



Le télétravail, un nouvel équilibre des dépenses ?¹

Les mesures de distanciation physique entraînées par la pandémie de Covid-19 ont eu de nombreuses conséquences sur la vie des travailleurs, dont une des plus importantes a été le développement du télétravail. Sa mise en place a nécessité des investissements pour 65% des personnes interrogées, principalement pour des équipements informatiques, et a également eu un impact sur les dépenses courantes de leur foyer.

Une nouvelle façon de travailler qui a nécessité des investissements...

Près de sept télétravailleurs sur dix (65%) déclarent avoir eu besoin de s'équiper. Il s'agit principalement d'équipements informatiques avec, en tête de liste, l'imprimante (21%), suivie de près par l'ordinateur (20%), la souris (19%), ou encore les casques et écouteurs avec micro (18%). Les télétravailleurs ont acheté en moyenne trois produits pour un budget moyen de 504€. Des dépenses principalement financées grâce à leurs revenus habituels (40%), même si 21% indiquent avoir utilisé leur épargne, 13% des aides de leur employeur, 11% des paiements fractionnés et 7% un crédit à la consommation.

... et a eu un impact sur les dépenses courantes du foyer

Quatre télétravailleurs sur dix estiment que les dépenses de leur foyer n'ont pas diminué avec le télétravail. Les dépenses liées au logement et à l'alimentation ont beaucoup augmenté : 59% citent l'électricité, le gaz et l'eau, 52% l'alimentation et 50% le chauffage. A l'inverse, les dépenses liées aux déplacements et aux effets personnels ont diminué : 44% citent le carburant, 35% l'habillement, 33% les transports en commun et 24% les produits d'hygiène et de beauté.

Des problèmes informatiques et des aménagements nécessaires...

Même si 69% des répondants déclarent que leur entreprise a pris les mesures nécessaires pour permettre à chacun de télétravailler dans de bonnes conditions, un télétravailleur sur deux (54%) a été confronté à des problèmes informatiques. Certains ont dû faire face à des problèmes techniques pour utiliser les outils de travail à distance (28%), à une connexion Internet de mauvaise qualité (27%) ou à des équipements informatiques obsolètes (18%). Par ailleurs, 45% des personnes interrogées déclarent également avoir été gênées par l'aménagement de leur logement : 28% regrettent l'absence d'une pièce séparée pour travailler et 22% le manque de calme. 51% ont même eu envie de déménager dans un logement plus grand.

... mais un impact positif sur la qualité de vie des actifs

Pour sept personnes sur dix, le télétravail a un impact positif sur la vie personnelle (71%) et la vie professionnelle (67%). 68% des personnes interrogées pensent que le télétravail leur permettrait de faire des économies sur le long terme. Près de 9 Français sur 10 (86%) auraient ainsi envie de poursuivre le télétravail à raison de quelques jours par semaine (48%), avec des jours modifiables d'une semaine à l'autre (51%) et des aides de leur employeur pour s'équiper (58%).

¹ Etude réalisée auprès de télétravailleurs ponctuels et réguliers

LE TÉLÉTRAVAIL, UN NOUVEL ÉQUILIBRE DES DÉPENSES ?

Étude réalisée auprès des télétravailleurs ponctuels et réguliers

Une nouvelle façon de travailler qui a nécessité des investissements

65%

des personnes interrogées ont eu besoin d'**acheter des équipements** pour télétravailler

Ils ont acheté en moyenne **3 équipements**

Les Français télétravailleurs ont principalement acheté des **équipements informatiques** :



Imprimante
21%



Ordinateur
20%



Souris
19%



Casque ou écouteurs avec micro
18%



En moyenne, ils ont dépensé

504€

pour équiper leur logement



Pour financer ces équipements, ils ont utilisé :

40%

leurs revenus habituels

21%

leur épargne

13%

des aides versées par leur employeur

11%

des paiements en plusieurs fois

7%

un crédit à la consommation



40%

estiment que les dépenses de leur foyer n'ont **pas diminué** avec le télétravail

Les dépenses liées au logement et à l'alimentation ont beaucoup **augmenté**...



Électricité/eau/gaz

59%



Alimentation

52%



Chauffage

50%

Tandis que celles liées aux déplacements et aux effets personnels ont **diminué**...



Carburant

44%



Habillement

35%



Transports en commun

33%



Produits d'hygiène/beauté

24%

Selon l'Insee, les dépenses alimentaires ont progressé de **4,5%** en 2020 : « Le confinement et le télétravail ont notamment conduit au report de la dépense hors du domicile vers une consommation au domicile et à l'essor du fait maison. »

Source : Insee Première n°1864 Juin 2021

« En 2020, la consommation des ménages a chuté, tandis que le pouvoir d'achat résiste. »

Source : <https://bit.ly/36SdUNF>

Principales gênes rencontrées : les problèmes informatiques et la recherche de calme

MÊME SI 69%

déclarent que leur entreprise a pris des mesures nécessaires pour permettre à chacun de **télétravailler dans de bonnes conditions** (au-delà des aides financières)

1 télétravailleur sur 2

a été gêné par des **problèmes informatiques** :

Problèmes techniques pour utiliser les outils de travail à distance

29%

Connexion Internet de mauvaise qualité

27%

Équipements informatiques obsolètes

18%

Ils regrettent aussi :

L'absence d'une pièce séparée pour télétravailler

28%

Le manque de calme

22%

ET 51%

ont envie de déménager dans un **logement plus grand** à cause du télétravail

Un impact positif sur la qualité de vie des actifs

Pour **7 personnes sur 10**, le télétravail...



a un impact positif sur la vie personnelle

71%



a un impact positif sur la vie professionnelle

67%



leur permettrait de faire des économies sur le long terme

68%

86%

des Français concernés ont envie de **poursuivre le télétravail** à l'avenir :

avec des aides versées par l'employeur pour s'équiper

58%

avec des jours modifiables d'une semaine à l'autre

51%

plutôt quelques jours par semaine

47%

Étude OpinionWay pour Sofinco réalisée auprès d'un échantillon de 1068 télétravailleurs réguliers ou ponctuels, issu d'un échantillon de 2637 actifs représentatif de la population active âgée de 18 ans et plus, 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. Les interviews ont été réalisées du 8 au 15 juillet 2021 par questionnaire auto-administré sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

“opinionway”

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante : « Le Sofinscope – Baromètre OpinionWay pour Sofinco ».

Service presse de Sofinco : +33 (0)1 87 38 11 81 - presse@ca-cf.fr

À propos du Sofinscope

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque de Crédit Agricole Consumer Finance. Destiné à sonder les Français sur leurs habitudes de consommation et à mieux les comprendre, ce baromètre qui s'inscrit dans le quotidien des Français est réalisé par OpinionWay pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 068 télétravailleurs réguliers ou ponctuels, issus d'un échantillon de 2 637 actifs représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, 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. Les interviews ont été réalisées du 8 au 15 juillet 2021 par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site www.sofinscope.fr.

A propos de Sofinco

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance, filiale de crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A. qui distribue une gamme étendue de crédits aux particuliers et de services associés sur l'ensemble des canaux de distribution : vente directe, financement sur le lieu de vente (automobile et équipement de la maison) et partenariats. Sofinco propose des solutions souples, responsables et adaptées aux besoins de ses clients et de ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels), qui s'inscrivent dans son projet « Sofinco for Good, la promesse d'un progrès partagé ». Le Benchmark UX Finance 2021 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ». En 2020, Sofinco a financé 1,8 million de projets de consommation.

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr