



Les tendances de consommation à l'aube de 2014

Janvier 2014

Contact :

OpinionWay
15 Place de la République, 75003 Paris
Tel : 01 78 94 90 00

Méthodologie



Méthodologie



- ✓ Echantillon de **1024 personnes**, 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 et de région de résidence.

Pour cette taille d'échantillon, la marge d'incertitude est de 2 à 3 points



- ✓ **Echantillon interrogé en ligne sur système CAWI** (Computer Assistance for Web Interview)



- ✓ Le terrain a été réalisé du **18 au 20 décembre 2013**



- ✓ OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**

Principaux enseignements



Quelle nouvelle donne pour la grande distribution ?

Synthèse de l'enquête Intermarché/L'Express réalisée par Opinion Way

(1/3)

La crise facteur de contrainte mais aussi de remise en cause de sa consommation individuelle

La crise n'est bien entendu pas sans effet sur la perception par les Français de leur consommation, mais elle ne pèse pas de manière uniforme sur l'ensemble de la population. L'écart semble s'accroître aujourd'hui entre, d'une part, une moitié des consommateurs (51%) qui a le sentiment de ne pas avoir à se priver dans ce domaine et d'autre part, une autre moitié (48%) qui estime désormais « consommer sous contrainte » : un tiers des Français se déclarent obligés de surveiller de très près leurs dépenses (34%) et 14% avouent même renoncer très souvent à s'acheter des choses. Ces « deux France », sans surprise, sont liées au niveau de revenus du foyer : 86% des plus hauts revenus estiment ne pas avoir besoin de se priver, quand 71% des bas revenus éprouvent le contraire.

A la pression de la crise, s'ajoute une remise en cause plus personnelle : aujourd'hui, 68% des Français estiment que de manière générale, en France, on consomme trop par rapport à nos besoins réels, sentiment partagé par l'ensemble des catégories sociales et des générations.

Ouverts aux alternatives, les Français ont envie de responsabiliser leur consommation

Dès lors, la manière de consommer évolue. 72% des Français estiment qu'en raison de la crise, leur façon de consommer a changé et cette tendance dépasse largement la capacité d'achat des individus : en effet, même au sein des foyers les plus aisés, 60% des personnes consomment différemment aujourd'hui.

Convaincus de la nécessité de revoir leurs habitudes dans le contexte actuel, les Français souhaitent aller plus loin encore dans ces évolutions. Pour réaliser des économies, ils sont disposés notamment à privilégier la proximité. Ainsi 91% plébiscitent l'achat de produits en direct avec les producteurs locaux.

Dans la même logique, le troc (54%) ou le co-voiturage (55%) apparaissent à plus de la moitié des Français comme un effort acceptable dans l'optique de faire des économies.

Quelle nouvelle donne pour la grande distribution ?

Synthèse de l'enquête Intermarché/L'Express réalisée par Opinion Way

(2/3)

Ce qui trouve également un écho parmi les Français, c'est la responsabilisation de ses comportements en matière de consommation. Ainsi, 77% des Français souhaitent adopter chacune des quatre résolutions suivantes :

- Gaspiller moins lorsqu'ils consomment (94%)
- Privilégier les produits de saison (93%)
- Privilégier les produits locaux (89%)
- Acheter plus souvent les produits de base et faire plus vous-même (87%)

La qualité : un aspect de la consommation essentiel à préserver

Portés par la tendance du « Do It Yourself », les Français souhaitent faire plus par eux-mêmes et pour cela, 86% sont prêts à cuisiner plus souvent. En tête de leurs motivations pour se remettre aux fourneaux, le goût supérieur des plats 'maison' par rapport à ceux achetés tout préparés (53%) devance l'argument économique (47%).

De la même manière, la qualité figure dans le peloton de tête des critères de choix des Français lorsqu'ils font leurs courses. Certes, ils sont 61% à mentionner les meilleurs prix comme élément le plus important, mais la garantie de trouver des produits de qualité arrive en 2nde position (46%). Les Français expriment clairement le souci, en dépit de la crise, de ne pas faire de la qualité une variable d'ajustement.

Quelle nouvelle donne pour la grande distribution ?

Synthèse de l'enquête Intermarché/L'Express réalisée par Opinion Way

(3/3)

Pour réussir ce changement, des attentes fortes vis-à-vis des distributeurs et de leur offre

80% des Français ont le sentiment que les distributeurs ne tiennent pas suffisamment compte de leurs avis pour améliorer les produits qu'ils consomment au quotidien.

