



Travailler de chez soi, est-ce rentable ?

Les Français et le budget télétravail

Septembre 2021

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR¹⁷
corporate

Sofinscope
LE BAROMÈTRE DE LA CONSO ET DU QUOTIDIEN
PAR SOFINCO

Eléonore Quarré
Directrice d'études
equarre@opinion-way.com

Jessie Marius
Cheffe de projet
jmarius@opinion-way.com

“ LA MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie



Echantillon de **1068 télétravailleurs réguliers ou ponctuels**, issu d'un échantillon de 2637 actifs représentatif de la population française active 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 **8 au 15 juillet 2021**.



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** : 1,4 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 Sofinco »

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


“ Le profil des actifs français

Population française active âgée de 18 ans et plus.


Source : Enquête emploi, INSEE.




	Sexe	%
	Hommes	52%
	Femmes	48%



	Age	%
	18-34 ans	31%
	35-49 ans	41%
	50 ans et plus	28%



	Région	%
	Ile-de-France	20%
	Nord ouest	23%
	Nord est	22%
	Sud ouest	11%
	Sud est	24%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	51%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise / Agriculteurs	8%
	Professions libérales / Cadres	18%
	Professions intermédiaires	25%
	Catégories populaires	49%
	Employés	28%
	Ouvriers	21%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	24%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	16%
	100 000 habitants et plus	25%
	Agglomération parisienne	18%



