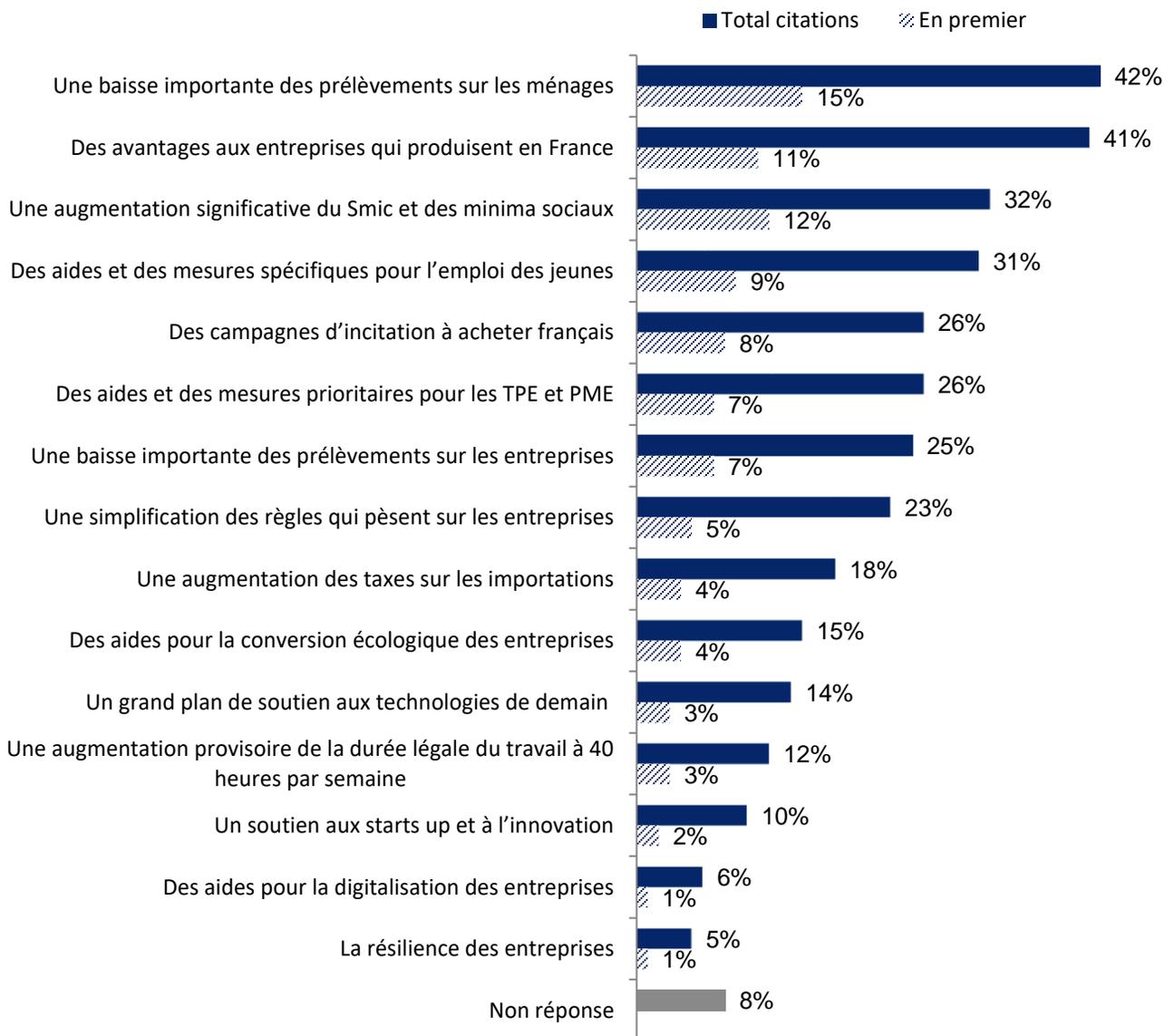


## Facteurs de sortie de crise : réponses économiques et fiscales (2/3)

Pour améliorer la situation économique de la France dans les mois qui viennent, faudrait-il selon vous en priorité...

