



Le Baromètre des Décideurs

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

Février - mars 2022



Sommaire et modalités de réalisation

Principaux enseignements

4. Synthèse des enseignements.

Indicateurs conjoncturels

7. Indice du « Moral des Décideurs » depuis 2004
8. Indice du « Moral des Décideurs » depuis un an et demi
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 relance : réponses économiques et fiscales
18. Facteurs de relance : les acteurs
19. Personnalités politiques susceptibles d'améliorer la situation économique

Questions d'actualité. L'inflation, l'enjeu oublié de la campagne ?

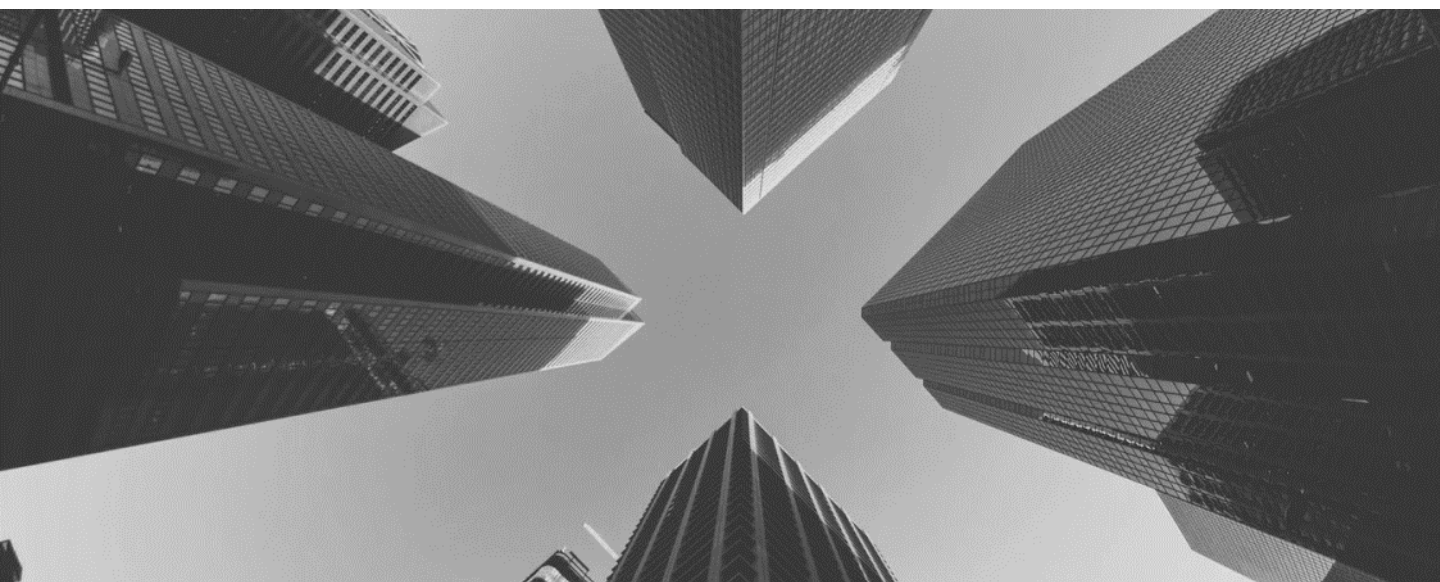
21. Perception de l'inflation dans son quotidien
22. Conséquences perçues de l'inflation sur le pouvoir d'achat
23. Préoccupations concernant l'inflation
24. Comportements de dépenses face à l'inflation
25. Mesures souhaitables pour lutter contre l'inflation
26. Les acteurs jugés capables de lutter efficacement contre l'inflation
27. Importance souhaitée de l'inflation dans la campagne présidentielle

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

Interviews effectuées en ligne du 17 au 22 février 2022 auprès de :

- Un **échantillon de 401 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 Paris depuis février 2004.



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Synthèse des enseignements (1/2)

L'inflation, grande oubliée du pouvoir d'achat ?

Le double contexte de sortie espérée de la crise sanitaire et de campagne présidentielle revitalise le débat politique autour d'enjeux fondamentaux pour l'avenir. Si le pouvoir d'achat constitue un enjeu prioritaire pour les Français, le phénomène inflationniste qui touche l'Europe et la France est lié en très grande partie.

A l'aune de cette présidentielle, un double mouvement s'opère : un moral économique qui marque un nouvel élan (comme en 2017 à cette même période) et en même temps un sujet brûlant de hausse des prix qui, dans un contexte socialement tendu, peut s'avérer explosif.

Perspective économique : nouvel élan pour 2022 ?

En novembre 2021, les résultats du Baromètre des Décideurs ViaVOICE – HEC Paris pour *Le Figaro* et BFM business faisaient état du retour d'une profonde inquiétude sur le plan économique. Ce début d'année 2022 propose une toute autre dynamique. En effet, le moral des décideurs s'établit désormais à -16 (+ 4 points) ce qui nous laisse espérer le début d'un nouvel élan pour l'année qui vient.

- C'est surtout sur le front de l'emploi que les perspectives s'éclaircissent : 40 % des cadres (+ 5 points) et 33 % des Français (+ 6 points) anticipent une diminution du nombre de chômeurs en France. Des scores comparables à 2019...
- Plus encore, c'est aussi sur le plan de la situation financière personnelle que les Français semblent plus optimistes. Malgré, nous le verrons, l'augmentation des prix et les enjeux du pouvoir d'achat, la tendance est plutôt positive : 30 % des cadres (+5 points) et 20 % des Français (+ 3 points) estiment que leur situation financière va s'améliorer.
- Sur fond de « great resignation » américaine, sur le plan professionnel les cadres semblent accuser le coup des nouvelles organisations du travail, en percevant une motivation stable de leurs collaborateurs (43%), alors que les Français dans leur ensemble estiment percevoir une amélioration de cette motivation (+6 points).

L'inflation : des conséquences réelles sur le pouvoir d'achat

En dépit d'un moral économique qui croît en ce début d'année chez les décideurs, l'augmentation générale des prix à la consommation (+2,9 % sur un an en janvier 2022 selon l'Insee) s'installe comme une préoccupation majeure du quotidien. Cadres et Français se retrouvent sur le même constat : 85 % ont réellement perçu un phénomène d'inflation dans leur vie quotidienne.

- Pour les Français, cette hausse des prix est concrète et visible : 63 % se rendent compte dans leur quotidien de cette augmentation générale des prix, avec un impact sur leur pouvoir d'achat ;
- Les cadres, sont 45 % à déplorer les conséquences visibles de l'inflation sur leur pouvoir d'achat. Un chiffre frappant si on ajoute la part des décideurs qui disent être impactés sans s'en rendre encore compte (37 %)...

Synthèse des enseignements (2/2)

Inflation : des conséquences sur les comportements de consommation à venir

L'inflation est un enjeu du quotidien, qui impacte considérablement la vie des Français.

Plus précisément, ce phénomène entraînera des conséquences évidentes sur la consommation des Français dans les semaines à venir :

- 47 % des cadres et 53 % des Français estiment qu'ils feront davantage attention à leurs dépenses ;
- Plus encore, 24 % des décideurs et 29 % des Français dans leur ensemble baisseront tout simplement leurs dépenses dans les mois qui viennent.

Des impacts sur la consommation loin d'être anecdotiques, dans une dynamique de croissance que l'on espère pérenne après deux ans de récession.

Inflation : une demande d'augmentation des salaires

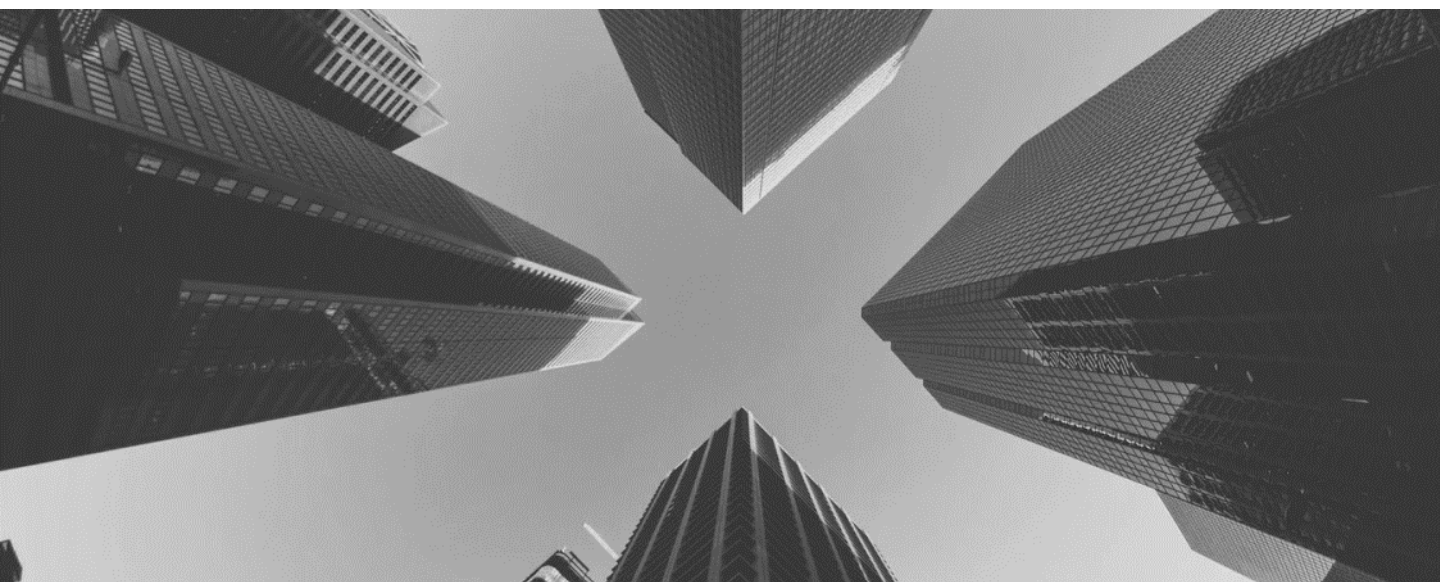
Pour pallier cette augmentation des prix et en lien avec ces enjeux plus globaux de pouvoir d'achat, les Français ainsi que les décideurs identifient trois registres de solutions : la revalorisation du travail, la baisse des charges et l'encadrement des dépenses contraintes.