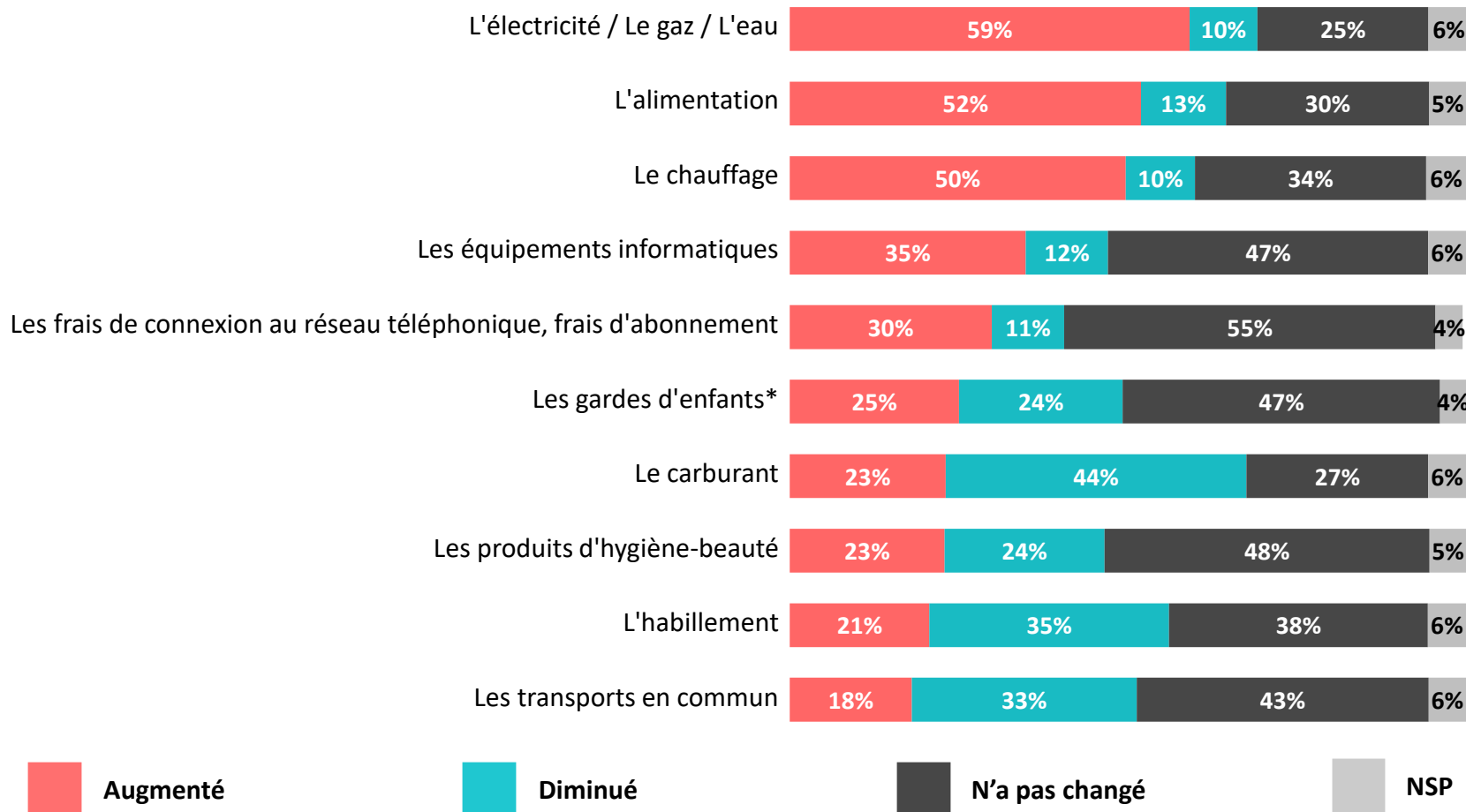
LES RÉSULTATS



L'évolution des dépenses du foyer avec le télétravail



Q. Avec le télétravail mis en place depuis le début de la crise sanitaire, diriez-vous que les dépenses de votre foyer dans chacun des domaines suivants ont augmenté, diminué ou n'ont pas changé ?