S'ils souhaitent faire évoluer leurs pratiques de consommation, les Français rappellent toutefois que le passage à l'acte n'est pas toujours aisé. Or ils n'ont pas le sentiment d'être aidés comme il le faudrait dans ce domaine. Ainsi, deux Français sur trois (63%) estiment que les consommateurs ne sont pas incités à avoir un comportement responsable.

Ils expriment des attentes fortes à l'égard des distributeurs pour mieux les aider dans ces comportements vertueux, notamment en matière d'alimentation. Pour eux, il est ainsi important que les magasins d'alimentation proposent davantage de produits locaux, de leur région (90%), davantage de produits made in France (90%) ou encore uniquement des produits de saison (84%). Le renforcement de la gamme bio est également attendue, même si elle apparaît moins prioritaire (59%), compte tenu probablement de l'importance déjà accordée à ces produits dans les rayons.

Résultats



La crise facteur de contrainte ...

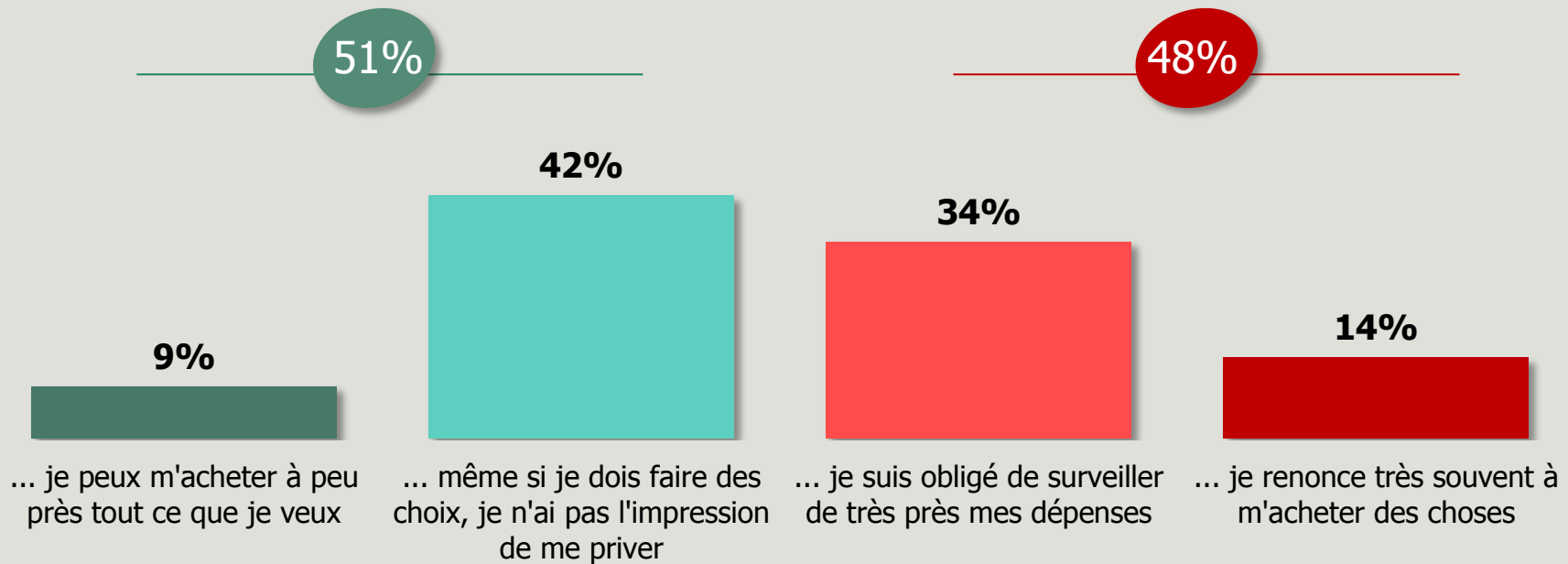


Q : Laquelle de ces situations correspond le plus à la vôtre ?

1024

personnes

En matière de consommation...