Quatre réponses possibles, total supérieur à 100 %

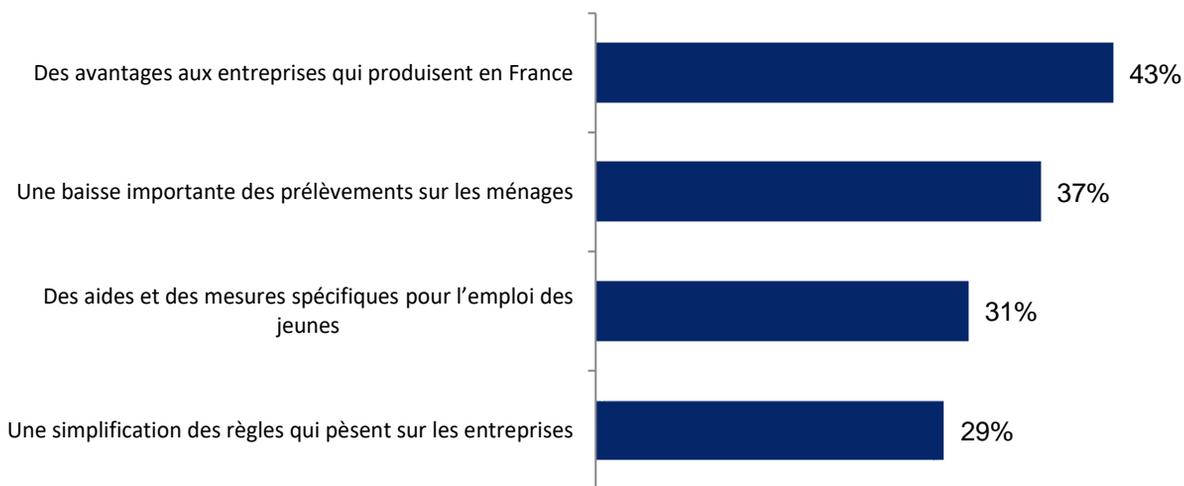
### Grand public



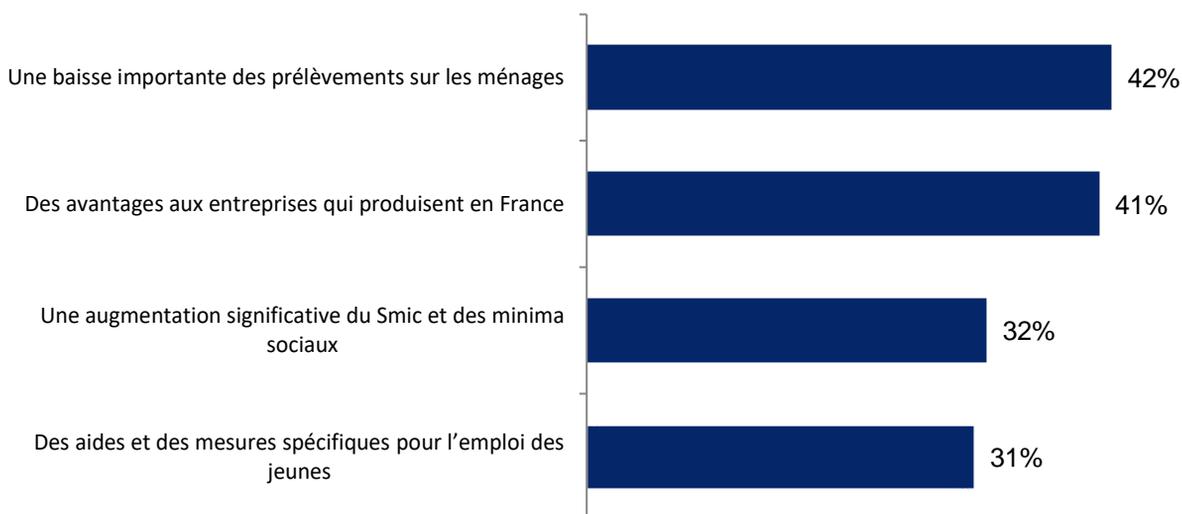
## Facteurs de sortie de crise : réponses économiques et fiscales (3/3)

Pour améliorer la situation économique de la France dans les mois qui viennent,  
faudrait-il selon vous en priorité...  
*Quatre réponses possibles - total supérieur à 100 %*

### Décideurs



### Grand public



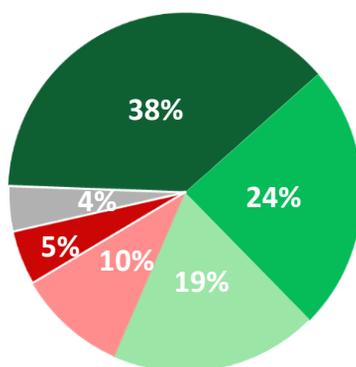
## Facteurs de sortie de crise : la vaccination

Pour améliorer la situation économique de la France dans les mois qui viennent, la vaccination est-elle selon vous...

