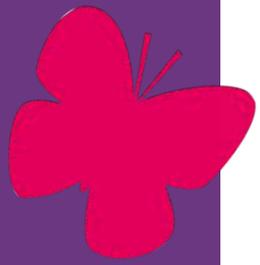


*Impact de la crise sanitaire sur le Business*  
*Jouet/ Entertainment*

*Résultats de l'étude Consommateurs réalisée  
en mode participatif*





## Liste des participants- élaboration du questionnaire

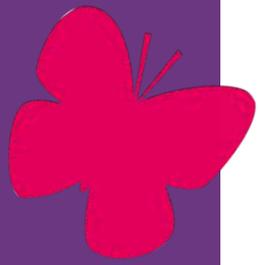
- Florence Ayem (Licensing International)
- Laurent Taieb (Licensing International)
- Christine Pagani (123 Conseil et WIT)
- Anne Rudrauf (Mattel)
- Barbara Rouyaux (Bandai)
- Christophe Drevet (consultant)
- Véronique Yvernault (LSA)
- Jean-Luc Mercier (MLP textile)
- Sandy Cosimy (Suncity)
- Véronique Morel (License Biz)
- Fabien Ramette (Corolle)
- Céline Georges (TF1 Licences)
- Guillaume Frugier (Xcellence)
- Philippe Guineaudeau (Kidz Global)
- Virginie Kleinclaus-Renard (NBCUniversal)
- Nathalie Gauthey (Hasbro)
- Jean Saintipoly (Epoch)
- Camille Thorneycroft (Lego)
- Ali Sana (Disney)

*merci*



# Méthodologie de l'étude

- **Etude réalisée en souscription, initiée par Licensing International & Quantitude** pour collecter des insights alignés avec les problématiques business des différents acteurs du secteur Jouet & Entertainment
- Etude **quantitative** réalisée via un questionnaire sur Internet
- **Echantillon : 800 répondants** (FR-mixte- ayant au moins un enfant âgé de 0 à 12 ans résidant dans le même foyer)
- **Représentativité statistique**
  - Achat d'un Access panel (= panel de personnes volontaires pour participer à des enquêtes - Vivier de 28 000 foyers sur la France)
  - Compte-tenu des règles statistiques, la marge d'erreur est de **3%** pour un niveau de confiance à 95%
- Le terrain online a été réalisé du **16 au 19 Avril 2020**
- ***NB : Emmanuel Macron avait fait un discours quelques jours avant (le 13/04) pour préciser un déconfinement progressif à partir du 11 mai***



# Objectifs de l'étude

---

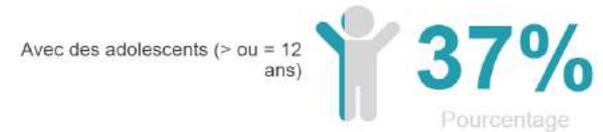
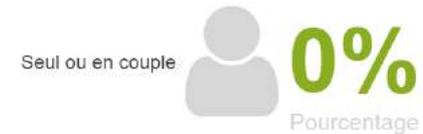
- **Contexte particulier: crise sanitaire et confinement de la population**
  - > Blocage de la consommation sur les produits de « seconde » nécessité depuis le 15 mars 2020
  - > Date de déconfinement progressif annoncé au 11 mai 2020
- **Nécessité de connaître l'état d'esprit des consommateurs à date:** leur vision, leurs plaisirs actuels, leurs manques/frustrations, leurs désirs
- **Pour avoir des learnings sur la reprise:** euphorie? prudence? Disparités?
- **Et sur les usages et attitudes à plus long terme :** déconsommation ? Eco-responsabilité? Made in France (Europe) ? Commerce de proximité ? Seconde main?

# Présentation de l'échantillon

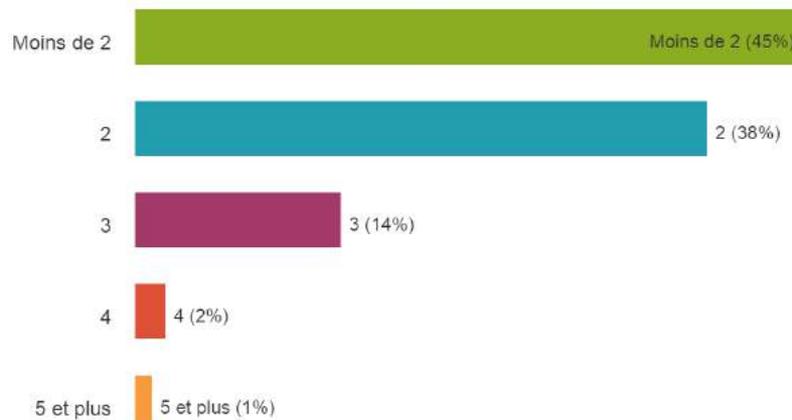
Vous êtes :



Vous vivez :

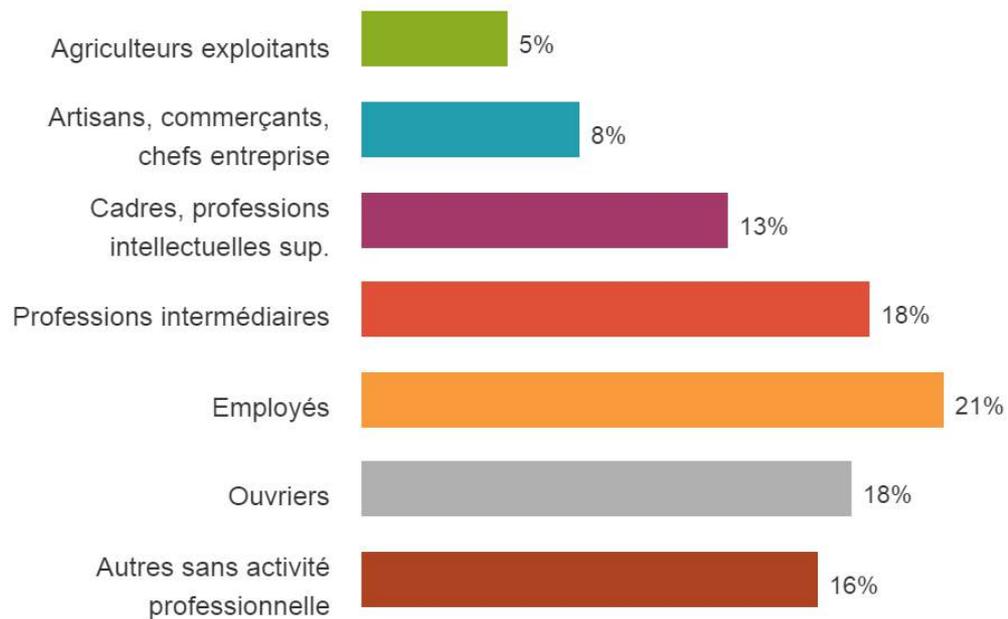


Combien d'enfants de moins de 12 ans résident au sein de votre foyer ?



# Présentation de l'échantillon

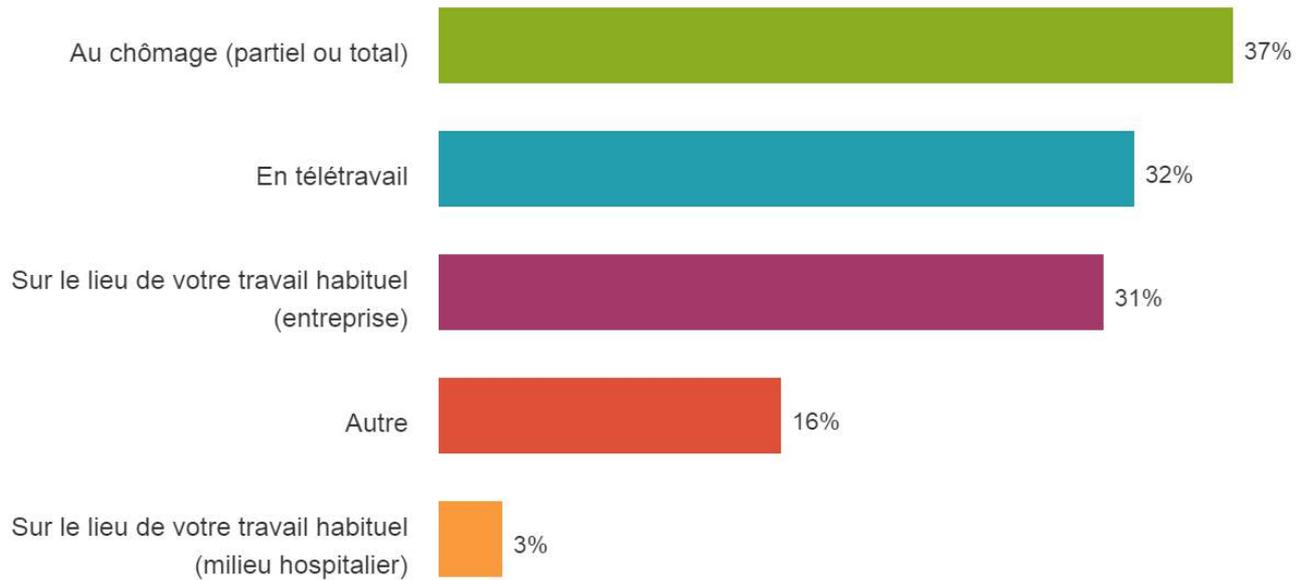
Quelle est la catégorie socio-professionnelle du chef de famille au sein de votre foyer ?  
(= la personne qui a le revenu le plus élevé)



**Répartition en ligne avec les données INSEE (2012)**

# Présentation de l'échantillon

Compte-tenu de la situation actuelle, vous et votre conjoint êtes: (vous pouvez cocher plusieurs cases)



# Présentation de l'échantillon

Vous vivez:

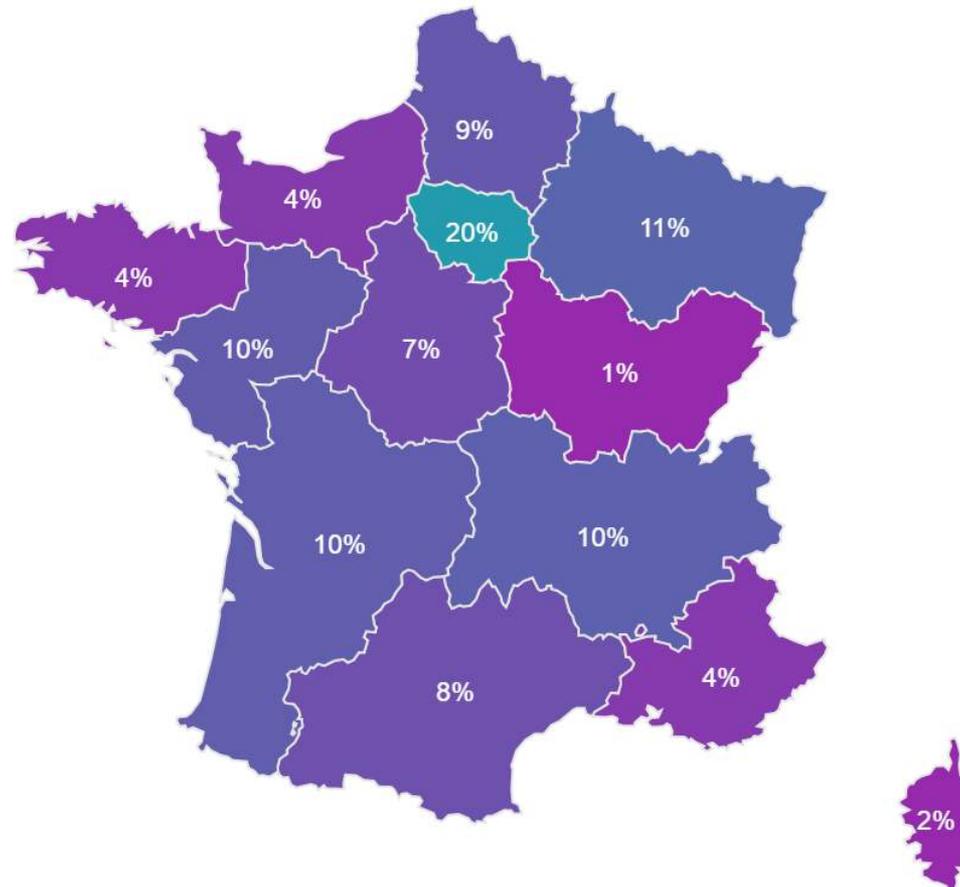


Vous habitez :



# Présentation de l'échantillon

Quel est votre code postal ?

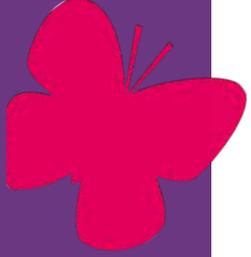


[Paramétrer la carte](#)

# Sommaire

---

1. **Le quotidien des familles françaises**  
**AVANT/ PENDANT**
2. **La consommation de jouets**  
**AVANT/ PENDANT/APRES**
3. **Focus sur les GAMES**  
**AVANT/ PENDANT/APRES**
4. **Focus sur les Ecrans**  
**AVANT/ PENDANT/APRES**
5. **Tendances de consommation**  
**APRES LE CONFINEMENT**



# Première partie

---

## LE QUOTIDIEN DES FAMILLES FRANCAISES **AVANT/ PENDANT**

# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

## 1- Comment évalueriez-vous chacun des critères suivants en fonction des 2 périodes?

### Avant le confinement:

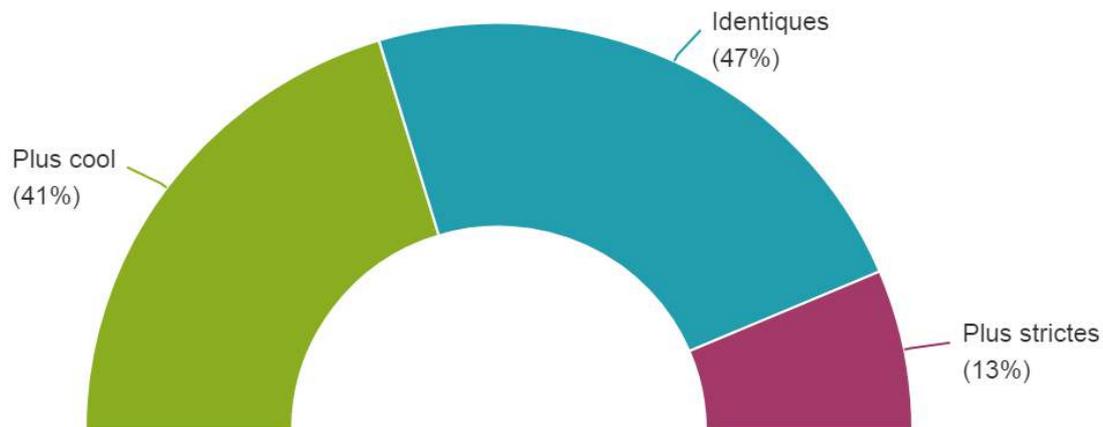
### Pendant :

★	Votre humeur générale?	 <b>8,1</b> / 10 <small>Moyenne</small>	<b>6,0</b>	↓↓	<i>En appart (5,7) Hauts de France (5), Centre val de Loire (4,5), Corse (4)</i>
	Votre vie sociale ? (amis)	 <b>8,1</b> / 10 <small>Moyenne</small>	<b>4,0</b>	↓↓↓	<i>Chômage partiel (3,7)</i>
	Votre vie professionnelle?	 <b>7,1</b> / 10 <small>Moyenne</small>	<b>5,0</b>	↓↓	<i>CSP – (4,7) chômage partiel (3,9) Femmes (4,4)</i>
	Votre qualité de vie (stress, surmenage, charge mentale...)?	 <b>7,1</b> / 10 <small>Moyenne</small>	<b>6,6</b>	↓	
	Votre préoccupation écologique?	 <b>7,0</b> / 10 <small>Moyenne</small>	<b>6,7</b>		<i>Chômage partiel (6,3) En appart (6,1) Urbain (6,2)</i>
	Votre situation financière ?	 <b>7,0</b> / 10 <small>Moyenne</small>	<b>5,7</b>	↓	<i>Femmes (5,3) chômage partiel (4,7)</i>
★	Votre vie familiale? (temps pour les enfants)	 <b>6,9</b> / 10 <small>Moyenne</small>	<b>8,1</b>	↑	<i>Femmes (8,5) Rural (8,7)</i>

Base: 800 répondants

# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

2- Depuis le confinement, vous diriez que les règles de vie en famille (devoirs, utilisation des écrans, aide pour les tâches ménagères,...) sont devenues ?