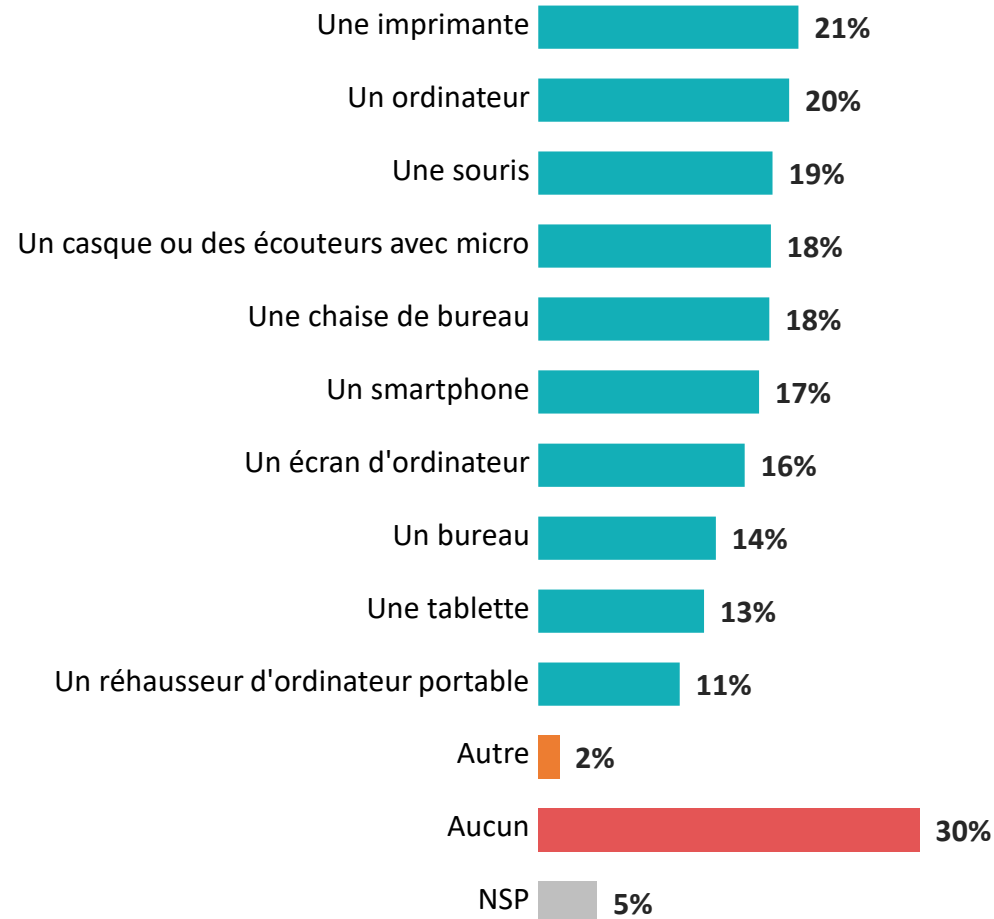


*Item posé à ceux qui ont au moins un enfant dans leur foyer (565 répondants)



Les équipements achetés depuis le début de la crise sanitaire pour télétravailler

Q. Parmi les équipements suivants, lesquels avez-vous acheté depuis le début de la crise sanitaire pour télétravailler ? *Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%*



Nombre d'équipements achetés en moyenne



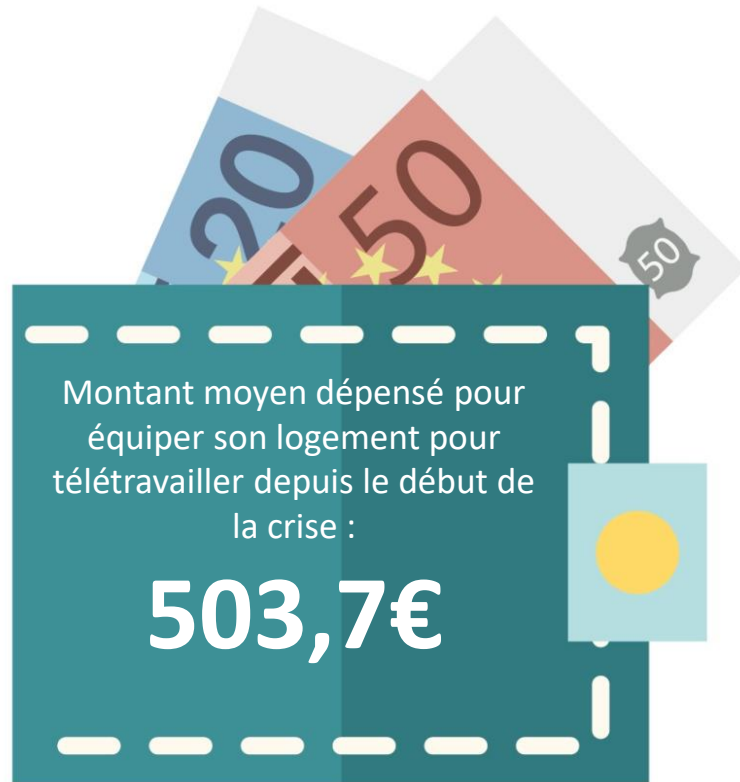


Le montant dépensé depuis le début de la crise pour équiper son logement pour télétravailler



Q. Depuis le début de la crise sanitaire, quel montant avez-vous dépensé pour équiper votre logement pour télétravailler ?

Question posée uniquement à ceux qui ont acheté des équipements pour télétravailler, soit 65% de l'échantillon
Question ouverte numérique, réponses spontanées



