

AlixPartners



Baromètre Inflation

Deuxième édition

Mars 2023




Vue d'ensemble



DATES
17 au 28 février



POPULATION
1,000 consommateurs Français adultes sur toutes les régions, catégories socio-professionnelles et démographiques

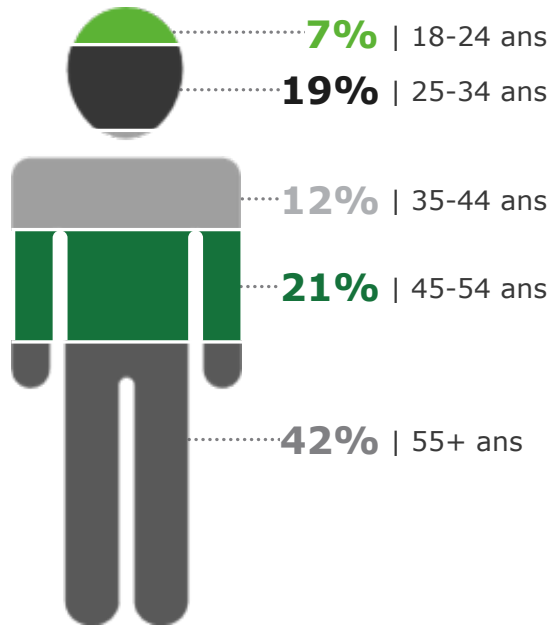


METHODE
Questionnaire en ligne

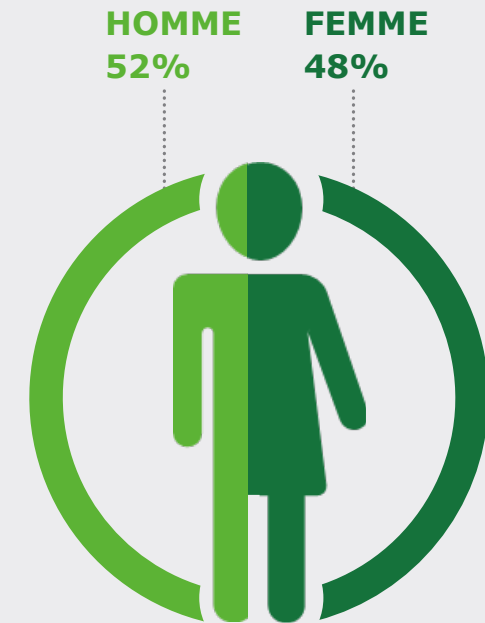


OBJECTIF
Comprendre comment l'augmentation progressive de l'inflation influence les habitudes de consommation

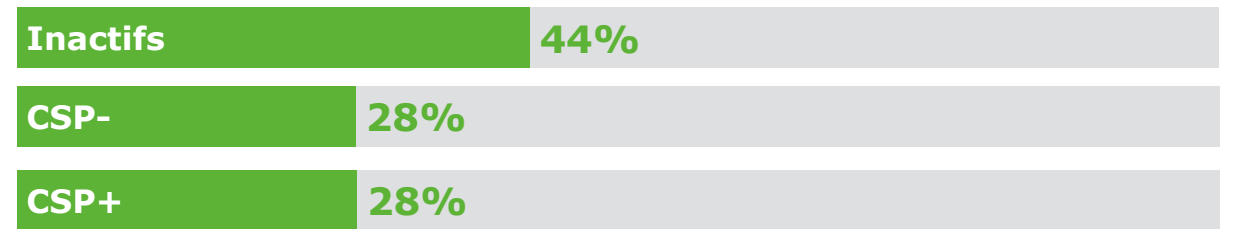
AGE



GENRE



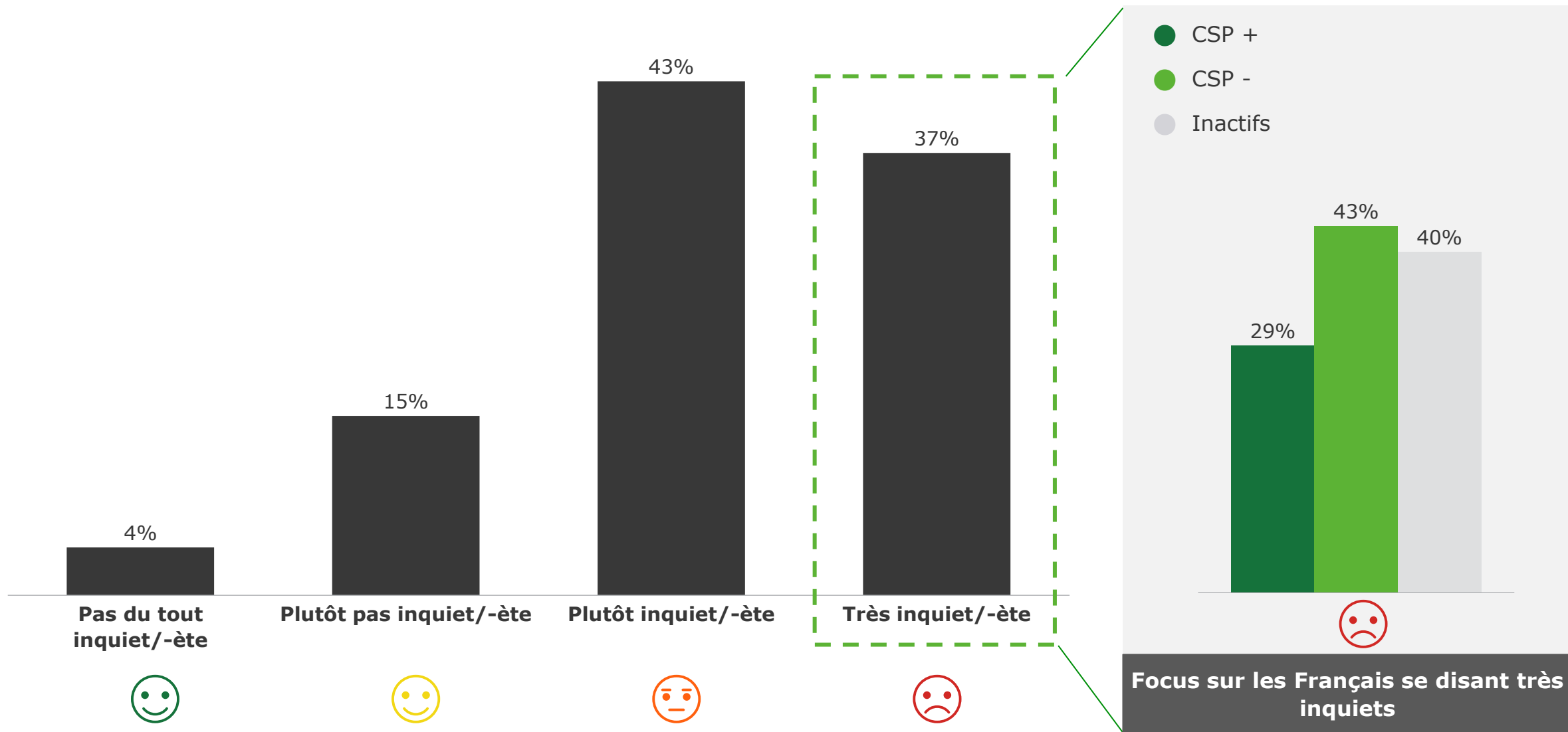
CSP



Situation familiale



8 consommateurs sur 10 se disent inquiets des conséquences de l'inflation, l'ensemble des catégories socio-professionnelles sont concernées