Base: 800 répondants

# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

## 3- Estimez-vous que vos enfants ont progressé pendant ce confinement ?

### Ados (> 12 ans)



### Enfants (6-11ans)





# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

## 4- Quelles sont les bonnes habitudes que vous aimeriez garder même après le confinement?

- 1. Resserer les liens en famille (31%):** « *Activité en famille complète, jardinage, jeux de société* », « *Bonne entente* », « *Donner plus du temps et plus d'attention à mes enfants* », « *esprit de famille* », « *Etre beaucoup plus avec mes enfants* », « *être ensemble* », « *être heureux en famille* », « *être proche de mes enfants* », « *la convivialité* », « *le dialogue* », « *le lien familial* », « *Le temps partagé sur les passions en intérieur de mes enfants* », « *parler plus* », « *moins de télé et plus de moments partagés avec mes enfants* », « *passer du temps de qualité* », « *Continuez de marcher 1 heure tous les jours avec mes enfants* », « *unité familiale* »,...
- 2. Passer plus de temps pour jouer avec les enfants (28%):** « *Avoir le temps de partager avec les enfants* », « *Beaucoup de jeu en famille* », « *passer plus de temps en famille et jouer notamment* », « *D'avoir des périodes de jeux entre tous les membres de la famille* », « *faire plus de jeux de société* », « *jeux partage en famille* », « *continuer de jouer en famille, rigoler, gagner, perdre, passer un bon moment juste nous 4* », « *jouer avec mon mari et mes enfants aux jeux de société* », « *Prendre plus de temps à jouer aux jeux de sociétés et d'autres activités avec mon fils* »,...
- 3. Cuisiner en famille/ manger plus sain (28%):** « *Cuisiner avec ma fille encore plus qu'avant le confinement. Préparation des goûters* », « *partager les recettes de cuisine* », « *cuisiner et manger tous les 4 ensemble* », « *cuisiner et manger plus sain* », « *manger plus sainement* », « *maîtriser ce que l'on mange* », « *Passer du temps pour prendre des repas ensemble et prendre également le temps de les préparer (cuisine) en alliant les goûts de chacun* », « *Plus de moments de partages autour de la cuisine* », « *Manger sain et équilibré avec des produits frais* »,...
- 4. Plus de suivi dans l'aide aux devoirs (20%):** « *Entraide aux devoirs entre les enfants* », « *faire les devoirs tous les jours* », « *pouvoir les aider davantage dans leurs devoirs* », « *aider mes enfants dans leurs devoirs* », « *les aider et mieux contrôler ce qu'ils savent/ ne savent pas* », « *j'ai pris conscience des savoirs mais aussi des difficultés de ma fille* »,...
- 5. Respect de l'hygiène- lavage des mains plus réguliers (18%):** « *lavage des mains beaucoup plus régulier* », « *mes enfants ont plus conscience des règles d'hygiène* », « *avant c'était galère de leur faire laver les mains; maintenant je crois qu'ils ont bien compris pourquoi c'était important!* »,...

Base: 800 répondants



# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

## 4- Quelles sont les bonnes habitudes que vous aimeriez garder même après le confinement? (suite)

### 6. Plus d'entraide dans le couple et avec les enfants/ Plus d'autonomie des enfants

**(15%):** « Aide aux tâches ménagères de la part des enfants », « Impliquer les enfants dans les tâches ménagères », « l'entraide à la maison », « Mes enfants aident davantage pour les divers tâches », « Participation des enfants aux tâches ménagères », « Que toutes la famille participe à parts égales », « Autonomie des enfants »,...

### 7. Acheter / consommer moins / favoriser les circuits courts (15%):

« Aller moins souvent faire les courses », « consommer moins », « Continuer a passer plus de temps en famille et surtout arrêter la surconsommation de produits non essentiels », « moins de gaspillage », « aller moins au supermarché », « achat en direct aux agriculteurs », « acheter dans les commerces à côté de chez moi », « moins acheter pour acheter, faire des économies », « arrêter d'acheter des gadgets », « se rendre compte que consommer ne rend pas plus heureux »

### 8. Plus de temps pour soi/ prendre son temps/ Être plus cool (12%):

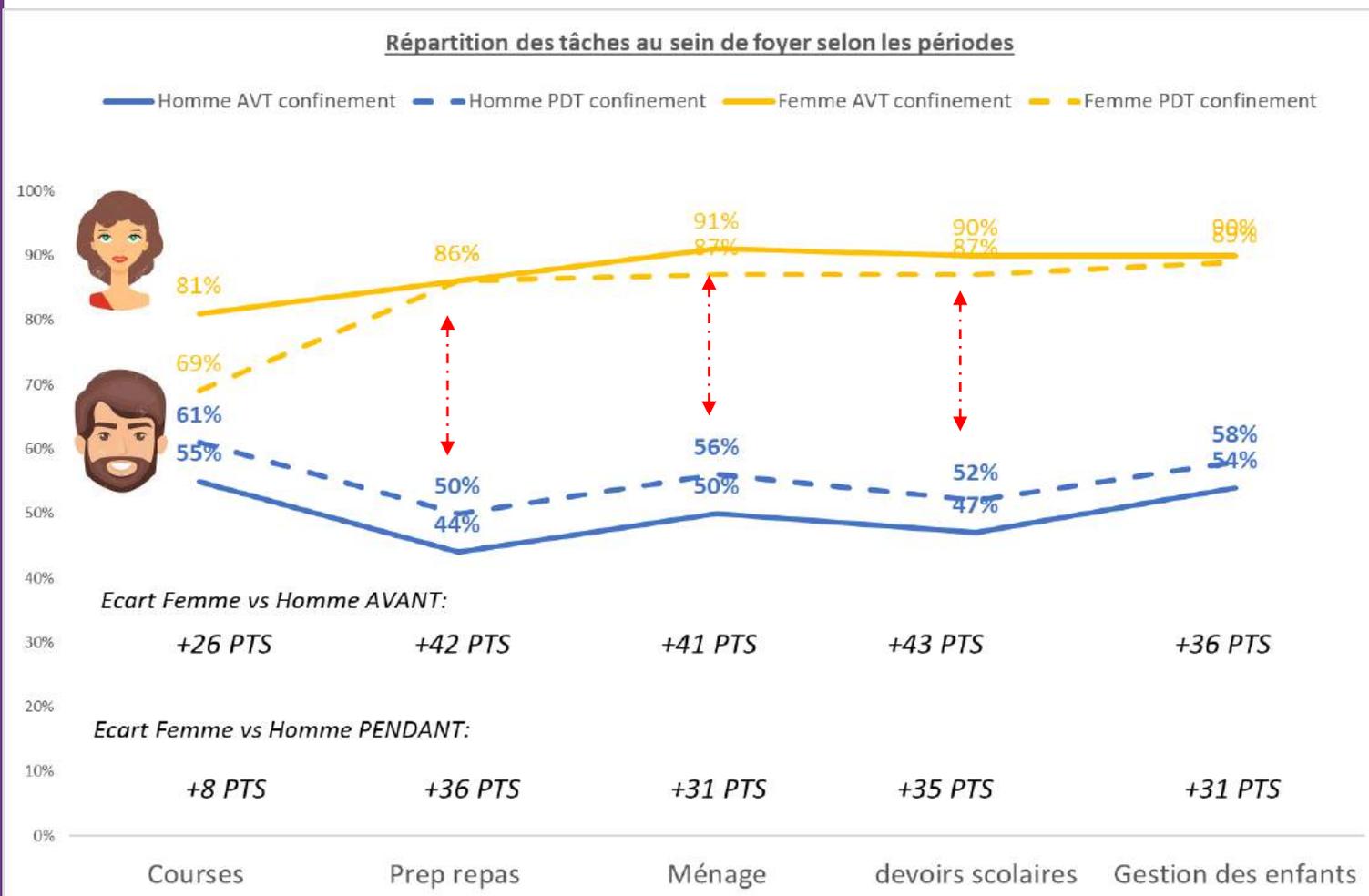
« être déstressé », « être moins pressé par le temps », « Le côté cool pour effectuer devoirs et tâches journalières », « moins courir ! », « ambiance plus détendue à la maison », « moins de speed »,...

### 9. Apprécier la nature/ jardiner (10%):

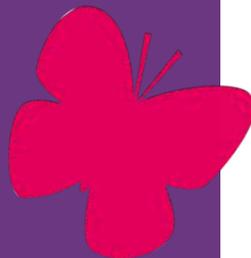
« apprécier la nature », « méditer dehors », « jardiner », « apprécier la nature, l'essentiel », « admirer toutes les choses qui nous entourent et que nous oublions dans le tourbillon de nos vies », « se promener dans mon jardin, planter des radis, tomates,... »,...

# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

## 5- Comment se répartissent les tâches au sein de votre foyer en fonction des périodes ?



Base: 800 répondants



# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

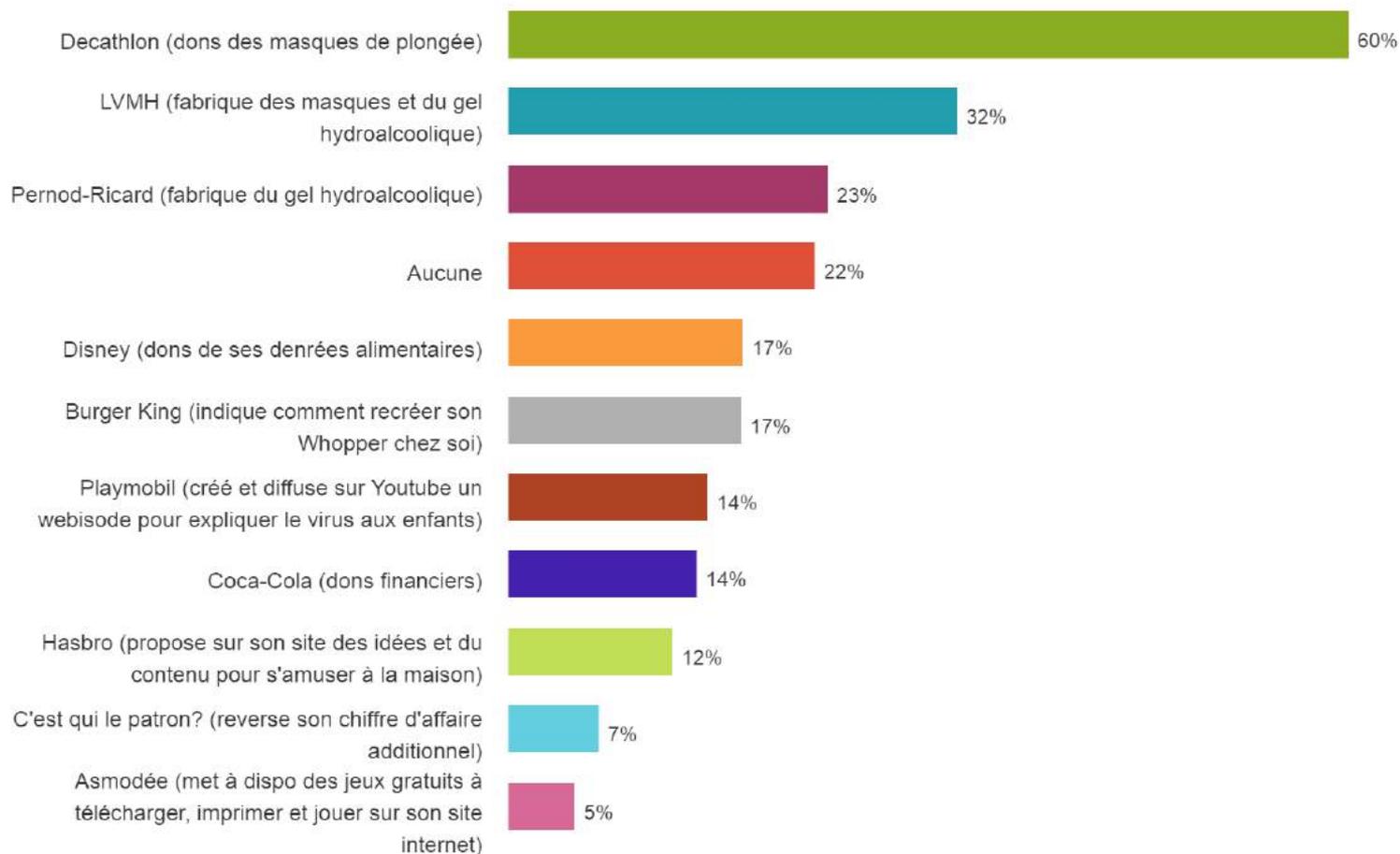
6- Depuis le début de cette crise sanitaire, de nombreuses marques (tous secteurs confondus) ont fait des actions solidaires pour apporter leur aide. Spontanément, quelles sont celles qui vous viennent à l'esprit et qui vous ont marqué positivement ?

<b>Rang</b>	<b>Marques citées spontanément</b>	<b>% cit.</b>
<b>1</b>	<b>Ne sait plus</b>	<b>31%</b>
<b>2</b>	<b>Decathlon</b>	<b>5%</b>
<b>3</b>	<b>Amazon</b>	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>LVMH</b>	<b>3%</b>
<b>5</b>	<b>Canal+</b>	<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>Disney</b>	<b>2%</b>
<b>7</b>	<b>Carrefour</b>	<b>2%</b>
<b>8</b>	<b>Orange</b>	<b>2%</b>
<b>9</b>	<b>secours Populaire</b>	<b>2%</b>
<b>10</b>	<b>Croix Rouge</b>	<b>2%</b>

<b>Rang</b>	<b>Marques citées spontanément</b>	<b>% cit.</b>
11	EDF/ENGIE	1%
12	L'Occitane	1%
13	Yves Rocher	1%
14	Apple	1%
15	Auchan	1%
16	Netflix	1%
17	Nike	1%
18	Google	1%
19	L'oréal	1%
20	Renault	1%
21	Youtube	1%
22	Danone	1%
23	Intermarché	1%

# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

## 7- Cliquez sur les actions solidaires dont vous avez entendu parler:



Base: 800 répondants



# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

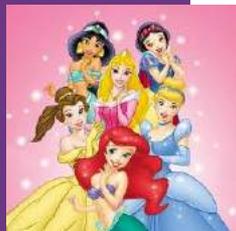
8- Quelles sont les marques qui vous ont aidé à occuper vos enfants pendant cette période ?

Rang	Marques citées spontanément	% cit.	Rang	Marques citées spontanément	% cit.
1	Lego	12%	16	Facebook	2%
2	Playmobil	12%	17	Nathan	2%
3	Disney	10%	18	V-Tech	2%
4	Netflix	7%	19	Star Wars	1%
5	Youtube	7%	20	Marvel	1%
6	Nintendo/ Switch	6%	21	Oxybul	1%
7	Hasbro	5%	22	Pat Patrouille	1%
8	Amazon	4%	23	Pinterest	1%
9	Play Doh	4%	24	Uno	1%
10	Ravensburger	4%	25	Cars	1%
11	Barbie	4%	26	Lol Surprises	1%
12	Monopoly	3%	27	Sylvanian Families	1%
13	Mattel	3%	28	Auchan	1%
14	Fortnite	2%	29	Carrefour	1%
15	Playstation	2%	30	Crayola	1%

**-> 6 marques de jouets dans le Top 10**

# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

9- Quelles sont les licences qui accompagnent vos enfants pendant le confinement ? Est-ce lié à une sur-consommation de films/dessins animés/livres regardés pendant le confinement ?



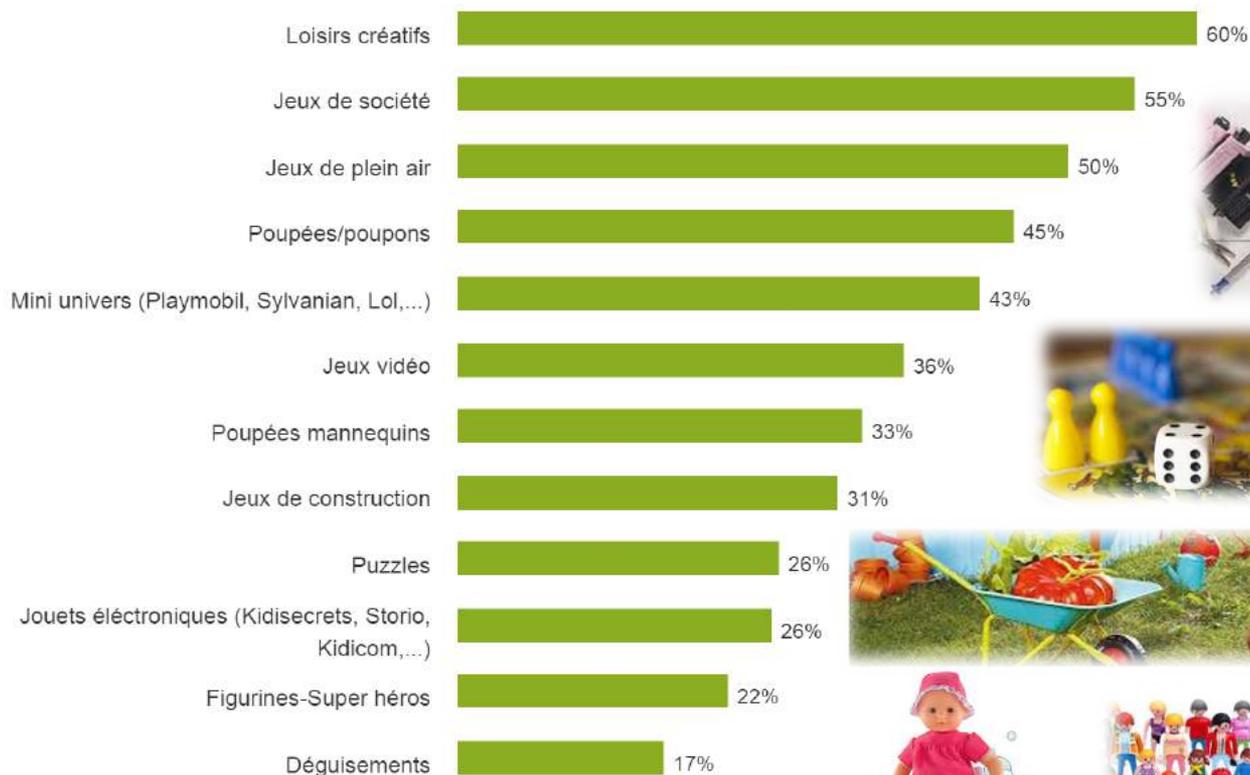
	LICENCES QUI ACCOMPAGNENT LES ENFANTS PDT LE CONFINEMENT	EN LIEN AVEC UNE SURCONSOMMATION MEDIATIQUE
Reine des Neiges	<u>51%</u>	<u>50%</u>
Playmobil	<u>41%</u>	24%
Princesses de Disney	<u>40%</u>	<u>50%</u>
Lego	<u>37%</u>	26%
Barbie	<u>33%</u>	32%
Peppa Pig	<u>31%</u>	<u>47%</u>
Mario	<u>30%</u>	33%
Pat'Patrouille	<u>29%</u>	<u>51%</u>
Minnie ou Mickey	28%	39%
Miraculous	27%	<u>54%</u>
Pokemon	26%	<u>50%</u>
Pyjamasques	25%	<u>54%</u>
Cars	24%	<u>46%</u>
Fortnite	24%	<u>45%</u>
Tchoupi	23%	<u>53%</u>
Spiderman/Avengers	21%	30%
Harry Potter	20%	<u>64%</u>
Star Wars	19%	<u>53%</u>
Sam le Pompier	18%	<u>46%</u>
Lol Suprises	14%	24%
Animal Crossing	14%	32%

Base: 800 répondants

# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

10- (En dehors des devoirs scolaires)- Comment s'occupent vos filles de 4 à 6 ans pendant cette période de confinement ? Merci de préciser le temps alloué aux...