- 61 % des cadres et 57 % des Français estiment que la réponse à l'inflation est l'augmentation des salaires ;
- Aussi, 52 % des décideurs et 58 % des Français demandent une baisse des taxes
- Enfin, 44 % des décideurs et 54 % des Français souhaitent que l'on puisse contrôler et plafonner le prix des produits alimentaire, de premières nécessités ;

Rappelons qu'avec la crise des Gilets Jaunes anesthésiée par des premières mesures portées par le gouvernement Macron et la crise sanitaire, l'enjeu de l'inflation et du pouvoir de vivre reste majeur.

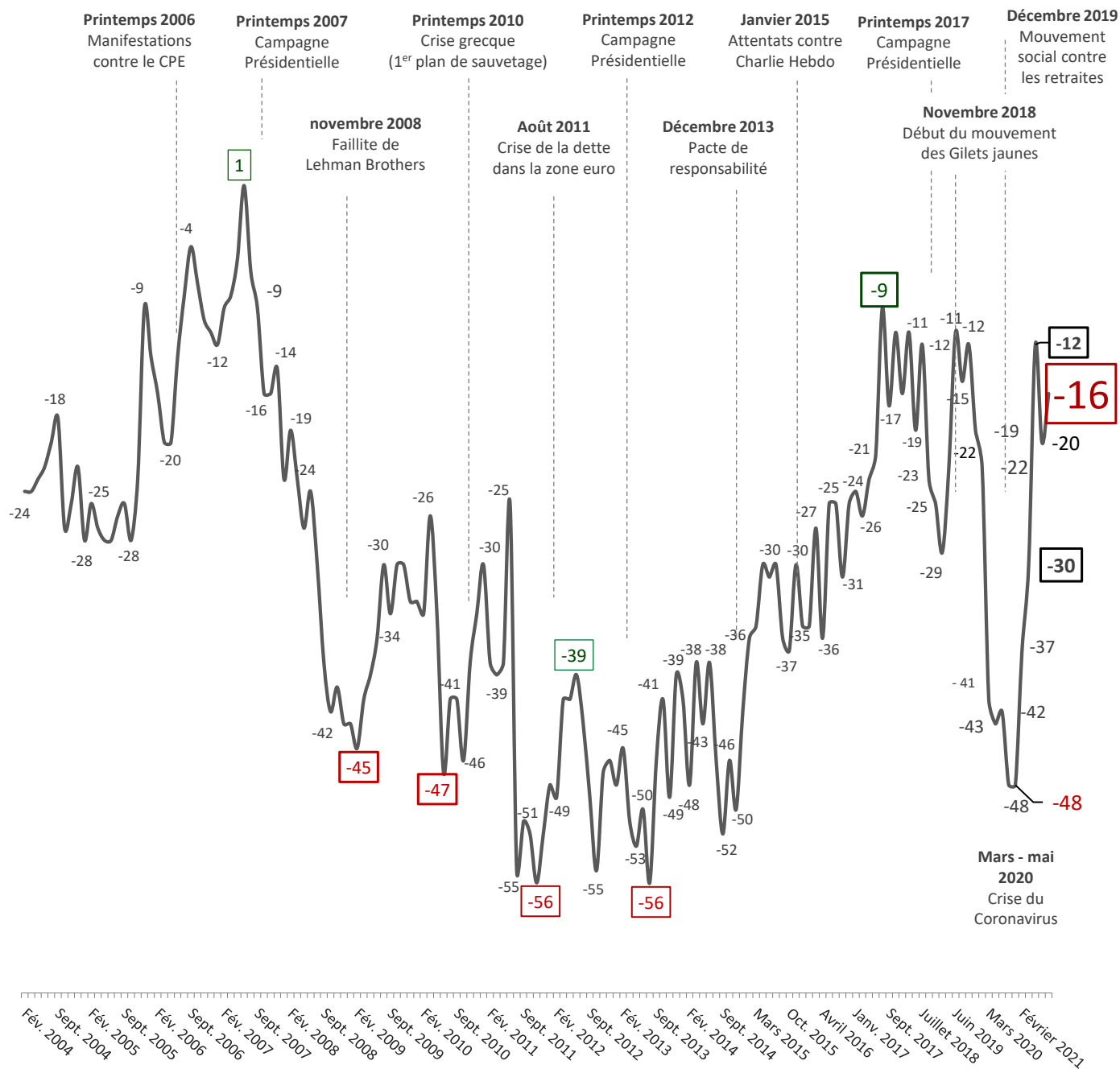
Tous convergent pour estimer que ce phénomène constitue un enjeu prioritaire pour cette campagne (68 % des décideurs et 73 % des Français) dont il faudra se saisir au risque de connaître à nouveau une tension sociale explosive... Le nouvel élan tant attendu sur le plan économique dont on perçoit les premiers indices ne pourra se pérenniser qu'à la condition de répondre à l'urgence du pouvoir d'achat.

Stewart Chau, Viavoice

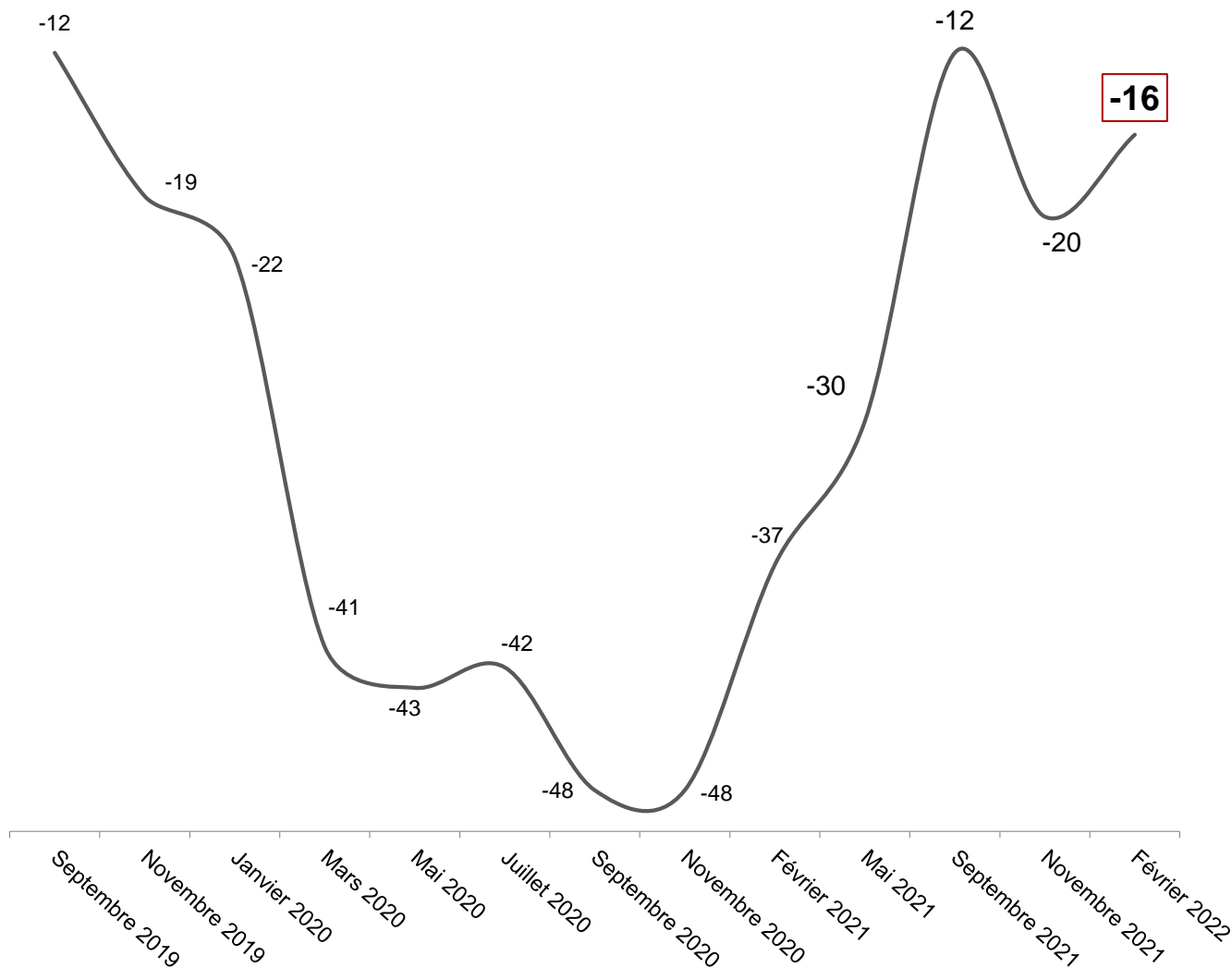


INDICATEURS CONJONCTURELS

Indice du « Moral des Décideurs » depuis 2004



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



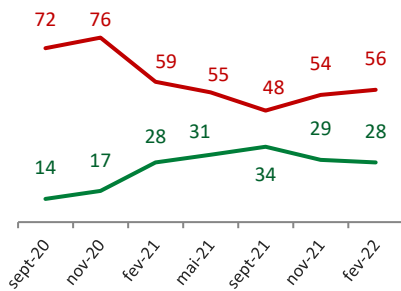
L'indice synthétique du « Moral des Décideurs » est la moyenne des indices recueillis sur chacune des questions récurrentes. Pour chaque question, l'indice est la différence du pourcentage de réponses positives et de réponses négatives.

