

AlixPartners



Baromètre Inflation

Deuxième édition

Juin 2023




Vue d'ensemble




DATES
Vague 1 : 17 au 28 février
Vague 2 : 17 au 28 mai



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

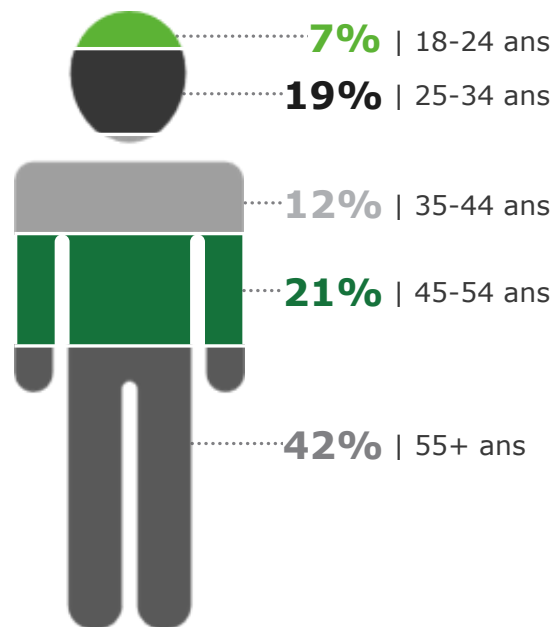


METHODE
Questionnaire en ligne

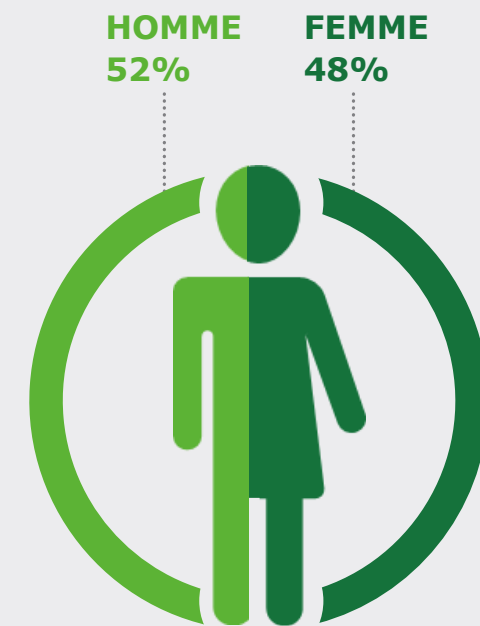


OBJECTIF
Comprendre comment l'augmentation progressive de l'inflation influence les habitudes de consommation

