



IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LES HABITUDES DE CONSOMMATION DES FRANÇAIS

Quelques chiffres clés

- Etudes mars 2021 -

PRÉAMBULE

L'impact de la crise sanitaire sur les comportements de consommation montre qu'elle s'inscrit dans une dynamique d'accélération et de pérennisation d'évolutions **déjà en cours** ces 5 dernières années et allant vers une consommation plus raisonnée.

La formule R = 3E issue de notre étude de mars 2019 se confirme :

➡ une consommation **R**aisonnée = **E**conomique, **E**cologique et **E**thique.

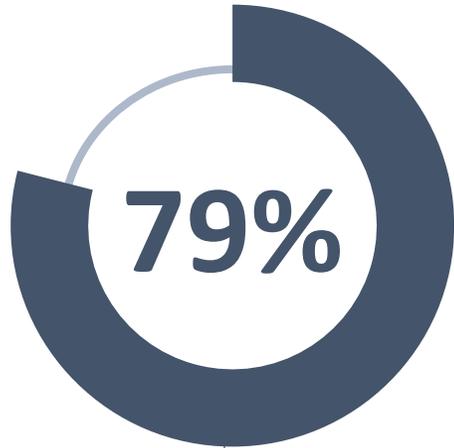
Notre précédente étude publiée sur le sujet, et présentée dans le cadre du Printemps des études en avril 2019, avait montré que 8 consommateurs sur dix considéraient que leur façon de consommer avait évolué au cours des 5 dernières années. On pouvait presque parler de révolution des pratiques de consommation pour 39% d'entre eux qui avaient perçu beaucoup de changement dans la manière de faire leurs achats.

(étude Audirep 2019: <https://www.audirep.fr/static/PJ/ETUDECONSO2019.pdf>).

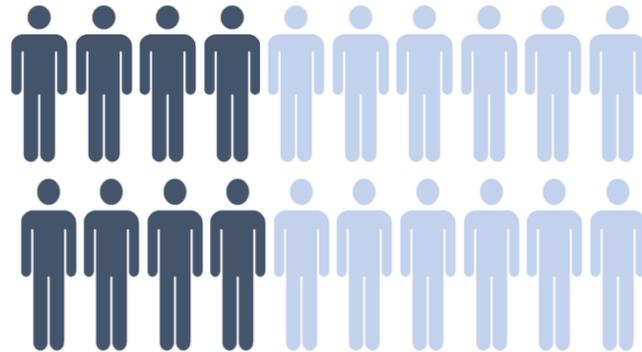
Il s'agit donc d'une vague de fond, transversale à une grande partie de la population, et que la crise sanitaire continue de porter : en effet, un consommateur sur trois considère que la crise l'a conduit à raisonner davantage sa consommation.

L'ÉVOLUTION DES MODES DE CONSOMMATION

Déjà en 2019 ...



des Français avaient l'impression que leur façon de consommer avait évolué au cours des 5 dernières années



39% considèrent qu'elle a « **beaucoup changé** »

40% considèrent qu'elle a « **un peu changé** »



