

“*opinionway*” pour **Shopopop**

Les Français, Noël et la solitude

Quelles solutions pour lutter contre l'isolement ?

Décembre 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1 044 personnes, représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 2 au 3 octobre 2024**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Shopopop »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	15%
	35-49 ans	24%
	50-64 ans	24%
	65 ans et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	12%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



Les résultats

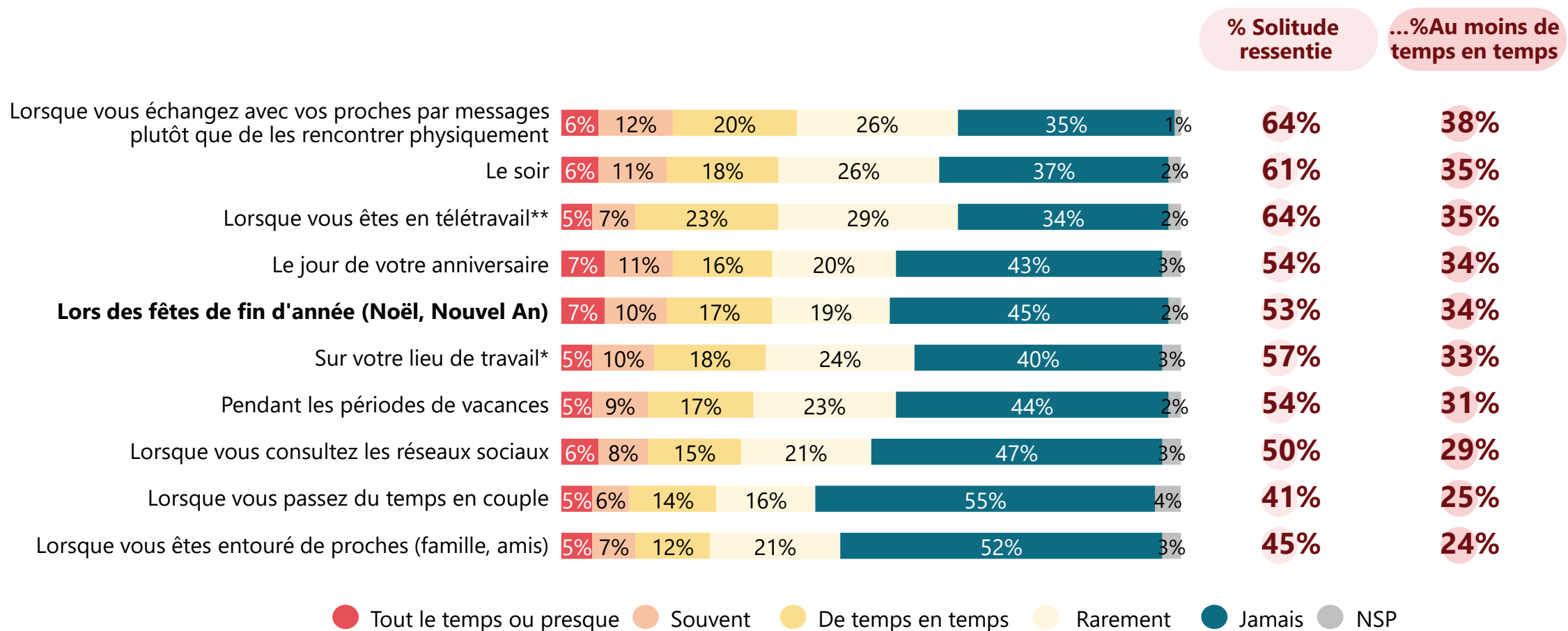




Les moments où le sentiment de solitude est ressenti



Q. Vous arrive-t-il de vous sentir seul... ?





Les moments où le sentiment de solitude est ressenti



Q. Vous arrive-t-il de vous sentir seul... ?

	% Au moins de temps en temps	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Lorsque vous échangez avec vos proches par messages plutôt que de les rencontrer physiquement	38%	33%	43%	46%	47%	39%	34%	33%	39%	39%	37%
Le soir	35%	30%	39%	52%	46%	35%	31%	25%	39%	34%	31%
Lorsque vous êtes en télétravail**	35%	34%	35%	38%	48%	37%	20%	33%	35%	33%	-
Le jour de votre anniversaire	34%	26%	41%	46%	45%	35%	29%	26%	33%	37%	32%
Lors des fêtes de fin d'année (Noël, Nouvel An)	34%	30%	37%	36%	43%	36%	29%	30%	36%	33%	32%
Sur votre lieu de travail*	33%	32%	34%	34%	42%	34%	26%	56%	38%	28%	-
Pendant les périodes de vacances	31%	26%	36%	44%	35%	31%	28%	26%	28%	33%	31%
Lorsque vous consultez les réseaux sociaux	29%	25%	33%	53%	39%	33%	24%	16%	34%	27%	26%