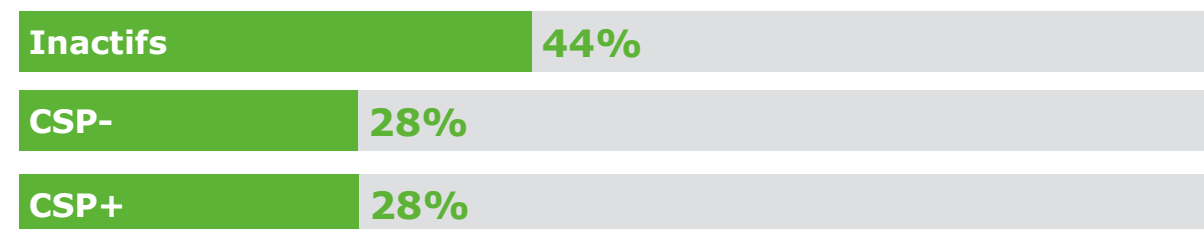
AGE



GENRE



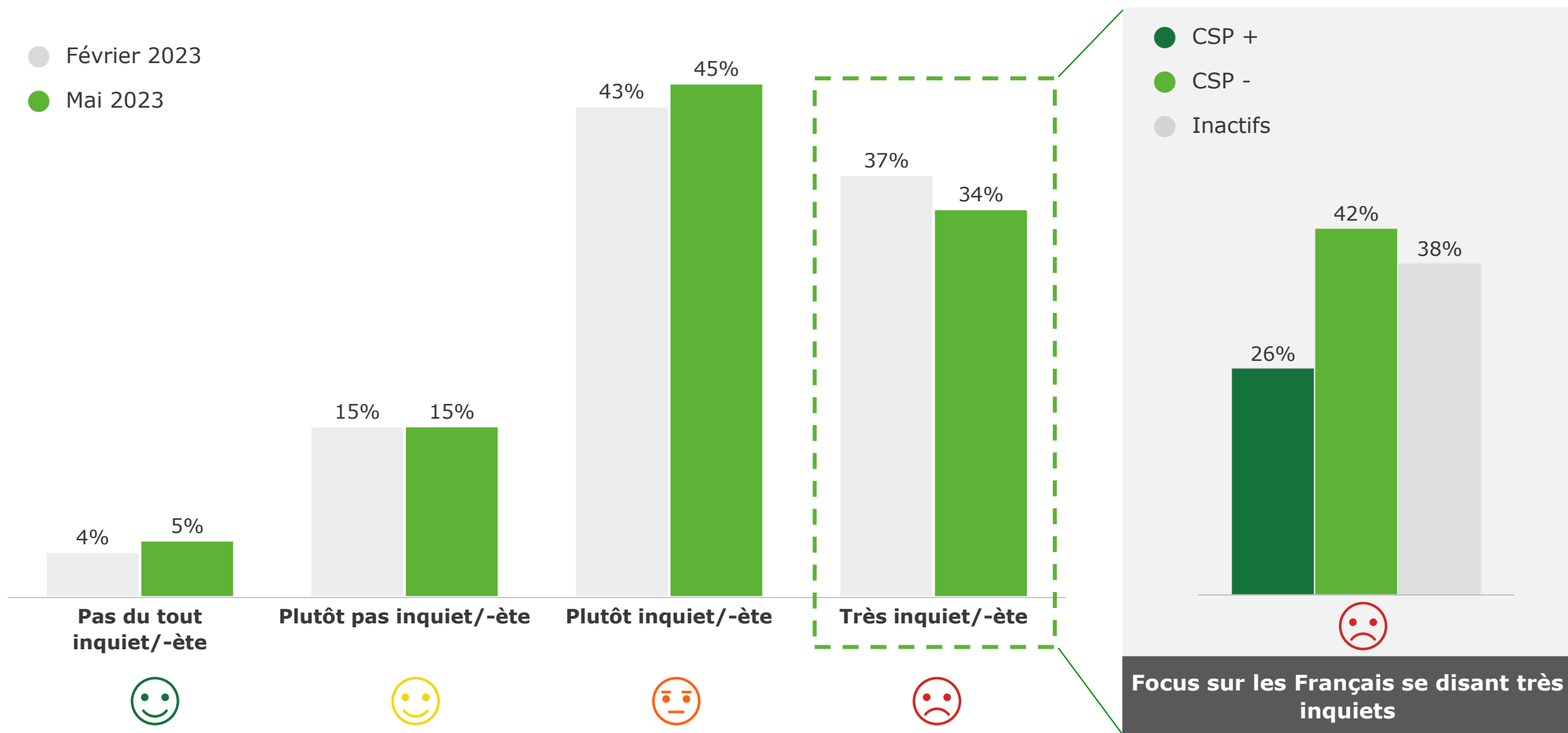
CSP



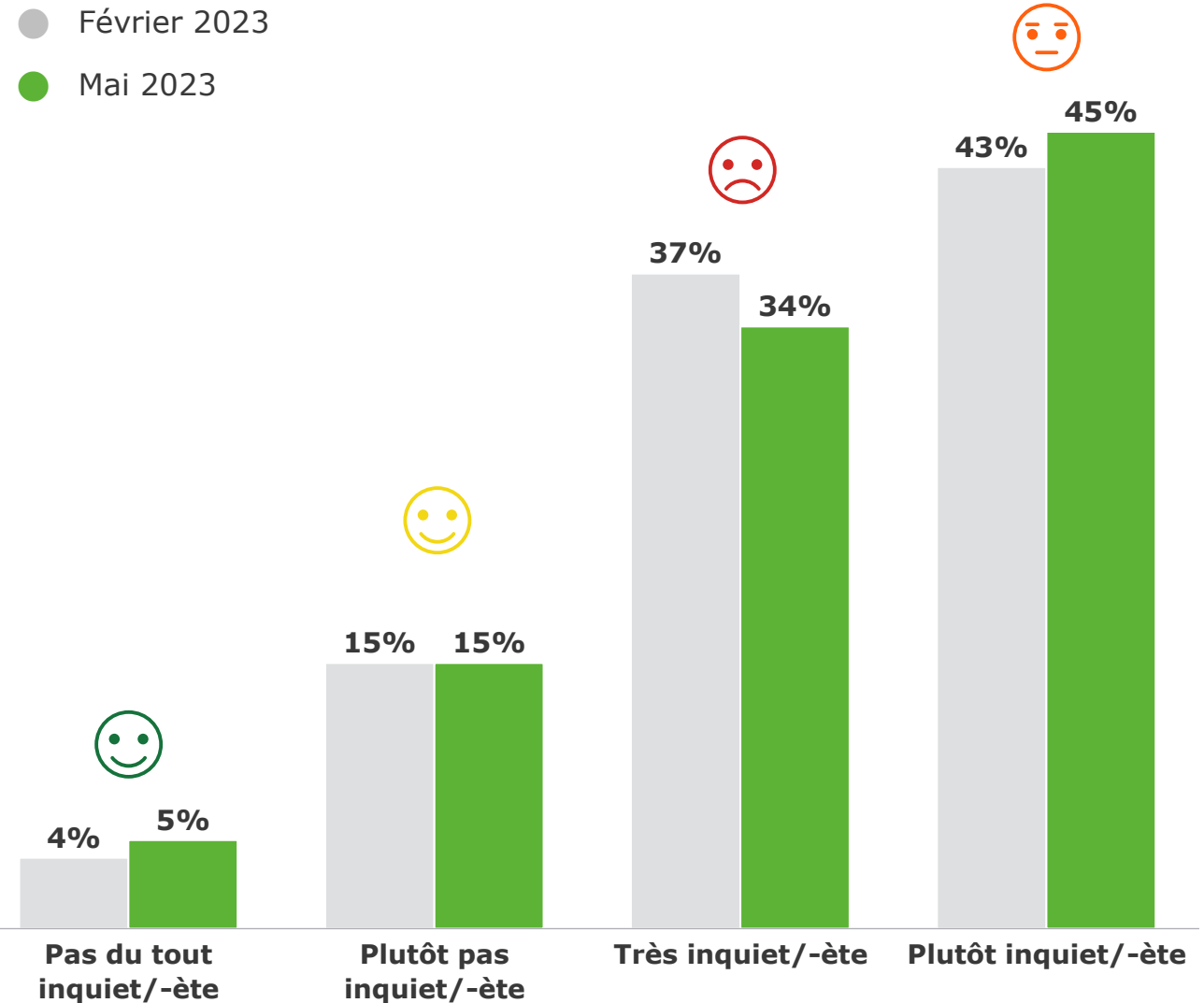
Situation familiale



80% des consommateurs encore inquiets des conséquences de l'inflation, l'ensemble des CSP sont concernées

