

Baromètre HEYME / 20 Minutes / OpinionWay

#MoiJeune

CONFINÉ ET DEMAIN ?

Déconfinement : près d'un jeune sur deux se dit "sceptique" suite à l'annonce de la date du 11 mai

20 Minutes poursuit pour la troisième semaine consécutive son dispositif d'études #MoiJeune pour suivre l'opinion et le moral des jeunes 18-30 ans, pendant la période de crise sanitaire liée au Covid-19. Réalisé en partenariat avec HEYME, spécialiste des solutions d'assurances pour les étudiants et jeunes actifs, ce baromètre montre cette semaine que près de la moitié des jeunes 18-30 ans sont sceptiques quant à un déconfinement le 11 mai prochain.

Déconfinement : des jeunes 18-30 ans dans l'expectative

47% des jeunes déclarent s'être sentis "sceptiques" suite à l'annonce de la date de déconfinement, lors de l'allocution du président E. Macron. 39% considèrent que « c'est trop tôt » et 37% « ne savent pas » quoi en penser.

... et inquiets pour leur avenir professionnel et financier

65% des 18-30 ans pensent que la crise va impacter leur avenir professionnel. Si 29% d'entre eux pensent qu'ils vont pouvoir rebondir, plus d'un tiers (36%) pensent que la crise va impacter leur avenir professionnel de façon critique (12%) ou modéré (24%). La situation actuelle a des conséquences négatives sur les revenus actuels de près d'un tiers des 18-30 ans. Concernant leurs revenus à l'avenir, ce sont les plus jeunes qui craignent d'être les plus impactés : 43% des 18-22 ans.

Crise économique : des jeunes lucides mais optimistes

70% des 18-30 ans sont confiants quant à une reprise de l'économie en France, dont 63% pensent que "ça prendra du temps".

[>>> Téléchargez le détail des résultats <<<](#)

Source : baromètre « #MoiJeune, confiné et demain ? » HEYME / 20 Minutes / OpinionWay

Etude administrée en ligne du 17 au 20 avril 2020. 604 répondants représentatifs des 18-30 ans en France selon la méthode des quotas.

A propos de #MoiJeune : Lancée en mars 2016 par 20 Minutes, en partenariat avec l'institut OpinionWay, #MoiJeune est un dispositif de sondages menés exclusivement sur mobile auprès de la population 18-30 ans.

Interrogés sur des sujets très variés (actualité, politique, consommation, vie en ligne, etc.), les 3 000 membres actifs de la communauté s'expriment et co-construisent le portrait de leur génération à travers une démarche inédite et collaborative qui, loin des clichés habituels, veut permettre aux jeunes de s'exprimer et de s'impliquer concrètement.

A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France et par le Groupe Rossel. Seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial, 20 Minutes définit sa raison d'être, véritable moteur du projet d'entreprise, ainsi : "être un trait d'union citoyen et indépendant pour une société bien informée et respectueuse". Son audience réunit 22,8 millions d'utilisateurs chaque mois dont 77% sont numériques. Il est le leader de l'info chez les 25-49 ans. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN Network](#). Sur le plan publicitaire, 20 Minutes a reçu le label [Digital Ad Trust](#) (display et vidéo) attestant son engagement en faveur de pratiques publicitaires responsables. L'entreprise a édité, en 2011, une [charte éthique et déontologique](#), définissant les valeurs ainsi que les règles de vie professionnelle portées par chacun des collaborateurs de 20 Minutes. *Source : étude ONE Next Global V1 2019*

Contact presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr

À propos d'OpinionWay : Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, le Groupe OpinionWay est un acteur majeur de l'innovation dans les études marketing et opinion. Sa vocation consiste à rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. Le Groupe intervient dans de nombreux domaines comme la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services, etc. auprès de cibles BtoB ou BtoC pour des clients à forte notoriété en France comme à l'international. OpinionWay est membre actif d'Esomar et développe une politique RSE depuis 2007. Il est certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR et membre de CroissancePlus.

Contact presse : Olivia AUGIS + 33 1 81 81 83 05 oaugis@opinion-way.com

A Propos d'Heyme : Lancée en juin 2019, HEYME est l'acteur référent de la protection sociale, de la promotion de la santé et de la mobilité internationale chez les jeunes. Née de l'alliance rassemblant l'expertise de 7 mutuelles dont trois mutuelles étudiantes historiques (la SMEREP, la MEP et la SMERAG), HEYME revendique un héritage mutualiste de près de 50 ans. Dynamique et proche des codes de la nouvelle génération, HEYME propose des offres tout terrain, digitales et simplifiées pour assurer et protéger le quotidien des jeunes de 16 à 35 ans. Véritable éclaireur actif, HEYME transmet les outils pour explorer sereinement le rapport à l'intime, au bien-être et ouvre le débat sur les sujets de santé et de société qui agitent la nouvelle génération. Unique et singulière, HEYME assure les parcours de vie et la soif de liberté !

Contact presse : Océane Simon +33 (0)1 83 81 76 81 oceane@lanouvelle-agence.com ; Nathalie Morel +33 (0)6 47 87 17 04 nathalie@lanouvelle-agence.com