

## sondage spontané: **les attitudes de la population pendant le confinement Covid-19**

Ce sondage a été réalisé du 14 au 17 avril 2020. Sonder les attitudes pendant une crise tellement aigüe est un exercice extrêmement délicat. Les réalités évoluent rapidement et les constats d'aujourd'hui ne seront probablement plus vrais dans quelques semaines. Nous ne souhaitons pas joindre les rangs des experts qui osent dire comment le futur sera ou devra être après la crise. Nous avons voulu faire un état des lieux à un moment très précis pour aider les entreprises et institutions à piloter leurs actions.

Vu les circonstances, la posture psychologique de la population est étonnamment bonne. On partira du principe qu'aujourd'hui **un peu plus de 10 % de la population se trouve dans un état mental critique**. Les variances au sein de la population ne sont pas très prononcées.

La crise est pourtant incroyablement intrusive au niveau des attitudes des citoyens par rapport à la vie en général. Presque deux tiers de la population projettent aujourd'hui des **disruptions relativement prononcées de leur regard sur le monde et la vie après la crise**. Il serait présomptueux de vouloir prédire l'ampleur et la pérennité de cette disruption.

À l'heure actuelle **la confiance des citoyens dans les institutions luxembourgeoises est presque totale**. Toute notre expérience montre qu'environ 10 % de la population se positionnera toujours de manière très critique par rapport à n'importe quel phénomène. Le score de confiance des institutions est donc totalement intact. On va soulever la rapidité (61 %), l'engagement (43 %) et le pragmatisme (43 %) des actions et acteurs publics. Il est intéressant de constater **une très nette amélioration de la perception des agents publics**.

Les constats au niveau économique seront pourtant maintes fois plus moroses. Dans le contexte actuel il est peu étonnant que 15 % des citoyens aient déjà revu leurs projets de vacances à l'étranger tandis que 25 % sont encore indécis. Les secteurs touristiques seront indéniablement parmi les plus impactés. Même dans l'hypothèse la plus optimiste qu'on sera libre de voyager cet été, on peut estimer qu'entre 30 et 40 % des consommateurs ne voyageront pas.

Le constat le plus alarmant du sondage est pourtant que **presque la moitié des ménages projette d'être plus prudent avec leurs dépenses** pendant les mois qui suivent la levée du confinement. La confiance du consommateur, condition absolument nécessaire à la relance économique, risque de ne pas être au rendez-vous les mois après le confinement. Cette baisse projetée de la consommation privée accentuera les difficultés économiques des entreprises BtoC et risque d'impacter rapidement tous les secteurs dérivés. Après la crise Covid-19 il y aura la crise de confiance du consommateur.