...37% s'inquiètent sérieusement de leur capacité à y faire face



43%



37%



15%

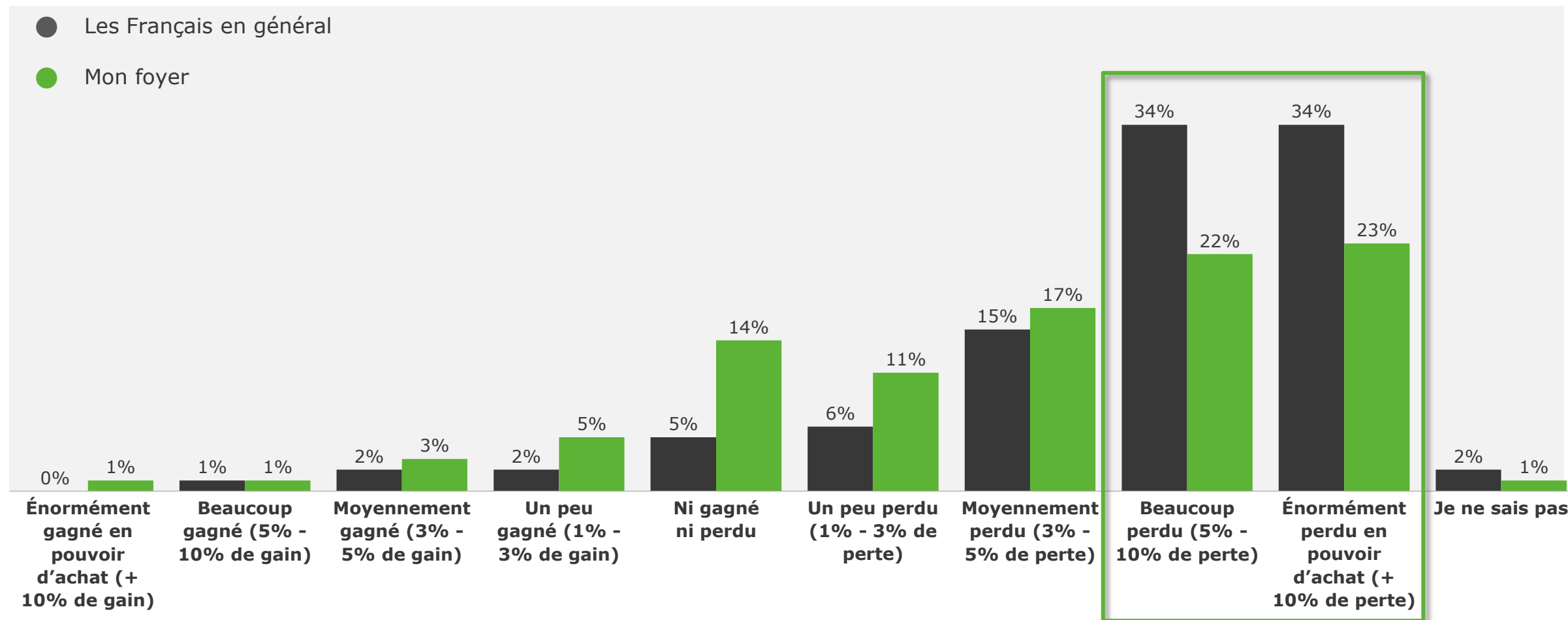


4%

- Plutôt inquiet (par exemple, "je vais devoir faire des sacrifices")
- Très inquiet (par exemple, "je ne sais pas comment faire face")
- Plutôt pas inquiet
- Pas du tout inquiet

Q: En ce qui concerne l'inflation et les conséquences sur votre foyer, êtes-vous personnellement... ?

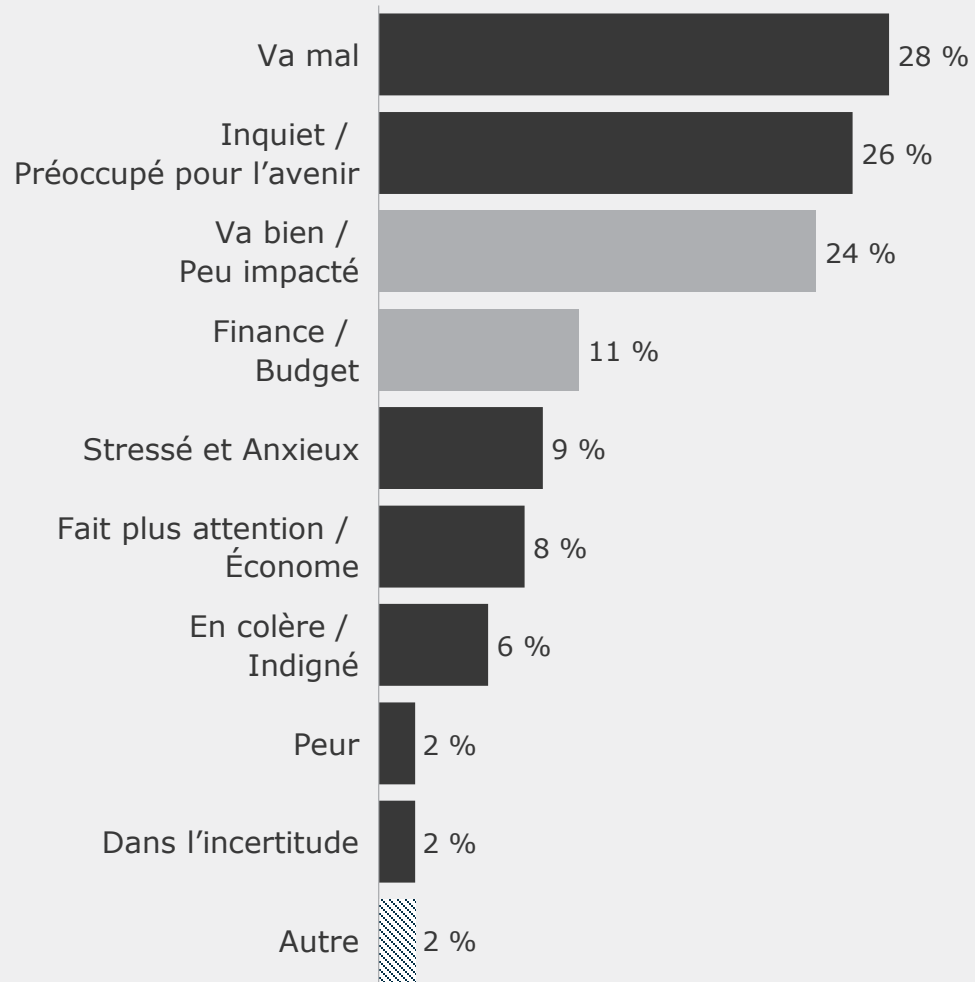
Plus de 70% des Français affirment avoir perdu du pouvoir d'achats dans la dernière année, près de 50% estiment avoir perdu plus de 5%