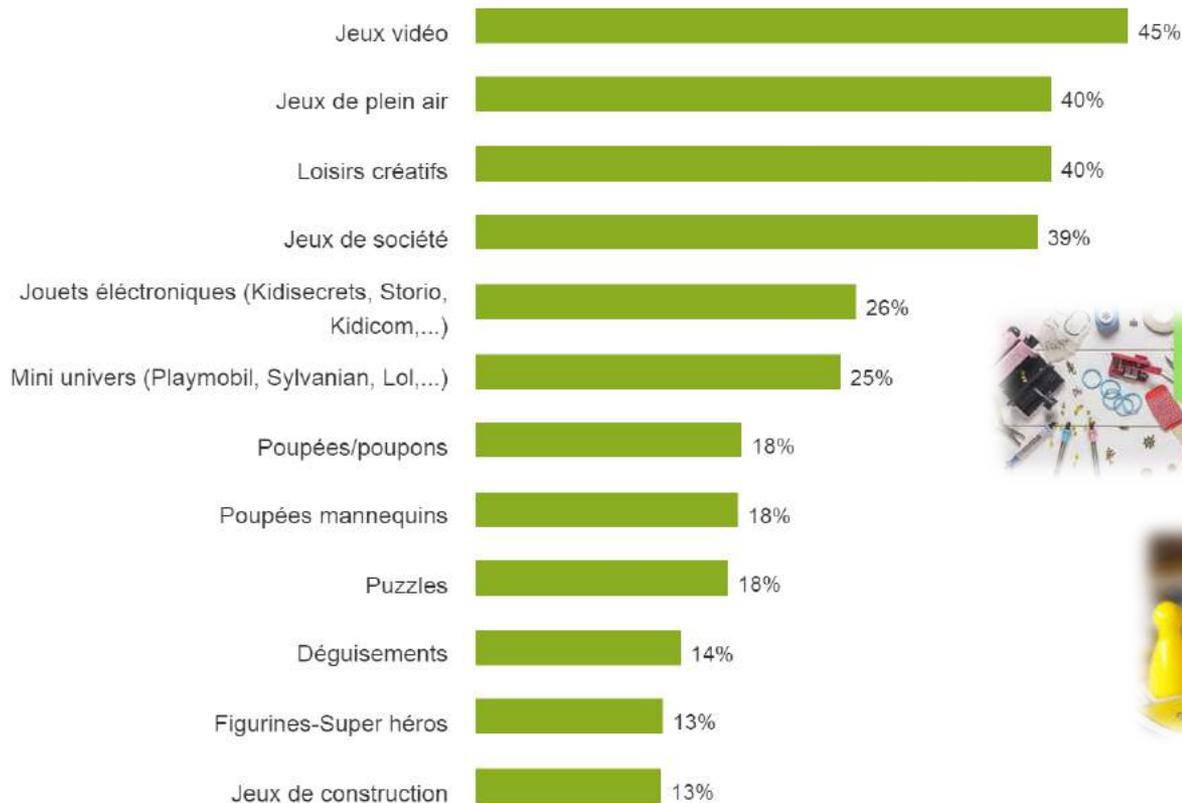
Filtre sur la modalité « Souvent » (Plusieurs fois par semaine) :



# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

10- (En dehors des devoirs scolaires)- Comment s'occupent vos filles de 7 à 10 ans pendant cette période de confinement ? Merci de préciser le temps alloué aux...

Filtre sur la modalité « Souvent » (Plusieurs fois par semaine) :

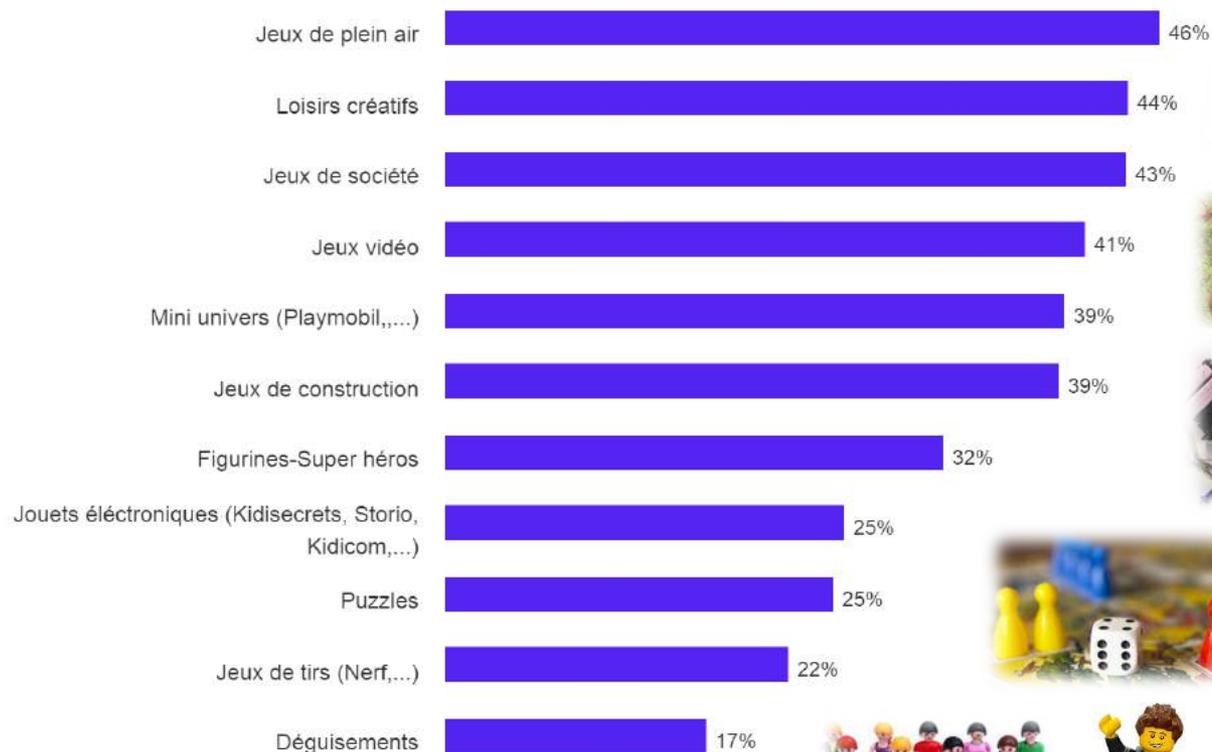


Base: 800 répondants

# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

10- (En dehors des devoirs scolaires)- Comment s'occupent vos garçons de 4 à 6 ans pendant cette période de confinement ? Merci de préciser le temps alloué aux...

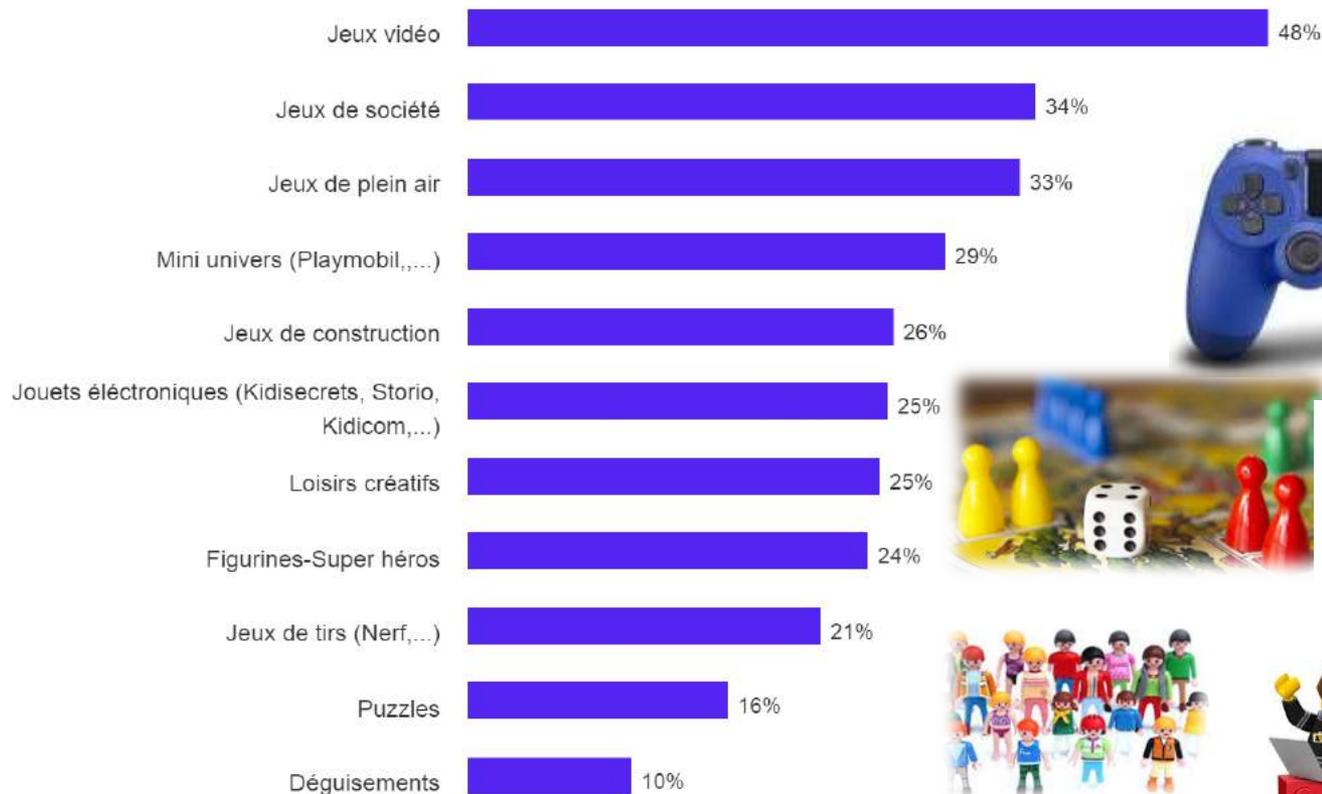
Filtre sur la modalité « Souvent » (Plusieurs fois par semaine) :



# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

10- (*En dehors des devoirs scolaires*)- **Comment s'occupent vos garçons de 7 à 10 ans pendant cette période de confinement ?** Merci de préciser le temps alloué aux...

Filtre sur la modalité « Souvent » (Plusieurs fois par semaine) :



# 1<sup>ère</sup> partie : Quotidien des familles françaises

11- Où faites-vous (où ferez-vous) vos achats alimentaires selon les périodes ?  
(modalité de réponse 'La plupart du temps')



Hyper/supermarchés

AVANT

**58%**

PENDANT

**40%**

**-10 pts**

APRES

**43%**

**-15 pts**



Commerces de proximité

**21%**

**22%**

**28%**

**+7 pts**



Marchés

**17%**

**8%**

**-9 pts**

**22%**

**+5 pts**



Drive

**14%**

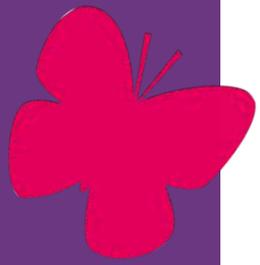
**29%**

**+15 pts**

**28%**

**+14 pts**

Base: 800 répondants



# Deuxième partie

---

## LA CONSOMMATION DE JOUETS **AVANT/ PENDANT/APRES**

## 2<sup>ème</sup> partie : La consommation de Jouets

12- Où faisiez-vous (où ferez-vous) vos achats de jeux et jouets selon les périodes ?  
(modalité de réponse 'la plupart du temps')



### Avant le confinement:

30%    28%    23%    20%    18%    17%    15%    11%    10%

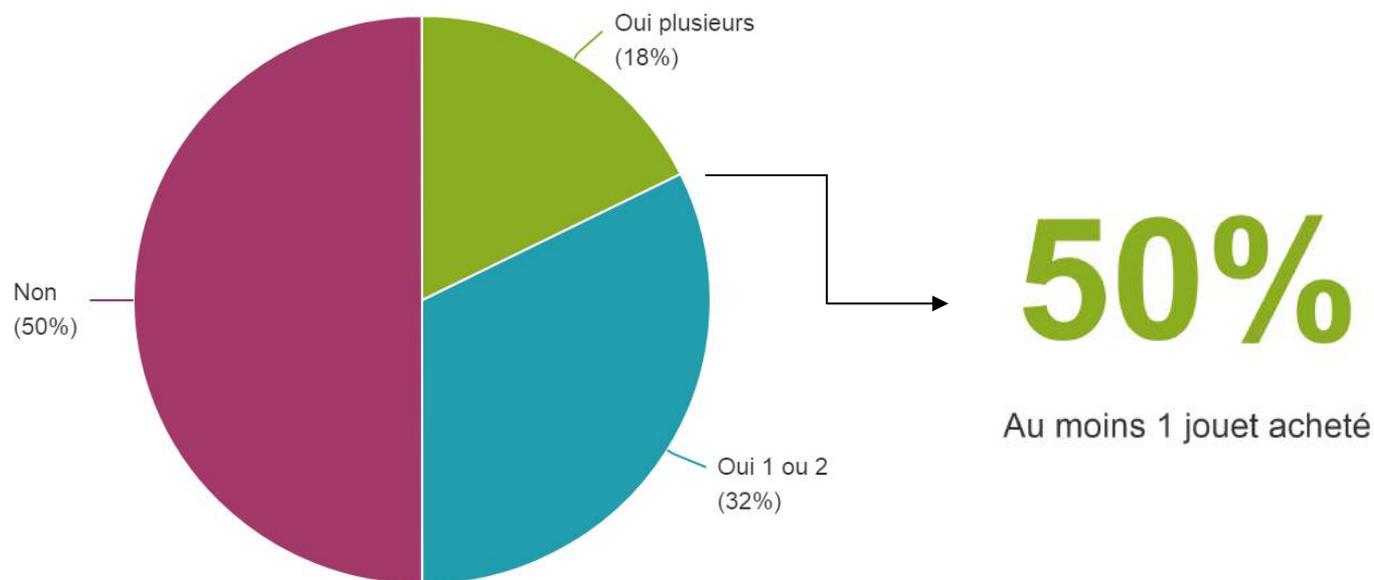
### Après le confinement:

37% (+7 pts)    24% (-4 pts)    20% (-3 pts)    20% (stable)    19% (stable)    20% (+3 pts)    15% (stable)    8% (-3 pts)    11% (stable)

Base: 800 répondants

## 2<sup>ème</sup> partie : La consommation de Jouets

13- Avez-vous acheté au moins un jouet à votre enfant (moins de 12 ans) pendant la période de confinement ?



Base: 800 répondants

## 2<sup>ème</sup> partie : La consommation de Jouets

### 14- Où avez-vous acheté ce ou ces jeux/jouets pendant la période de confinement ?

Site Internet généralistes (Amazon, C-Discount,...)  **60%**  
Pourcentage

Hyper-supermarchés  **42%**  
Pourcentage

Sites internet des multispécialistes (Fnac, Cultura, ...)  
 **9%**  
Pourcentage

Drive des hyper-supermarchés  **8%**  
Pourcentage

Commerces de proximité  **5%**  
Pourcentage

Autre  **5%**  
Pourcentage

Sites internet des magasins de jouet (Kingjouet.fr, Joueclub.fr,...)  
 **5%**  
Pourcentage

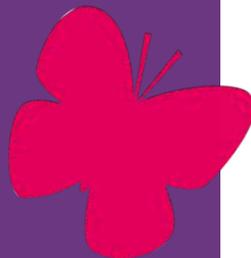


## 2<sup>ème</sup> partie : La consommation de Jouets

15- Cliquez sur les catégories de jouets que vous avez achetés à vos enfants pendant le confinement ?