### Décideurs

Sous-total  
« Utile » 81 %

Sous-total  
« Inutile » 15 %

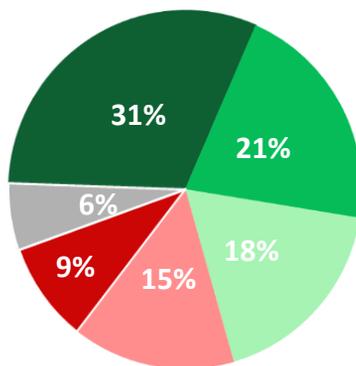


■ Indispensable ■ Très utile ■ Assez utile ■ Pas vraiment utile ■ Pas du tout utile ■ Ne sait pas

### Grand public

Sous-total  
« Utile » 70 %

Sous-total  
« Inutile » 24 %

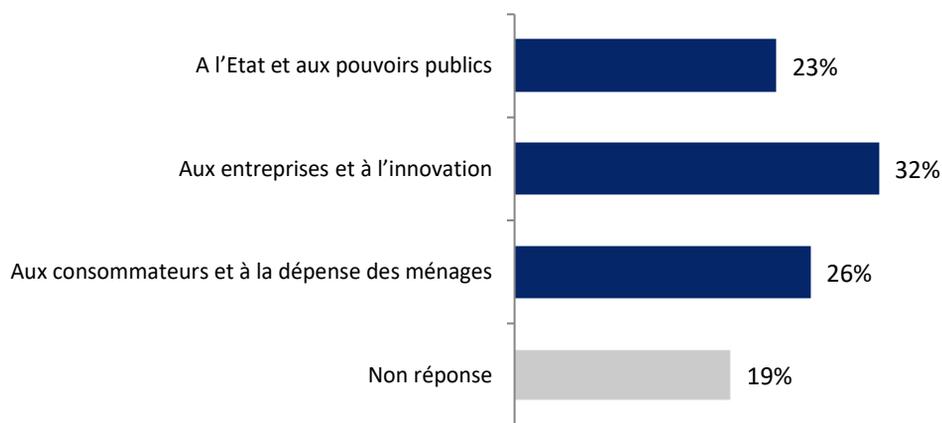


■ Indispensable ■ Très utile ■ Assez utile ■ Pas vraiment utile ■ Pas du tout utile ■ Ne sait pas

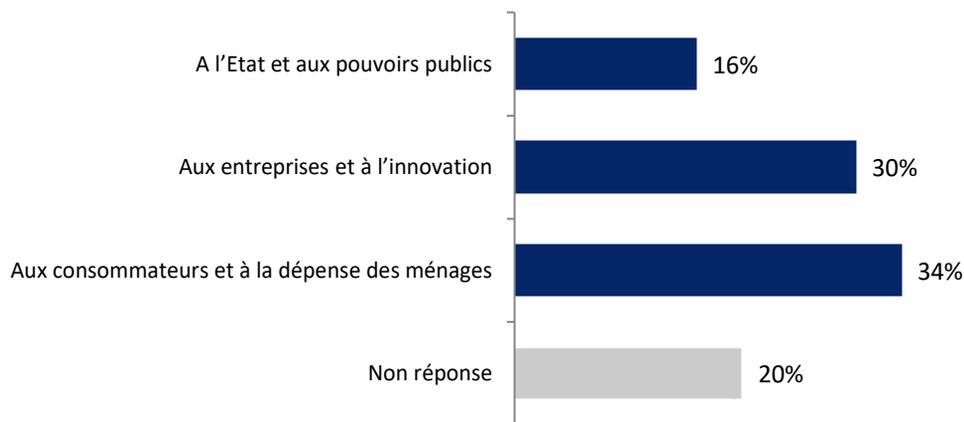
## Facteurs de sortie de crise : les acteurs

Pour améliorer la situation économique de la France dans les mois qui viennent, faites-vous plutôt confiance...