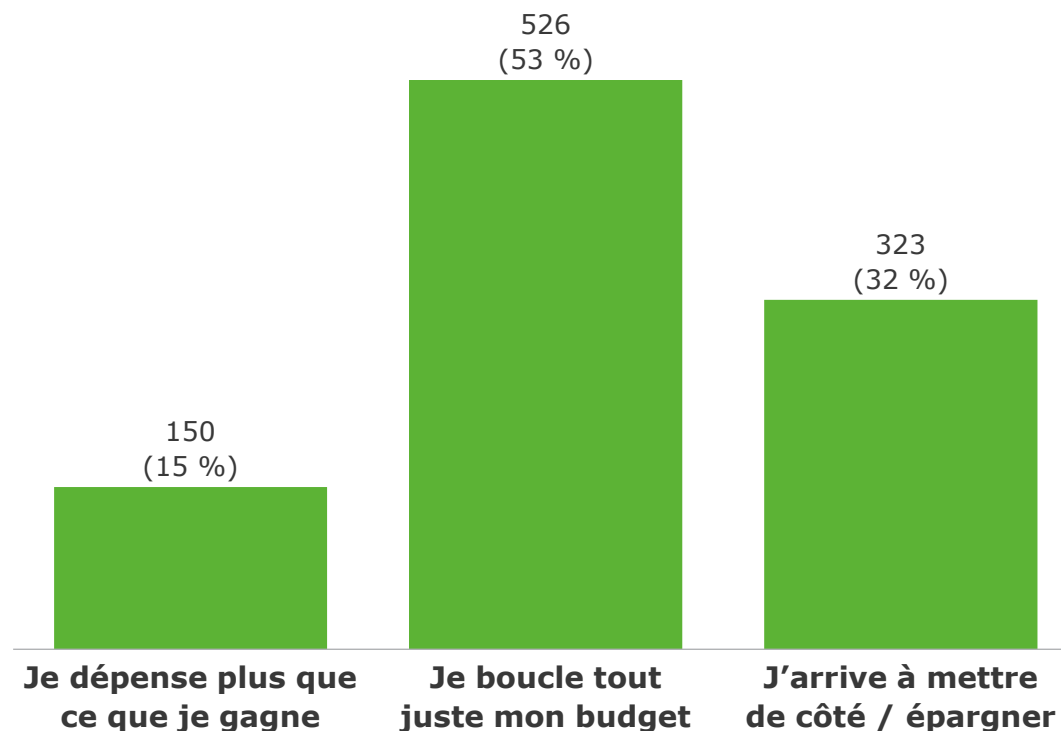
Ces résultats mettent en lumière un certain pessimisme. Lorsque sondés sur les « Français » en général, le sentiment de perte de pouvoir d'achat est plus important (~90%) que celui ressenti au sein du foyer

Plus de 65% des Français sont impactés négativement par la situation économique, un sentiment fortement corrélé avec leur situation financière

Au vu du contexte économique, je me sens...



Situation financière des français



Seulement 32 % des français décrivent être en capacité d'épargner

Verbatims : Avec le contexte économique actuel, comment vous sentez-vous personnellement ?

CSP +



« Recentrer mes dépenses »

« On oublie les vacances pour cet été »

« Consommer autrement. »

« **Moins d'achats superflus** »



« Inquiet pour la suite »

« **Soucieux** »

« Frileux » « Je mange moins »

« **Faire plus attention qu'avant** »

« **Je fais avec** »

CSP -

« Dans le rouge »

« En difficulté »



« **Privation** »

« Trop cher »

« Déprimé » « **Incomprise** »

« Très mal » « Inquiet »

« **C'est dur** »



« Je ne peux plus me chauffer »

« **Je n'ai plus l'impression de vivre mais de survivre.** »

Inactifs

« **Peur pour l'avenir de mes enfants** »

« Stressée » « Je crains le pire »

« Inquiète pour mes descendants »

« **Faire attention à tout** »



« **Le monde va mal** »

« Triste »
« En colère »