Niveau de vie en France

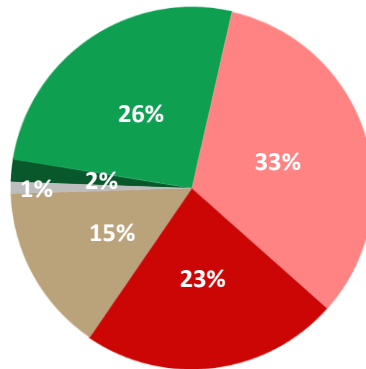
Pensez-vous que d'ici un an, le niveau de vie en France dans l'ensemble... ?

Sous-total

« S'améliorera » **28 %**
-1 depuis novembre 2021



Décideurs



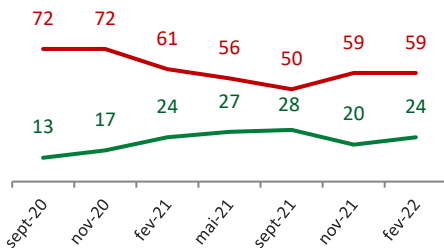
Sous-total

« Se dégradera » **56 %**
+2 depuis novembre 2021

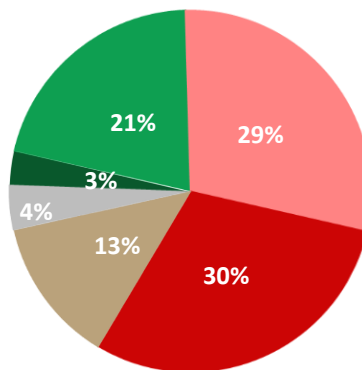
- S'améliorera nettement
- S'améliorera un peu
- Se dégradera un peu
- Se dégradera nettement
- Restera stationnaire
- Non réponse

Sous-total

« S'améliorera » **24 %**
+4 depuis novembre 2021



Grand public



Sous-total

« Se dégradera » **59 %**
= depuis novembre 2021

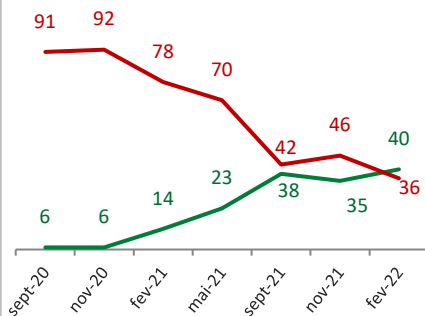
- S'améliorera nettement
- S'améliorera un peu
- Se dégradera un peu
- Se dégradera nettement
- Restera stationnaire
- Non réponse

Chômage en France

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

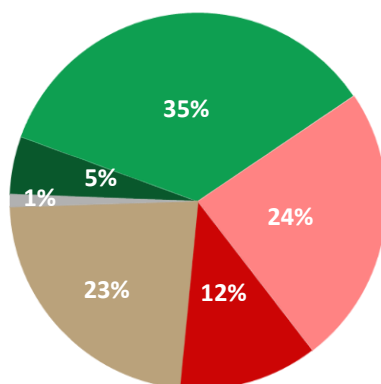
Sous-total

« Diminuera » **40 %**
+5 depuis novembre 2021



Décideurs

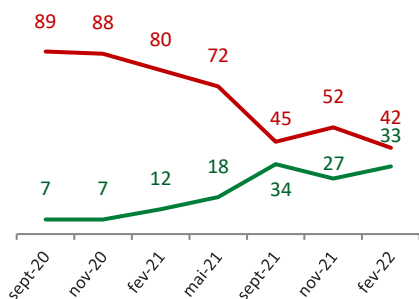
Sous-total
« Augmentera » **36 %**
-10 depuis novembre 2021



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

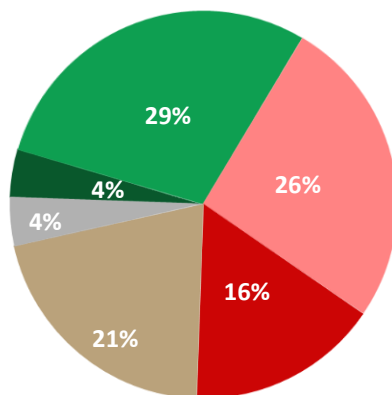
Sous-total

« Diminuera » **33 %**
+6 depuis novembre 2021



Grand public

Sous-total
« Augmentera » **42 %**
-10 depuis novembre 2021



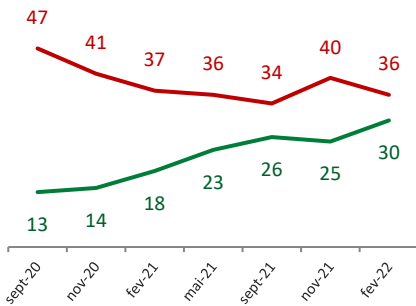
- Diminuera nettement
- Diminuera un peu
- Augmentera un peu
- Augmentera nettement
- Restera stationnaire
- Non réponse

Situation financière personnelle

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

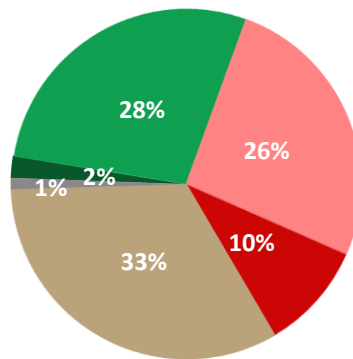
Sous-total

« Va s'améliorer » 30 %
+5 depuis novembre 2021



Décideurs

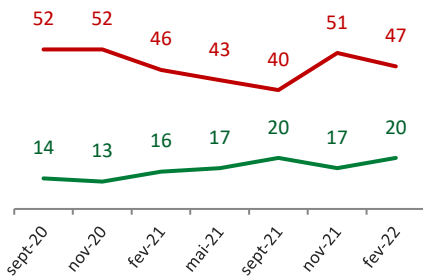
Sous-total
« Va se dégrader » 36 %
-4 depuis novembre 2021



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

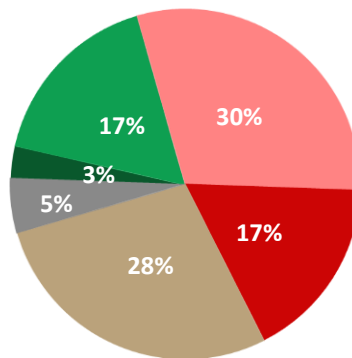
Sous-total

« Va s'améliorer » 20 %
+3 depuis novembre 2021



Grand public

Sous-total
« Va se dégrader » 47 %
-4 depuis novembre 2021



- 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

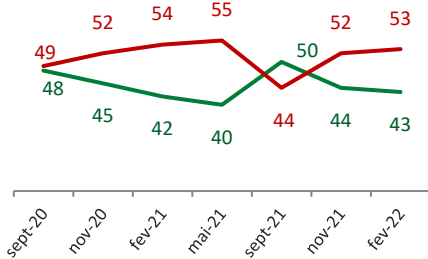
De manière générale, diriez-vous que vos collaborateurs sont actuellement... ?

Décideurs

Sous-total

« **Motivés** » **43 %**

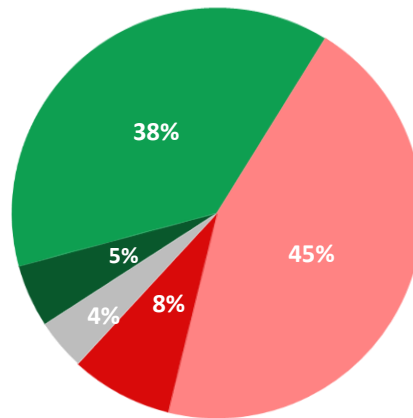
-1 depuis novembre 2021



Sous-total

« **Pas motivés** » **53 %**

+1 depuis novembre 2021



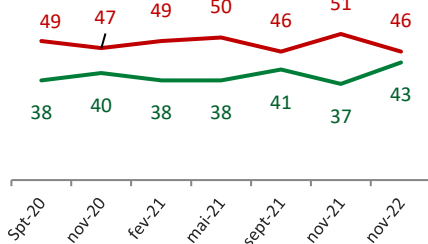
- Très motivés
- Assez motivés
- Pas vraiment motivés
- Pas du tout motivés
- Non réponse