### Décideurs



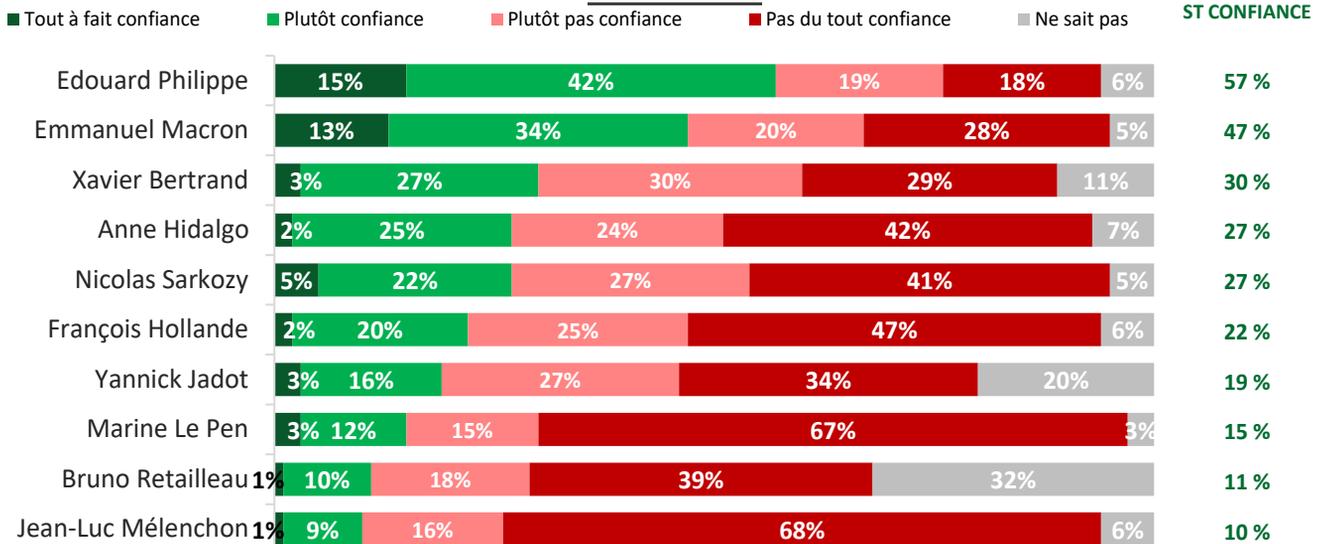
### Grand public



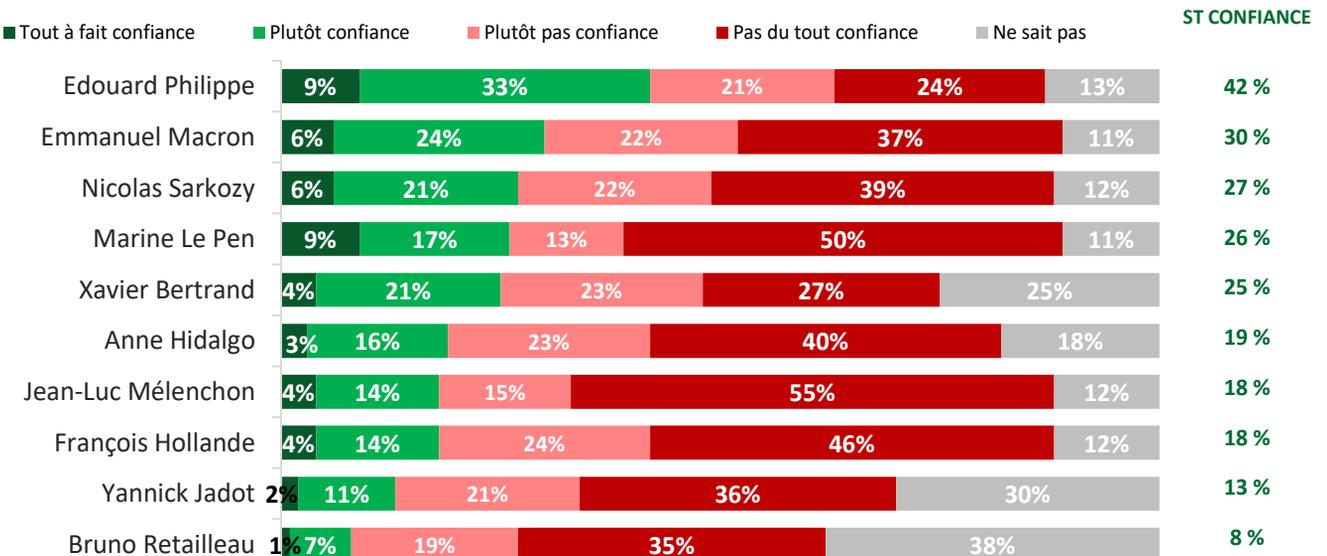
## Personnalités susceptibles d'améliorer la situation économique

Pour chacune des personnalités suivantes, si elle était présidente de la République, lui feriez-vous tout à fait confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas du tout confiance pour améliorer la situation économique de la France ?

### Décideurs



### Grand public





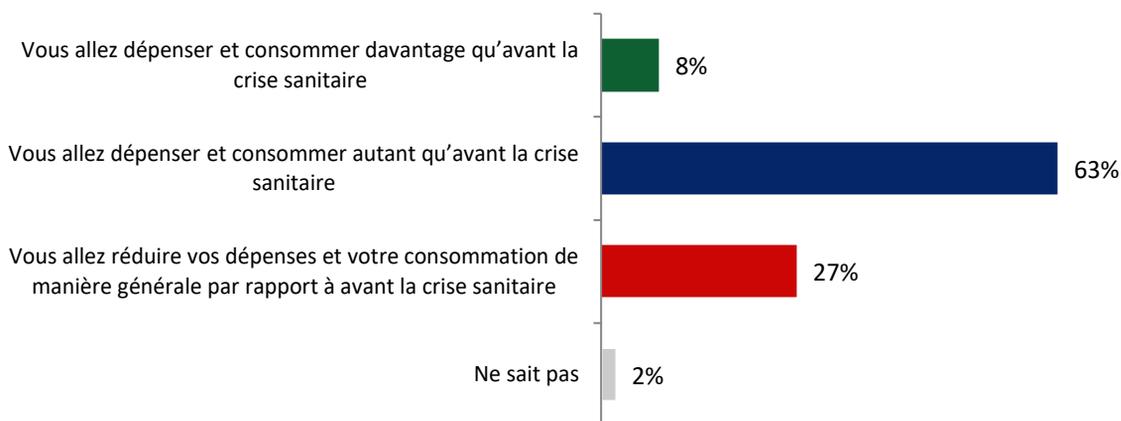
## QUESTIONS D'ACTUALITÉ :

**La consommation après la crise, levier nécessaire de la relance ?**

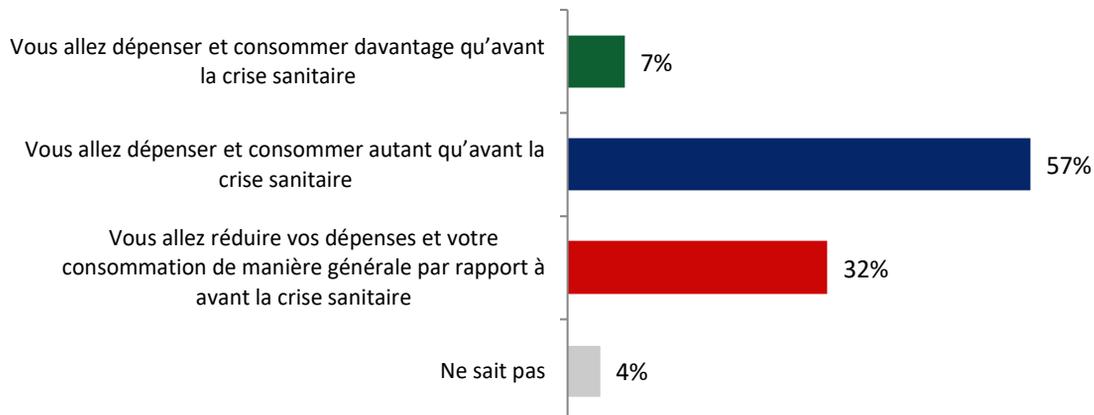
## Perceptions sur la façon de consommer à la fin de la crise (1/2)

Lorsque vous pensez à la fin de la crise sanitaire et à votre façon de consommer (*autre que les biens de première nécessité*) diriez-vous que ...