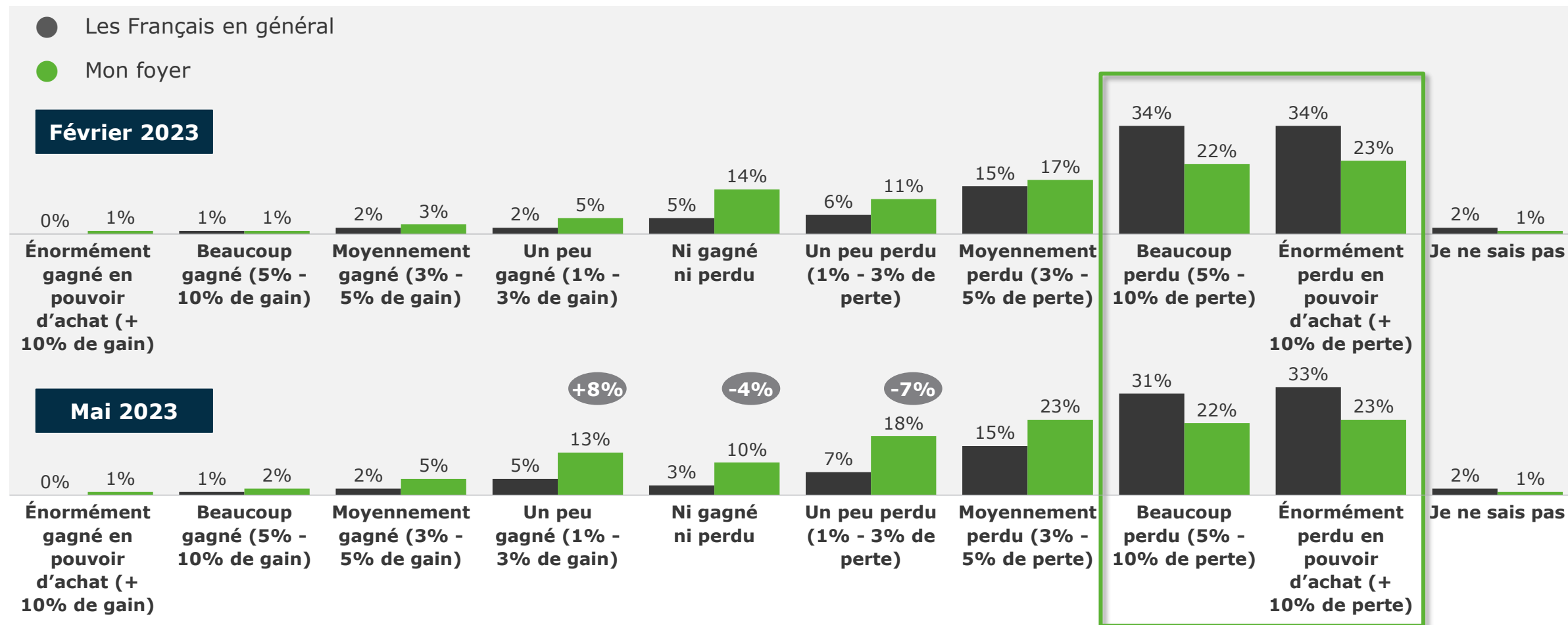


45% des consommateurs « plutôt inquiets » face à l'inflation, en hausse par rapport à février