	Sur les acheteurs	Sur Ech total
Games	68%	32%
Créatif	64%	31%
Construction	41%	20%
Plein Air	34%	16%
Puzzles	33%	16%
Tirs	33%	16%
Déguisement	31%	15%
Figurines superhéros	21%	10%
Jx vidéo	19%	9%
Poupées	19%	9%
Electroniques	19%	9%
Poupées mannequins	17%	8%
Consoles	16%	8%
Mini univers	13%	6%

*Base: 379 répondants*



## 2<sup>ème</sup> partie : La consommation de Jouets

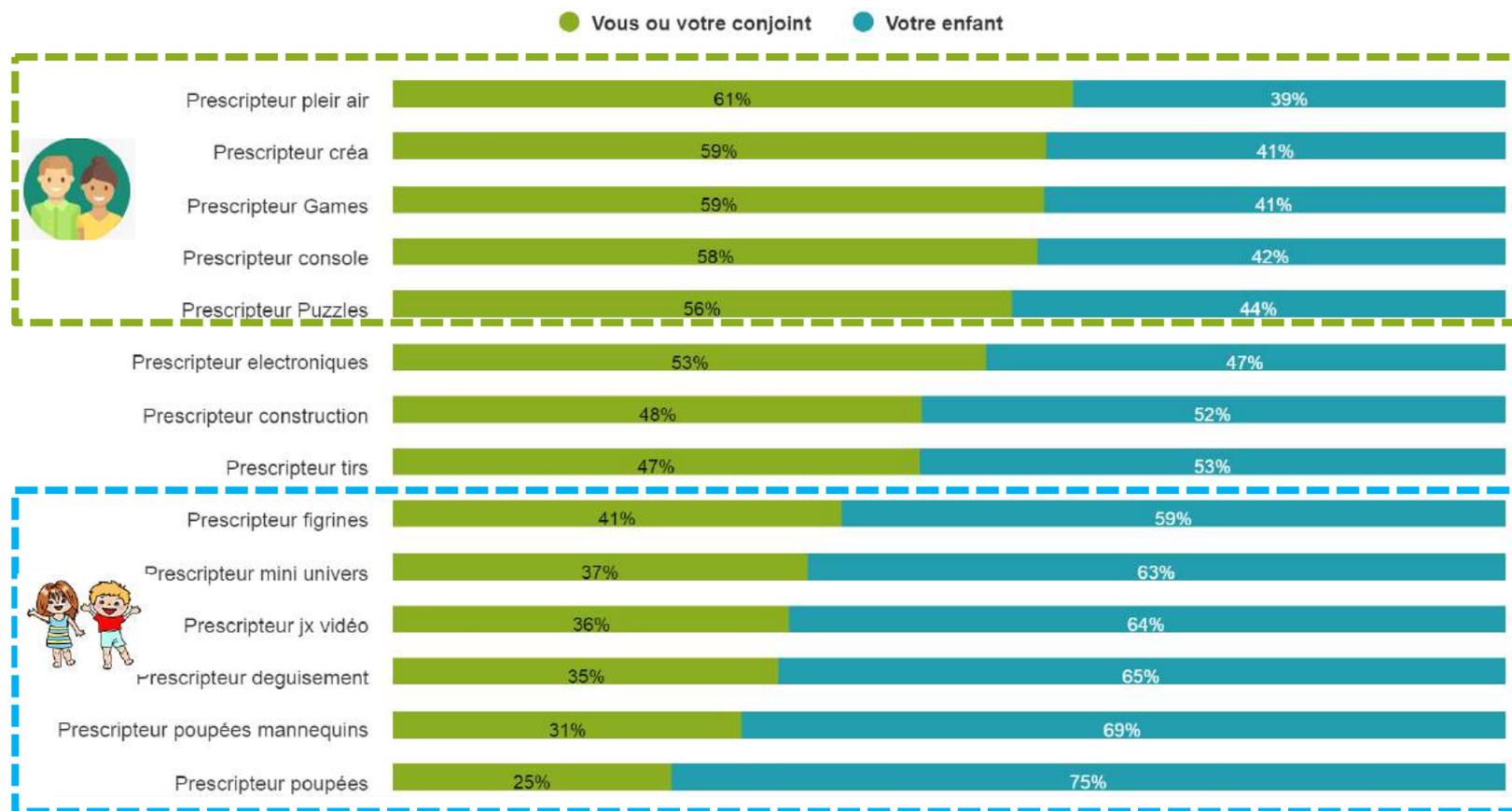
15- Cliquez sur les catégories de jouets que vous avez achetés à vos enfants pendant le confinement ? *Détail par genre et âge*

	File 4-6 ans	Filles 7-10 ans	Garçons 4-6 ans	Garçons 7-10 ans
Games	24%	23%	19%	34%
Créatif	41%	23%	25%	12%
Construction	23%	19%	33%	25%
Plein Air	25%	25%	29%	21%
Puzzles	29%	39%	17%	15%
Tirs	6%	6%	38%	50%
Déguisement	39%	19%	25%	16%
Figurines superhéros	11%	15%	49%	25%
Jx vidéo	6%	29%	17%	48%
Poupées	67%	31%	2%	0%
Electroniques	13%	29%	24%	34%
Poupées mannequins	66%	29%	3%	2%
Consoles	8%	17%	18%	56%
Mini univers	26%	24%	35%	13%

Base: 800 répondants

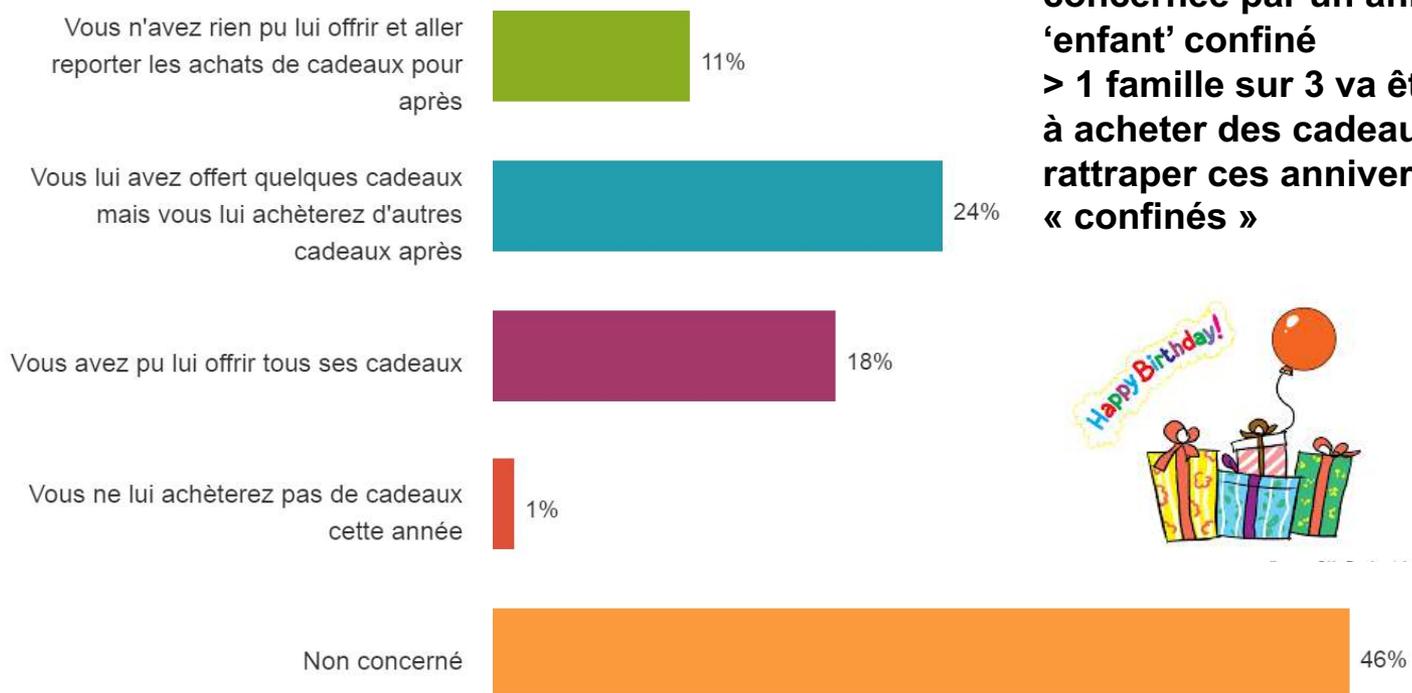
## 2<sup>ème</sup> partie : La consommation de Jouets

### 16- Pour les achats de jeux/jouets, qui a choisi les modèles achetés :



## 2<sup>ème</sup> partie : La consommation de Jouets

**17- Dans le cas où l'un de vos enfants de moins de 12 ans ait eu ou aura son anniversaire pendant le confinement, comment avec-vous fait ou comment allez-vous faire ?**

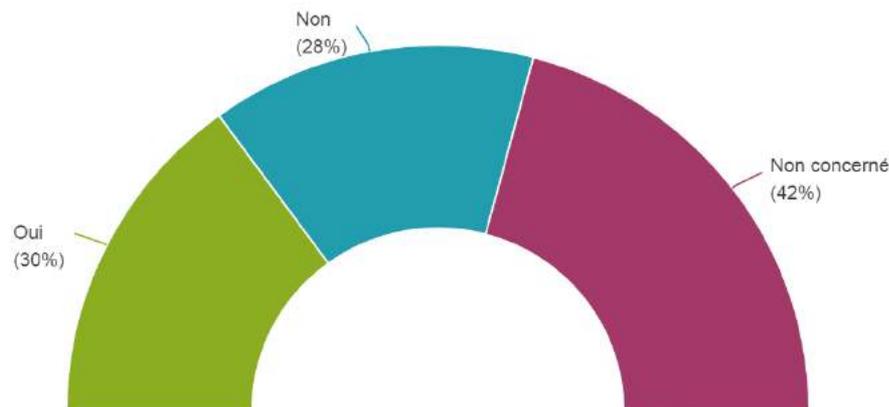


**-> 1 famille sur 2 a été concernée par un anniversaire 'enfant' confiné**  
**> 1 famille sur 3 va être amenée à acheter des cadeaux pour rattraper ces anniversaires « confinés »**



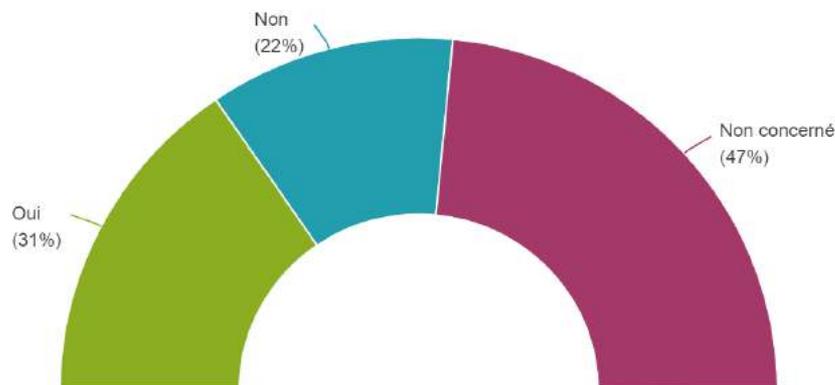
## 2<sup>ème</sup> partie : La consommation de Jouets

18- Comptez-vous reporter la fête d'anniversaire de votre enfant avec la famille?



-> report des fêtes d'anniversaire pour la moitié des enfants concernés (1 fête en famille + 1 fête avec les copains)

19- Comptez-vous reporter la fête d'anniversaire de votre enfant avec ses copains



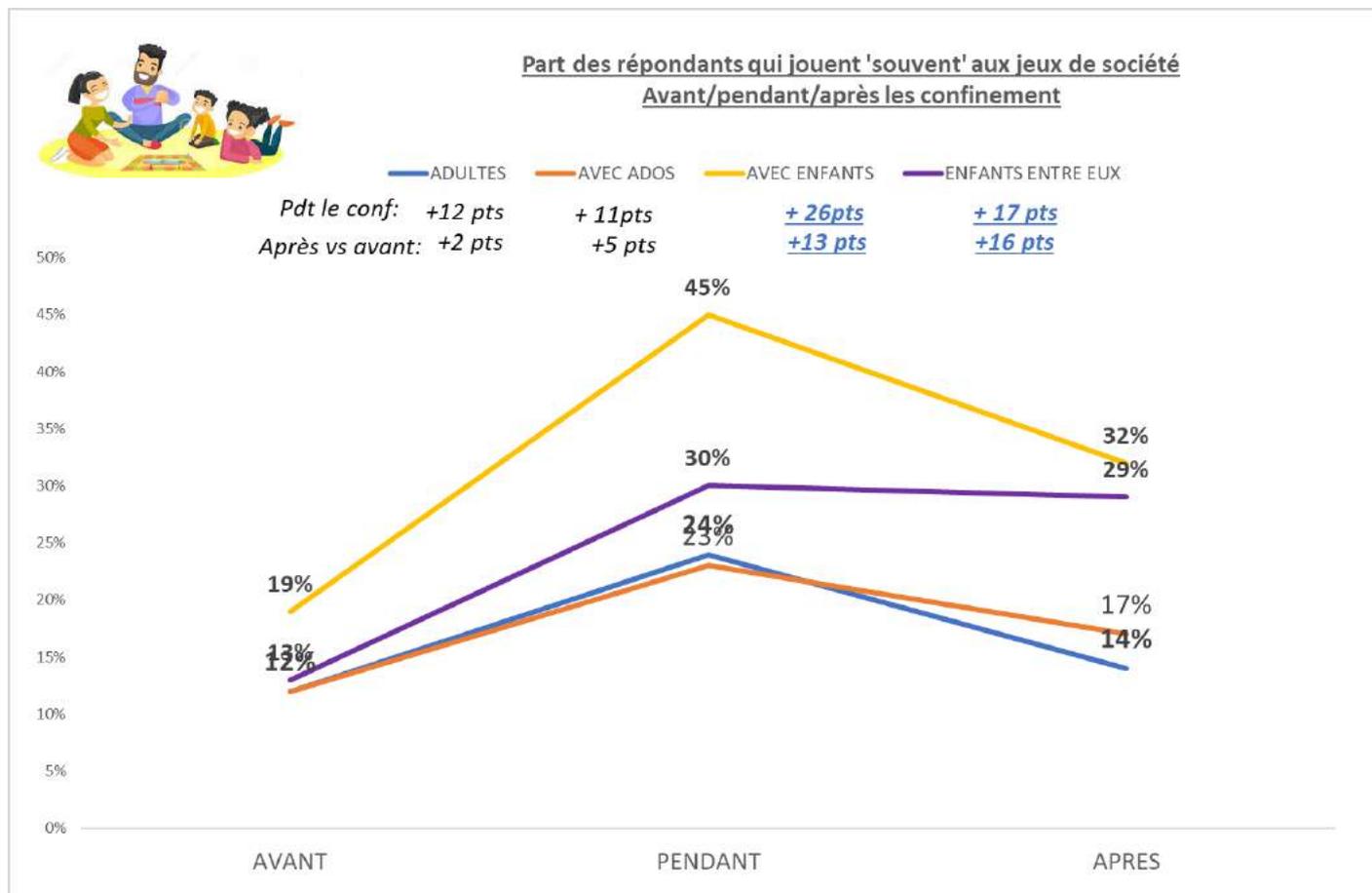
# Troisième partie

## Focus sur les GAMES **AVANT/ PENDANT/APRES**



# 3<sup>ème</sup> partie : Focus sur les Games

## 20- Comment jouez-vous (ou jouerez-vous) aux jeux de société sur chacune des périodes ?



**Souvent : au moins 1 fois par semaine**

Base: 800 répondants

## 3<sup>ème</sup> partie : Focus sur les Games

### 20- Comment jouez-vous (ou jouerez-vous) aux jeux de société sur chacune des périodes ?

	CSP		Type de logement		Type de milieu		
	CSP -	CSP +	En maison	En appartement	En milieu urbain (ville)	En milieu semi urbain (agglomération)	En milieu rural (campagne)
Entre adultes-apres	47%	53%	48%	52%	34%	38%	28%
Avec ados-apres	54%	46%	43%	57%	40%	32%	28%
Avec enfts-apres	52%	48%	44%	56%	50%	24%	26%
Entre enfts-apres	53%	47%	48%	52%	30%	33%	37%

**Souvent : au moins 1 fois par semaine**

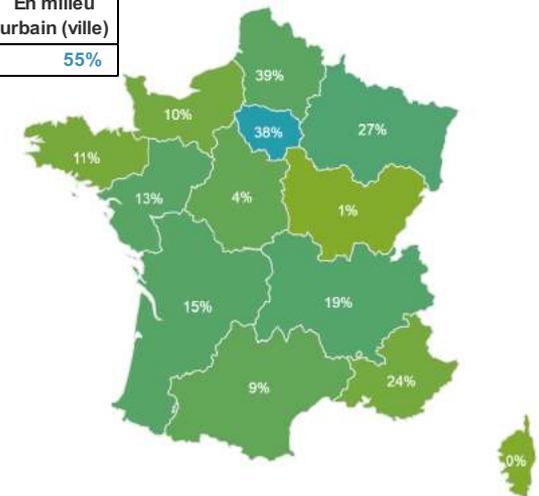
# 3<sup>ème</sup> partie : Focus sur les Games

21- Avez-vous acheté un ou des jeux de société pendant le confinement ?