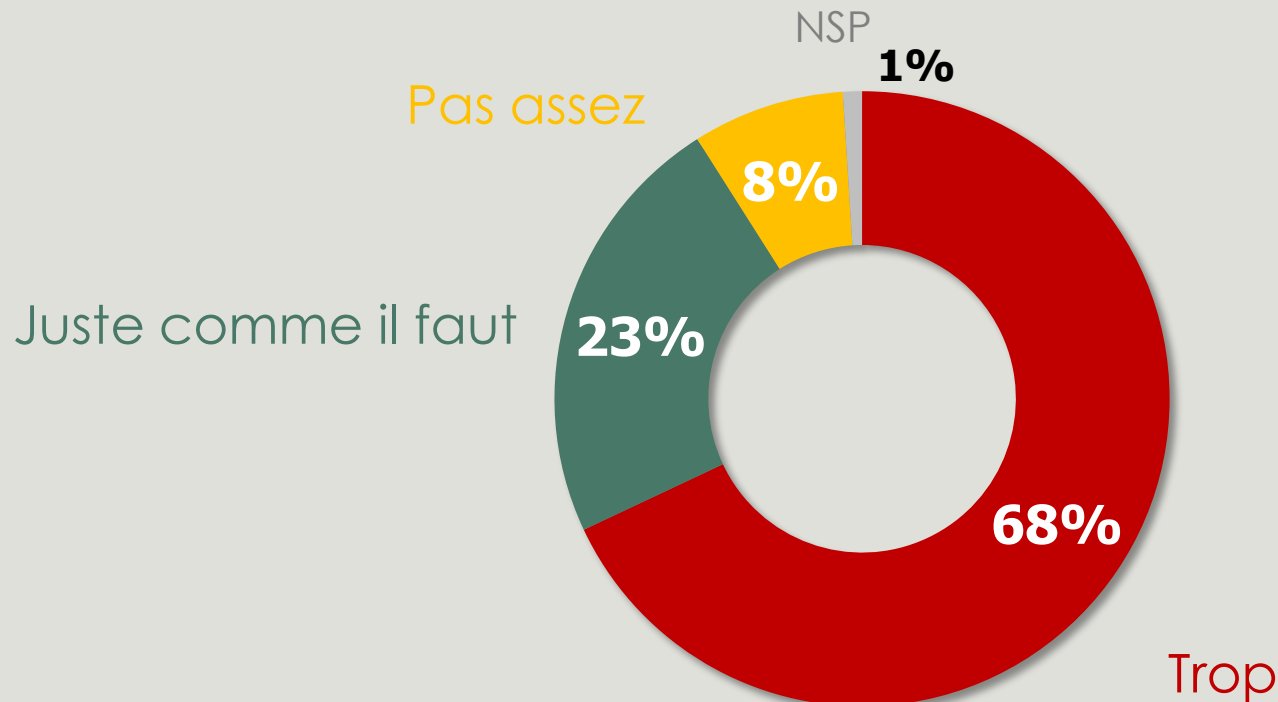


...mais aussi de remise en cause de sa consommation individuelle



1024
personnes

Q : D'une manière générale, diriez-vous que l'on consomme trop par rapport à nos besoins réels, pas assez ou juste comme il faut ?

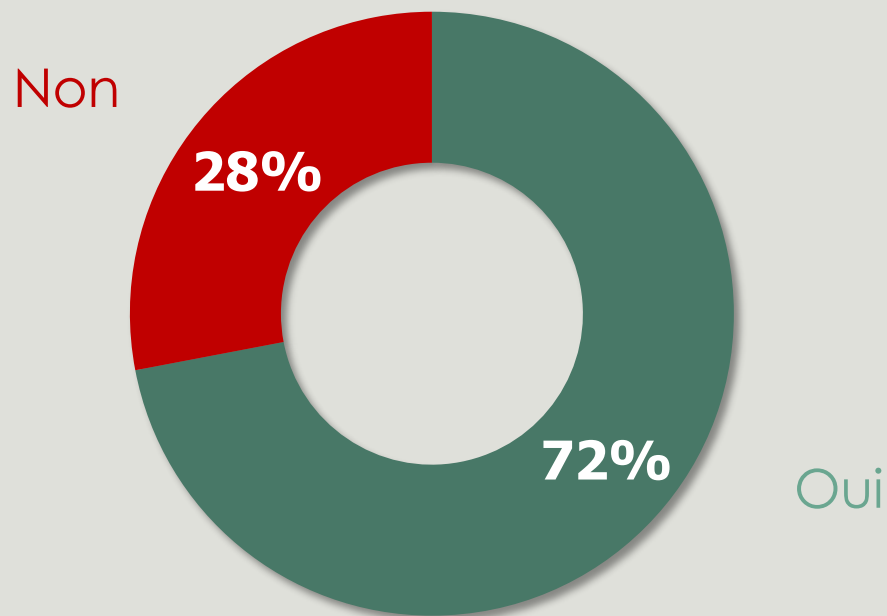


72% tentent de consommer différemment



Q : Aujourd'hui avez-vous le sentiment que la crise a fait évoluer votre façon de consommer ?

