



ENQUÊTE BIC – OPINIONWAY
IMPACT FAMILIAL DU CONFINEMENT

Un rythme familial bouleversé, des enfants happés par les écrans, et une liste d'achats de rentrée plus onéreuse

Le sondage OpinionWay pour BIC, réalisé quelques jours avant le deuxième confinement auprès de 1051 parents français, révèle les conséquences impactantes de la crise sanitaire sur la vie des familles et les arbitrages qu'elles ont dû faire vis-à-vis des enfants et du budget.

Principaux enseignements de l'étude :

- Aider aux devoirs (40%) et limiter le temps devant les écrans (37%) ont été les deux principales difficultés des parents lors du premier confinement
- 19 minutes en plus par jour passées en moyenne par les parents avec leurs enfants sur des activités éducatives
- 8 parents sur 10 ont eu des difficultés à aider leurs enfants dans leurs leçons
- 12,5/20 : note que les parents se sont donnés comme « professeur »
- Budget rentrée 2020 : deux tiers des Français (67%) ont réutilisé les fournitures
- Les Français sont attachés au commerce physique : trois quarts des parents ont fait leurs achats de fournitures en magasin, seuls 11% ont privilégié l'achat en ligne
- 36% déclarent que leurs enfants passent davantage de temps devant les écrans depuis le premier confinement

L'accompagnement scolaire : un défi familial entravé par la disponibilité des parents et leur capacité à enseigner certaines matières

Clichy, 19 Novembre 2020 - Avec la fermeture des écoles au printemps 2020, les parents ont dû pour un temps endosser un rôle d'enseignant auprès de leurs enfants. **Neuf parents sur 10 affirment que la période du confinement a créé des difficultés supplémentaires**, comme le révèle un nouveau sondage d'OpinionWay pour BIC auprès d'un panel représentatif de 1051 parents d'enfants âgés de 5 à 18 ans. Cette étude a été menée fin octobre 2020, quelques jours avant le re-confinement de la population française.

L'étude révèle que **40% des parents ont eu des difficultés à trouver du temps pour accompagner leurs enfants dans leurs leçons et devoirs, qu'ils ont dû gérer en plus de leur travail et des tâches ménagères**. Cette première difficulté est suivie de près par le besoin de devoir limiter le temps que les enfants passaient devant les écrans (37%) et la tentative de conserver une vie la plus normale possible pour leurs enfants (33%). **Ces difficultés ne sont pas vécues de la même manière par les femmes et les hommes** : les femmes font davantage part des difficultés qu'elles ont éprouvées à jongler entre les devoirs, le travail et les tâches ménagères (44% contre 35% des hommes).

Quant à l'enseignement à distance, on constate que **la moitié des enfants (51%) ont pu participer aux cours en ligne**, avec un taux un peu moins élevé pour les écoliers, 43% contre 63% pour les lycéens. 44% des enfants ont reçu leurs leçons par courriel et un peu plus d'un tiers (38%) ont utilisé des modules interactifs en ligne.

Autre difficulté : les matières à enseigner. Huit parents sur 10 admettent avoir eu de difficultés pour aider leurs enfants. Les mathématiques occupent la première place du classement des matières les plus difficiles à durant l'aide aux devoirs pour un quart des parents (25%), suivies des langues étrangères (17%). Sans surprise, l'accompagnement des 15/18 ans s'est aussi révélé plus difficile pour ces matières.

Confrontés à ces difficultés, les parents sont assez sévères dans leur auto-évaluation comme « professeur » de leurs enfants et se donnent une note moyenne de 12,5/20. Dans le détail : 17% se sont attribués une note inférieure à la moyenne, 44% se donnent une note entre 10 et 14 et 38% entre 15 et 20.

A la suite du confinement, **même si la plupart des parents n'ont pas pu consacrer plus de temps aux activités éducatives de leurs enfants qu'habituellement (62%), près de la moitié (42%) de ceux qui ont pu le faire ont passé une heure supplémentaire ou plus à ces activités.** En moyenne, les parents ont passé 19 minutes de plus à s'occuper de l'éducation de leurs enfants, et cela atteint 25 minutes pour les parents aux foyers.

Un budget de rentrée en augmentation pour plus d'un quart des parents, même s'ils ont en majorité choisi de réutiliser les fournitures

Six mois après le premier confinement, les effets économiques de la crise sanitaire se sont fait ressentir sur le budget des parents consacré à l'achat de fournitures. **Ainsi, la grande majorité des parents (67%) déclare ainsi avoir utilisé au maximum les fournitures déjà possédées par leurs enfants pour réduire leurs achats.**

Cependant, un quart (25%) des parents affirme également avoir acheté des fournitures supplémentaires pour éviter tout partage entre enfants et ainsi limiter la propagation du virus.

Parallèlement, et c'est une **grande nouveauté, les parents ont dû investir dans du matériel de protection individuelle anti-COVID : 61% des parents interrogés ont déclaré avoir acheté plus de matériel** de ce type que les années précédentes, comme du gel hydroalcoolique, mais aussi des masques. Dans le contexte de la crise sanitaire, **40% des parents ont vu leur liste d'achats de rentrée 2020 changer.** Elle s'est allongée pour 26% et amoindrie pour 14%.