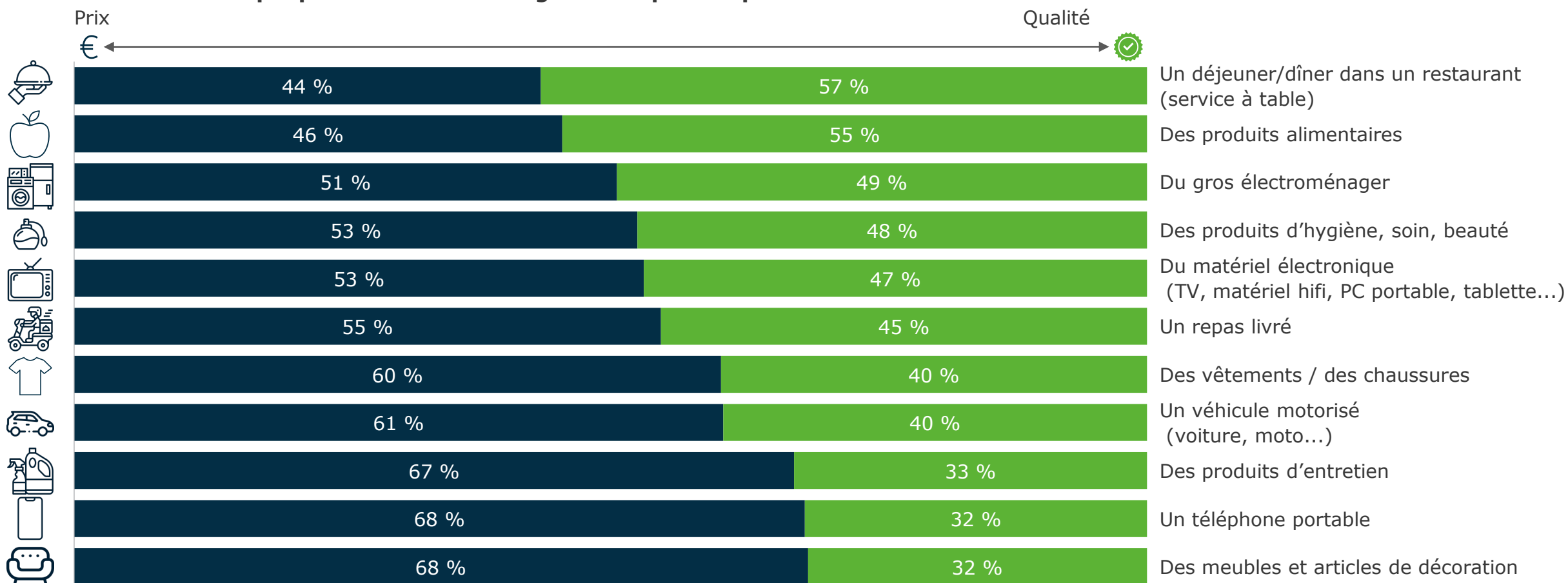
« Réduire des sorties »

« Je saute un repas »

« **Chaque centime compte** »

Même si la qualité demeure importante pour les produits alimentaires, les consommateurs arbitrent en faveur du prix pour les produits non alimentaires

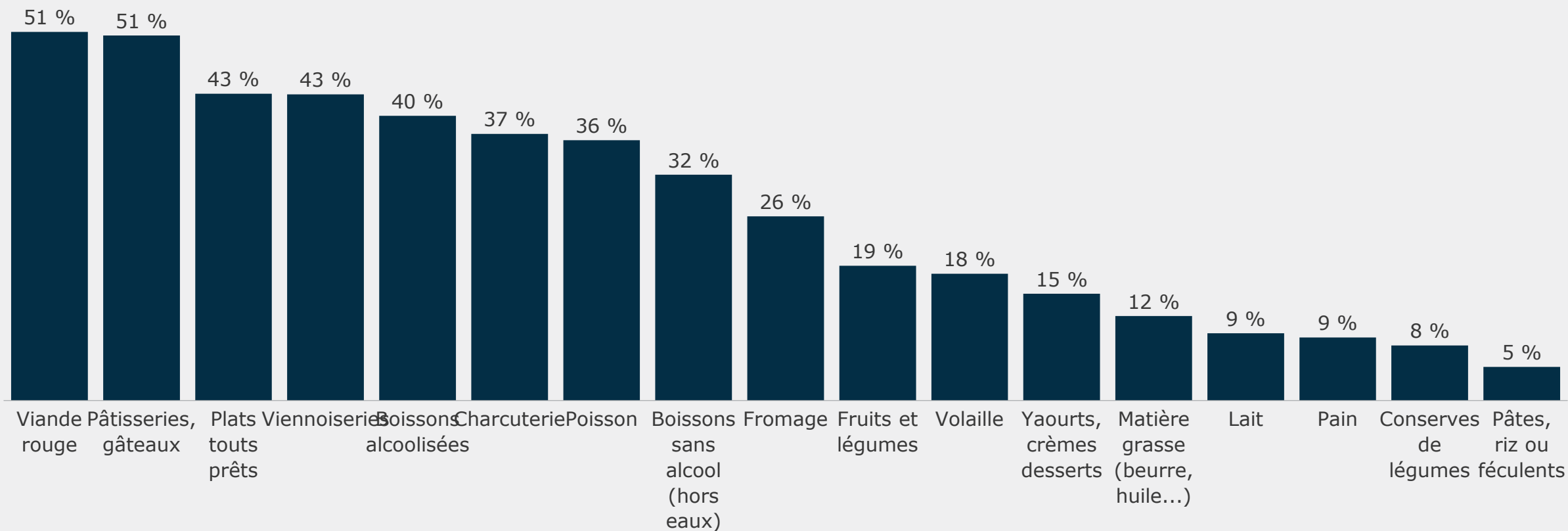
Le contexte économique pousse à des arbitrages entre prix et qualité ...



Les consommateurs sont particulièrement vigilants à la qualité des produits au restaurant et pendant leur courses alimentaires, en revanche ils sont moins exigeants sur les repas livrés.

Les habitudes alimentaires évoluent pour faire face à l'inflation avec moins de consommation de viande et de produits plaisirs

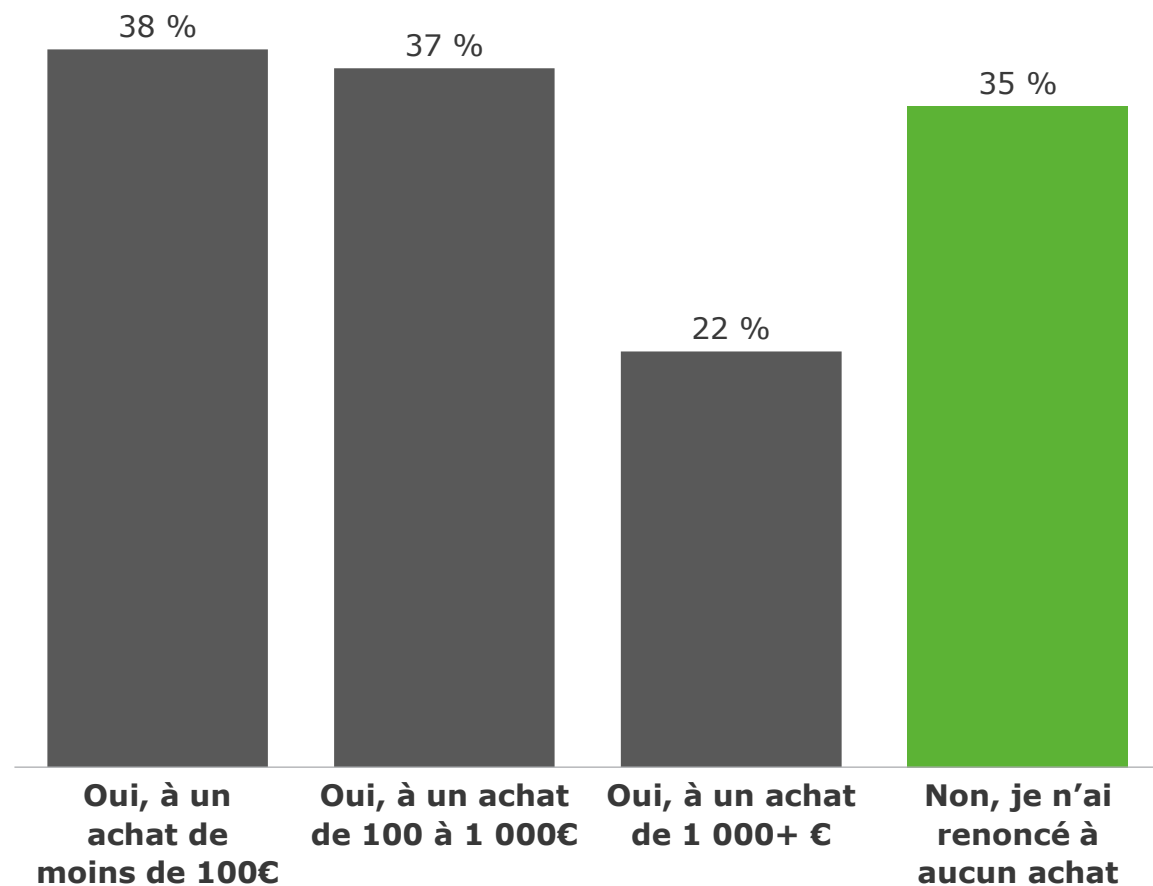
Pour des raisons économiques, au cours des 6 derniers mois, j'ai diminué ma consommation de...