Lorsque vous passez du temps en couple	25%	20%	28%	27%	32%	28%	19%	21%	28%	24%	23%
Lorsque vous êtes entouré de proches (famille, amis)	24%	22%	26%	24%	39%	27%	18%	18%	28%	21%	22%

*Item posé uniquement aux actifs, soit 57% de l'échantillon (572 personnes).

**Item posé uniquement aux actifs qui pratiquent le télétravail, soit 27% de l'échantillon (259 personnes).



Les moments où le sentiment de solitude est ressenti



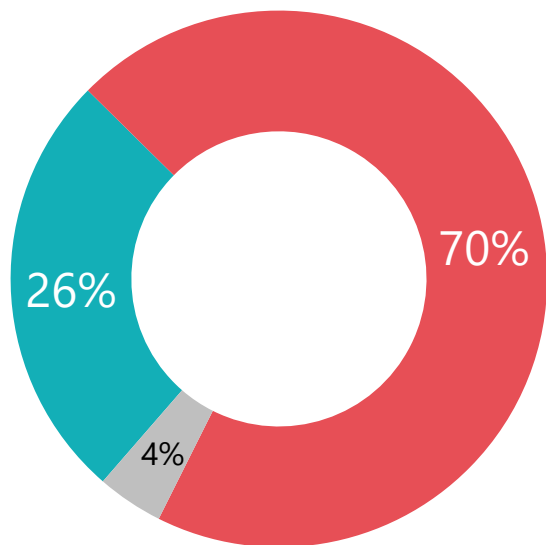
Q. Vous arrive-t-il de vous sentir seul... ?

	% Au moins de temps en temps	Catégorie d'agglomération				
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Lorsque vous échangez avec vos proches par messages plutôt que de les rencontrer physiquement	38%	43%	34%	29%	40%	39%
Le soir	35%	36%	31%	26%	37%	40%
Lorsque vous êtes en télétravail**	35%	28%	30%	32%	45%	33%
Le jour de votre anniversaire	34%	35%	32%	22%	36%	43%
Lors des fêtes de fin d'année (Noël, Nouvel An)	34%	33%	31%	29%	36%	37%
Sur votre lieu de travail*	33%	33%	22%	31%	37%	41%
Pendant les périodes de vacances	31%	33%	26%	28%	32%	34%
Lorsque vous consultez les réseaux sociaux	29%	31%	27%	21%	31%	32%
Lorsque vous passez du temps en couple	25%	30%	21%	19%	26%	25%
Lorsque vous êtes entouré de proches (famille, amis)	24%	27%	19%	16%	28%	26%

“ L’appréhension au sujet des fêtes de fin d’année

Q. Êtes-vous concerné ou non par chacune des affirmations suivantes concernant les fêtes de fin d’année (réveillon de Noël, jour de Noël, réveillon du nouvel an) ?