Grand public *

Sous-total

« **Motivés** » **43 %**

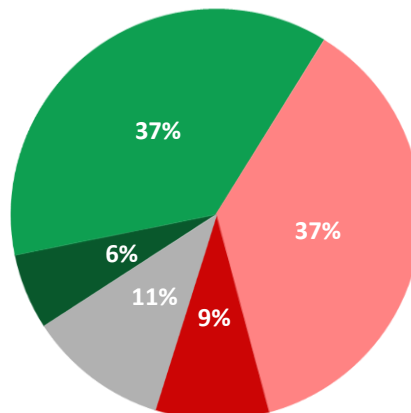
+6 depuis novembre 2021



Sous-total

« **Pas motivés** » **46 %**

-5 depuis novembre 2021



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

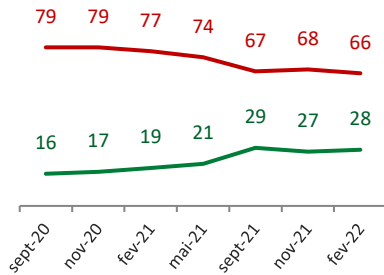
(* Question posée uniquement aux actifs (524 personnes)

Opportunités professionnelles

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

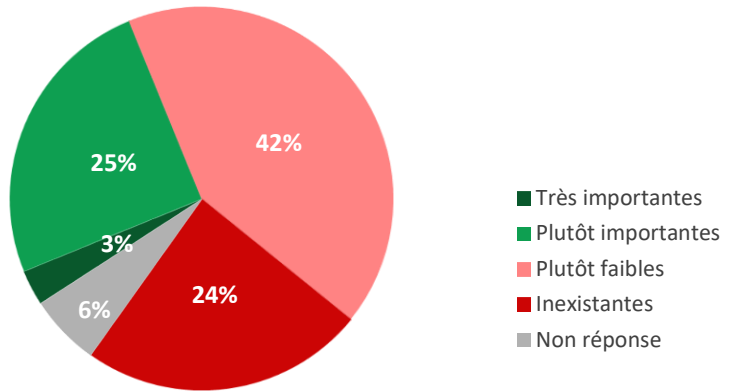
Sous-total

« **Importantes** » **28 %**
+1 depuis novembre 2021



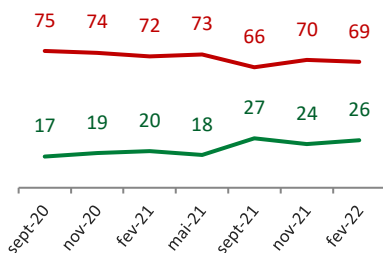
Décideurs

Sous-total
« **Faibles** » **66 %**
-2 depuis novembre 2021

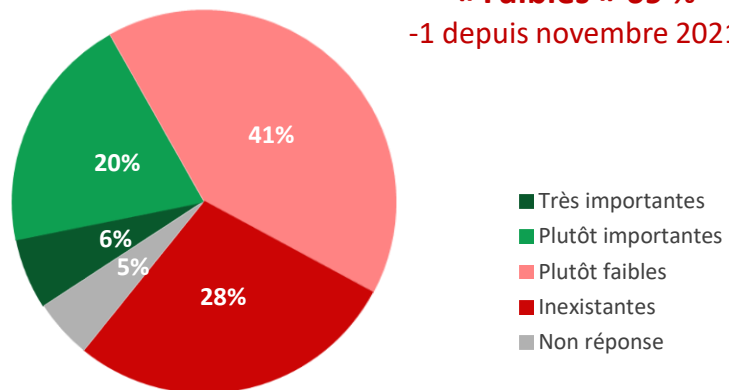


Grand public *

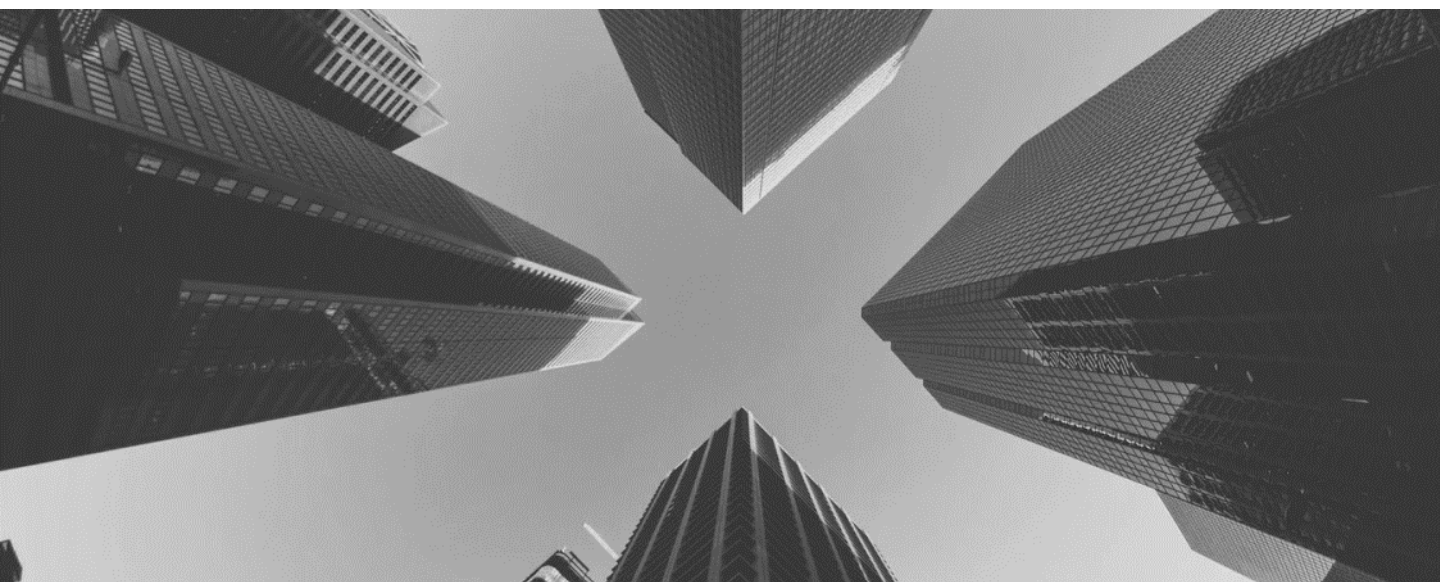
Sous-total
« **Importantes** » **26 %**
+2 depuis novembre 2021



Sous-total
« **Faibles** » **69 %**
-1 depuis novembre 2021



(*) Question posée uniquement aux actifs



INDICATEURS DE LA RELANCE

Facteurs de relance : 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

Nov. 2021
Viaivoice



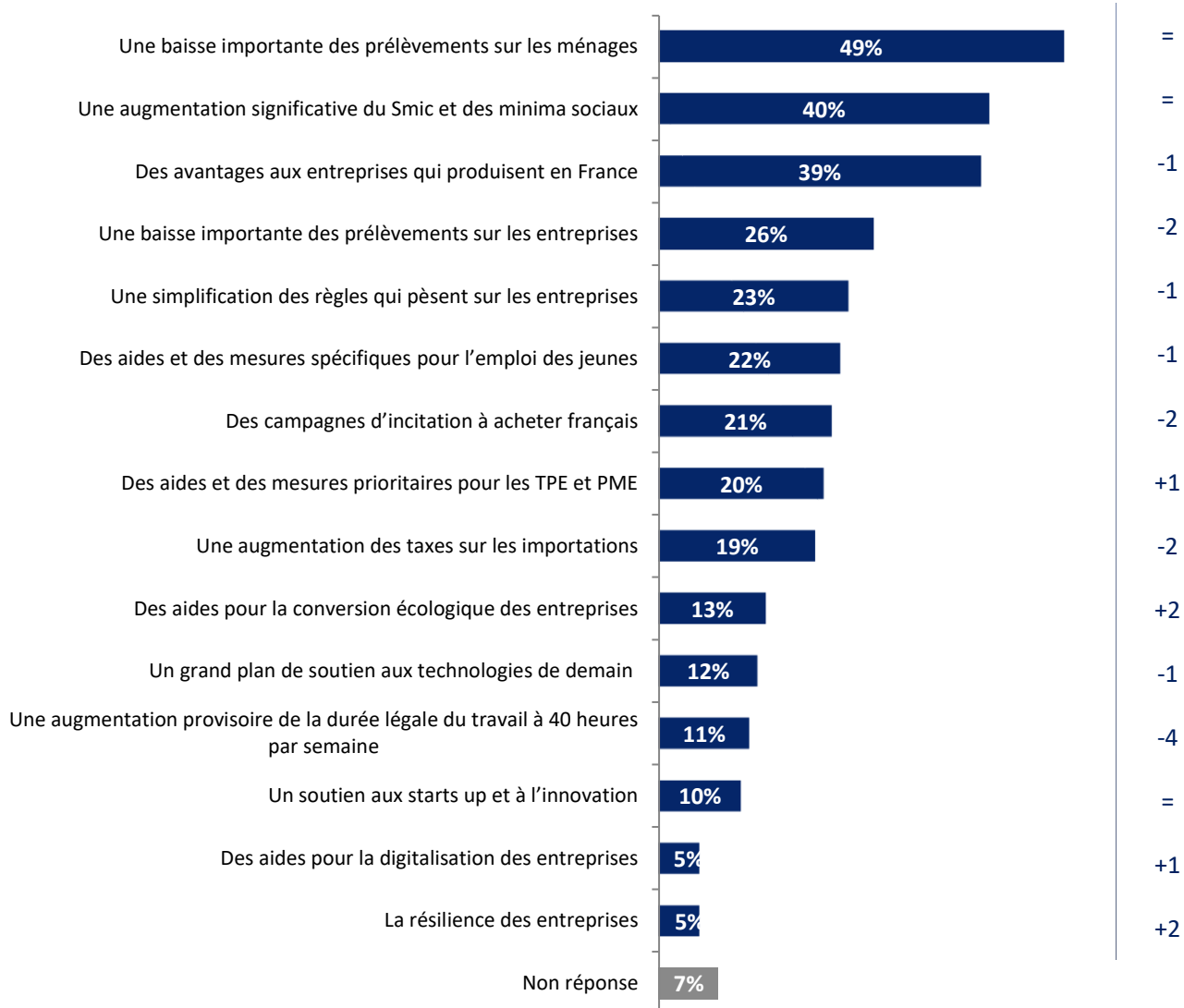
Facteurs de relance : réponses économiques et fiscales (2/3)