1024
personnes

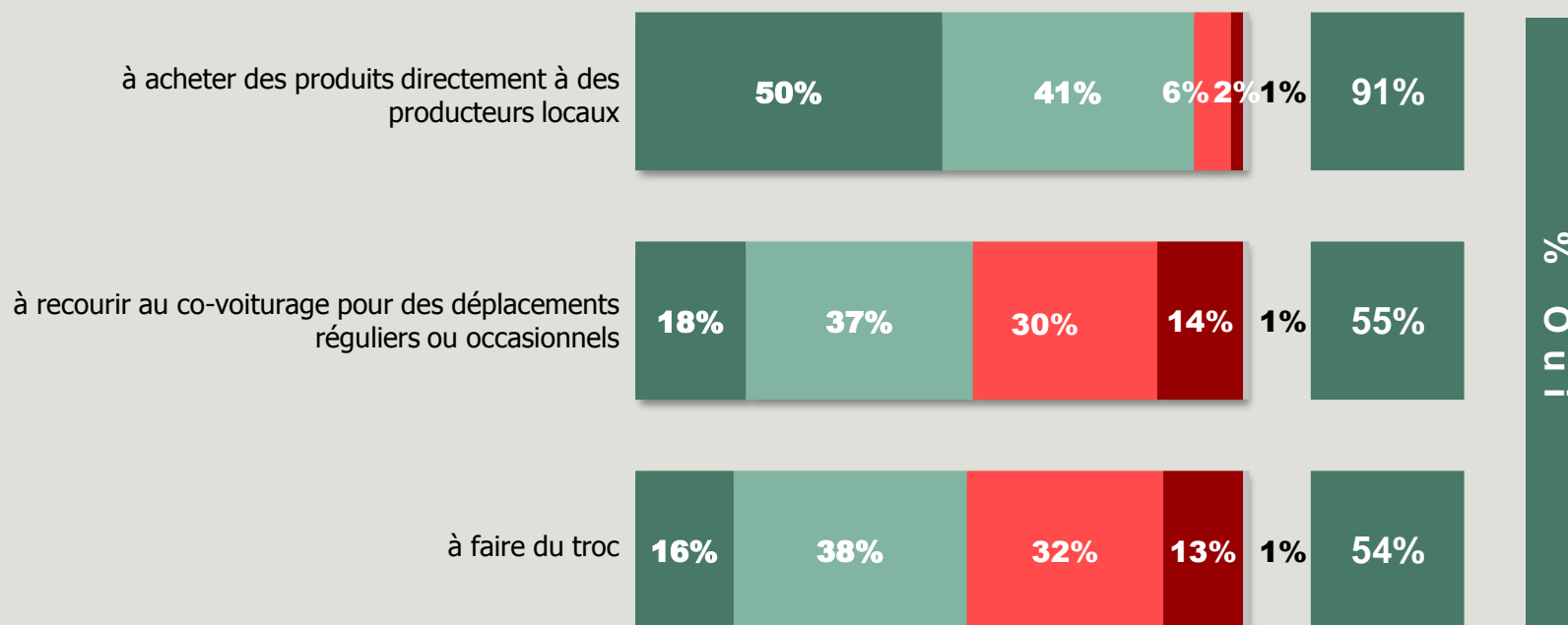


Ouverts aux alternatives...



Q : Pour réaliser des économies, vous seriez prêt... ?