**Taux d'achat: 32%**

## Détail des acheteurs de jeux de société :

Croisement Multiple							
Achat jx de société	NB enfants			Mode de travail		Type de milieu	
		Cadres, professions intellectuelles sup.	Ouvriers	En télétravail	En appartement	En milieu urbain (ville)	
Oui	2	22%	27%	40%	61%	55%	



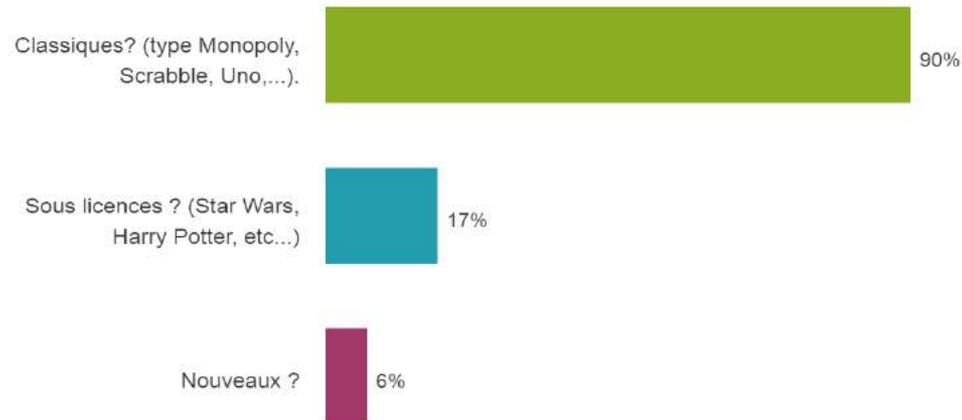
Base: 800 répondants

# 3<sup>ème</sup> partie : Focus sur les Games

## 22- Si 'oui' combien ?



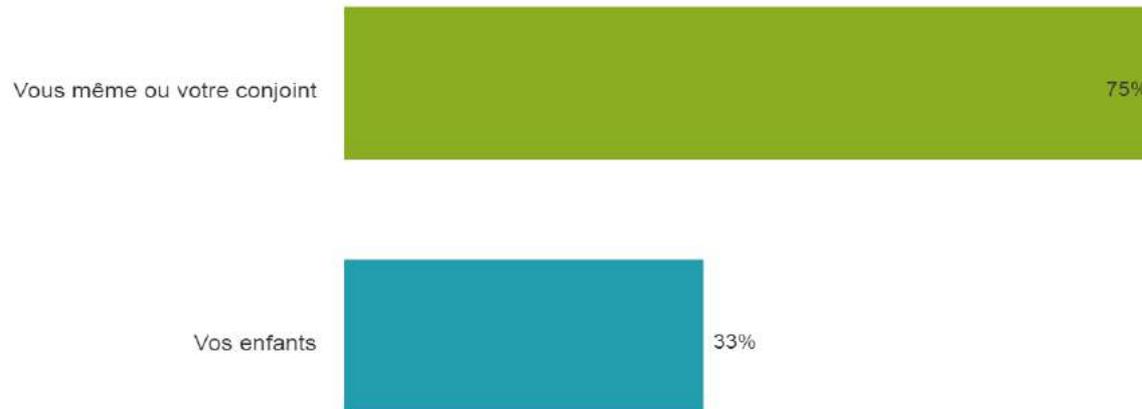
## 23- Est-ce plutôt des jeux :



*Base: 800 répondants*

## 3<sup>ème</sup> partie : Focus sur les Games

24- Qui est à l'origine de ce ou ces achats récents en jeux de société ? (qui en a eu l'idée ?)



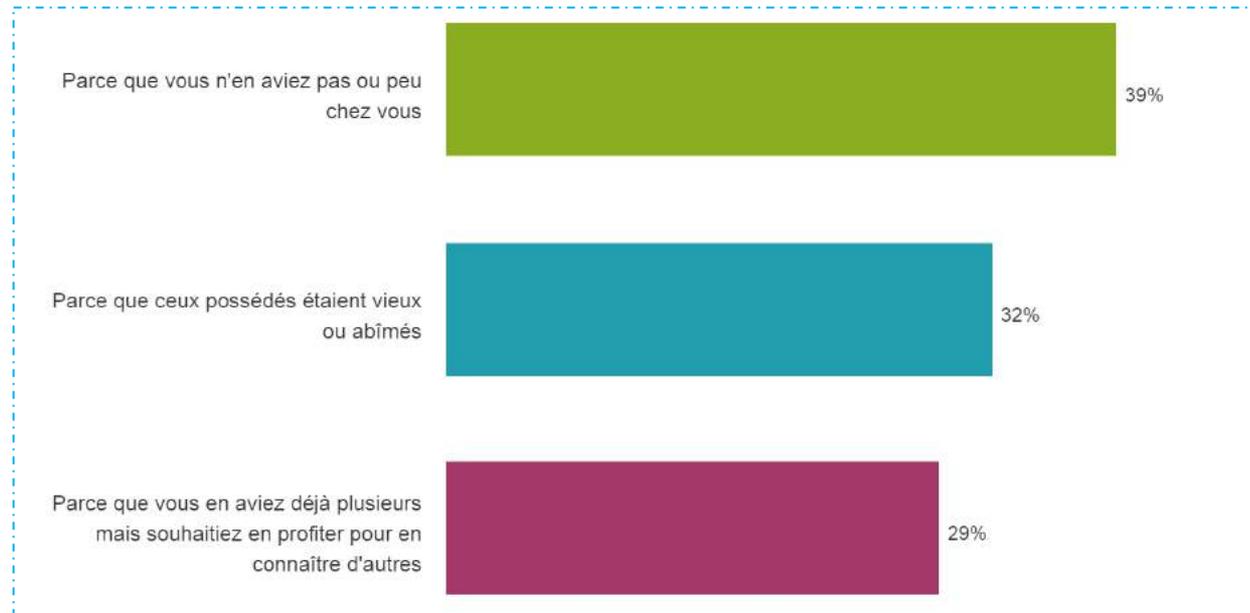
25- Est-ce un plaisir pour vous de jouer aux jeux de société ?



Base: 800 répondant...

## 3<sup>ème</sup> partie : Focus sur les Games

### 26- Pourquoi avoir acheté des jeux de société ? (*Plusieurs réponses possibles*)



**Recrutement: 39% des acheteurs soit 12% (ech total)**

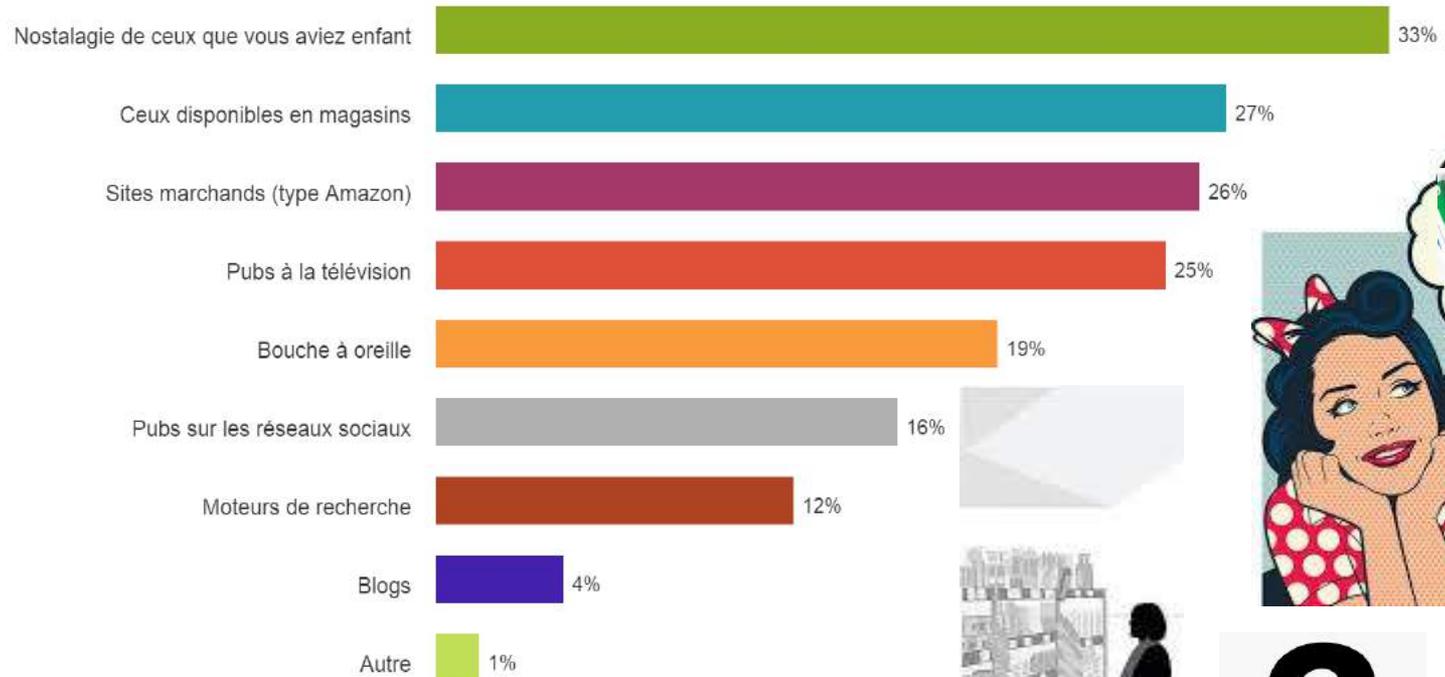
**Renouvellement: 32% des acheteurs soit 10%**

**Fidélisation: 29% des acheteurs soit 9%**

Base: 800 répondants

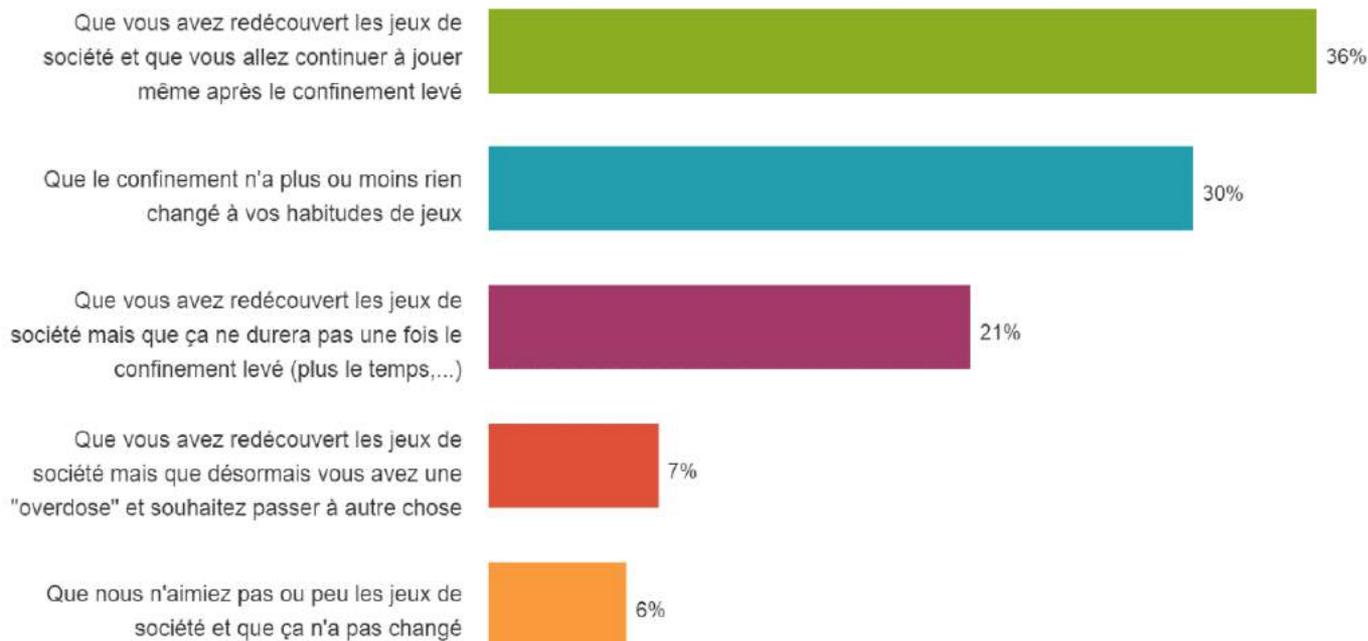
# 3<sup>ème</sup> partie : Focus sur les Games

## 27- Comment vous ou vos enfants avez choisi les jeux à acheter pendant cette période ?



## 3<sup>ème</sup> partie : Focus sur les Games

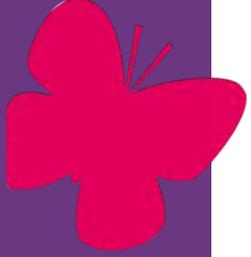
### 28- Aujourd'hui pendant cette période de confinement, vous diriez...



-> **64% de parents recrutés sur les games pendant le confinement**  
(« ont redécouvert l'activité »)

-> **Plus de la moitié (36%) restera fidèle et captive à cette catégorie après le confinement**

Base: 800 répondants



# Quatrième partie

---

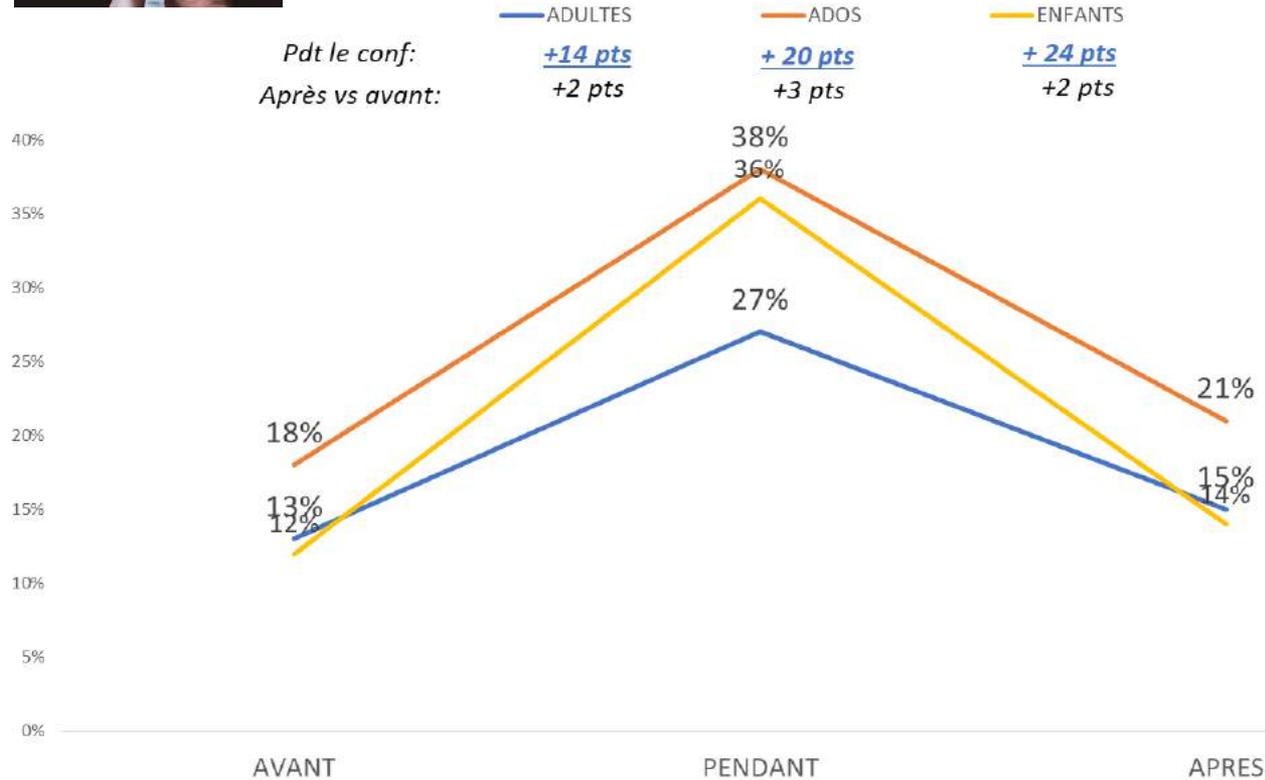
Focus sur les Ecrans  
**AVANT/ PENDANT/APRES**

# 4<sup>ème</sup> partie : Focus sur les écrans

29- Comment évaluez-vous la fréquence de jeu (vidéo) au sein de votre foyer sur chacune des périodes ?