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

Nov. 2021
Viaivoice

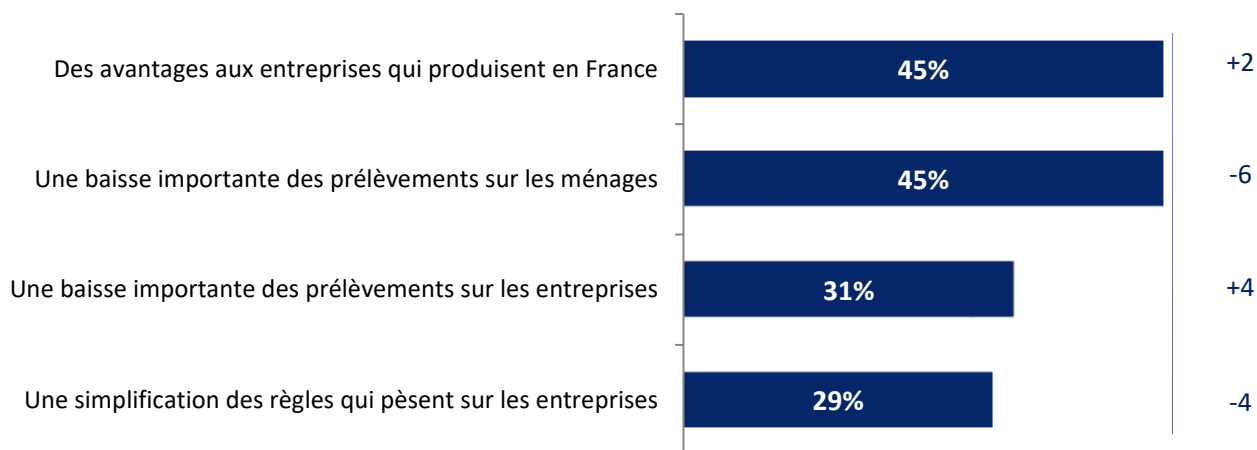


Facteurs de relance : réponses économiques et fiscales (3/3)