1024
personnes



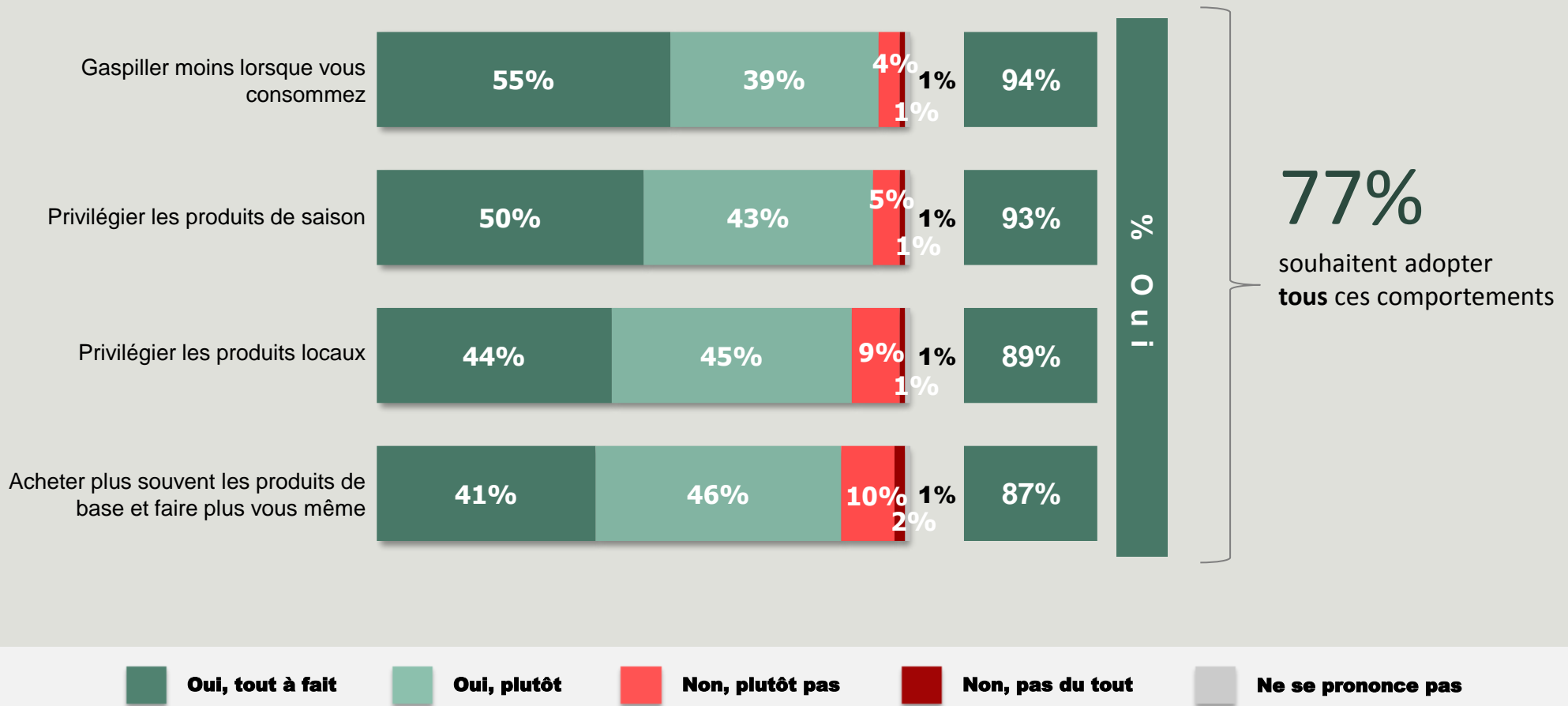
Certainement **Probablement** **Probablement pas** **Certainement pas** **Ne se prononce pas**

...les Français ont envie de responsabiliser leur consommation...



Q : Aujourd'hui, vous souhaitez... ?