Part des répondants qui jouent 'souvent' aux jeux vidéo  
Avant/pendant/après les confinement

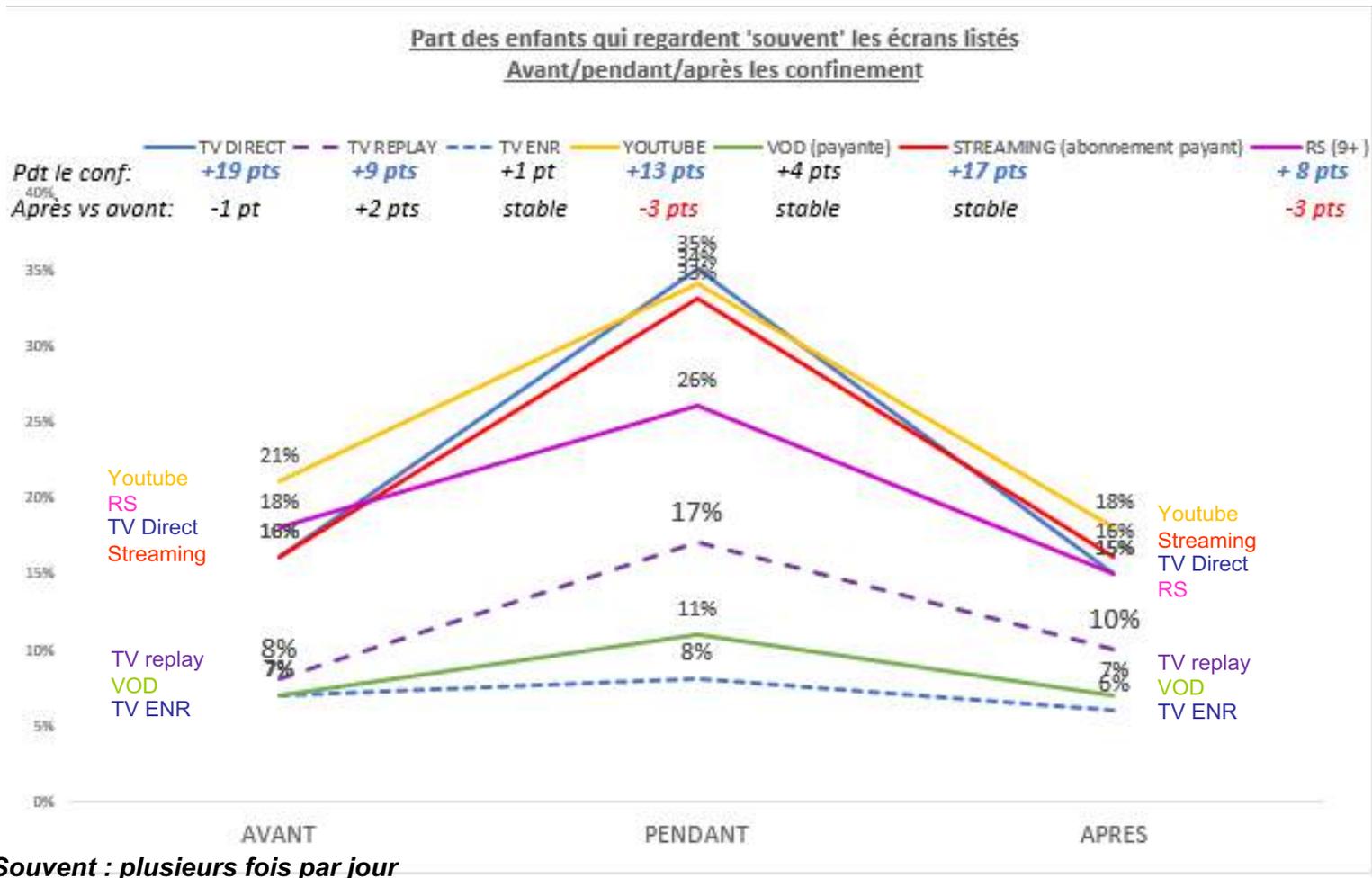


**Souvent : Plus d'1 heure par jour**

Base: 800 répondants

# 4<sup>ème</sup> partie : Focus sur les écrans

30- A quelle fréquence vos enfants de 5 à 10 ans regardent-ils (regarderont-ils) chacune des solutions proposées en fonction des périodes ?



Base: 800 répondants

## 4<sup>ème</sup> partie : Focus sur les écrans

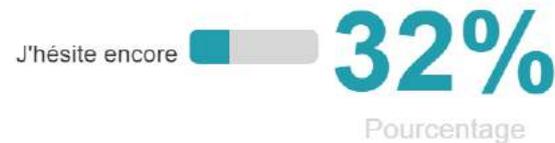
31- Avez-vous entendu parler de la nouvelle plateforme de streaming « Disney+ »?



32- Votre intention de souscrire un abonnement à cette nouvelle plateforme « Disney+ »?

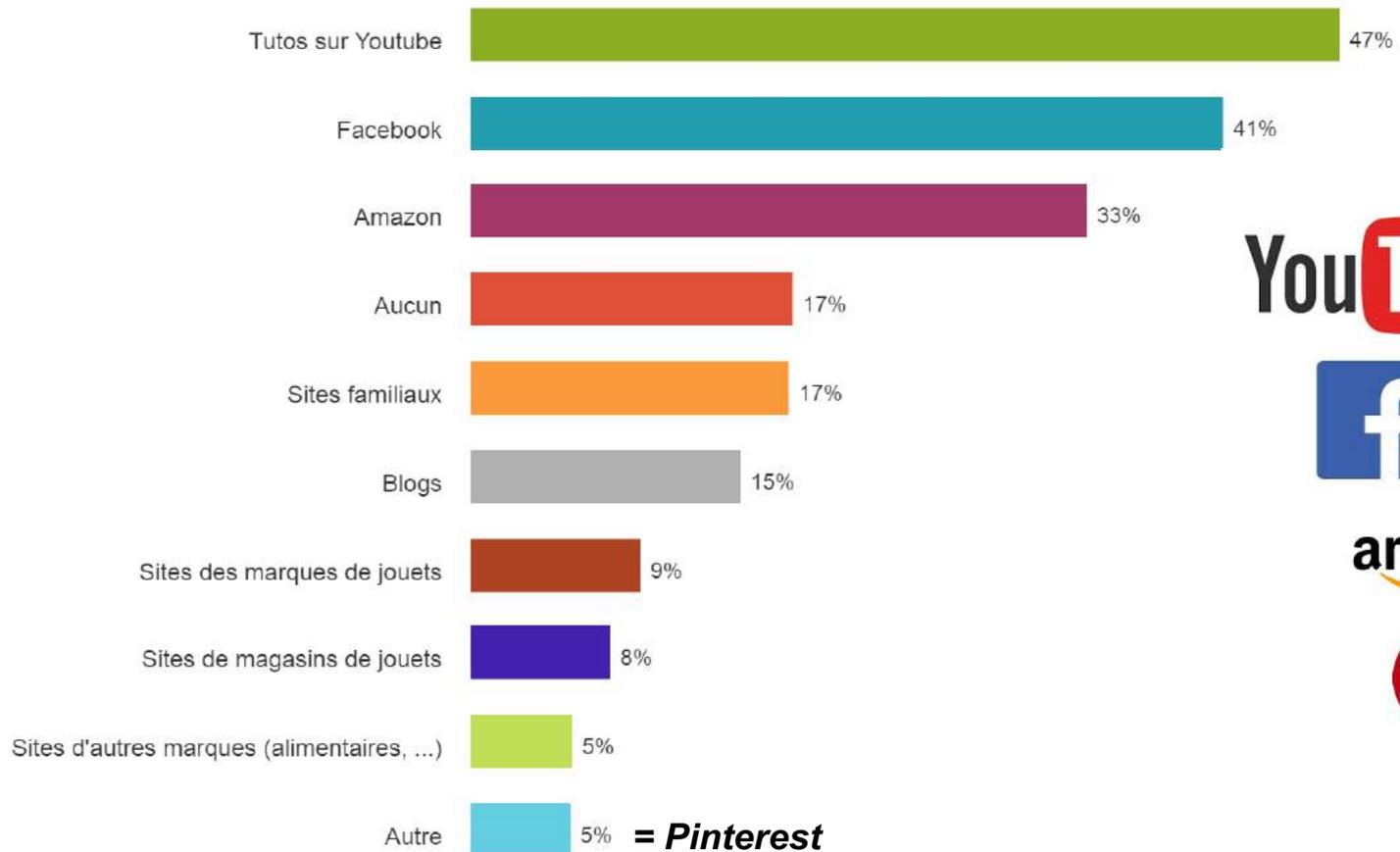


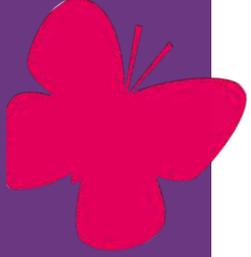
-> 27% sur l'échantillon total



## 4<sup>ème</sup> partie : Focus sur les écrans

33- Quels sont les principaux sites Internet utilisés comme sources d'inspiration durant cette période pour trouver des idées d'occupation à vos enfants?





# Cinquième partie

---

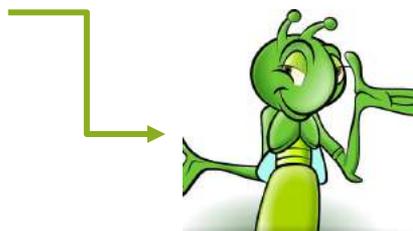
Tendance de consommation  
**APRES LE CONFINEMENT**

# 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

34- Avez-vous économisé de l'argent pendant le confinement:

35- Dans le cas où vous auriez économisé de l'argent pendant ces semaines de confinement, vous pensez:

**65% déclarent avoir économisé**



Dépenser cette "réserve"  
rapidement après le confinement



16%



Epargner une partie de cette  
"réserve"



71%

Tout épargner



13%

- > 35% des foyers n'auront pas la capacité financière pour dépenser outre-mesure (conso 'morose')
- > 55% auront épargné mais vont être prudents dans leurs dépenses ('conso frileuse')
- > 10% auront épargné et vont dépenser rapidement leurs économies ('conso frénétique')

Base: 800 répondants

## 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

36- Vous pensez utiliser cette réserve :  
(plusieurs réponses possibles)



**55%**

- Achat utiles: 55%
- Achats plaisir: 23%
- IVT important (immobilier, voyage, voiture): 22%

- Faible capacité de consommation: 35%
- Conso utile: 25%
- Conso plaisir: 19%
- Conso « lourde »: 15%



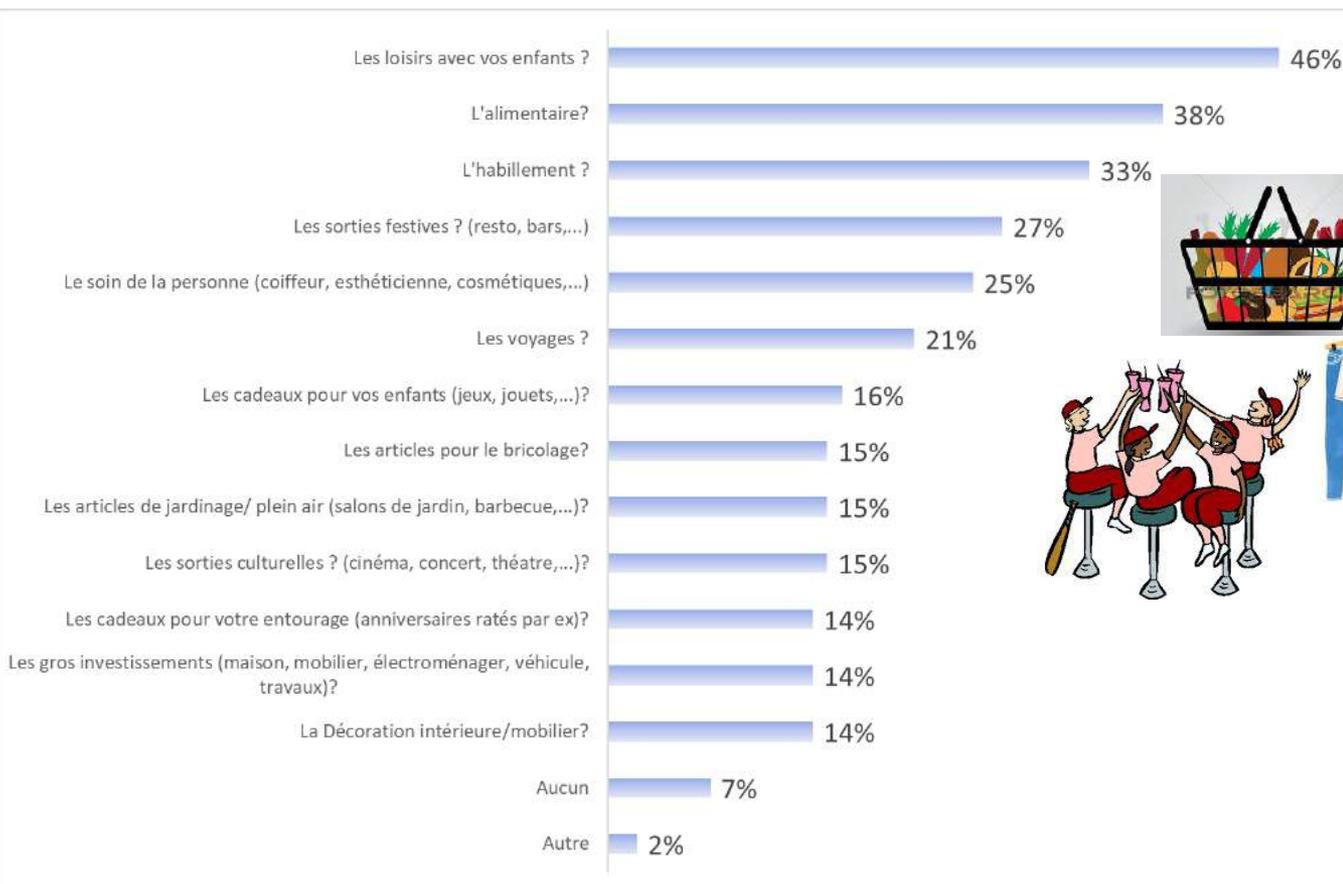
**10%**

- Achat plaisir: 62%
- IVT important (immobilier, voyage, voiture): 30%
- Achats utiles: 8%

Base: 800 répondants

# 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

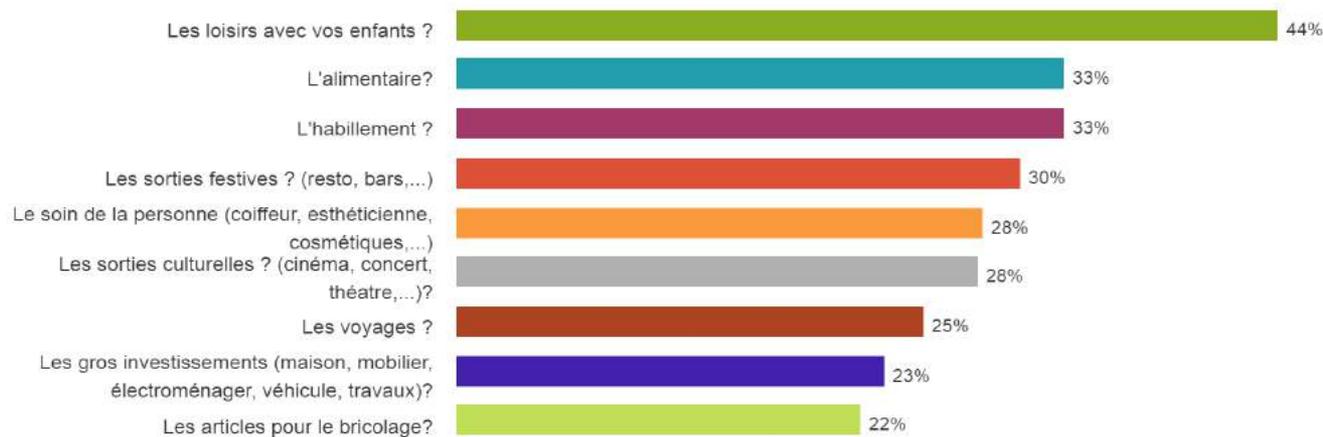
## 37- Quels seront tous les postes de dépenses que vous privilégieriez à la sortie du confinement?



# 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

37- Quels seront tous les postes de dépenses que vous privilégieriez à la sortie du confinement?