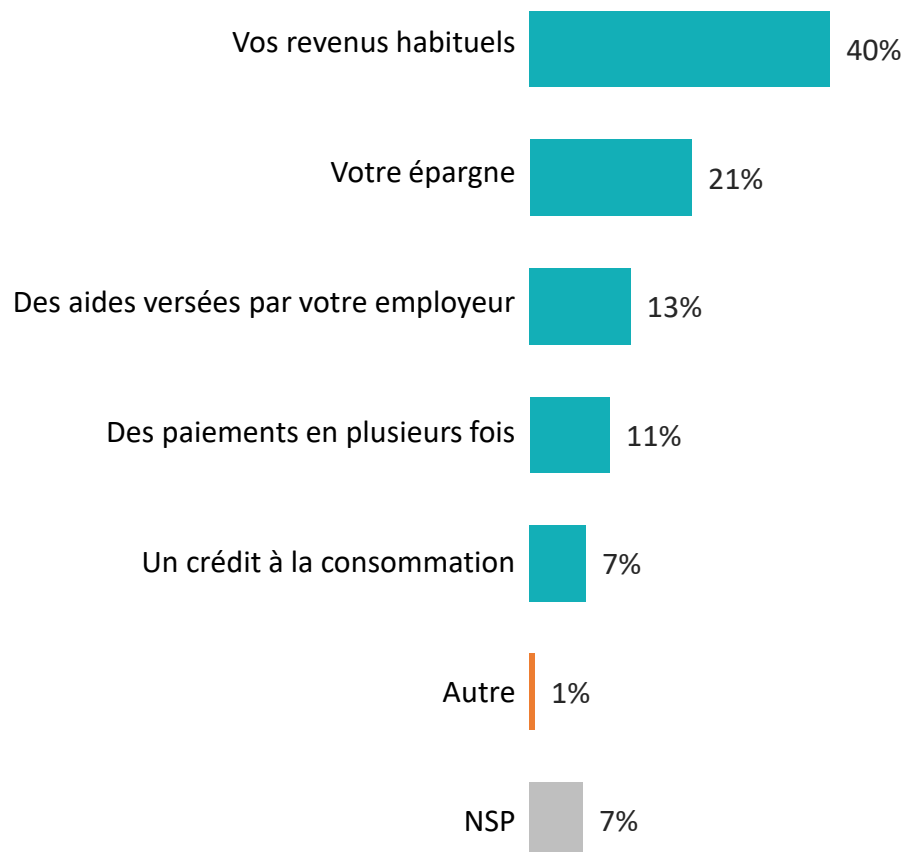
660,1€	Les Franciliens
601,1€	Les parents d'enfants
594,6€	Les CSP+
396,9€	Les foyers dont le revenu mensuel est inférieur à 2000€
311,3€	Les employés
260,4€	Les ruraux



Le moyen de financement des équipements achetés pour télétravailler

Q. Par quel moyen avez-vous principalement financé les équipements que vous avez achetés depuis le début de la crise sanitaire pour télétravailler ?