MARKET RESEARCH NOUVELLE GENERATION

 Une solution **agile**

 Utilisant les réseaux **sociaux**

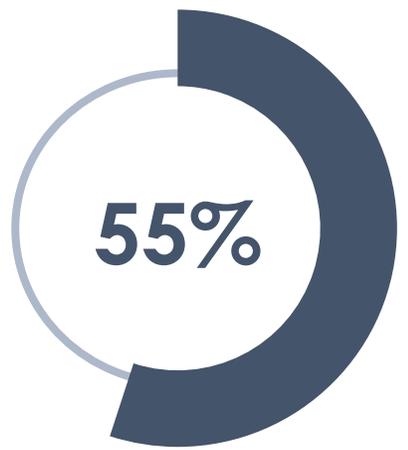
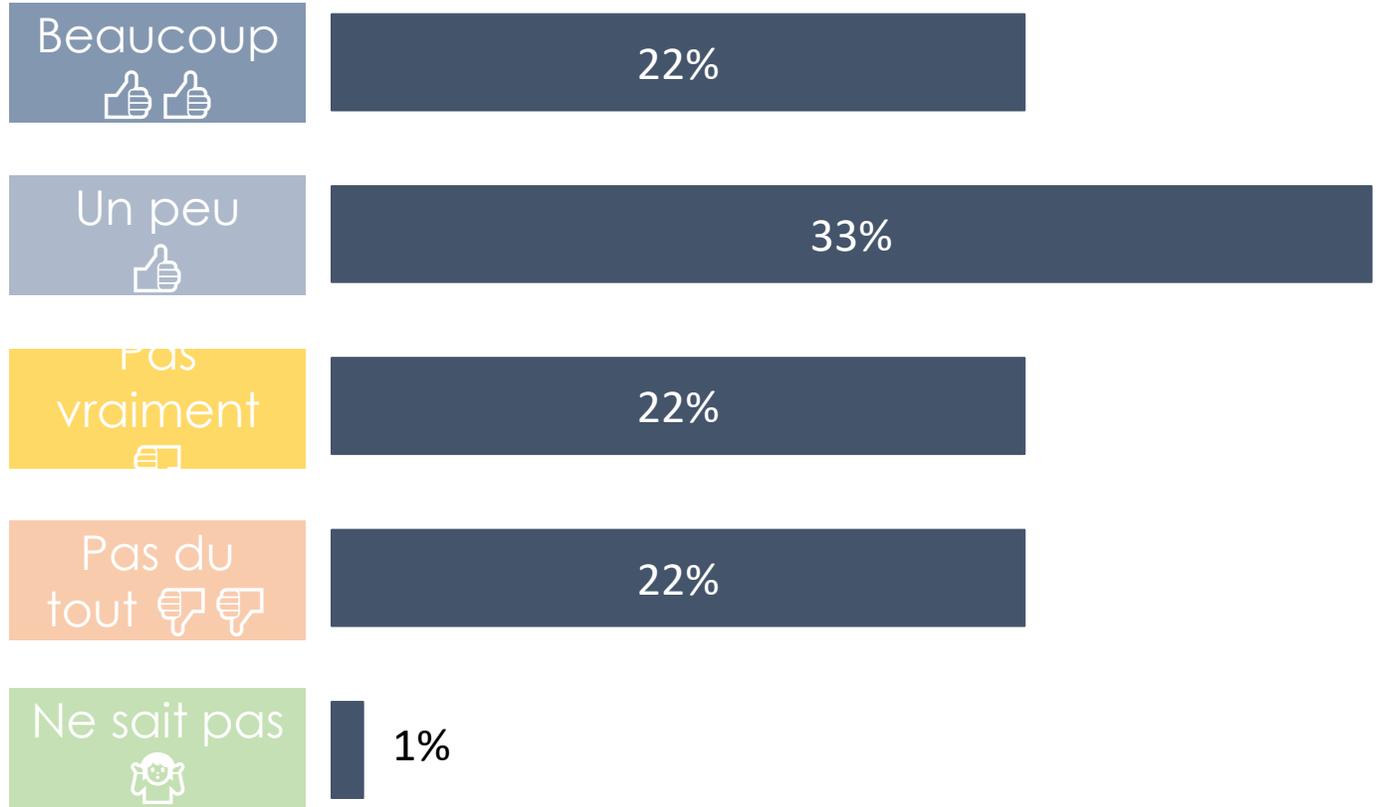
 Pour collecter les **opinions authentiques** des citoyens et des consommateurs

Dispositif méthodologique

✓		Étude menée online sur les réseaux sociaux par notre partenaire EPISTO
✓		521 personnes représentatives de la population française
✓		Questionnaire d'une durée de 5 minutes en moyenne
✓		Terrain du 22 au 25 mars 2021

DES HABITUDES QUI CONTINUENT DE CHANGER EN 2021 ...

👉 Avez-vous l'impression que vos habitudes d'achat et de consommation ont changé avec la crise sanitaire ?