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 %

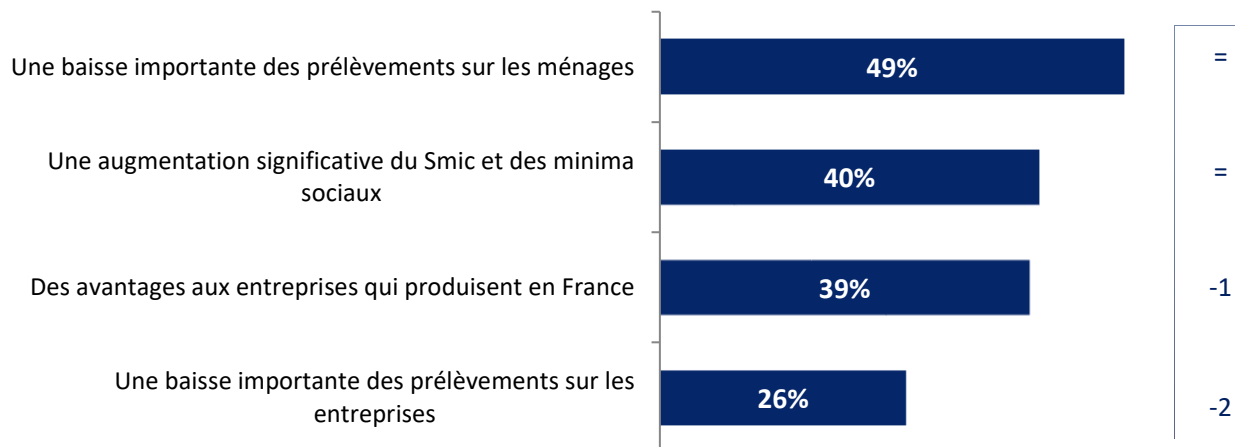
Décideurs

Nov. 2021
Viavoice



Grand public

Nov. 2021
Viavoice

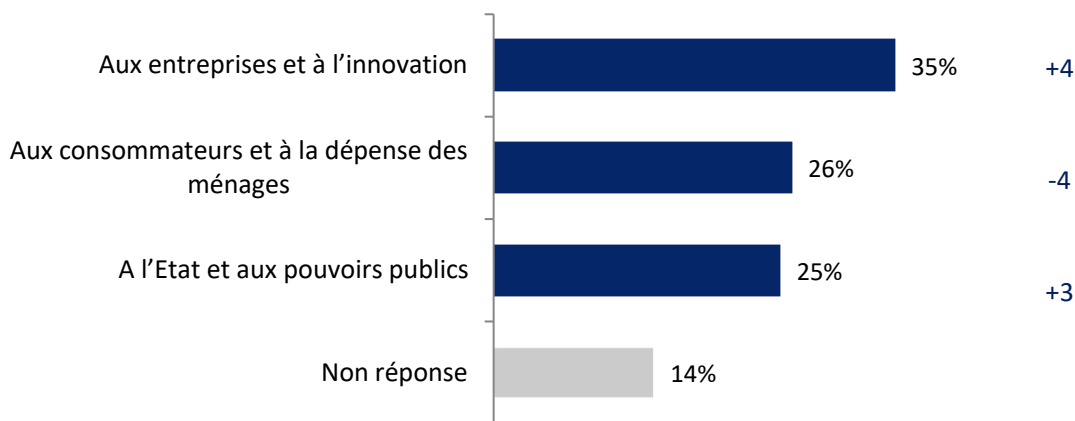


Facteurs de relance : les acteurs

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

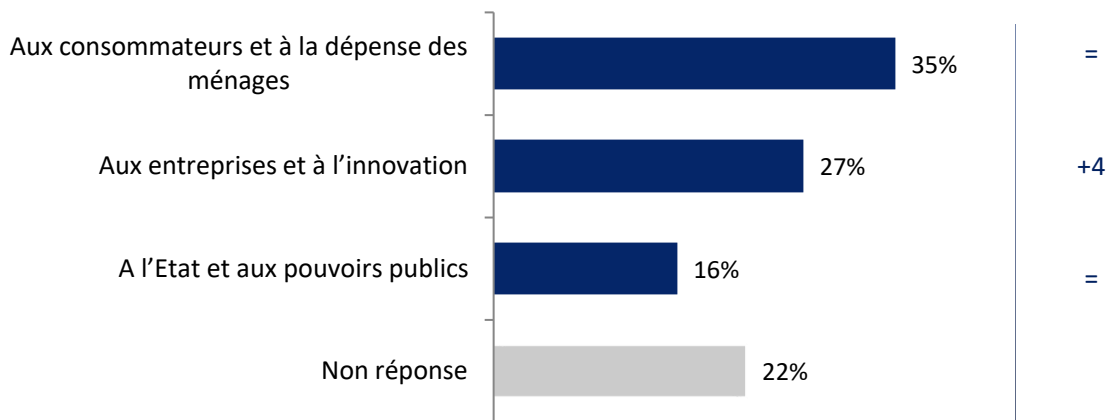
Décideurs

Nov. 2021
Viavoice



Grand public

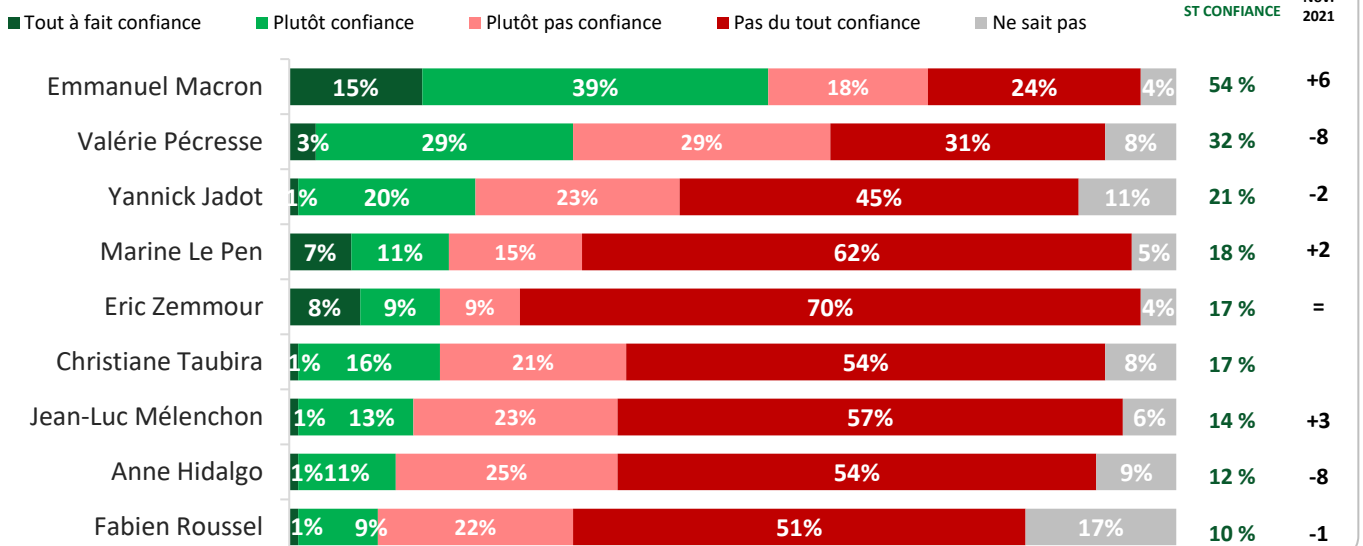
Nov. 2021
Viavoice



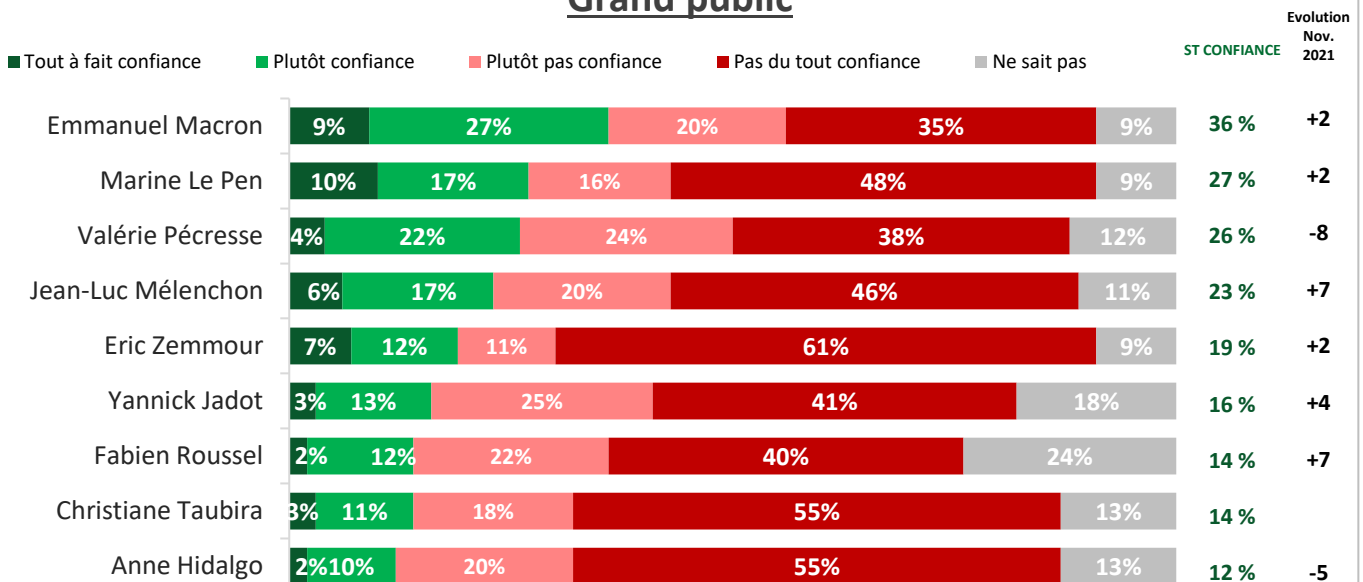
Personnalités politiques susceptibles d'améliorer la situation économique

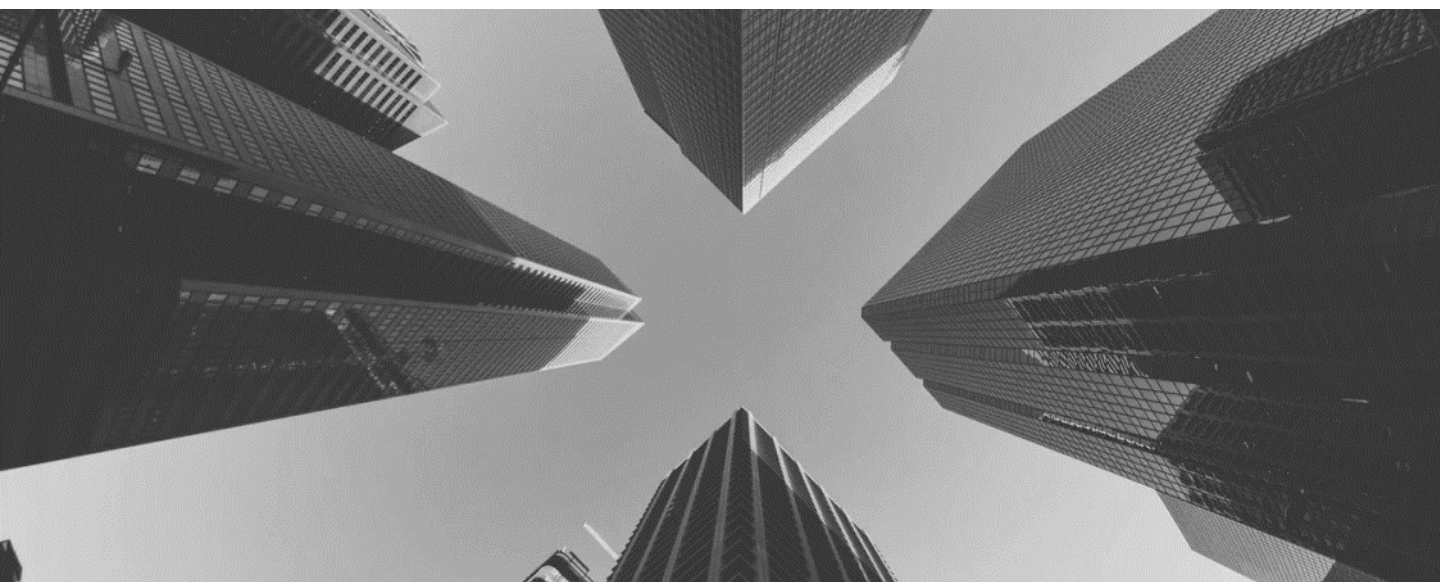
Pour chacune des personnalités suivantes, si elle était présidente de la République, lui feriez-vous tout à fait confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas du tout confiance pour améliorer la situation économique de la France ?

Décideurs



Grand public





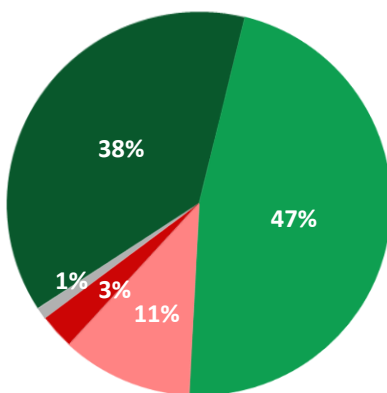
QUESTIONS D'ACTUALITÉ
L'inflation, l'enjeu oublié de la campagne ?

Perception de l'inflation dans son quotidien

Ces dernières semaines, diriez-vous que dans votre vie quotidienne vous avez réellement perçu un phénomène d'inflation en France c'est-à-dire une augmentation générale et durable des prix...

Décideurs

Sous-total
« Oui » 85 %

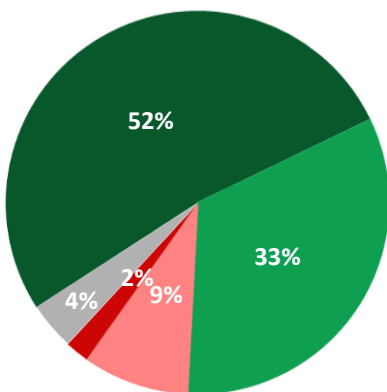


Sous-total
« Non » 14 %

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout
- Non réponse

Grand public

Sous-total
« Oui » 85 %



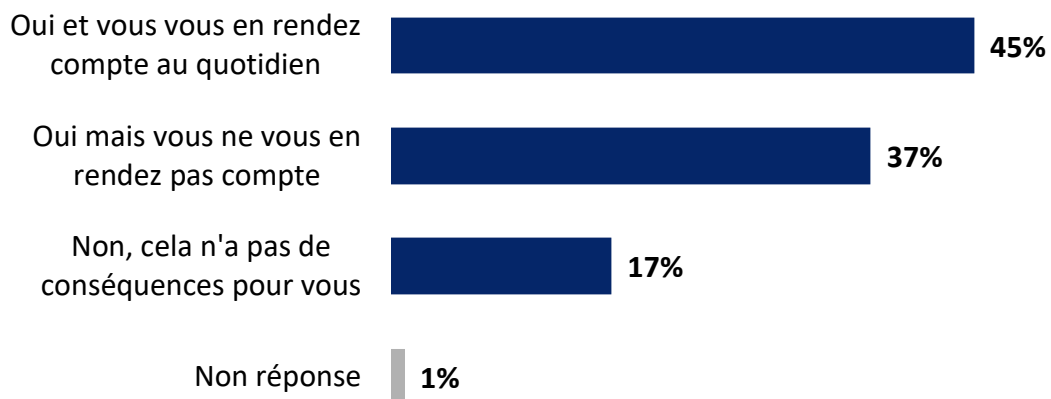
Sous-total
« Non » 11 %

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout
- Non réponse

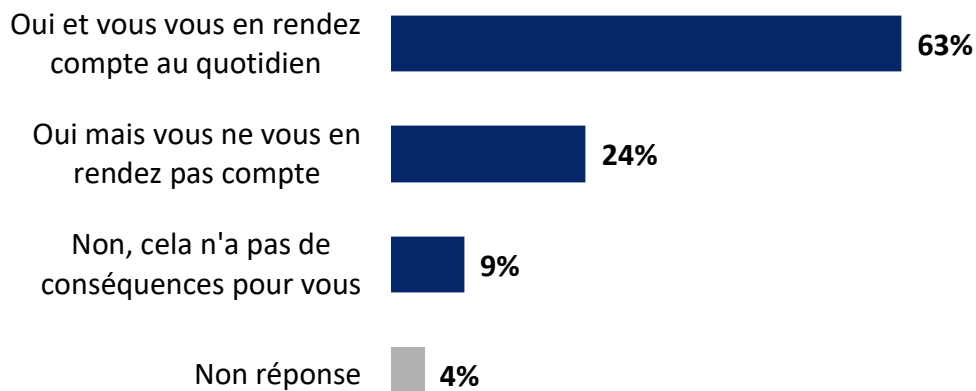
Conséquences perçues de l'inflation sur le pouvoir d'achat

Et diriez-vous qu'aujourd'hui cette inflation, l'augmentation générale des prix, a des conséquences visibles sur votre pouvoir d'achat ?