Cette année, vous passerez au moins une partie des fêtes de fin d’année seul



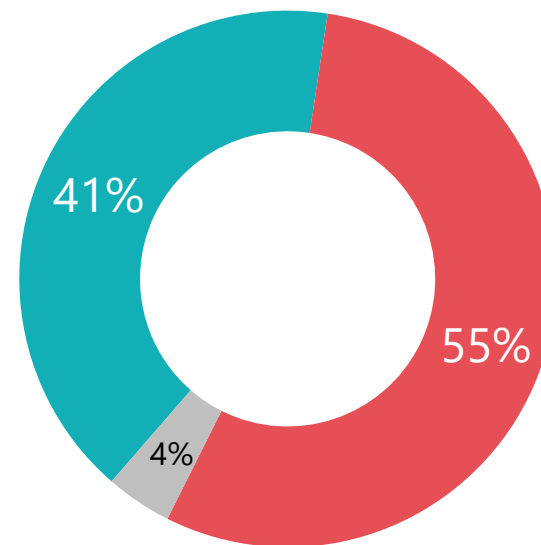
Oui



Non

Vous appréhendez de passer au moins une partie des fêtes de fin d’année seul cette année

Base : Ceux qui vont passer une partie des fêtes de fin d’année seuls (269 personnes)



NSP



L'appréhension au sujet des fêtes de fin d'année



Q. Êtes-vous concerné ou non par chacune des affirmations suivantes concernant les fêtes de fin d'année (réveillon de Noël, jour de Noël, réveillon du nouvel an) ?

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Cette année, vous passerez au moins une partie des fêtes de fin d'année seul	26%	24%	27%	30%	25%	23%	25%	27%	23%	24%	28%
Vous appréhendez de passer au moins une partie des fêtes de fin d'année seul cette année <i>Base : Ceux qui vont passer une partie des fêtes de fin d'année seuls (269 personnes)</i>	41%	36%	44%	47%*	48%*	36%	43%	35%	43%	42%	39%

	% Oui	Catégorie d'agglomération				
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Cette année, vous passerez au moins une partie des fêtes de fin d'année seul	26%	25%	20%	24%	29%	28%
Vous appréhendez de passer au moins une partie des fêtes de fin d'année seul cette année <i>Base : Ceux qui vont passer une partie des fêtes de fin d'année seuls (269 personnes)</i>	41%	47%	21%*	30%*	50%	38%*

“ Le renforcement de la dimension humaine de la livraison



Q. Appréciez-vous ou non que la dimension humaine de l'expérience de livraison puisse être renforcée (par exemple que le livreur s'assure que tout aille bien, qu'il soit ouvert à la discussion, qu'il vous aide à ranger les courses, etc.) ?

En période de fêtes de fin d'année





Le renforcement de la dimension humaine de la livraison



Q. Appréciez-vous ou non que la dimension humaine de l'expérience de livraison puisse être renforcée (par exemple que le livreur s'assure que tout aille bien, qu'il soit ouvert à la discussion, qu'il vous aide à ranger les courses, etc.) ?

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
En période de fêtes de fin d'année	64%	63%	64%	74%	67%	68%	63%	54%	72%	62%	59%

	% Oui	Catégorie d'agglomération				
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
En période de fêtes de fin d'année	64%	71%	67%	57%	58%	66%