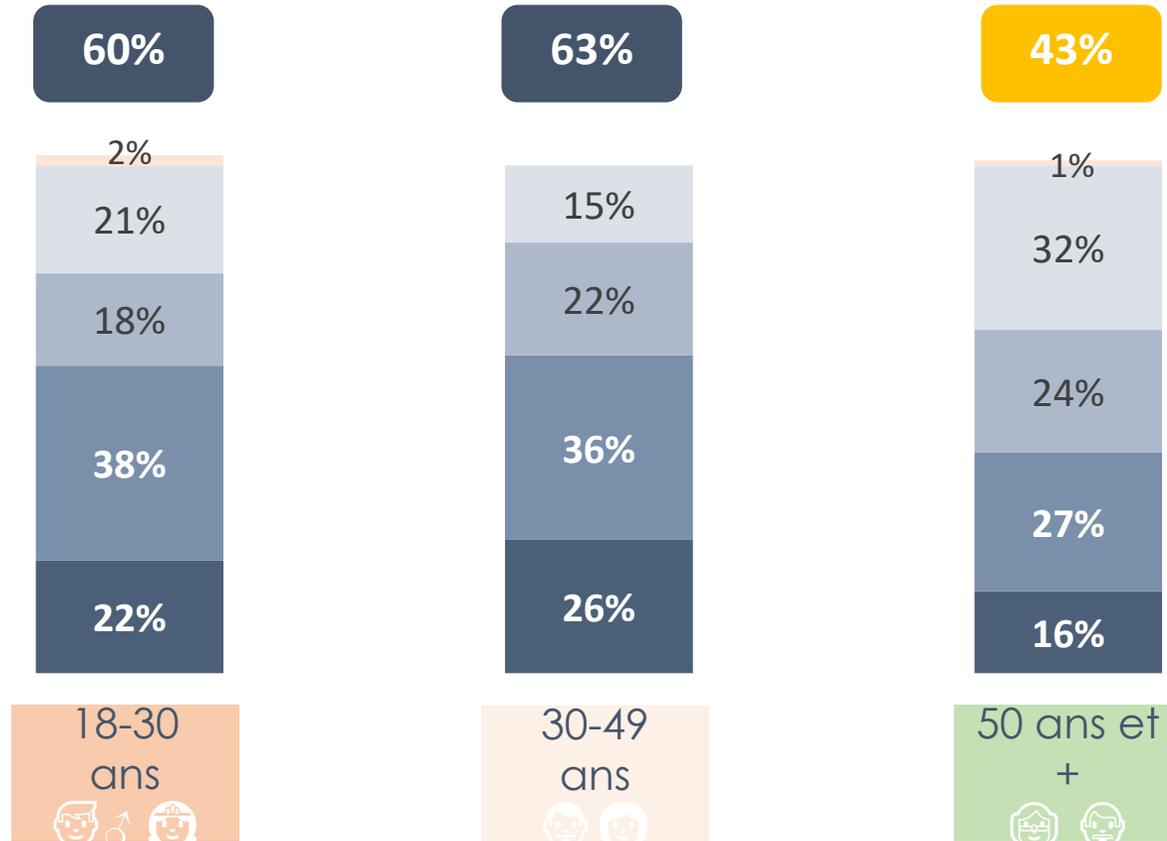
des consommateurs estiment que **leurs habitudes d'achat ont changé** avec la crise sanitaire de la Covid

... MAIS AVEC DES DIFFÉRENCES SELON LES PROFILS

👉 Avez-vous l'impression que vos habitudes d'achat et de consommation ont changé avec la crise sanitaire ?