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

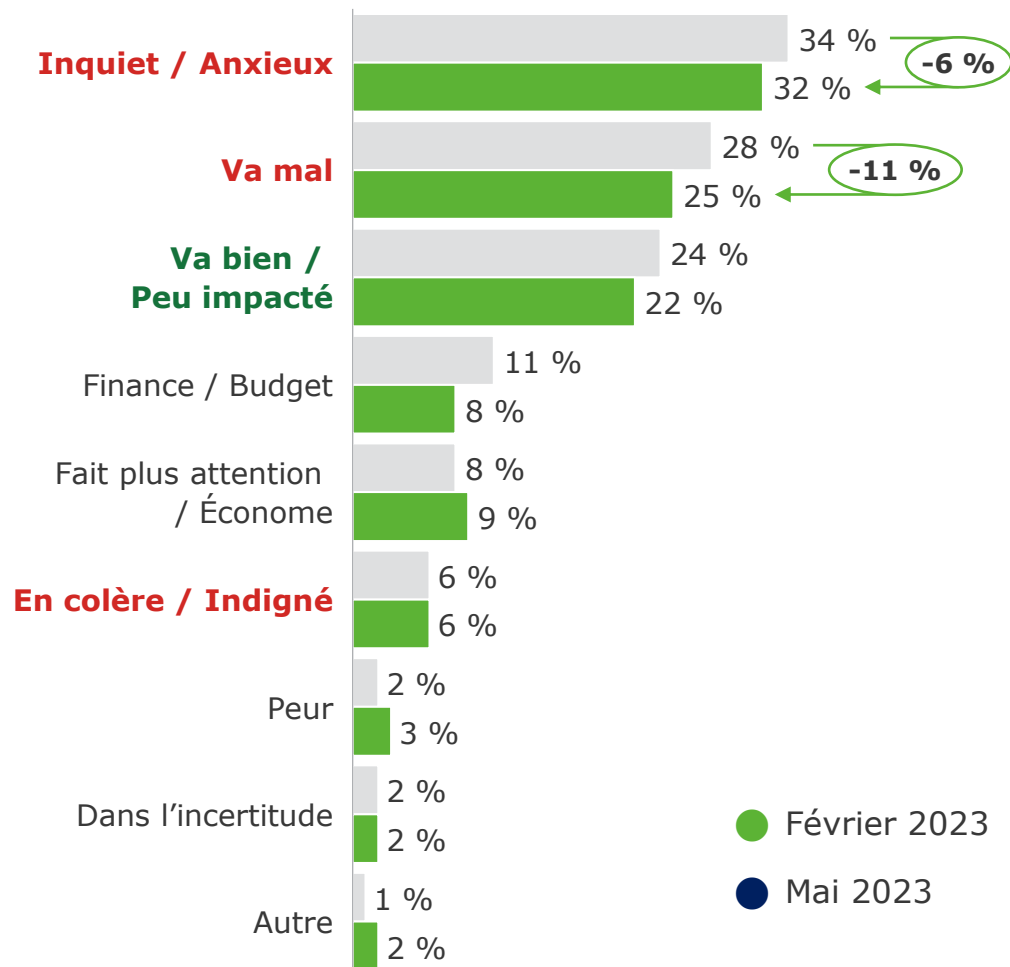
45% des foyers estiment que leur pouvoir d'achat a baissé de 5% minimum sur un an, une proportion stable depuis début 2023



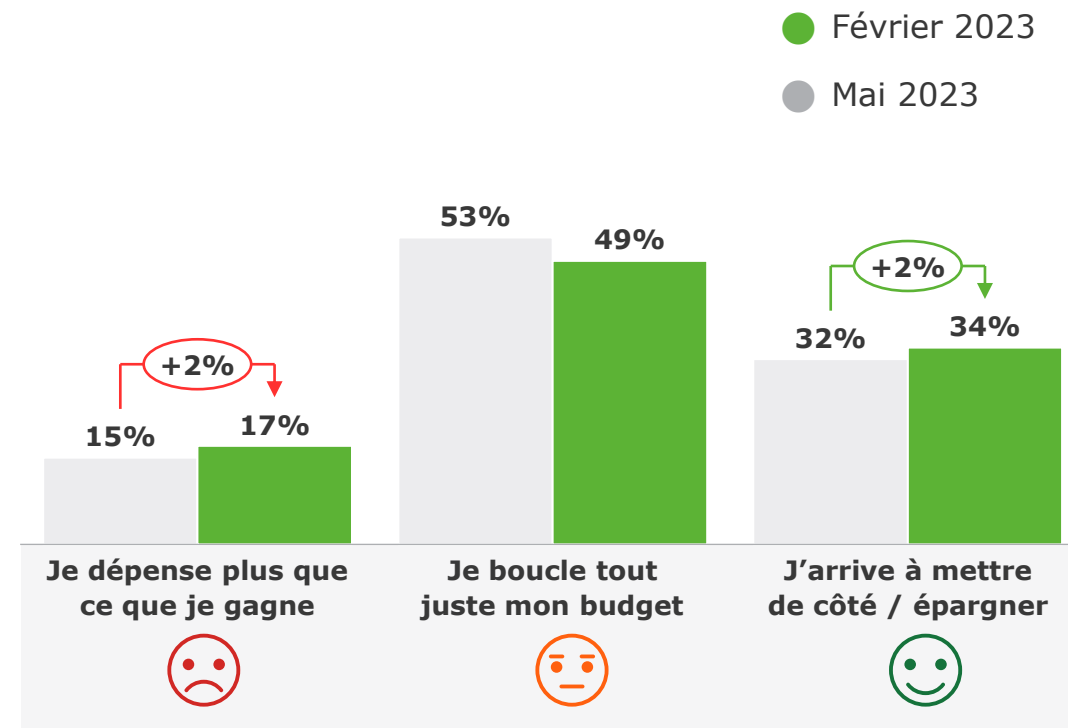
Le pessimisme des français perdure : le sentiment de perte de pouvoir d'achat demeure plus important que sur le foyer. En revanche, les estimations de l'impact sur leur foyer varie : +7% des français estiment avoir perdu ~ 3% de pouvoir d'achats