Plus de 50% des français affirment avoir été contraints de réduire leur consommation de viande rouge et de pâtisseries, la volaille et les produits laitiers semblent bien résister

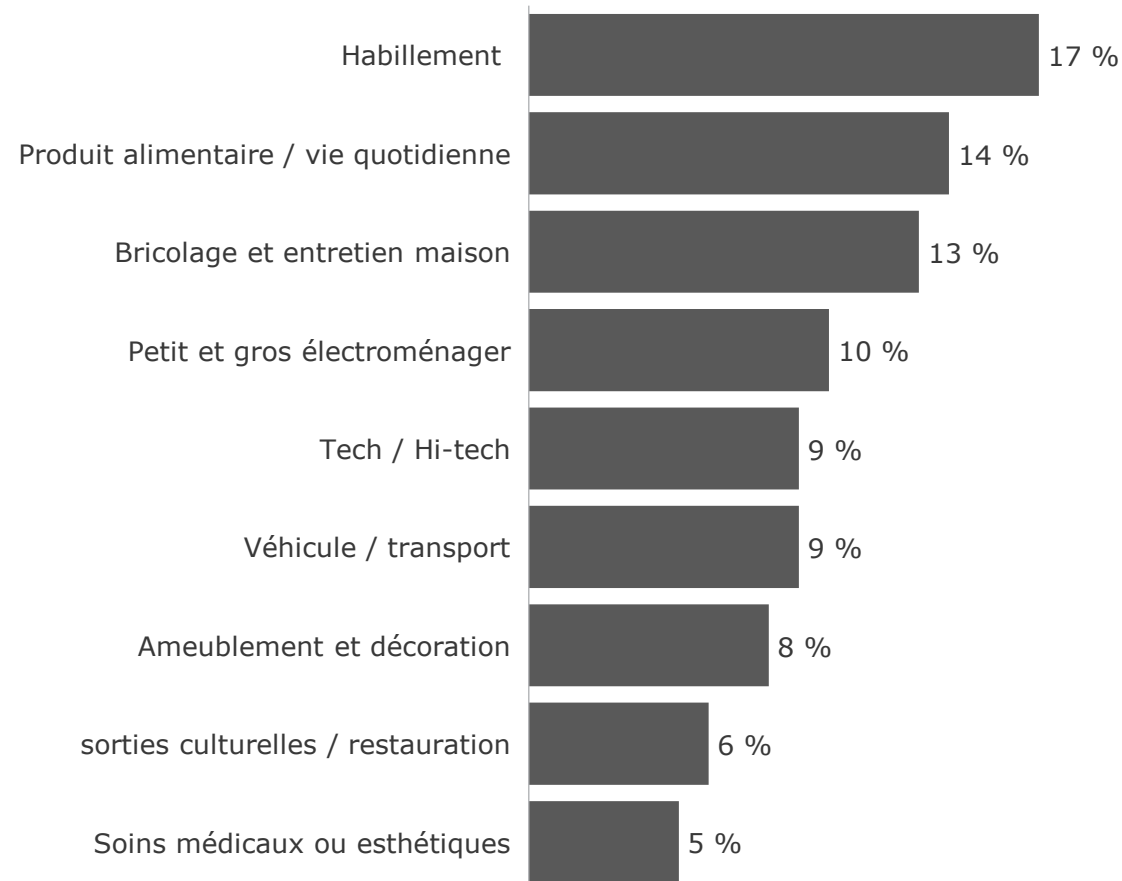
65% des consommateurs affirment avoir du renoncer à un achat dans les 12 derniers mois, notamment les jeunes sur des petits achats non alimentaires

Des renoncements sur les « petits » achats (<1 000€)