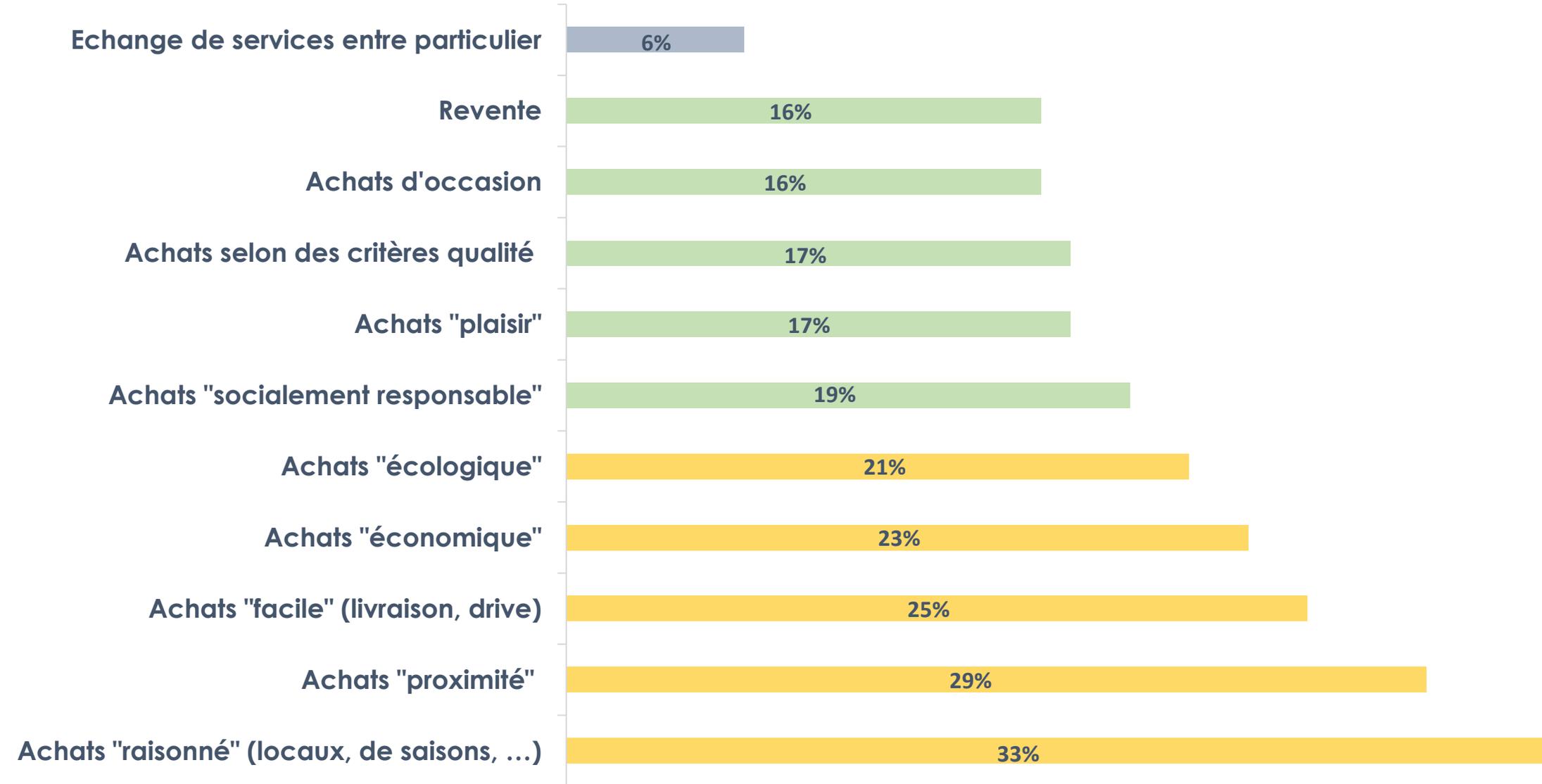
ST
changement
d'habitude

- NSP
- Pas du tout
- pas vraiment
- Un peu
- Beaucoup



Les **30-49 ans** sont ceux qui témoignent en plus forte proportion de changements

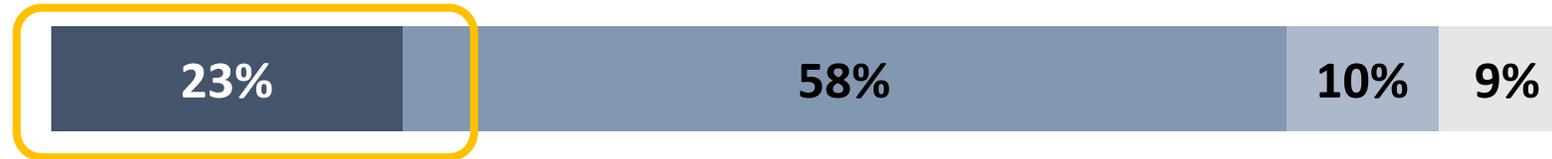
CE QUE LES FRANÇAIS FONT « PLUS QU 'AVANT » LA CRISE SANITAIRE



Source : Analyse Audirep sur un échantillon interrogé par Episto de 521 personnes représentatif de Français de 18 ans et plus

LE PRIX RESTE UN FACTEUR DE CHOIX IMPORTANT ET L'ACCESSIBILITE PROGRESSE BIEN

👉 Vous achetez « économique », des petits prix, des promotions ... ?



👉 Vous achetez « facile », vous vous faites livrer, vous achetez via le drive ?



■ Plus qu'avant ■ Autant qu'avant ■ Moins qu'avant ■ Non concerné(e) / Je ne sais pas

UNE CONSOMMATION ENCORE PLUS RAISONNÉE : PLUS LOCALE, PLUS ÉCOLOGIQUE ET « RESPONSABLE »

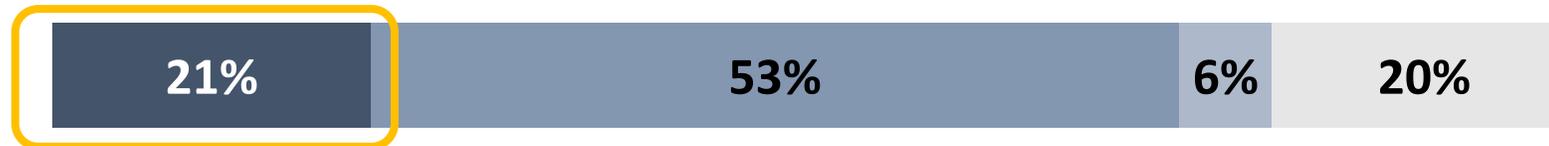
👉 Vous consommez plus « raisonné », des produits locaux, de saison, en moindre quantité ?