Les Français s'habituent à l'inflation : ils déclarent moins d'anxiété, malgré une hausse de ceux qui n'arrive pas à boucler les fins de mois

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



Situation financière des français



L'inquiétude ressenties par les Français baisse, mais les inégalités économiques semblent s'accroître.

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

CSP +



« Recentrer mes dépenses »

« Pas plus mal que d'habitude »

« Consommer autrement. »

« Moins d'achats superflus »



« Inquiet pour la suite »

« Soucieux »

« Je ressens un manque »

« Je mange moins »

« Frileux »

« Faire plus attention qu'avant »

« Je ne peux rien dépenser ou épargner »

CSP -

« Dans le rouge »

« En difficulté »



« Privation »

« **Enervé** »

« Trop cher »

« Déprimé »

« **On subit** »

« **Nous savons pas où nous allons** »

« Inquiet »

« Très mal »

« **Manger qu'une fois par jour** »



« Je ne peux plus me chauffer »

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

Février 2023

Mai 2023

Inactifs

« **Je le vis mal** »

« **Angoissé** » « Je crains le pire »

« **Acheter bas de gamme** »

« Faire attention à tout »



»

« Le monde va mal »

« **Déprimée, sans avenir** »

« Triste »

« **Plus possible de se projeter au mois prochain** »

« Je saute un repas »

« Chaque centime compte »