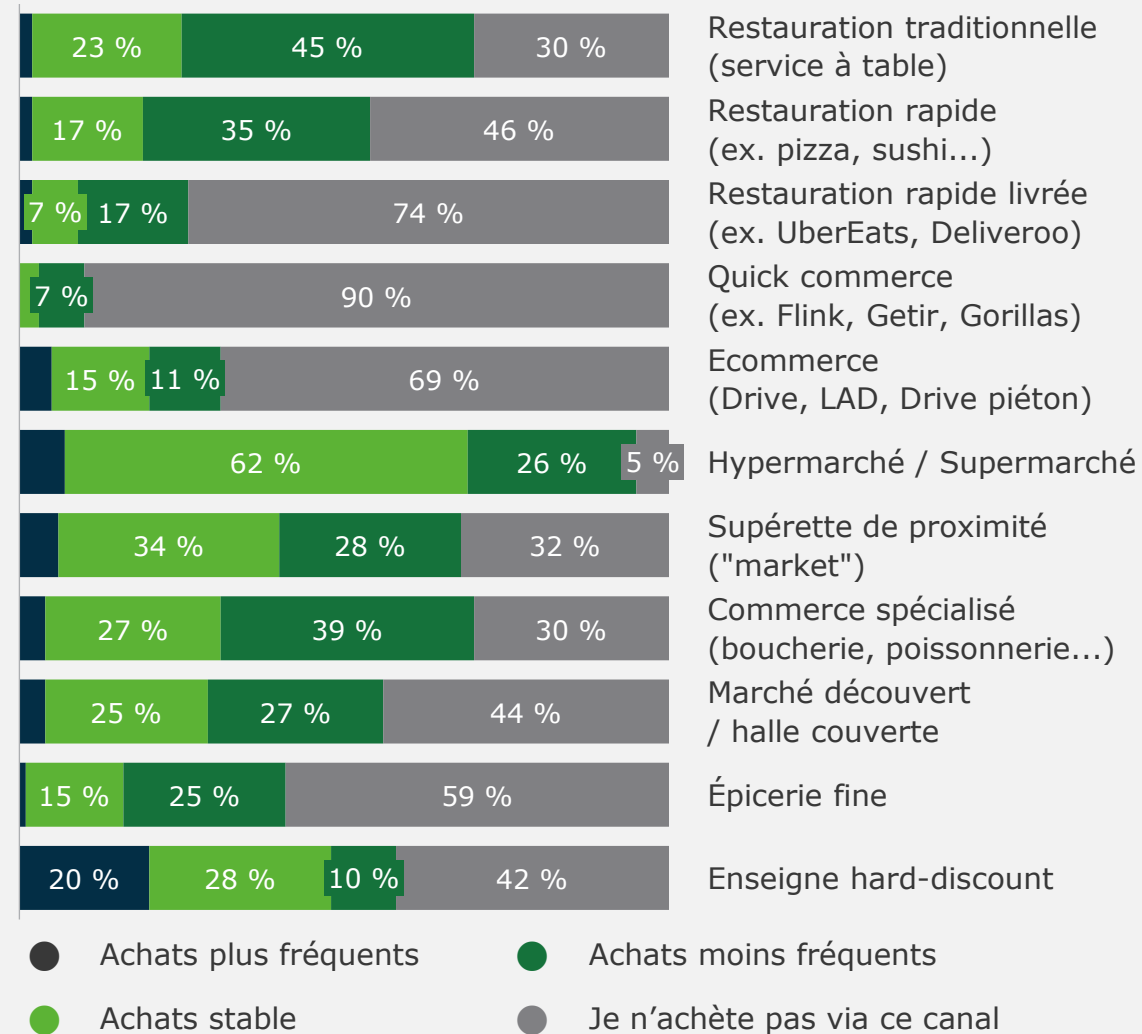
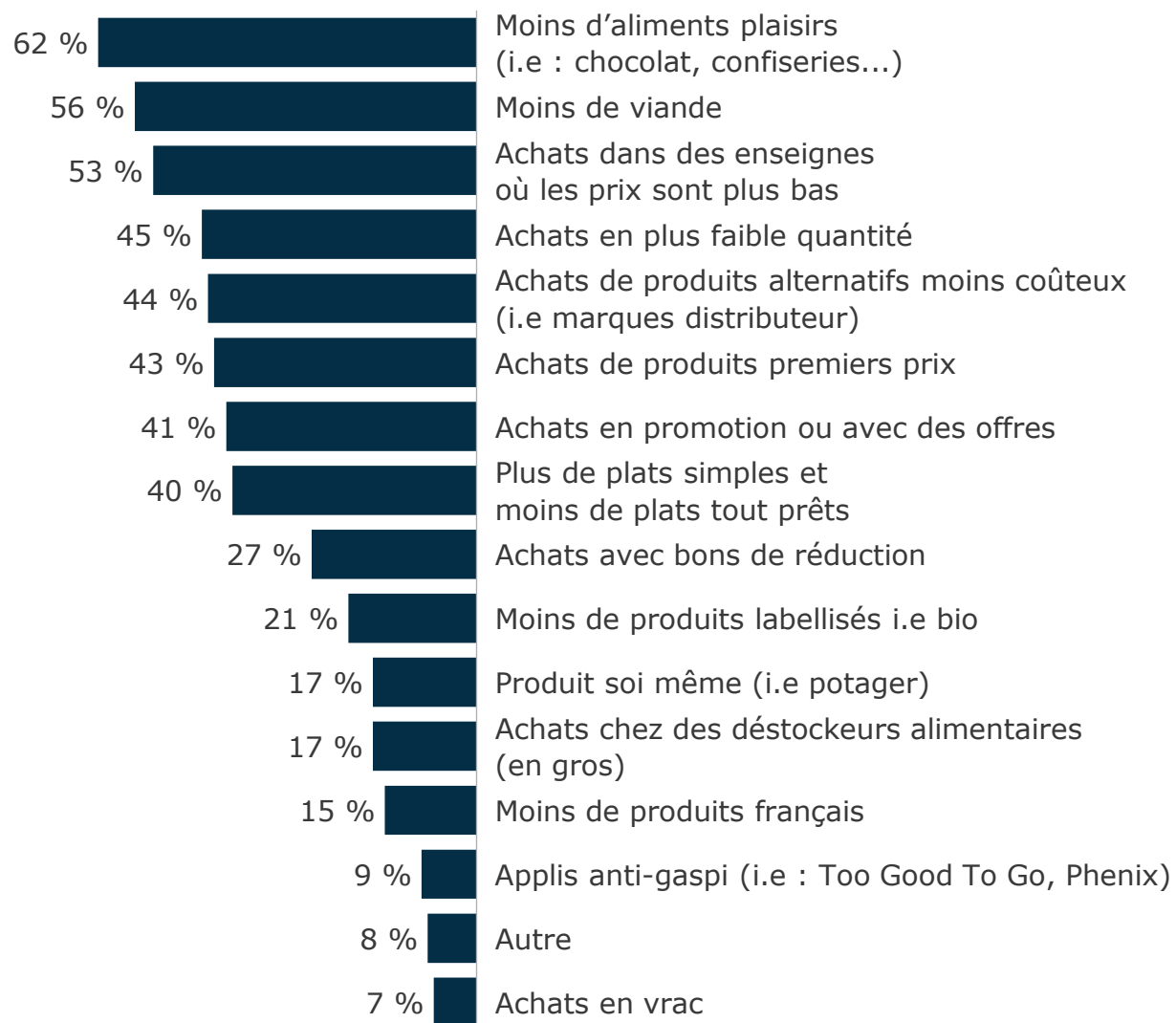
65% des consommateurs

... sur diverses catégories de produits, surtout Non Alimentaires



Q: Au cours des 12 derniers mois, avez-vous renoncé à un achat ?