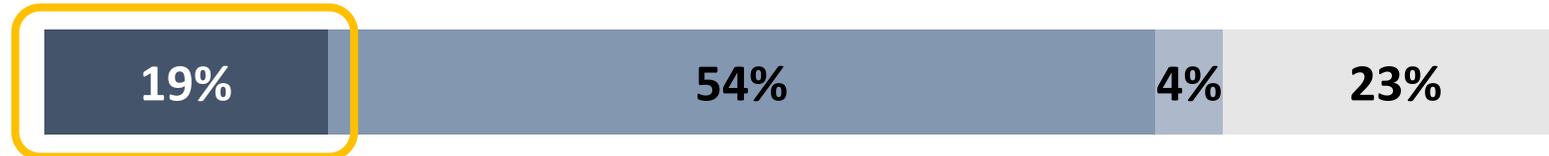
👉 Vous achetez dans les commerces de proximité ?



👉 Vous achetez « écologique » ?



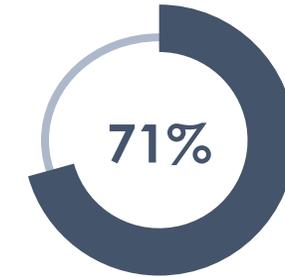
👉 Vous achetez « socialement responsable » ?



■ Plus qu'avant ■ Autant qu'avant ■ Moins qu'avant ■ Non concerné(e) / Je ne sais pas

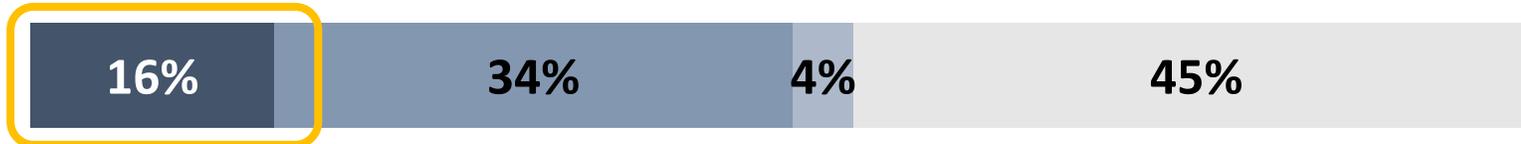
L'OCCASION CONTINUE SON DÉVELOPPEMENT ALORS QUE LES ÉCHANGES ENTRE PARTICULIERS SONT SANS DOUTE FREINÉS PAR LE CONFINEMENT

👉 Vous achetez des produits d'occasion plutôt que neufs ?



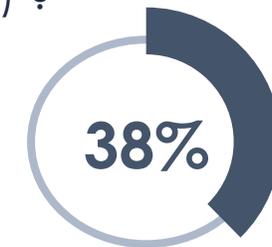
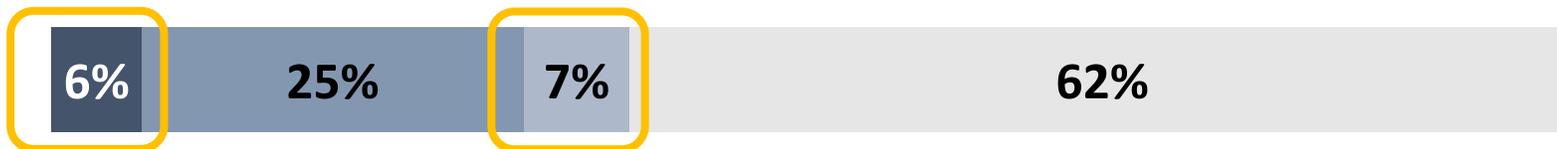
des Français achètent des articles d'occasion

👉 Vous revendez des choses que vous n'utilisez plus ?



des Français revendent des articles usagés dont ils n'ont plus d'usage

👉 Vous privilégiez les échanges de services entre particuliers (bricolage, nettoyage, ...) ?