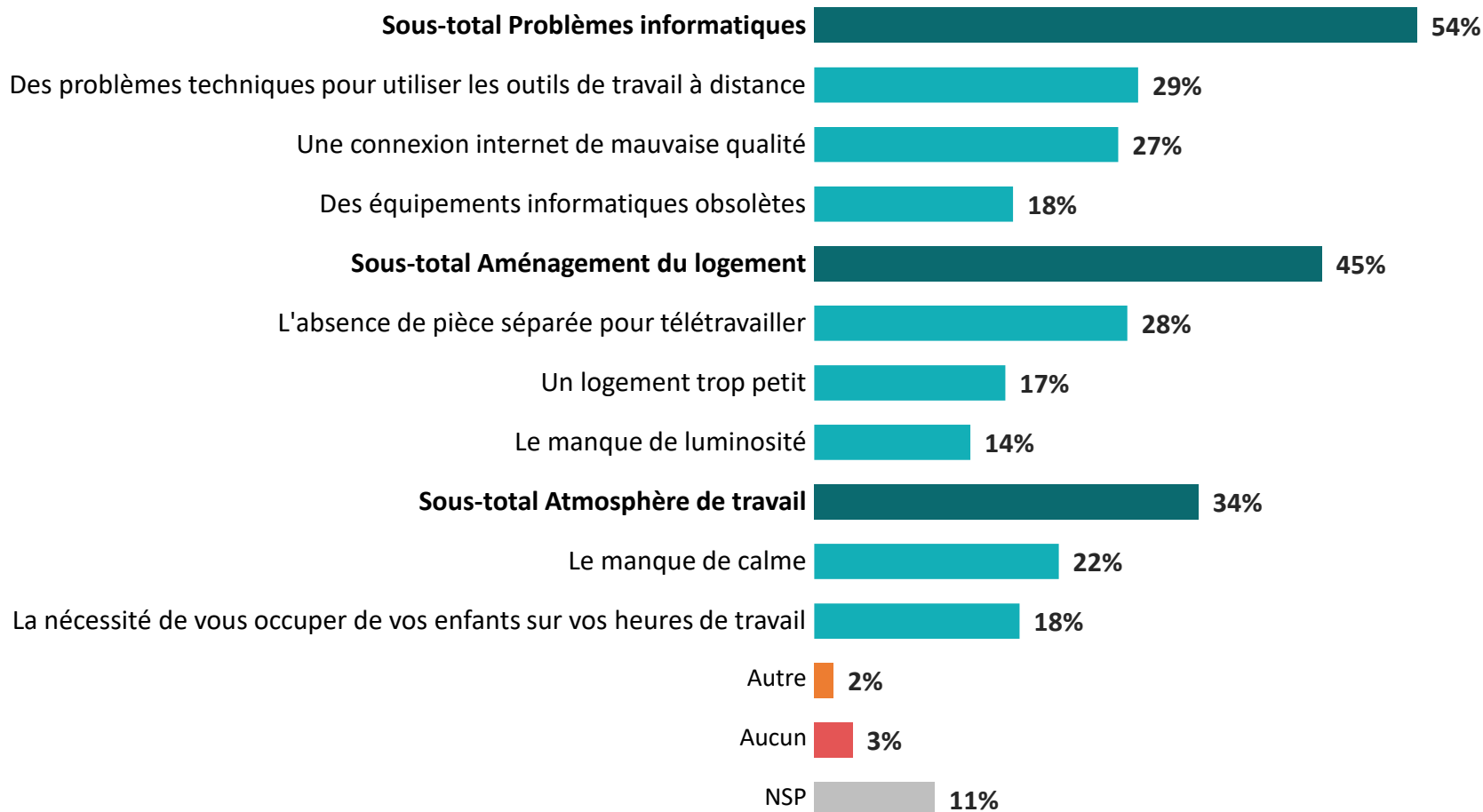
Question posée uniquement à ceux qui ont acheté des équipements pour télétravailler, soit 65% de l'échantillon