### Décideurs



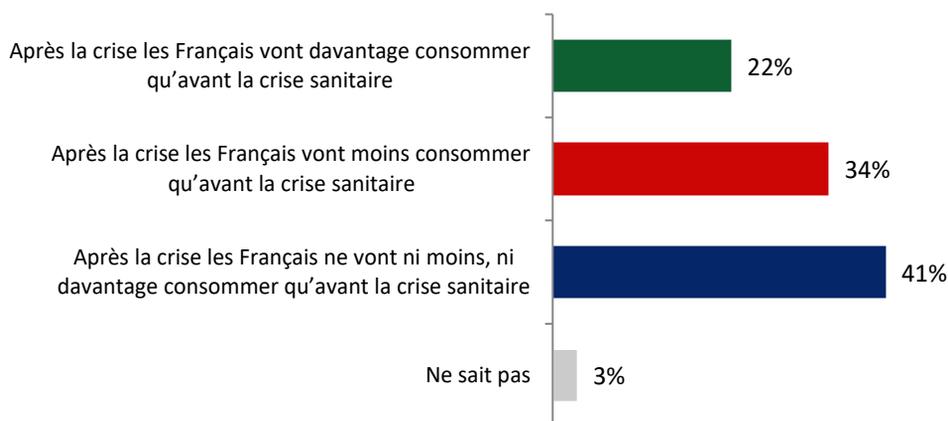
### Grand public



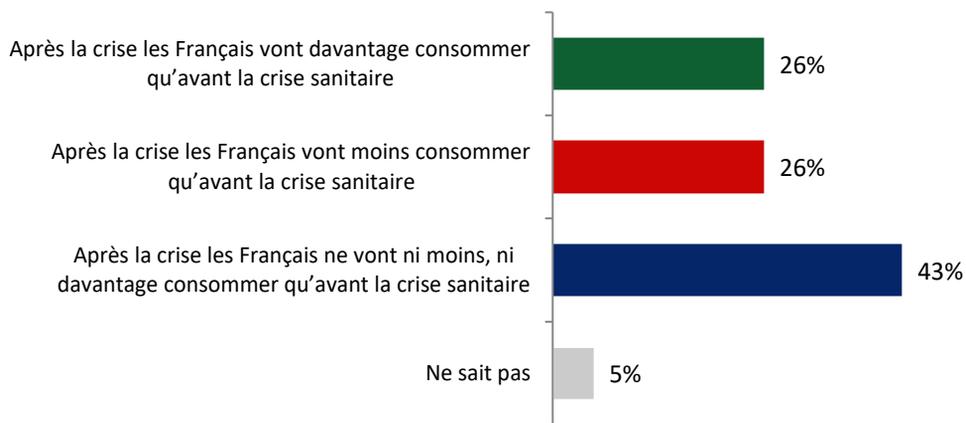
## Perceptions sur la façon de consommer à la fin de la crise (2/2)

Avec laquelle de ces affirmations êtes-vous le plus en accord :