1024
personnes

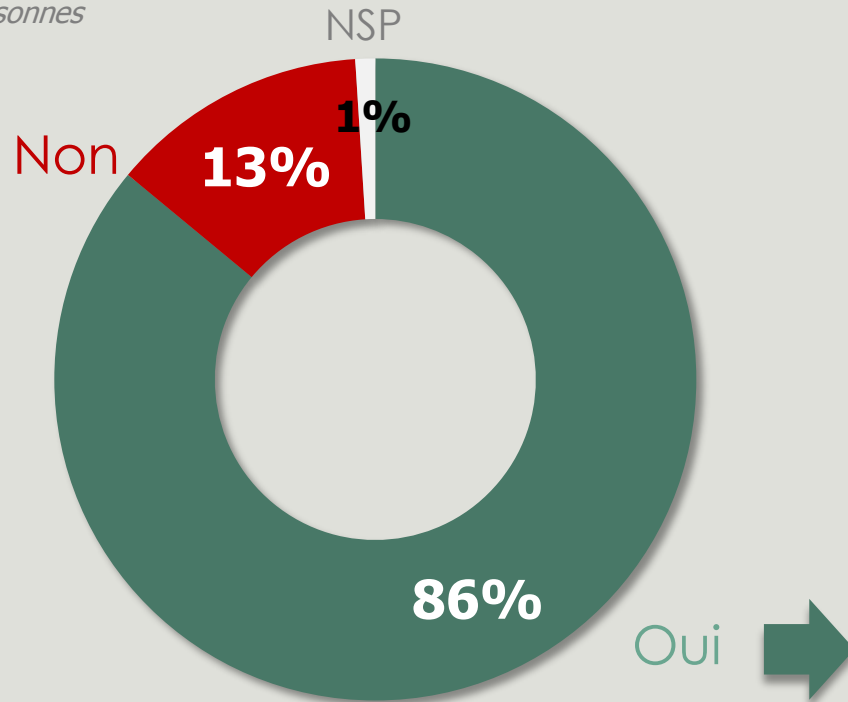


En matière culinaire, la mode est au Do It Yourself



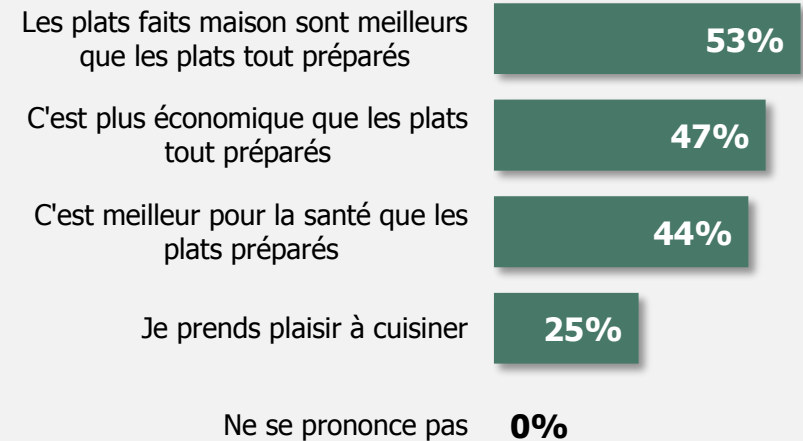
Q : Seriez-vous prêt à cuisiner par vous-même plus souvent ?