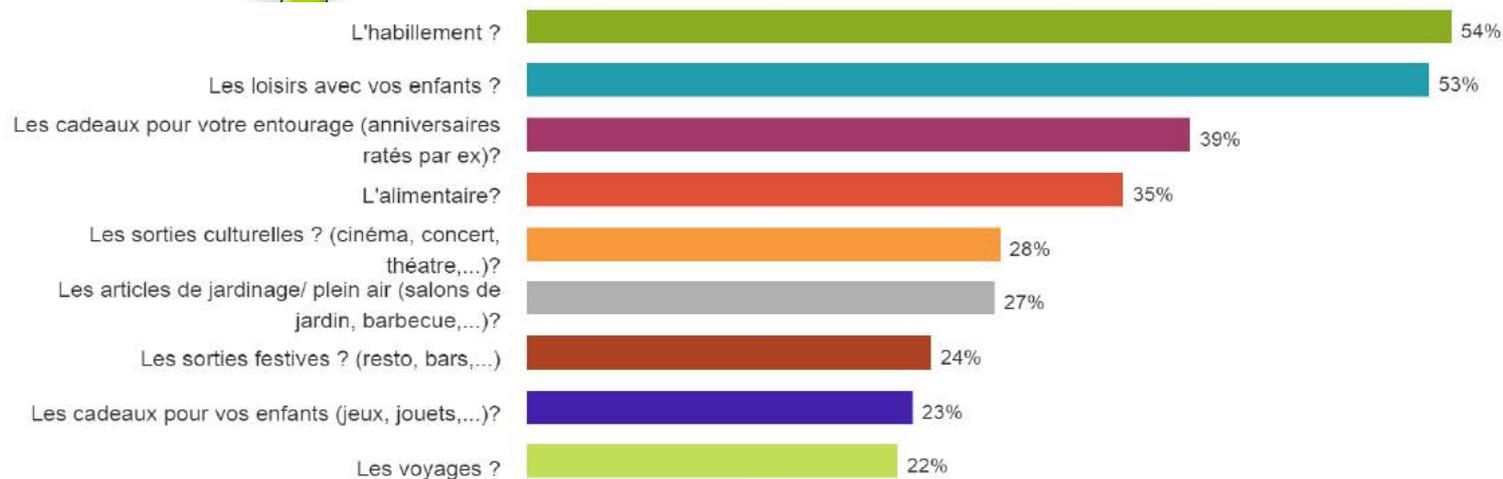
Pour les  (55%)



# 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

37- Quels seront tous les postes de dépenses que vous privilégieriez à la sortie du confinement?

Pour les  (10%)



Base: 800 répondants

## 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

38- Compte-tenu de la situation économique, quelle serait votre réaction si les soldes d'été étaient annulés cette année ? (textile notamment)



**Déçus: 28%**

**En chômage partiel: 33%**

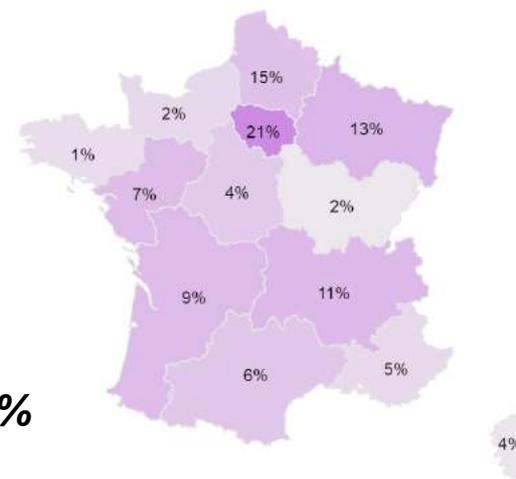
**Milieu urbain: 41%**

**Région Parisienne: 21% des déçus**

**Région Haut de France: 15%**

**Région Grand Est: 13%**

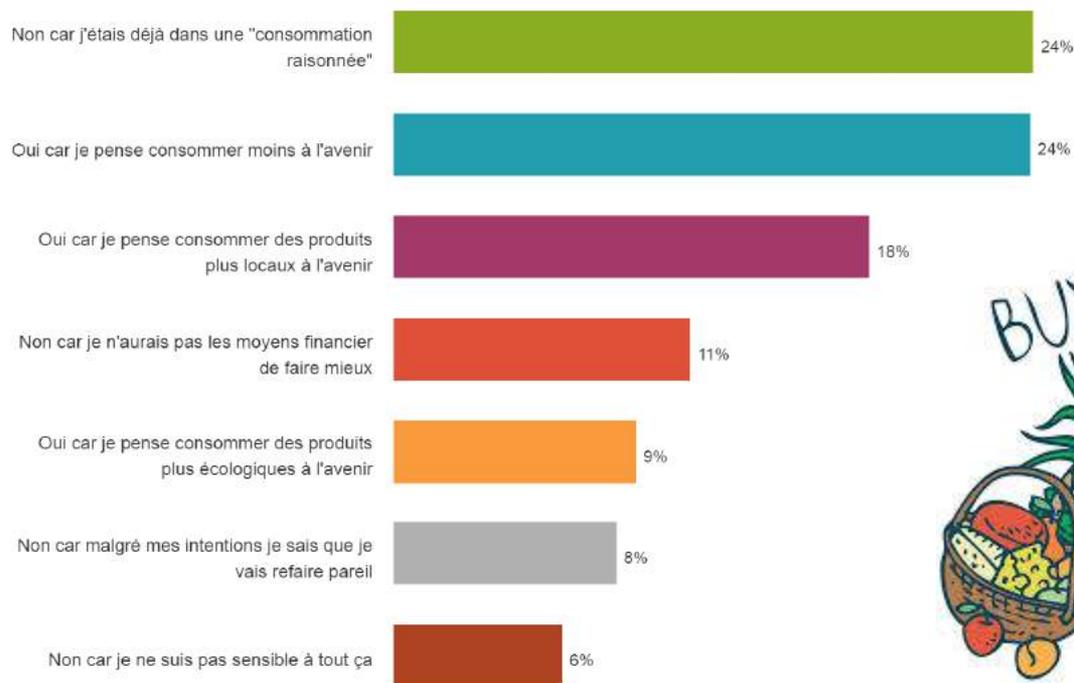
**Région Auvergne- Rhône-Alpes: 11%**



Base: 800 répondants

# 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

## 39- Plus globalement, la situation sanitaire va-t-elle modifier vos comportements d'achat ?



### 4 TYPOLOGIES:

Les « insensibles »: 6%; Les « peuvent pas faire mieux »: 19%,  
Les « raisonnables Pré-covid »: 24%; Les « raisonnables Post-Covid »: 51%

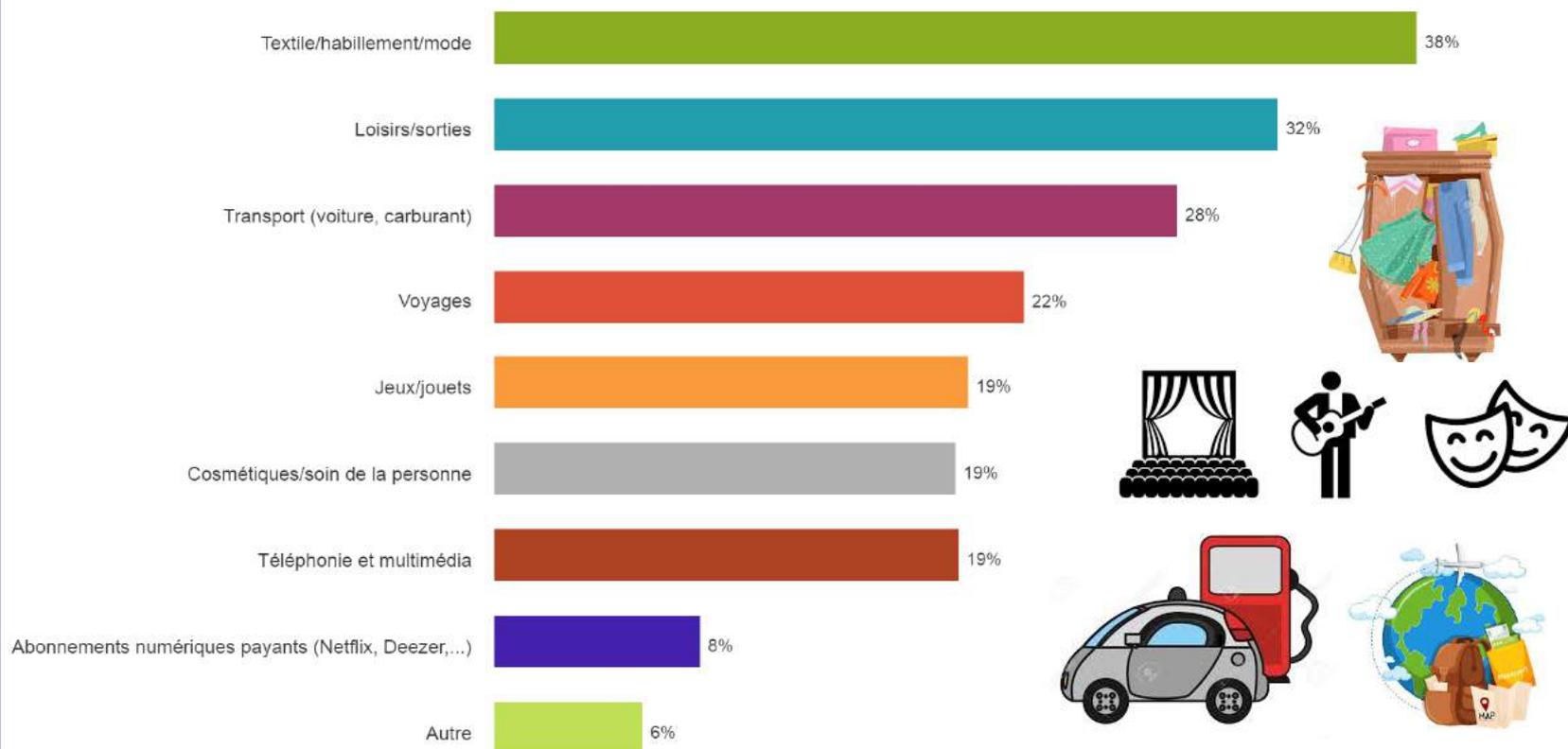


« Moins »: 24%; « Local »: 18%; « Eco-resp »: 9%

Base: 800 répondants

# 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

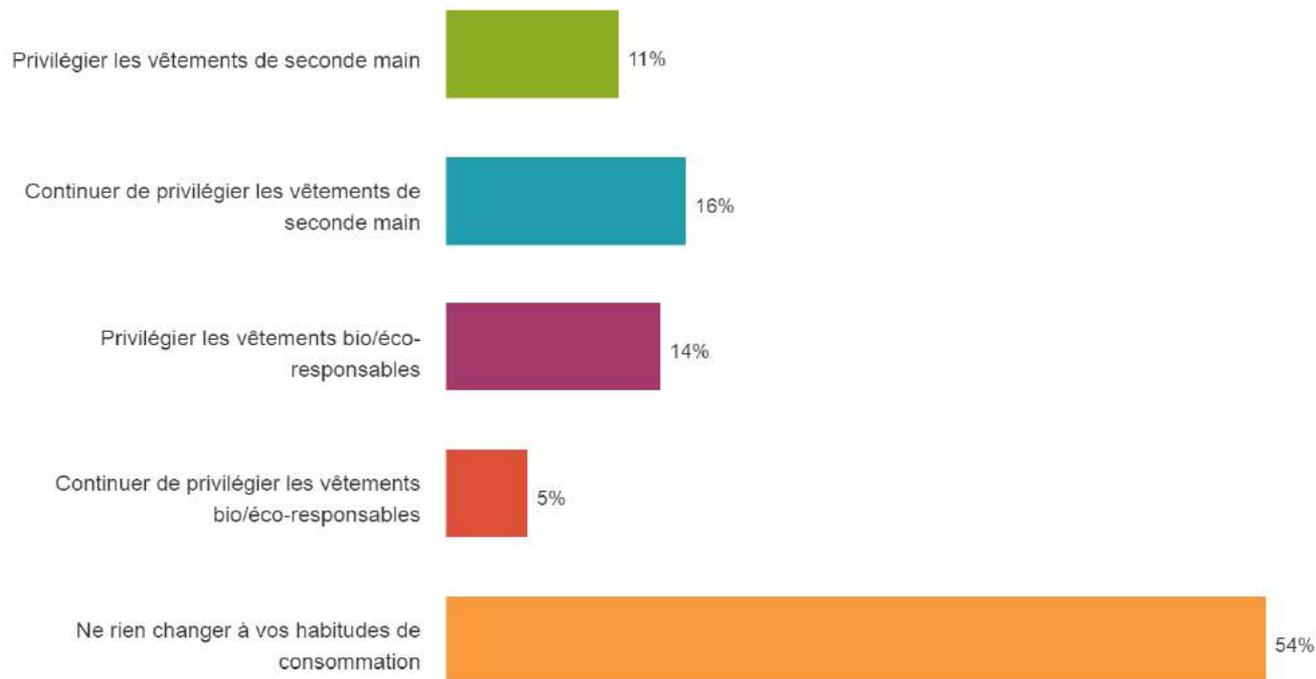
40- Sur quelles catégories de produits/services pensez-vous freiner votre consommation pour votre vie « d'après » (sur le long terme)?



Base: 800 répondants

## 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

### 41- Concernant les vêtements/textile: La situation va-t-elle vous inciter à:

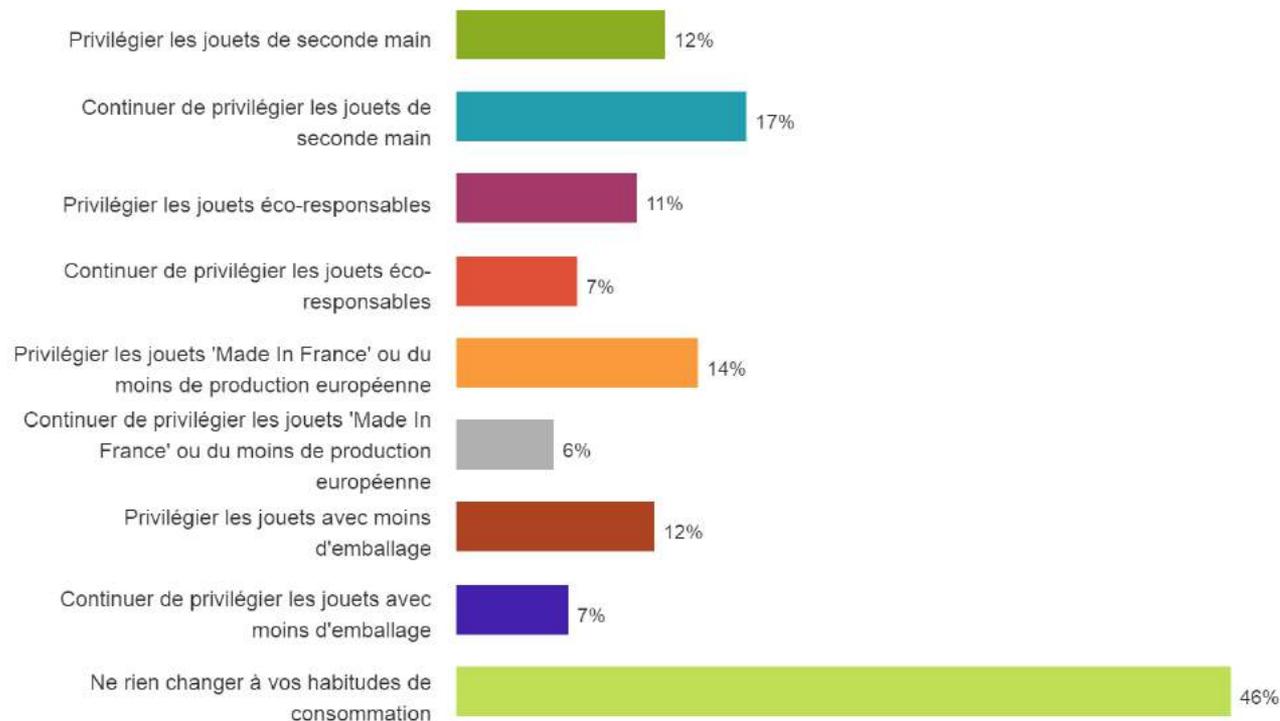


- **Acheteurs seconde main: 29% (+11 pts nouveaux entrants)**
- **Acheteurs bio/éco-responsables: 19% (+14 pts)**
- **-> 46% de consommateurs « raisonnés » dans l'univers textile (+25 pts)**
- **-> 54% de consommateurs 'impulsifs »**

*Base: 800 répondants*

## 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

### 42- Concernant les jeux/jouets: La situation va-t-elle vous inciter à:



- **Acheteurs jouets seconde main: 29% (+12 pts nouveaux entrants)**
- **Acheteurs 'production française ou européenne': 20% (+14 pts)**
- **Acheteurs 'Moins d'emballage': 19% (+12 pts)**
- **Acheteurs jouets éco-responsables: 18% (+11 pts)**
- **-> 54% de consommateurs « raisonnés » dans l'univers Jouet (+37 pts)**
- **-> 46% de consommateurs « impulsifs »**

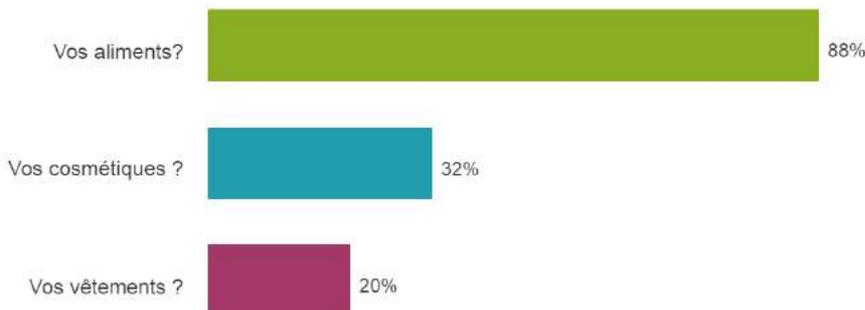
Base: 800 répondants

# 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

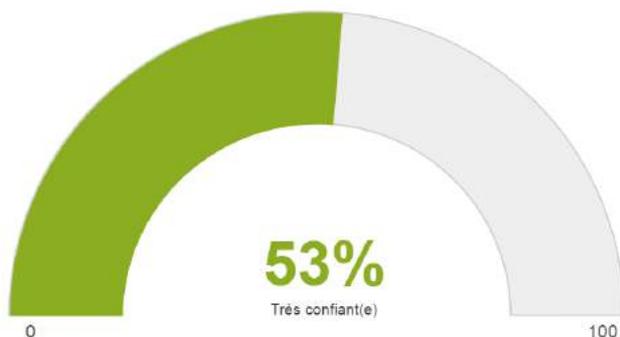
43- Etes-vous attentif(ve) aux labels ?