Les parents ayant dépensé moins (18%) et ceux ayant dépensé plus (20%) sont à peu près aussi nombreux, mais en revanche on constate que **les parents ayant dépensé plus ont dépensé beaucoup plus, 171€ supplémentaires en moyenne,** contre 56€ de moins pour les autres. En Ile-de-France, les dépenses additionnelles étaient supérieures à la moyenne : 258€ contre 146€ en province.

Enfin, concernant les lieux d'achat, on constate que **le magasin reste le canal préféré des Français pour les achats de fournitures scolaires malgré la crise sanitaire. Ainsi, plus de trois parents sur quatre (77%) ont choisi de réaliser au moins en partie des achats en magasin physique, dont 62% principalement dans ces magasins.** Seuls 11% des parents ont réalisé leurs achats principalement par Internet.

À la suite du premier confinement, les enfants passent plus de temps devant les écrans mais lisent et dessinent davantage

La distanciation sociale a eu des conséquences durables sur le comportement des enfants et adolescents. **Plus d'un parent sur trois (36%) déclare que son ou ses enfant(s) passent davantage de temps devant les écrans depuis le confinement** et 22% constatent qu'ils passent moins de temps à jouer dehors.

Impact positif cependant en matière de lecture et créativité : 25% des parents déclarent que leurs enfants lisent davantage depuis le confinement et 21% qu'ils dessinent plus.

« Nous sommes ravis d'observer que, malgré un certain temps passé devant les écrans, les enfants réservent de leur propre chef des activités plus nombreuses dédiées à l'exploration de leur créativité via le dessin, l'écriture ou le coloriage. Cette étude nous permet de comprendre encore mieux les besoins des familles françaises et des enfants vis-à-vis des fournitures scolaires et des outils créatifs, alors qu'ils représentent une partie importante des acheteurs de nos produits », commente Chester Twiggs, Directeur Commercial Monde de BIC. « Nous avons à cœur d'intégrer leurs attentes dans nos réflexions stratégiques et dans l'élaboration des produits BIC de demain, essentiels pour apprendre, travailler et s'exprimer. Nous espérons aussi que nos produits leur apportent des moments de joie et de détente pendant cette période difficile. »

2020 a été une année compliquée pour les familles, mais aussi pour les enseignants dont beaucoup ont fait preuve d'un très grand engagement personnel pour garder le lien avec les élèves et leurs familles pendant la période du confinement. Afin de les remercier, BIC, en tant que marque engagée pour améliorer la vie à travers l'éducation, décerne pour la première fois le prix *BIC Cristal Pen Awards* à dix enseignants du monde entier.

« Cette année a également été difficile pour les éducateurs qui ont dû s'adapter à de nouvelles façons d'enseigner, de connecter et de soutenir leurs élèves. Pour célébrer leur passion et les remercier de leur dévouement, nous avons décidé cette année d'introduire le prix *BIC Cristal Pen Awards* afin de rendre hommage aux enseignants qui se sont surpassés pour leurs élèves et leurs communautés », commente Chester Twigg.

BIC s'est tourné vers ses salariés du monde entier pour désigner les éducateurs qui se distinguent par leur engagement hors pair et leur grand investissement personnel pour leur communauté. Chaque lauréat du *BIC Cristal Pen Awards* recevra une subvention et un don de produits pour son école ou son organisation, ainsi qu'un trophée personnalisé.

Pour en savoir plus sur les dix gagnants originaires des États-Unis, d'Australie, d'Inde, d'Ouganda, d'Éthiopie, du Brésil, de Grèce et de Turquie et sur leur engagement extraordinaire, visitez le site Bicworld.com

[Cliquer ici pour accéder à l'étude complète.](#)

Cette enquête a également été menée au États-Unis, au Brésil, au Maroc et en Inde. Pour découvrir les résultats des autres régions du monde, consultez le site Bicworld.com

À PROPOS DE BIC

BIC est un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs. Depuis plus de 75 ans, l'entreprise fabrique des produits de grande qualité accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe de faire de sa marque, enregistrée dans le monde entier, l'une des plus reconnues. Aujourd'hui, les produits BIC sont vendus dans plus de 160 pays et possèdent des marques emblématiques tels que Cello®, Conté®, BIC® Flex™, Lucky Stationery, Made For YOU™, Soleil®, Tipp-Ex®, Wite-Out®. BIC® a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires de 1 949, 4 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC® fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID 60 et fait également partie d'indices reconnaissant son engagement dans le développement durable et l'éducation. Il a reçu la note 'A' dans le classement du *Carbon Disclosure Project* (CDP).

Pour en savoir plus, visitez www.bicworld.com ou suivez-nous sur [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Twitter](#) ou [YouTube](#).

Contact BIC

Astrid Canevet
Responsable Communication Europe & APAC
+33 (0)6 66 39 82 39
astrid.canevet@bicworld.com

Contacts Rumeur Publique

Anne-Lise Ibrahimoff : 06 26 65 55 22
Illan Gainand : 06 28 76 84 11
Johanna Vogel : 07 63 40 97 13
bic@rumeurpublique.fr