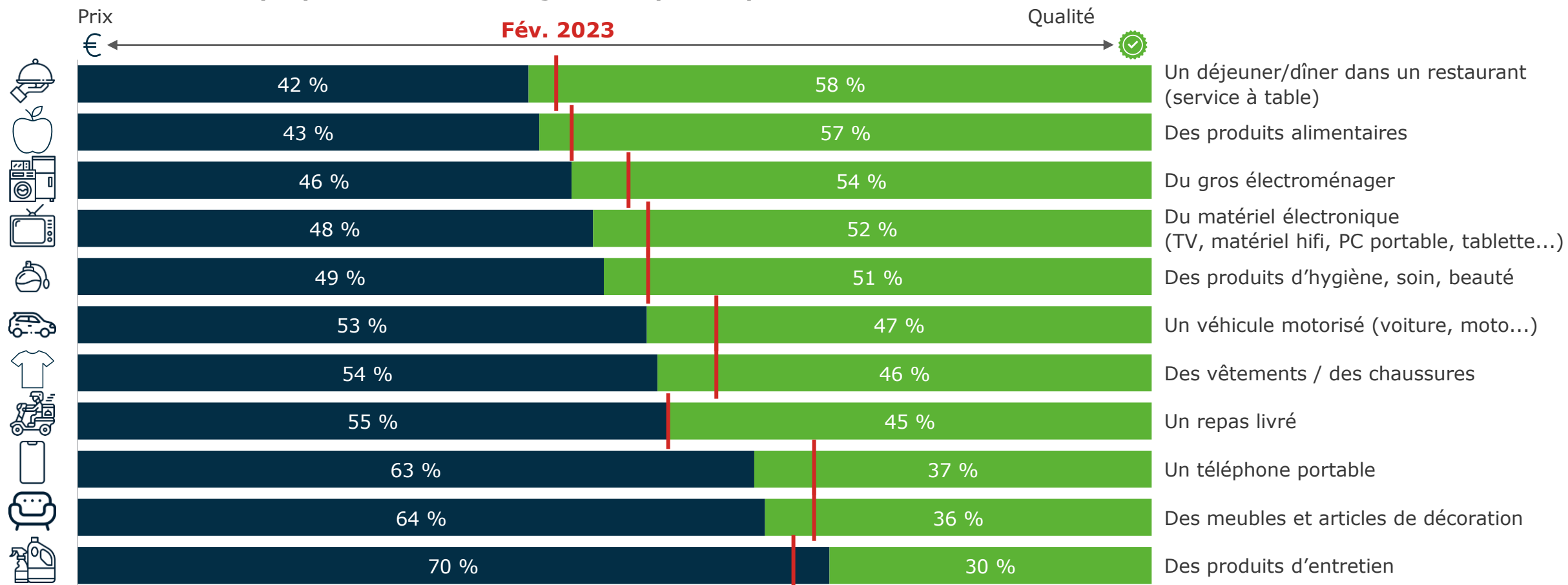


potloc

AlixPartners

Les consommateurs accordent de plus en plus d'importance à la qualité des produits achetés

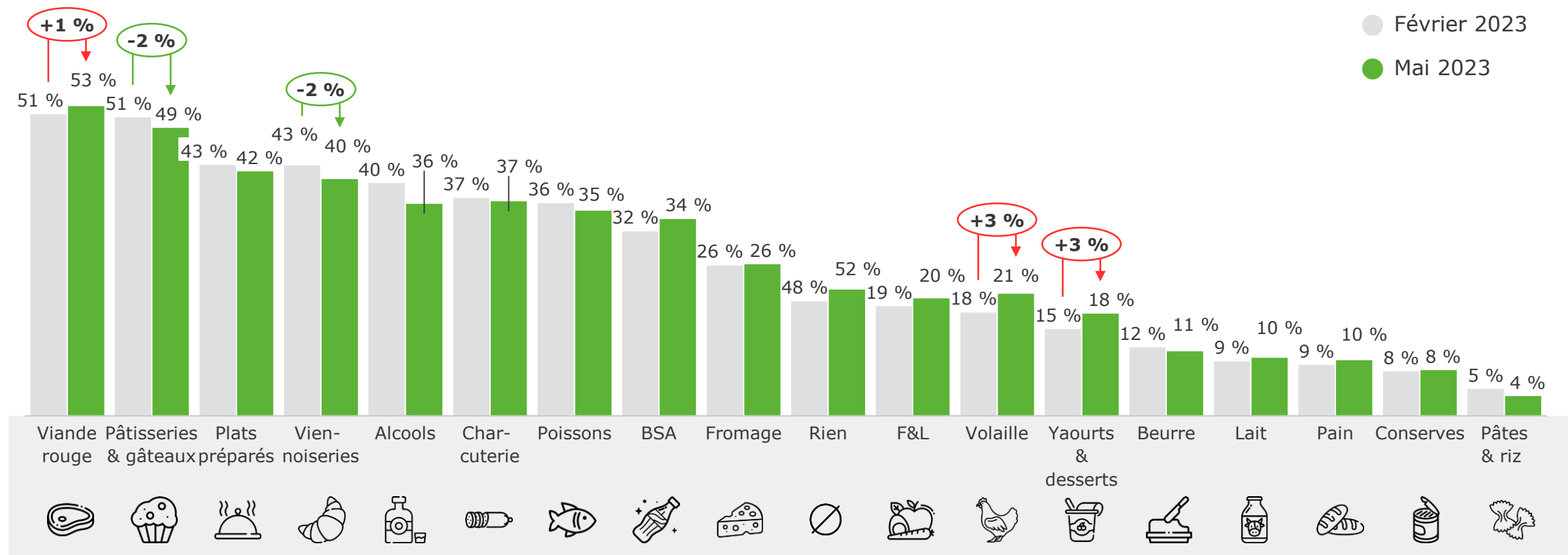
Le contexte économique pousse à des arbitrages entre prix et qualité ...



Comme en février 2023, les consommateurs sont particulièrement vigilants à la qualité des produits alimentaires, cependant l'attention semble plus forte sur les produits non alimentaires.