La privation ainsi que le changement de modes de consommation sont les leviers les plus utilisés par les consommateurs pour réduire leur facture alimentaire

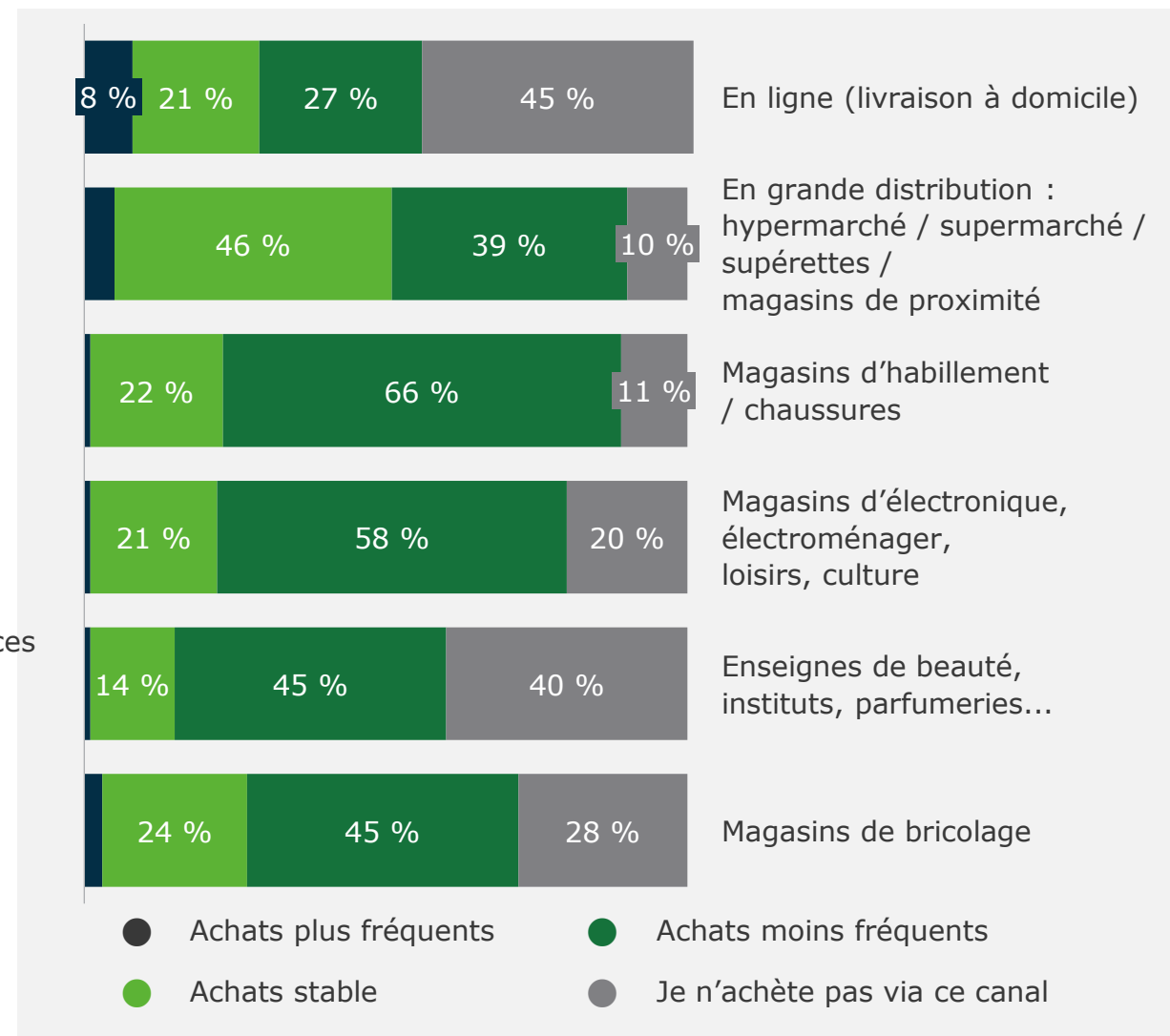


Les consommateurs qui ont le sentiment de dépenser plus sont également ceux qui sont les plus inquiets

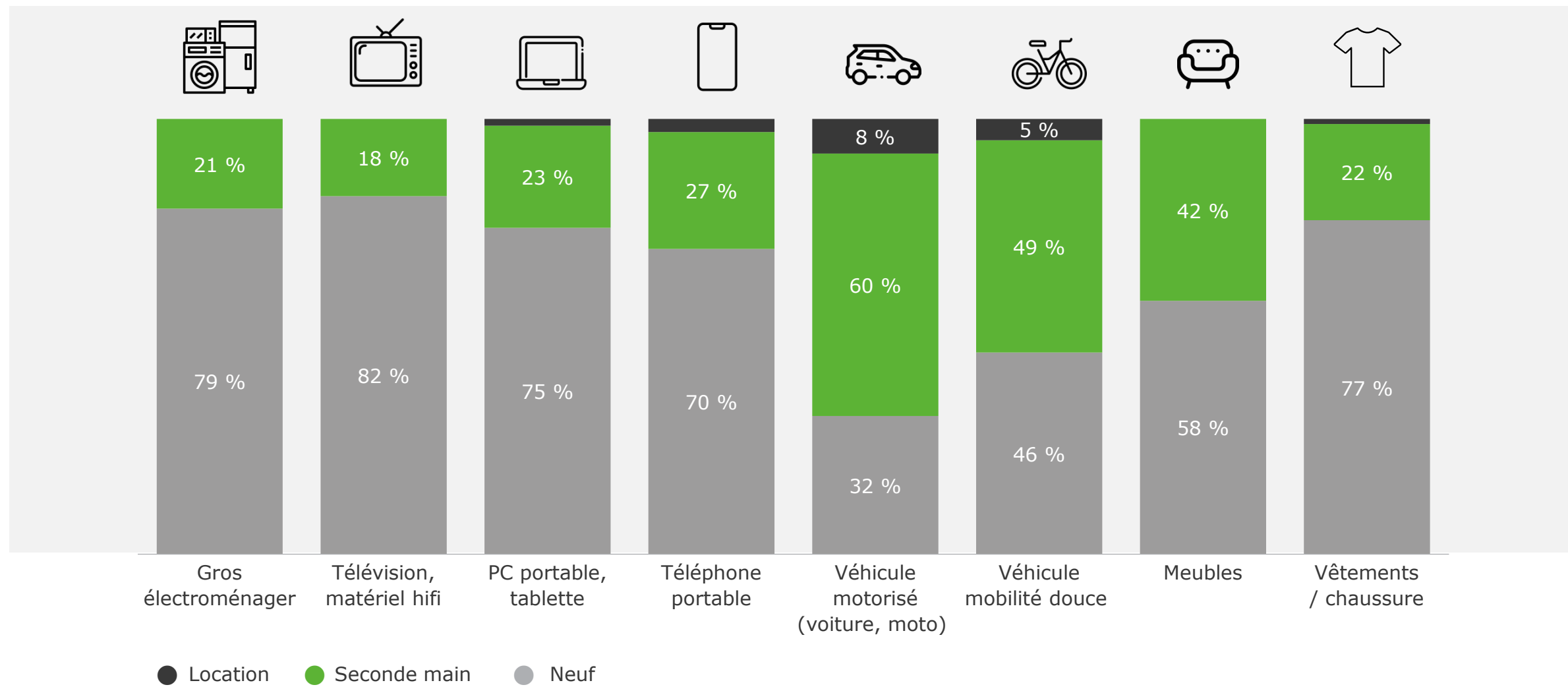
		€	€ €	€ € €
		Je dépense moins	Je dépense autant	Je dépense plus
😊	Pas du tout inquiet/-ète	0%	2%	2%
🙂	Plutôt pas inquiet/-ète	1%	8%	6%
😐	Plutôt inquiet/-ète	10%	10%	24%
😞	Très inquiet/-ète	10%	5%	22%
Total		21%	25%	54%