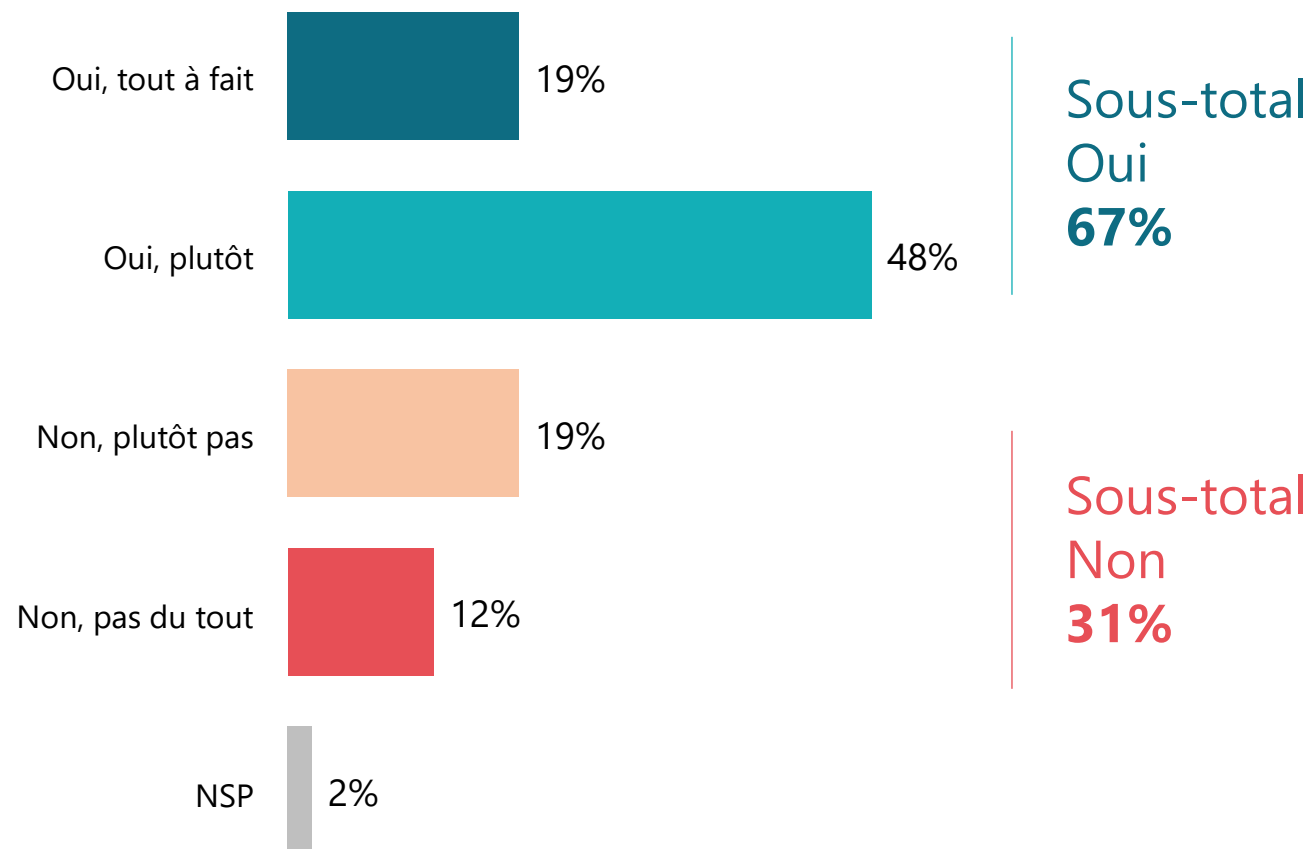


Les éléments permettant de combattre le sentiment de solitude



Q. Diriez-vous que chacune des actions suivantes est une bonne chose ou non pour combattre le sentiment de solitude ?

➤ **Discuter avec un facteur, un livreur...**



Les éléments permettant de combattre le sentiment de solitude



Q. Diriez-vous que chacune des actions suivantes est une bonne chose ou non pour combattre le sentiment de solitude ?

➤ Discuter avec un facteur, un livreur...

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Oui	67%	72%	63%	66%	61%	62%	69%	76%	63%	64%	72%
Sous-total Non	31%	26%	34%	30%	35%	34%	30%	24%	34%	32%	27%



Les éléments permettant de combattre le sentiment de solitude



Q. Diriez-vous que chacune des actions suivantes est une bonne chose ou non pour combattre le sentiment de solitude ?

➤ **Discuter avec un facteur, un livreur...**

		Catégorie d'agglomération				
	% Oui	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Sous-total Oui	67%	67%	73%	72%	63%	65%
Sous-total Non	31%	33%	25%	26%	33%	32%



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eléonore Quarré

Responsable des études Société - Pôle opinion

equarre@opinion-way.com

Clément Royaux

Chef de projets – Pôle opinion

croyaux@opinion-way.com