### Décideurs



### Grand public

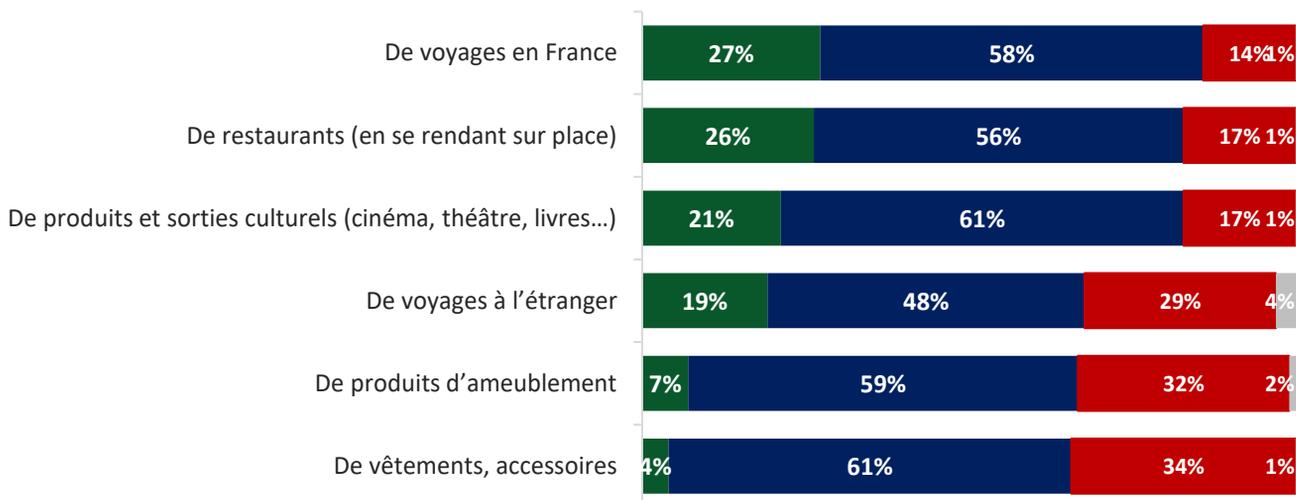


## Les intentions de consommation

Et vous personnellement, par rapport à avant la crise sanitaire, diriez-vous qu'à l'avenir vous allez davantage, autant ou moins consommer ... ?

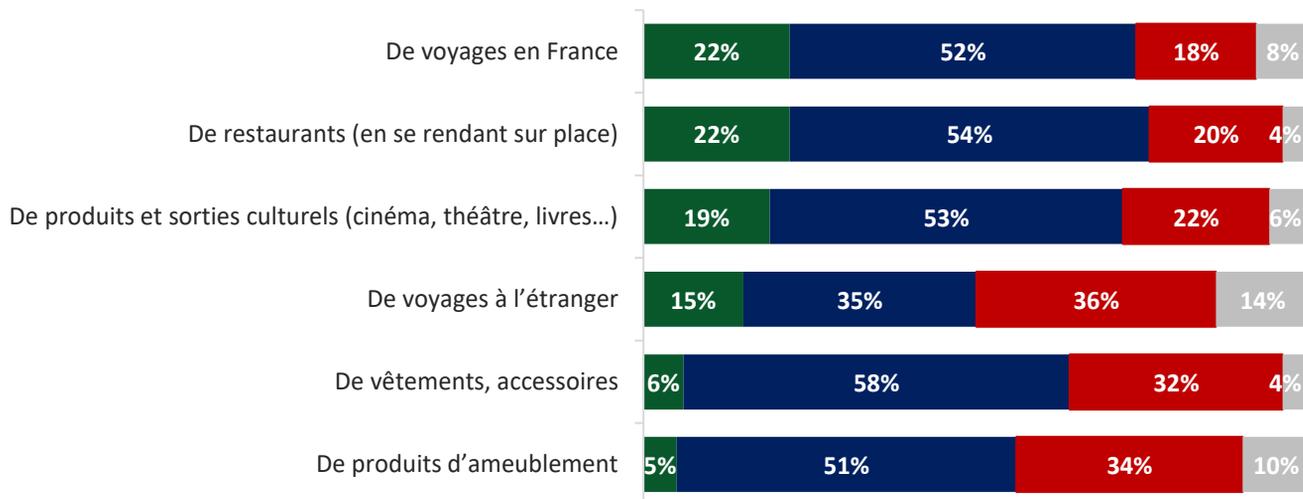
### Décideurs

■ Davantage consommer ■ Autant consommer ■ Moins consommer ■ Ne sait pas



### Grand public

■ Davantage consommer ■ Autant consommer ■ Moins consommer ■ Ne sait pas



# VIAVOICE

« La réalité ne pardonne pas qu'on la méprise. » Joris-Karl Huysmans



## Études Conseil Stratégie pour l'avenir des entreprises et des institutions



| VIAVOICE | GLOBAL CENTER FOR THE FUTURE | BLOOMTIME | LES TEMPS NOUVEUX |

Les récentes études d'opinion Viavoice réalisées pour HEC, Libération, Le Figaro, Les Échos, BFM Business, France 2, RTL et France Inter sont consultables sur [www.institut-viavoice.com](http://www.institut-viavoice.com)  
9, rue Huysmans, 75 006 Paris. + 33 (0)1 40 54 13 90. Viavoice est une SAS indépendante.