Les éléments gênants pendant le télétravail

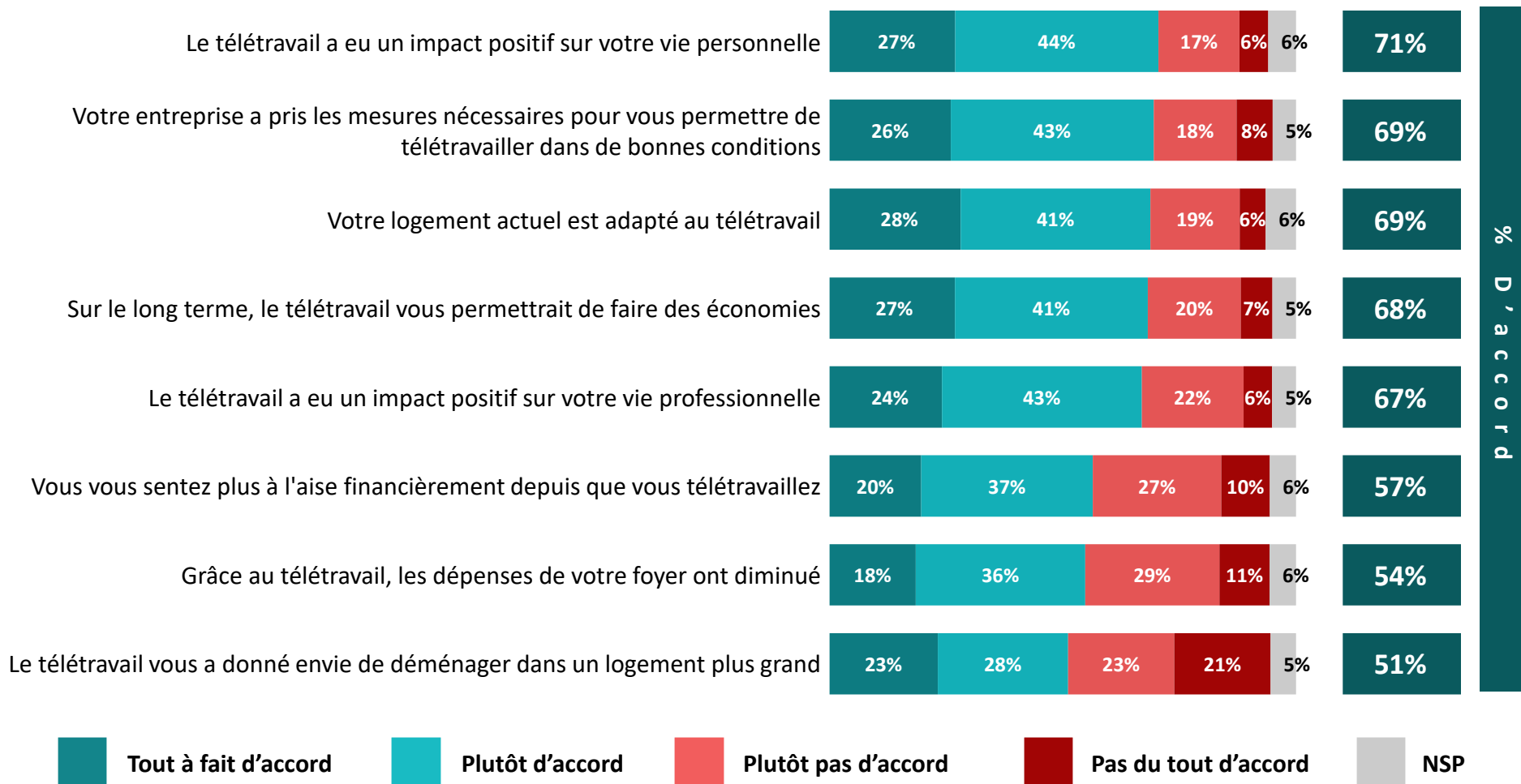
Q. Depuis le début de la crise sanitaire, avez-vous été gêné par l'un des éléments suivants lorsque vous deviez télétravailler ? *Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%*