1024
personnes



Q : Pourquoi ?

Deux réponses possibles – Total supérieur à 100%



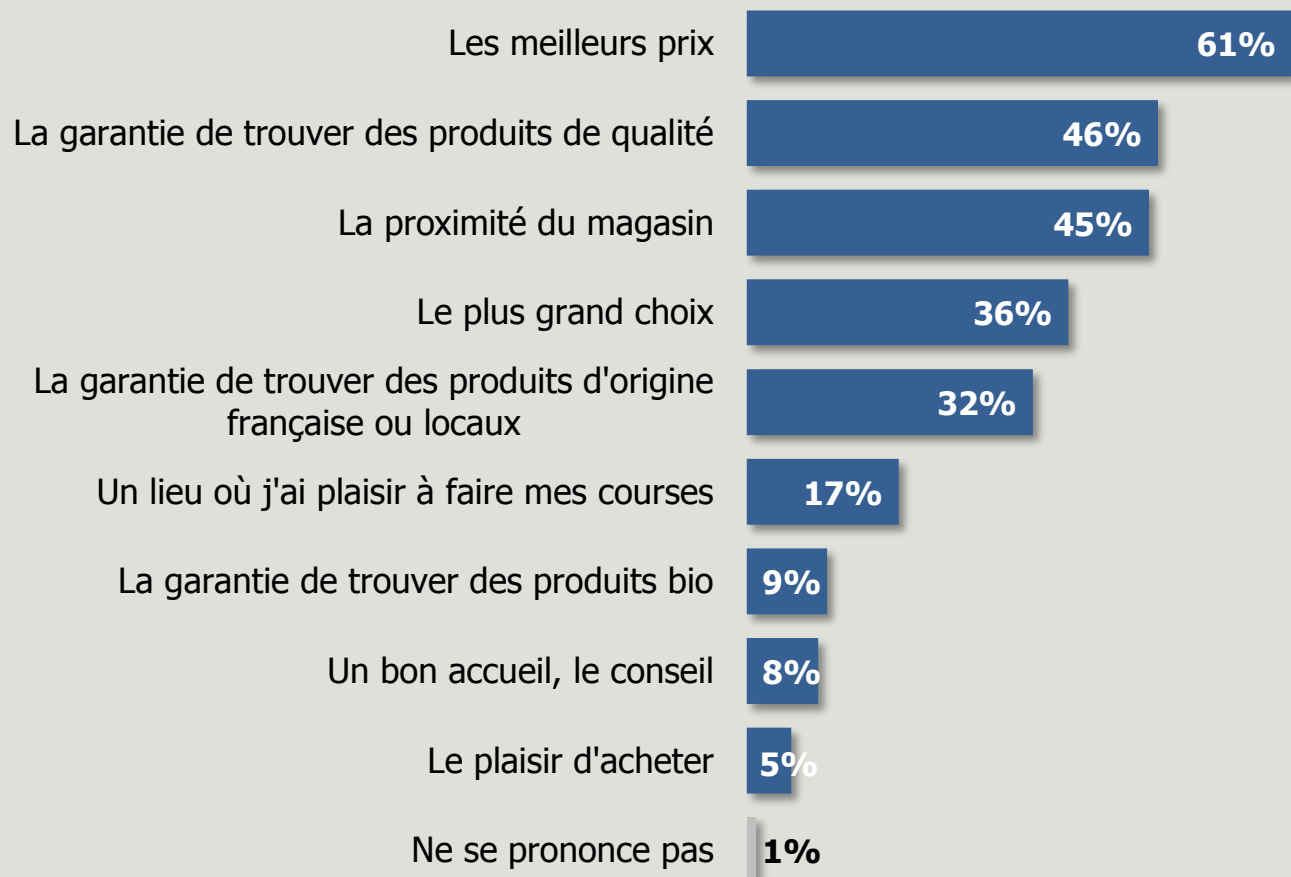
La qualité, un enjeu majeur lorsque les Français font leurs courses