Décideurs



Grand public

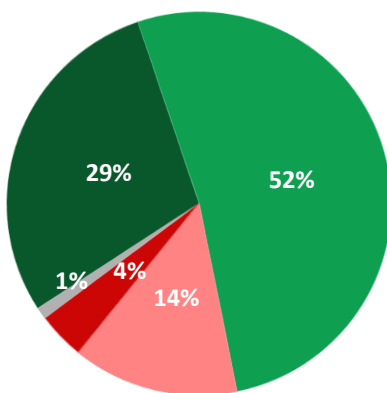


Préoccupation concernant l'inflation

Et diriez-vous que l'inflation, c'est-à-dire l'augmentation générale et durable des prix, est quelque chose qui vous préoccupe personnellement ?

Décideurs

Sous-total
« Oui » 81 %

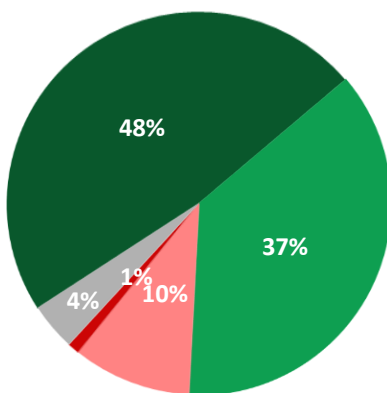


Sous-total
« Non » 18 %

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout
- Non réponse

Grand public

Sous-total
« Oui » 85 %



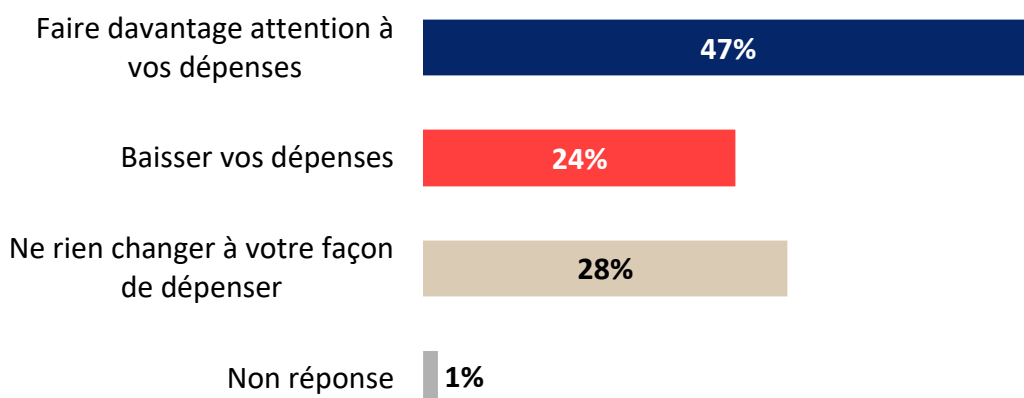
Sous-total
« Non » 11 %

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout
- Non réponse

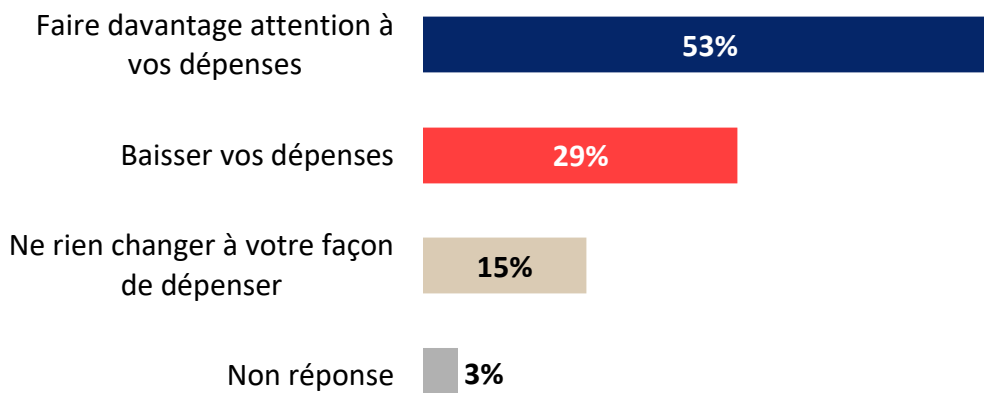
Comportements de dépenses face à l'inflation

Et concernant votre façon de consommer et vos dépenses dans les mois qui viennent, diriez-vous qu'en raison de l'inflation, vous allez...

Décideurs



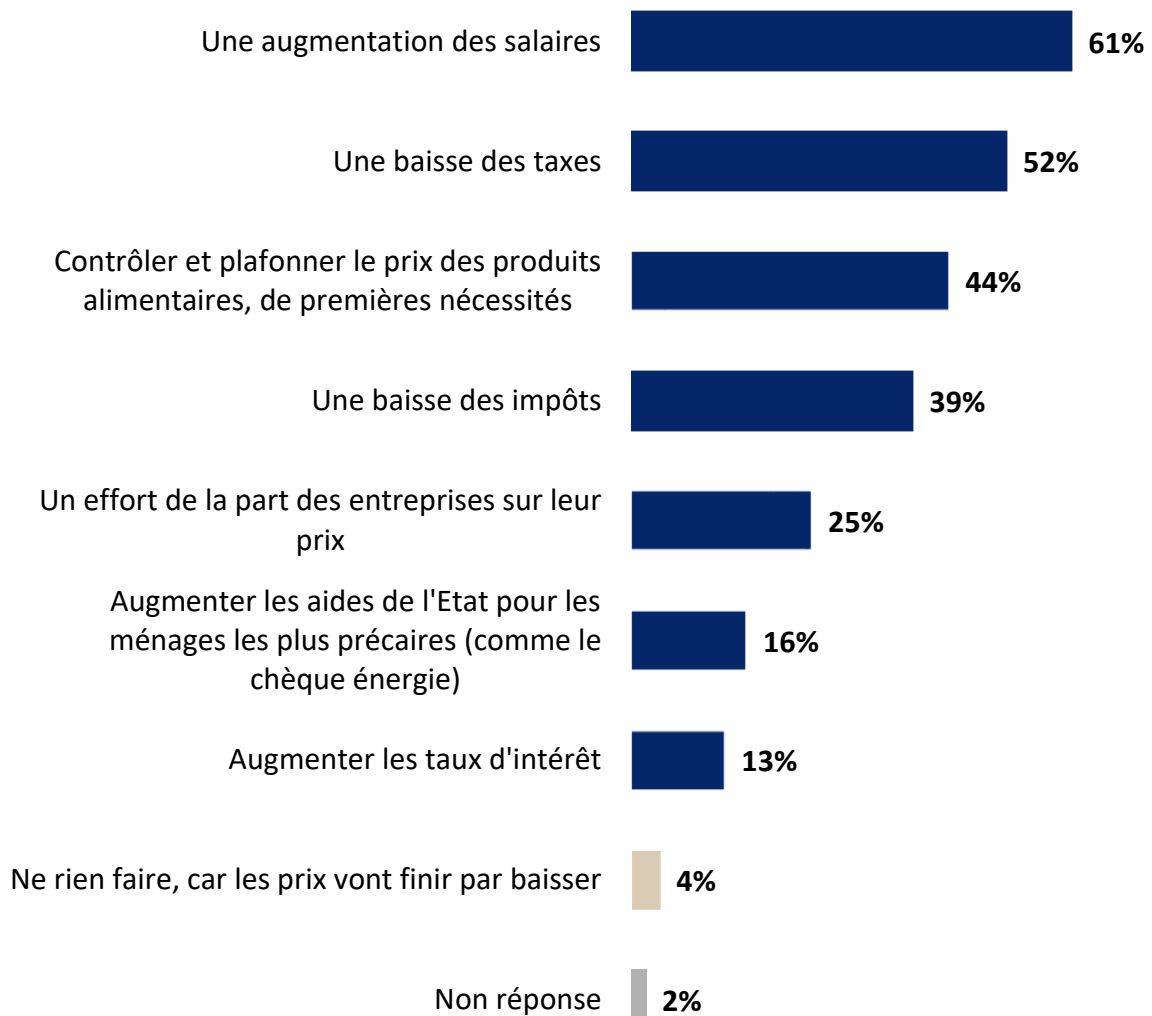
Grand public



Mesures souhaitables pour lutter contre l'inflation

Pour lutter contre l'inflation, quelles solutions souhaiteriez-vous voir en place ?