Cette inquiétude touche également les 20% français dont les dépenses alimentaires auraient baissé sur l'année, révélateur du pessimiste ambiant.

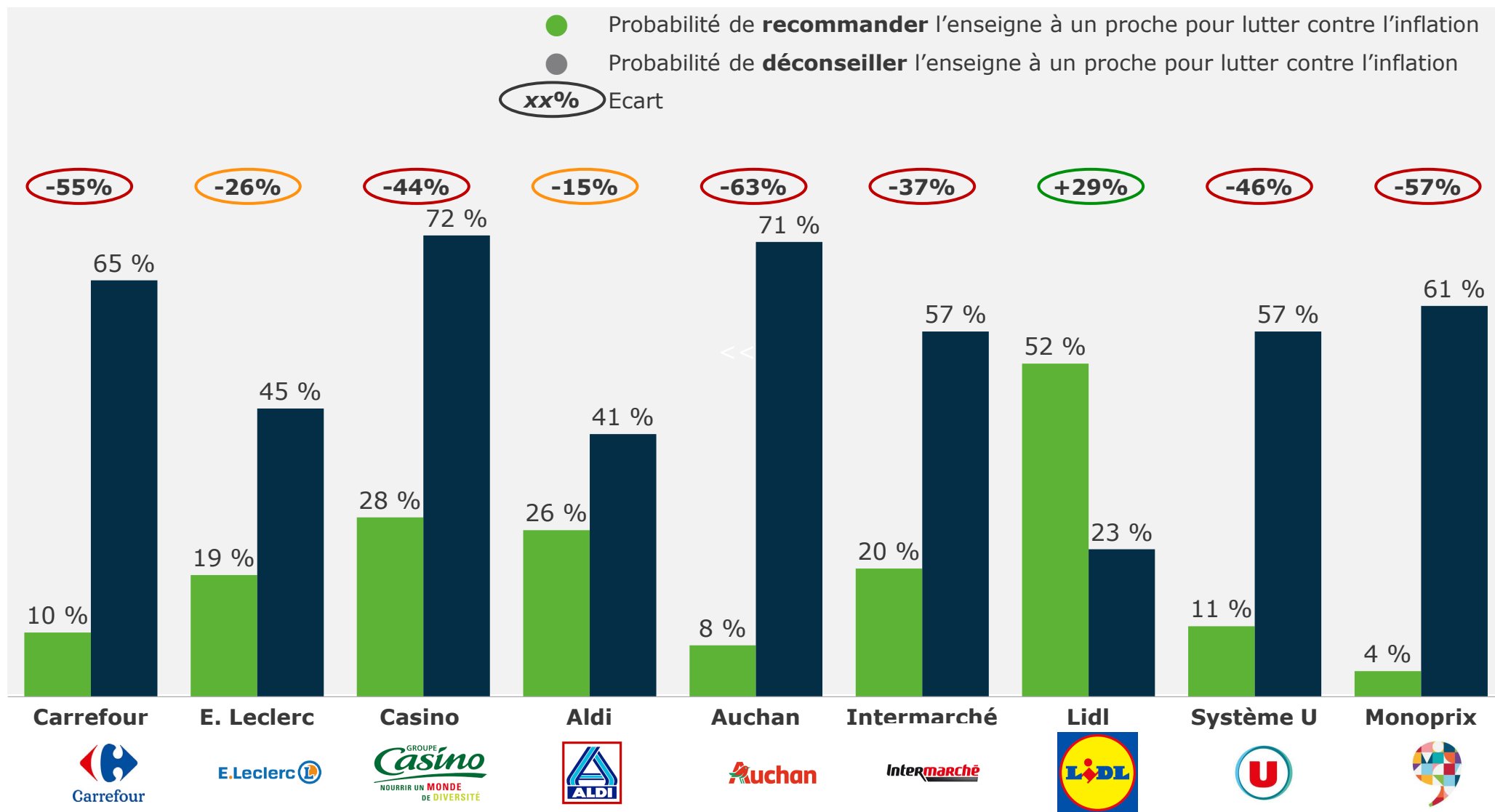
La privation, le suivi des promotions et l'achat de seconde main sont des leviers utilisés par les consommateurs pour réduire leurs dépenses non alimentaires



La seconde main devient un mode d'achat privilégié pour plusieurs catégories du non alimentaire comme la mobilité, la technologie, l'ameublement et le vestimentaire



Carrefour et Leclerc restent en tête des part de marché, même si la dynamique semble en faveur d'Aldi et Lidl qui parviennent mieux à se positionner contre l'inflation



Q: Quelle enseigne de grande distribution fréquentez-vous le plus souvent ? Quelle est la probabilité que vous recommandiez l'enseigne à un(e) ami(e) ou à un membre de votre famille... pour lutter contre l'inflation ?

L'inquiétude face à l'inflation monte

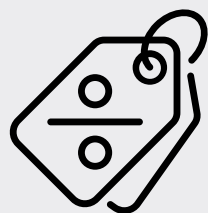
Les consommateurs s'adaptent



80% des consommateurs se disent inquiets des conséquences de l'inflation...37% s'inquiètent sérieusement de leur capacité à y faire face



70% des foyers estiment avoir perdu du pouvoir d'achats dans la dernière année



La privation ainsi que le changement de modes de consommation sont les leviers les plus utilisés par les consommateurs pour réduire leur facture alimentaire



La privation, le suivi des promotions et l'achat de seconde main sont des leviers utilisés par les consommateurs pour réduire leurs dépenses non alimentaires

AlixPartners



Merci de votre attention

Pour plus d'information :

- Olivier Salomon
- Emilie Dubuc