1024
individus

Q : Aujourd'hui, quand vous faites vos courses dans un magasin d'alimentation, le plus important pour vous c'est... ?

Trois réponses possibles – Total supérieur à 100%

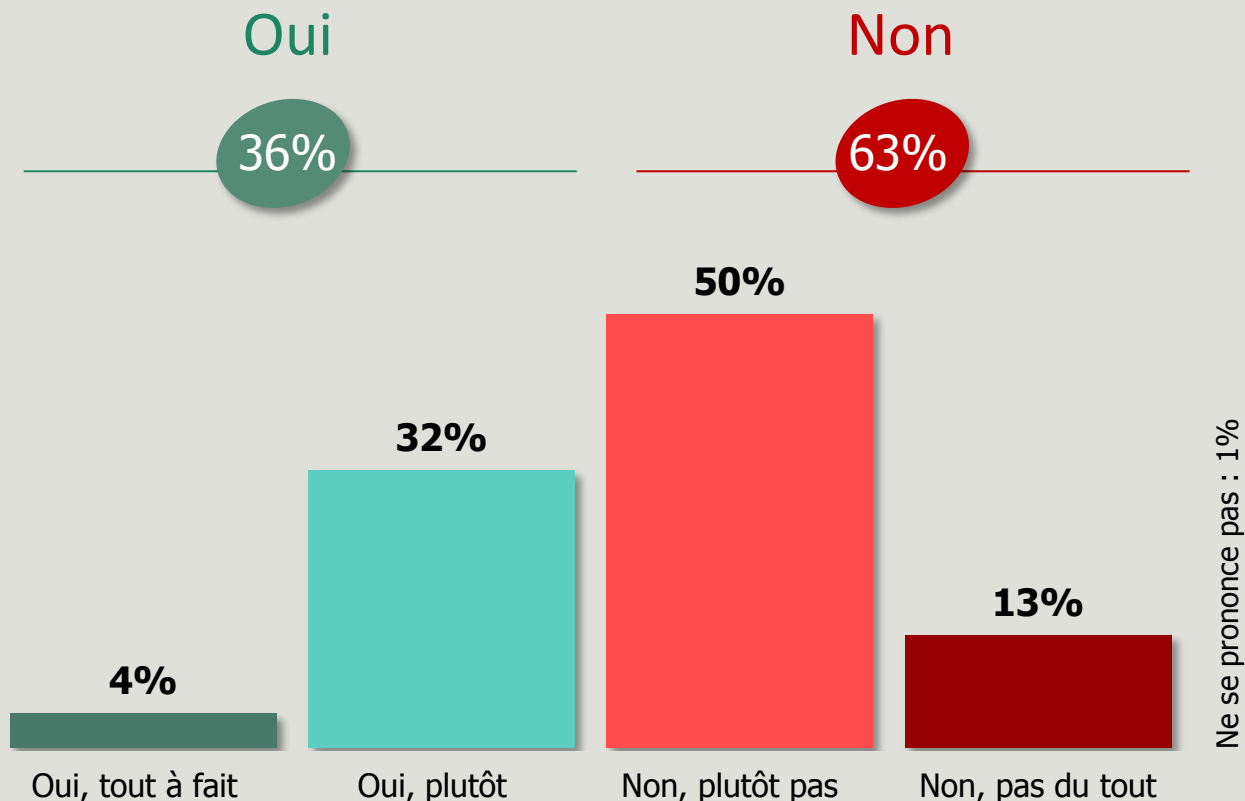


Les Français n'ont pas le sentiment d'être incités aux bonnes pratiques...



Q: Et avez-vous le sentiment que les consommateurs sont incités à avoir un comportement responsable ?

1024
personnes

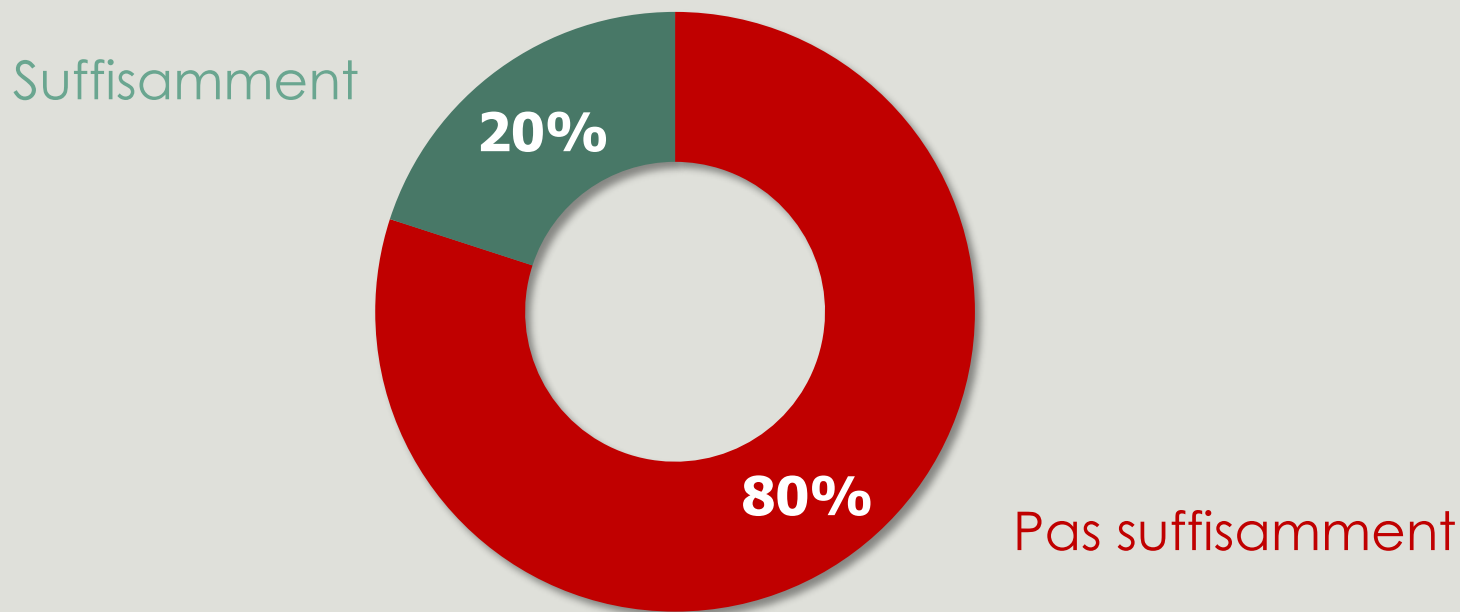


...Ni d'être entendus par les distributeurs français



1024
personnes

Q : Avez-vous le sentiment que les distributeurs français tiennent suffisamment compte de votre avis pour améliorer les produits que vous consommez au quotidien ?



Au final, les Français expriment des attentes fortes à l'égard des distributeurs



Q : Et diriez-vous qu'aujourd'hui c'est important que les magasins d'alimentation proposent ... ?

1024
personnes