Les opinions relatives au télétravail

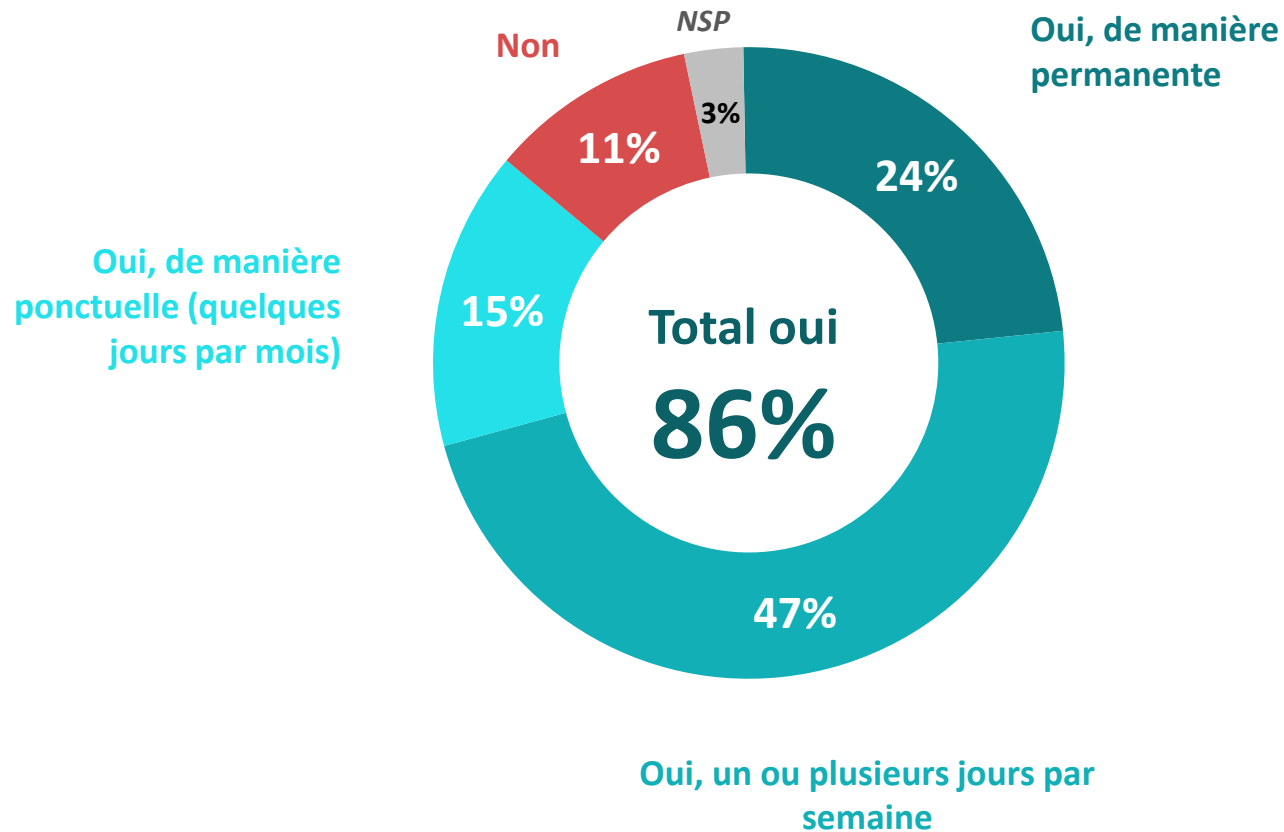
Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?