**OUI: 66%**

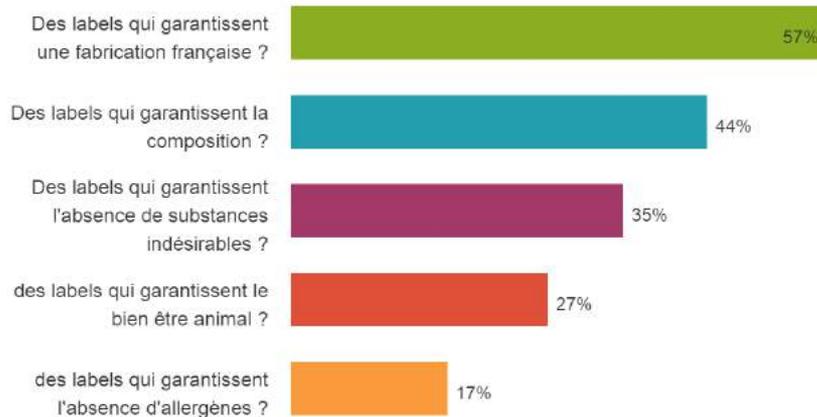
44- Vous êtes attentif(ve) aux labels pour:



45- De manière générale, faites-vous confiance aux labels ?



Vous cherchez en priorité:



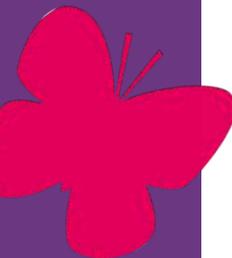
Base: 800 répondants

# 5<sup>ème</sup> partie : Tendances de consommation

47- Et pour finir, si vous pouvez nous transmettre une image qui représente ce qui vous ferait plaisir de faire à la sortie du confinement ?



Base: 800 répondants



# 13 insights à retenir

1. Un désir fort de retrouver une vie sociale
2. La cellule familiale redorée pendant le confinement
3. Faible impact des actions solidaires des marques
4. Le confinement est une aubaine pour JOUER et pour les jeux de société
5. Le Drive va devenir incontournable dans l'alimentaire mais également une opportunité dans le Jouet
6. Le marché de la seconde main va encore progresser
7. Beaucoup de temps passé sur les jeux vidéos mais coup de frein attendu en fin de confinement
8. Explosion de l'utilisation des écrans: Youtube, Netflix et la TV en direct
9. Plein d'anniversaire à fêter!
10. Plus fourmis que cigales, les familles vont rester très prudentes dans leur consommation à la fin du confinement
11. 4 nouvelles typologies de consommateurs émergent de cette crise avec un virage à prendre pour les marques
12. Opportunité d'un label éco-responsable dans l'univers du Jouet ?
13. Noël 2020 sera encore plus attendue cette année!

## 1. Un désir fort de retrouver une vie sociale

- Au global, **l'humeur des familles baisse pendant le confinement**: passe de 8/10 à 6/10, notamment pour les familles en appartement et en situation de chômage partiel
- **C'est surtout le manque de vie sociale** (amis) qui nuit à l'humeur générale (baisse de 4 pts). Les familles éprouvent **un fort besoin de se retrouver entre amis**, de se réunir et de passer des moments festifs
- -> cela créera à court terme des opportunités de vente dans les secteurs de l'alimentaire (réception chez soi), de l'habillement et dans le soin de la personne (envie de s'apprêter)

## 2. La cellule familiale redorée pendant le confinement

- **La vie de famille s'améliore pendant le confinement** et tire la note d'humeur générale vers le haut: cette situation inédite de recentrage sur la famille a ramené de la chaleur dans les foyers, de la convivialité
- Pour une grande partie des familles, **les règles de vie sont devenues plus 'cool'** (41%) et de **bonnes habitudes ont été prises: 1/ plus de temps passé ensemble**, plus de dialogues; de confidences **2/ Plus de jeux ensemble 3/ Plus de repas partagés ensemble** (préparation et dégustation) **4/ Plus d'accompagnement des parents dans les devoirs 5/ Plus d'entre-aides** dans les couples et **plus d'autonomie des enfants** (progrès en autonomie constaté par 80% des parents d'enfants de 6 à 11 ans  
-> des opportunités pour les loisirs en famille, les jeux de société. La communication des marques devra également prendre en compte cet état d'esprit : « faire équipe ensemble »
- On remarque également que dans la répartition des tâches au sein du foyer, **les mamans restent les plus 'corvéables' à leurs enfants**, notamment dans l'aide aux devoirs (90% vs 47% pour les papas) et dans la gestion du quotidien (activités/ jeu: 90% vers 54% pour les papas)  
-> Importance de cibler également les mamans dans les communications de produits jeunesse/ jouets car elles ont une forte implication et un grand rôle à jouer

### 3. Faible impact des actions solidaires des marques

- **Les actions solidaires des marques sont faiblement mémorisées par les familles:** 30% des parents ne parviennent pas à citer une seule marque. Parmi les plus impactantes, on retiendra principalement **Decathlon** (5% en spontané et 60% en assisté) et **LVMH** (3%; 32%) c'est-à-dire celles qui ont contribué à l'aide sanitaire d'urgence (masques + gels hydroalcooliques)
- Pourtant beaucoup d'initiatives recensées mais trop souvent **noyées dans un flot dense d'informations**
- *-> Engager une communication autour d'un projet à long terme, centré sur la raison d'être de la marque plutôt que de chercher à apporter sa 'pierre à l'édifice' dans la gestion d'une crise qui nous échappe*

#### 4. Le confinement est une aubaine pour JOUER

- Cette période est pour les enfants **une véritable aubaine pour jouer et prendre le temps de découvrir tous les trésors que l'on possède chez soi**
- Pour les enfants de 4 à 6 ans, on remarque une **multitude d'occupations** en plus des devoirs scolaires: loisirs créatifs, jeux de société, jouets de plein air, poupées, mini-univers, construction
- Pour les plus grands (7-10 ans), les jeux vidéo sont bien sur à l'honneur mais ne cannibalisent pas tout : il reste du temps à consacrer aux jeux de plein air, aux loisirs créatifs et aux jeux de société
- Dans le Top 10 des marques qui accompagnent les enfants dans cette période, **6 sont dans l'univers du Jouet**: Lego, Playmobil, Disney, Hasbro, Play-Doh, Ravensburger ex-aequo avec Barbie
- **Plusieurs licences font « partie de la famille »** avec un groupe élite composé de: Reine des Neiges, Playmobil, Princesses Disney, Lego, Barbie, Peppa Pig, Mario et Pat Patrouille
- *-> Cette période va redorer l'image du Jouet auprès des parents: ils vont percevoir tout l'intérêt d'avoir été généreux lors des différentes occasions d'achat et vont mémoriser les bénéfices sur les apprentissages et la convivialité*

#### 4. Le confinement est une aubaine pour JOUER- suite

- **Un courant porteur s'annonce sur les jeux de société:** 45% des familles jouent avec leurs enfants pendant le confinement (+26 pts vs avant). Une activité qu'ils souhaitent poursuivre puisque 32% pensent garder cette « bonne habitude » même après (+13 pts d'évolution positive avant/après)
- **Les enfants jouent également beaucoup plus entre-eux** (30%; +17 pts vs avant); l'adage « Plus on joue, plus on a envie de jouer » se vérifie: les parents valident que leurs enfants continueront de jouer fréquemment même après le confinement (+16 pts vs avant)
- Le taux d'achat des jeux de société est élevé: 32%, avec un nombre moyen de 2 jeux achetés. **Les parents sont à l'initiative de ces achats** (75%) ce pourquoi ils ont majoritairement opté pour **les grands classiques** (90% des achats) faisant écho à **la nostalgie de leur enfance** (33%) et/ou parce qu'ils étaient contraints par les disponibilités en magasins (27%)
- *-> Une période d'aubaine pour les jeux qui va se poursuivre au-delà du confinement: 64% des parents ont redécouverts les jeux de société pendant cette période et 75% y jouent avec plaisir et non par contrainte. Une majorité de ces parents nouvellement recrutés ont l'intention de rester fidèles à cette activité familiale*

## 5. Le Drive va devenir incontournable dans l'alimentaire mais également une opportunité dans le Jouet

- **Le taux d'achat des jouets pendant le confinement est élevé** malgré les contraintes de déplacement: 50% des parents ont acheté au moins un jouet pour leur(s) enfant(s); 18% en ont acheté plusieurs et 32% seulement 1 ou 2
- Les catégories les plus achetées: **les jeux de société** (32%), **les loisirs créatifs** (31%), **les jeux de construction** (20%), c'est-à-dire les catégories que les parents peuvent décider d'acheter sans la prescription de leurs enfants
- Ces achats ont été logiquement réalisés dans les circuits en fonctionnement c'est-à-dire **sur Internet** (sites généralistes: 60%) et en **HM/SM** (42%)
- Il apparaît nettement que les intentions d'achat de jouets pour « l'après confinement » **seront prévues sur le circuit online** (+7 pts d'évolution sur les sites généralistes tels que Amazon) **au détriment des circuits physiques**, quasiment tous en retrait (GSA: -4 pts, GSS: -3 pts, multi spécialistes: -3 pts). On remarque également un engouement encore plus fort vers les sites d'occasion (Le Bon coin: +3 pts)
- Ce transfert encore plus marqué vers le « online » est validé également sur l'alimentaire avec une **explosion du Drive pendant le confinement** (+15 pts). Un mode de consommation qui séduit puisque les nouveaux utilisateurs pensent rester fidèles à ce type de service. Un gap positif aussi pour les commerces de proximité (+ 7 pts) et en revanche une déperdition à prévoir sur les HM/SM (-15 pts)
- *-> Opportunité du Drive pour les Spécialistes: Immédiateté vs online + gain de temps « ne pas sortir de sa voiture » avec en parallèle des boutiques « showroom » en centre villes pour conserver l'enchantement et garder un lien tactile avec les jouets*

## 6. Le marché de la seconde main va encore progresser

---

- **Les parents escomptent acheter davantage sur les sites d'achats d'occasion tel que le Bon coin (+ 3 pts Avant/Après)**
- Sur le textile, les acheteurs de seconde main représentent 29% (+11 pts)
- Proportion similaire sur le marché du Jouet (+12 pts)

## 7. Beaucoup de temps passé sur les jeux vidéos mais coup de frein attendu en fin de confinement

- L'utilisation des jeux vidéo explose pendant le confinement: 36% des enfants y jouent plus d'1 heure par jour (+24 pts vs avant le confinement), 38% pour les ados (+20 pts) et 27% pour les adultes (+14 pts)
- En revanche, les parents projettent de freiner cette nouvelle routine après le confinement pour revenir à une fréquence de jeu plus 'normale'
- *-> La sur-consommation actuelle de jeux vidéo ne devrait pas nuire outre-mesure au marché du Jouet/jeux dans les mois à venir. D'une part, ce sont des activités complémentaires (les parents apprécient que les enfants alternent jeux vidéo et jeux/jouets traditionnels) et d'autres part les parents ont l'intention de freiner une utilisation excessive en ces temps de confinement*

## 8. Explosion de l'utilisation des écrans: Youtube, Netflix et la TV en direct

- **Youtube prend la tête du classement des médias les plus sollicités** dans la journée par les enfants de 5-10 ans: 35% regardent plusieurs fois par jour (+13 pts): idem pour les **plateformes de streaming vidéo** qui progressent de +17 pts et qui se retrouveront au final (après le confinement) comme un média autant consulté que les programmes télévisés en direct
- Signalons également **les scores prometteurs de la chaîne Disney+** avec 86% de notoriété (parents qui en ont entendu parler) et **des intentions d'abonnement prometteuses** (27% des parents ont l'intention d'y souscrire)
- *Youtube, Netflix et la TV en direct deviennent les incontournables des enfants*

## 9. Plein d'anniversaire à fêter!

- Plus d'une famille sur 2 a été concernée par l'anniversaire d'un enfant pendant le confinement
- 1 tiers reporte les achats de cadeaux à la sortie du confinement et prévoit d'organiser 2 rendez-vous festifs: 1 avec la famille (grands-parents) et 1 avec les copains
- ***Des opportunités de vente pour rattraper tous ces anniversaires ratés avec certainement un engouement de générosité!***



## 10. Plus fourmis que cigales, les familles vont rester très prudentes dans leur consommation à la fin du confinement

- 3 groupes distincts:
- Ceux qui n'ont pas pu économisé pendant le confinement et qui n'auront pas les capacités financières pour dépenser outre-mesure après le confinement: **consommation morose: 35%**
- Ceux qui ont économisé mais qui vont rester prudents dans leurs dépenses: **consommation frileuse: 55%**
  - La moitié de leurs emplettes post-confinement sera consacrée aux dépenses utiles (alimentaire, habillement:) et 23% aux achats plaisir, notamment les loisirs avec enfants
- Ceux qui ont économisé et pensent tout dépenser rapidement: **consommation frénétique: 10%**. Achats plaisirs (habillement, loisirs avec enfants, cadeaux pour l'entourage) pour plus de 60% de leurs emplettes
- *La tendance sera plutôt à la raison et à la prudence dans les achats post confinement*
- *Il n'y a pas de véritable frein à l'hypothèse de supprimer les soldes d'été cette année: indifférence pour 39% et compréhension pour 33% des familles*

## 11. 4 nouvelles typologies de consommateurs émergent de cette crise

- 1/ les « *insensibles* » (ne se préoccupent pas des questions environnementales): **6%**
- 2/ les « *peuvent pas faire mieux* » (contraintes financières ou attitude adepte-shopping): **19%**
- 3/ les « *raisonnables Pré-Covid19* » (étaient déjà dans une consommation avertie): **24%**
- 4/ les « *raisonnables Post-Covid* »: (étaient déjà préoccupés par les enjeux écologiques mais décident d'agir et de devenir des consommActeurs): **51%**
  
- *A moyen terme, il va y avoir un basculement d'une économie centrée sur le prix/ le volume (concernera 25% des consommateurs potentiels) vers une économie tournée vers le sens et la raison (75% de consommateurs potentiels)*
- *Le sens et la raison se résument en 3 points: consommer moins, consommer local, consommer des produits éco-responsables*
- *Dans l'univers du textile: 46% de consommateurs raisonnés (+25pts) vs 54% de consommateurs impulsifs*
- *Dans l'univers du Jouet: 54% de consommateurs raisonnés (+37 pts) vs 46% de consommateurs impulsifs*

## 12. Opportunité d'un label éco-responsable dans l'univers du Jouet ?

- Les familles françaises sont prêtes à changer leurs habitudes de consommation. Mais elles attendent des efforts des fabricants et des distributeurs. Il est désormais important de montrer des engagements à plus grande échelle rapidement
- Les consommateurs ont besoin de transparence et d'informations. Le seul moyen de les convaincre est de leur faire vérifier par eux-mêmes et de leur proposer de remonter la filière pour vivre les étapes de la fabrication en usine jusqu'à la mise en rayon
- *-> Un label spécifique 'Jouet Eco-responsable' avec un classement de A à E en fonction du respect de l'environnement sur chaque étape du process permettrait de glisser vers un marché de valeur en proposant les mêmes règles du jeu pour tous les acteurs.*

## 13. Noël 2020 sera encore plus attendue cette année!

- Noël aura une teinte particulière cette année!
- A partir des photos envoyées par les répondants sur leurs principaux rêves à accomplir après le confinement, il ressort une prédominance pour **les retrouvailles en famille**, notamment avec les grands-parents. On a collecté également quelques photos évoquant déjà les repas de Noël en famille!
- *Le besoin de se retrouver « en meute », de chérir ses proches, de célébrer ces retrouvailles devrait faire du Noël 2020 une fête encore plus magique!*

## Vos questions



- *Contact Quantitude: Cécile Isonne-Albrieux*
- *[calbrieux@quantitude.fr](mailto:calbrieux@quantitude.fr)*
- *06 80 33 56 34*
  
- *Un grand merci à Laurent et Florence du Licensing International et à tous ceux qui nous ont alimenté de leurs problématiques!*