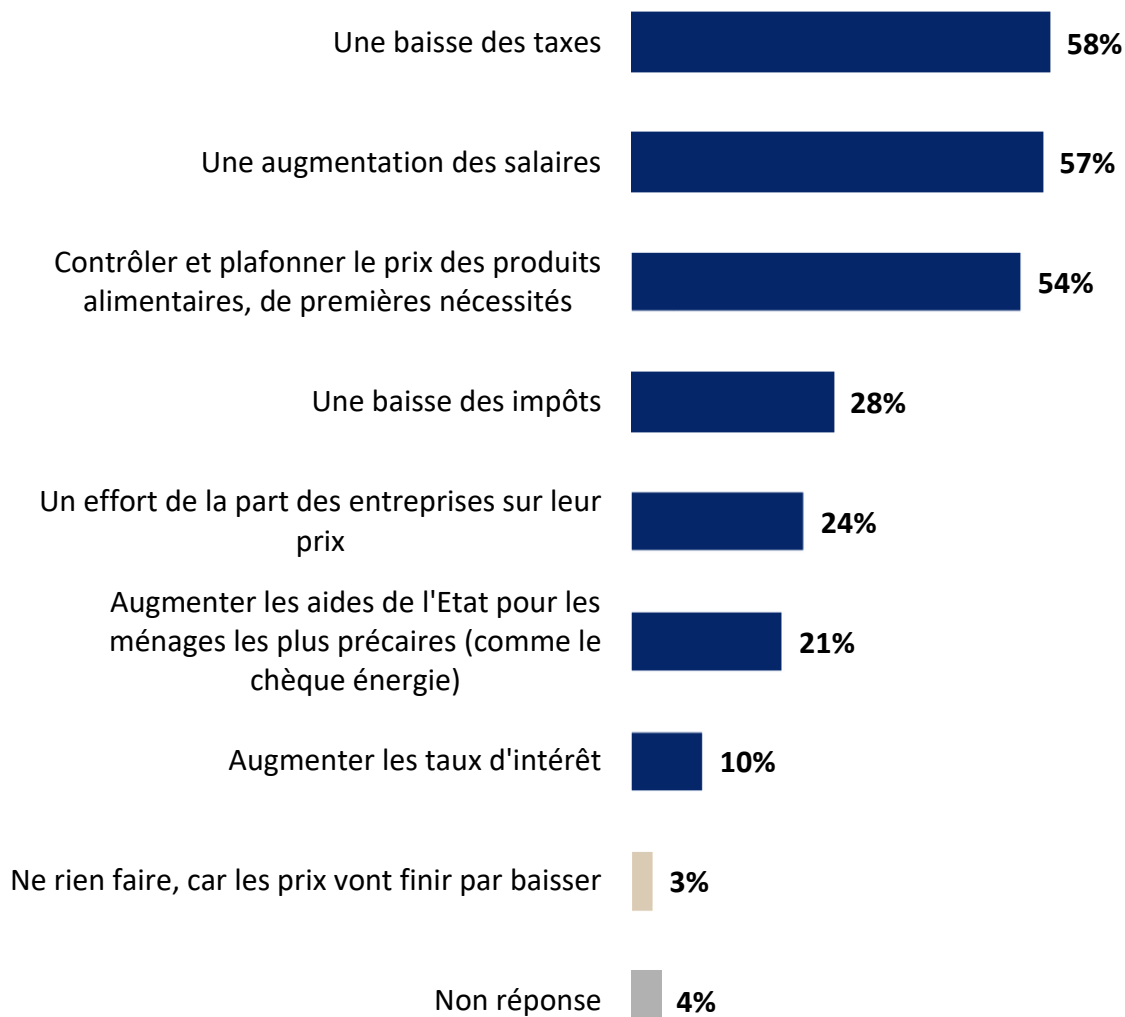
Décideurs



Mesures souhaitables pour lutter contre l'inflation

Pour lutter contre l'inflation, quelles solutions souhaiteriez-vous voir en place ?

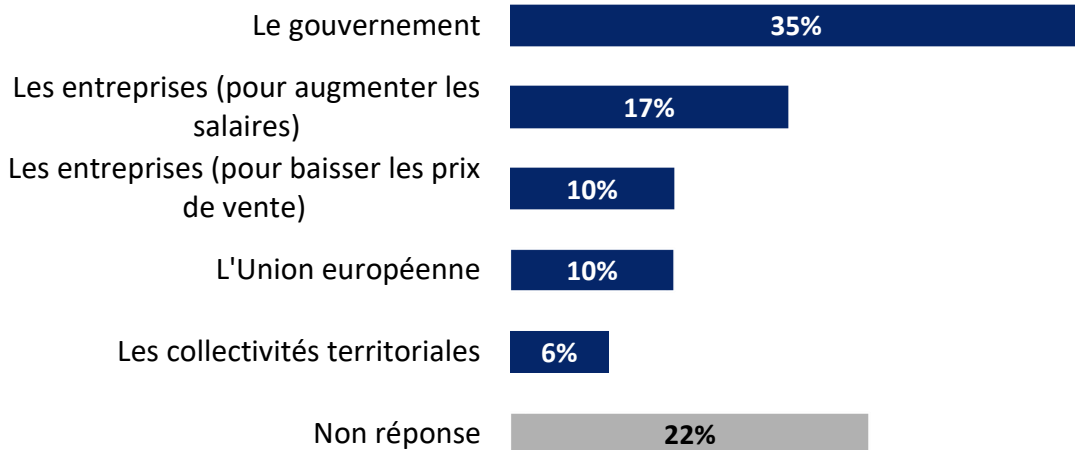
Grand public



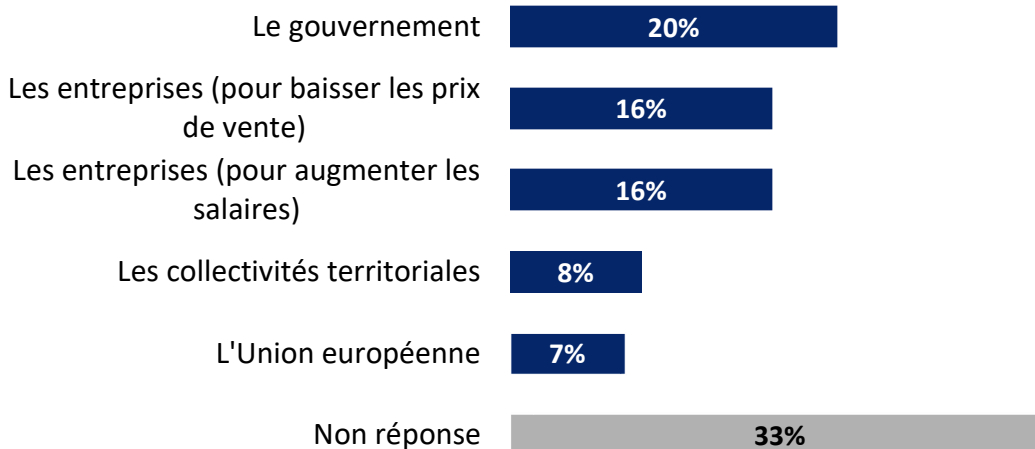
Les acteurs jugés capables de lutter efficacement contre l'inflation

A qui faites-vous le plus confiance pour apporter des solutions efficaces pour lutter contre l'inflation ?

Décideurs



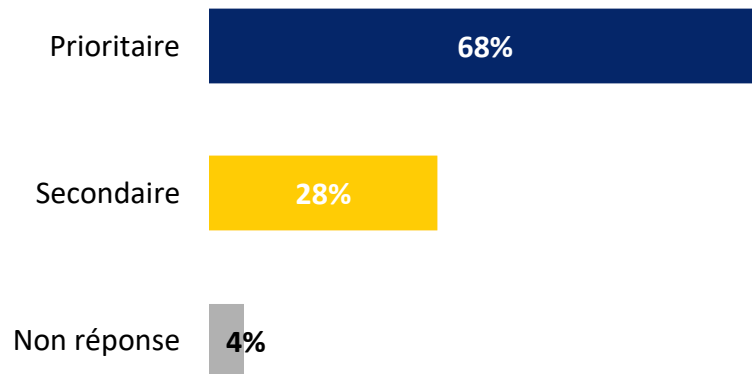
Grand public



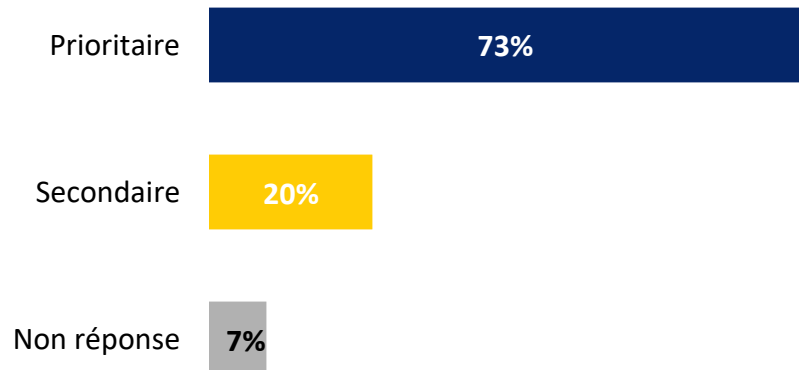
Importance souhaitée de la lutte contre l'inflation dans la campagne présidentielle

Et diriez-vous que la lutte contre l'inflation doit constituer un enjeu prioritaire ou secondaire de la campagne présidentielle ?

Décideurs



Grand public



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
9, rue Huysmans, 75 006 Paris. + 33 (0)1 40 54 13 90. Viavoice est une SAS indépendante.