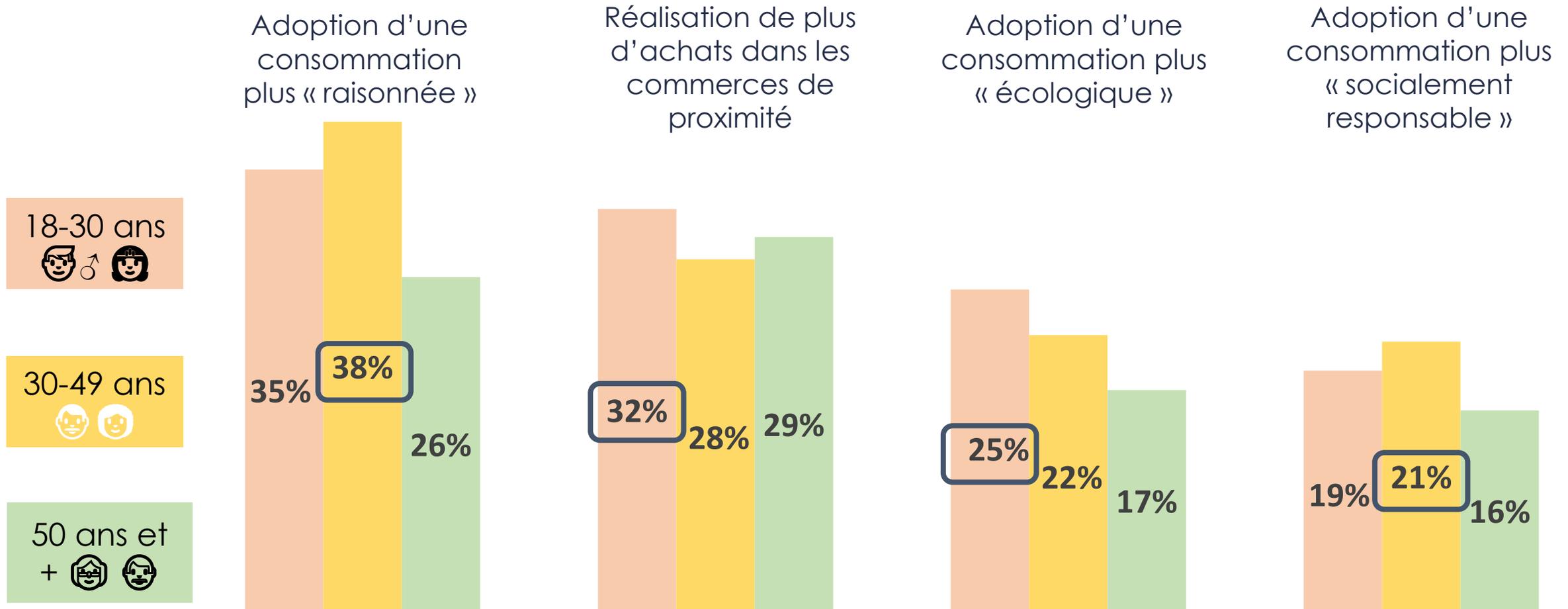


des Français pratiquent du jobbing (échanges de services entre particuliers)

■ Plus qu'avant ■ Autant qu'avant ■ Moins qu'avant ■ Non concerné(e) / Je ne sais pas

UN CHANGEMENT D'HABITUDES PORTÉ PAR LES JEUNES ADULTES (18-49 ANS)

% de personnes qui adoptent ces pratique « plus qu'avant »



VERS UNE ÉCONOMIE PLUS RAISONNÉE ET PLUS « DURABLE »



Depuis quelques années de nouveaux modes de consommation s'installent et la crise sanitaire n'a fait que renforcer ces tendances. Le consommateur est amené à effectuer des choix entre de multiples dimensions, il porte désormais une attention toute particulière sur :

- ✓ **le respect de l'environnement, l'empreinte carbone,**
 - ✓ **la responsabilité sociale,**
 - ✓ **le prix,**
 - ✓ **l'accessibilité des produits,**
- ✓ **Les labels de qualité, labels de provenance,**
 - ✓ **la proximité, ...**

Les nouvelles générations surtout mettent l'accent sur une consommation durable, plus respectueuse de l'environnement, une économie du partage et du recyclage.

Il y a un véritable enjeu pour les marques à trouver leur place dans cette nouvelle économie d'usage, il leur faut nourrir ces nouvelles dimensions que ce soit en terme de produits, de services et de communication.

Contactez-nous!



www.audirep.fr



Didier Caylou
*Directeur du
département
Banque, Finance,
Assurance*



Pierre Doignies
*Directeur du
département
Grande
Consommation,
Transports, Services &
Industrie*