La volonté de poursuivre le télétravail

Q. A l'avenir, aimeriez-vous poursuivre le télétravail ?

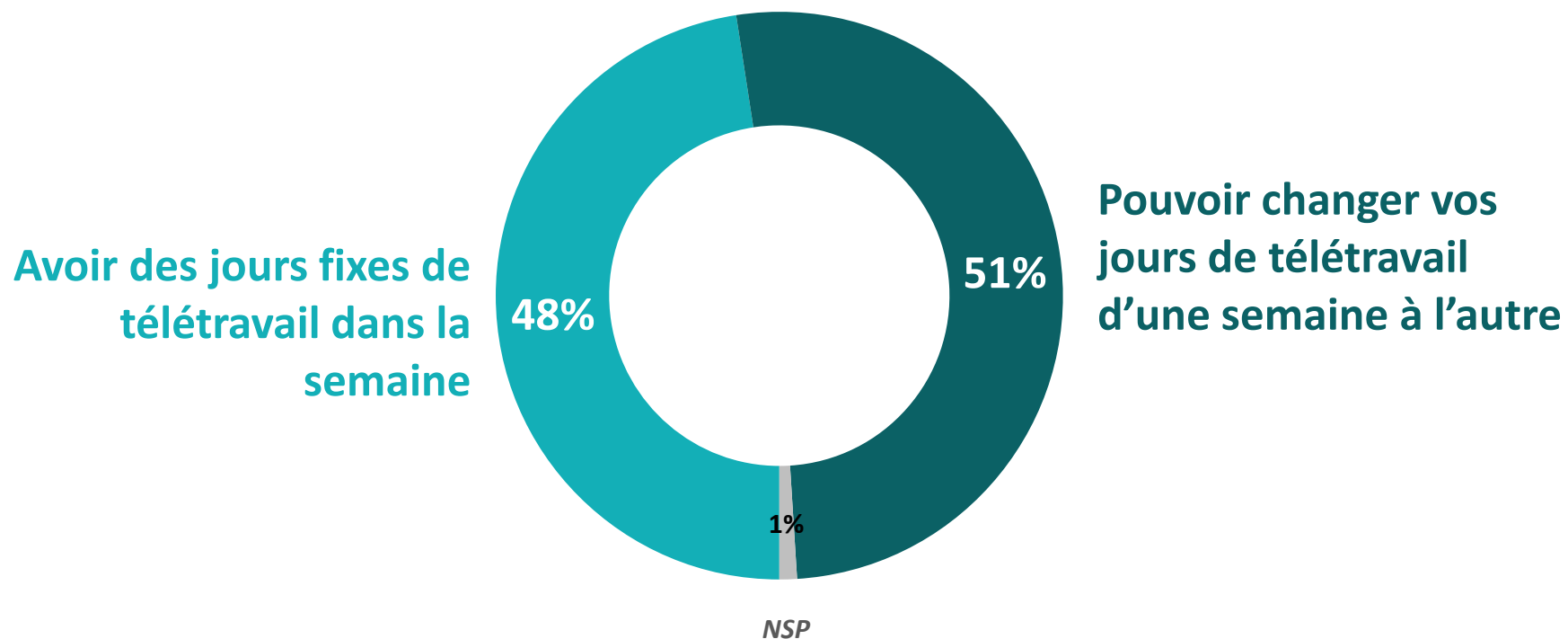




Les préférences relatives au télétravail : les jours télétravaillés

Q. Et que préféreriez-vous ?

Question posée uniquement à ceux qui souhaitent poursuivre le télétravail, soit 86% de l'échantillon





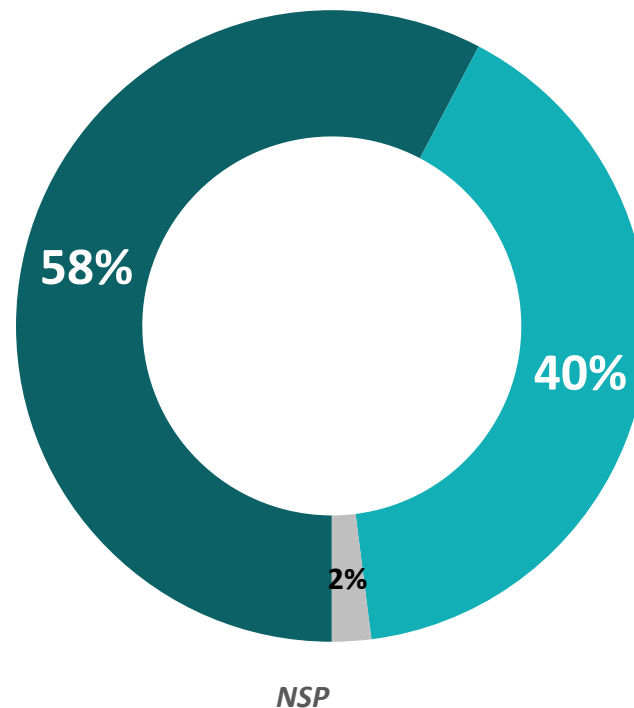
Les préférences relatives au télétravail : les aides et subventions de l'employeur

Q. Et que préféreriez-vous ?

Question posée uniquement à ceux qui souhaitent poursuivre le télétravail, soit 86% de l'échantillon



Avoir des aides versées par votre employeur pour vous équiper mais ne pas recevoir de subventions de votre employeur pour vos jours de télétravail
(consommation d'électricité, internet...)



Financer par vous-même vos équipements pour télétravailler mais recevoir des subventions de votre employeur pour vos jours de télétravail
(consommation d'électricité, internet...)

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.



Rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain

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.

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

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!**