Les arbitrages sont plus que jamais d'actualité : les viandes et produits plaisirs sont encore plus pénalisés

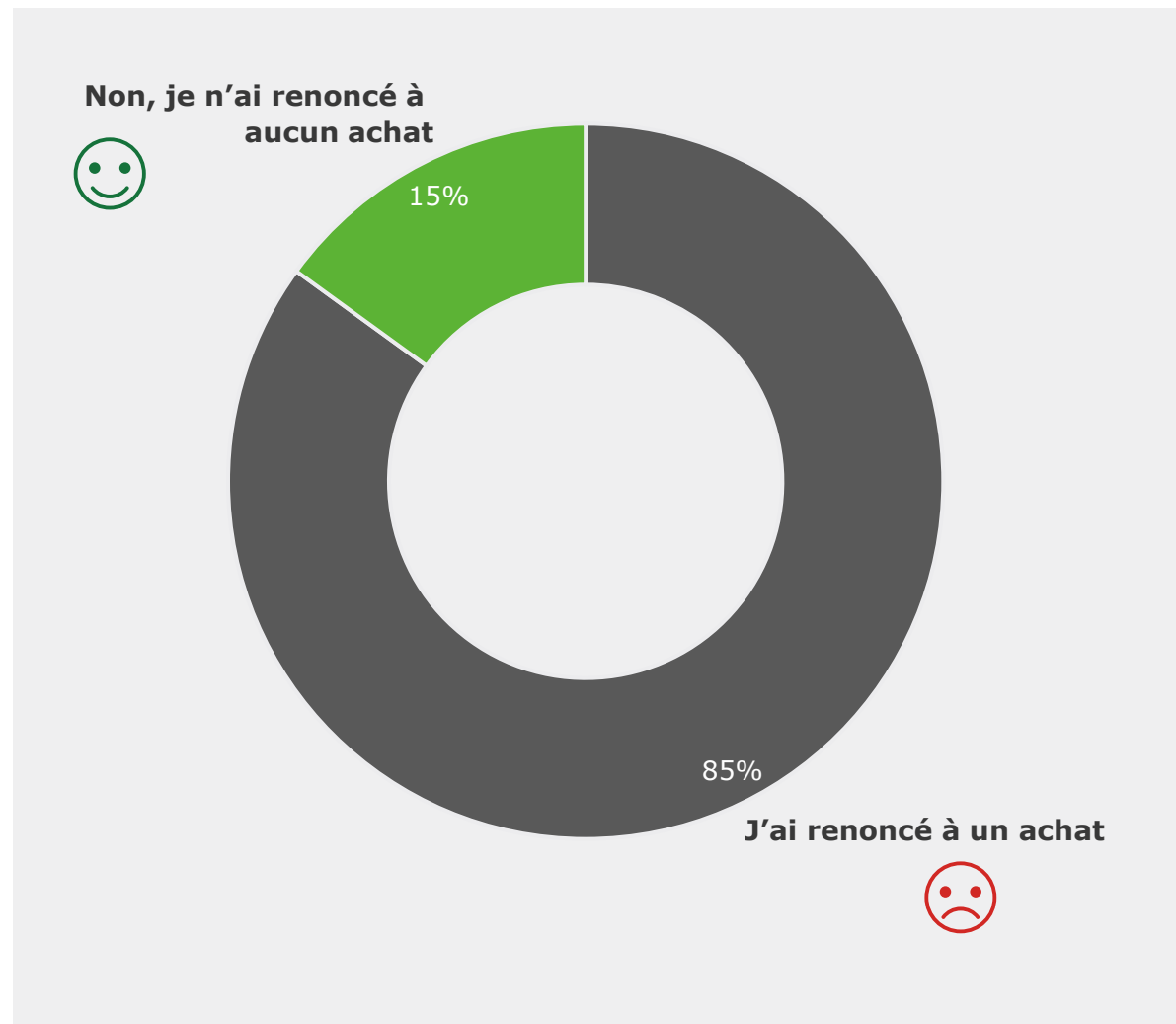
Pour des raisons économiques, au cours des 6 derniers mois, j'ai diminué ma consommation de...



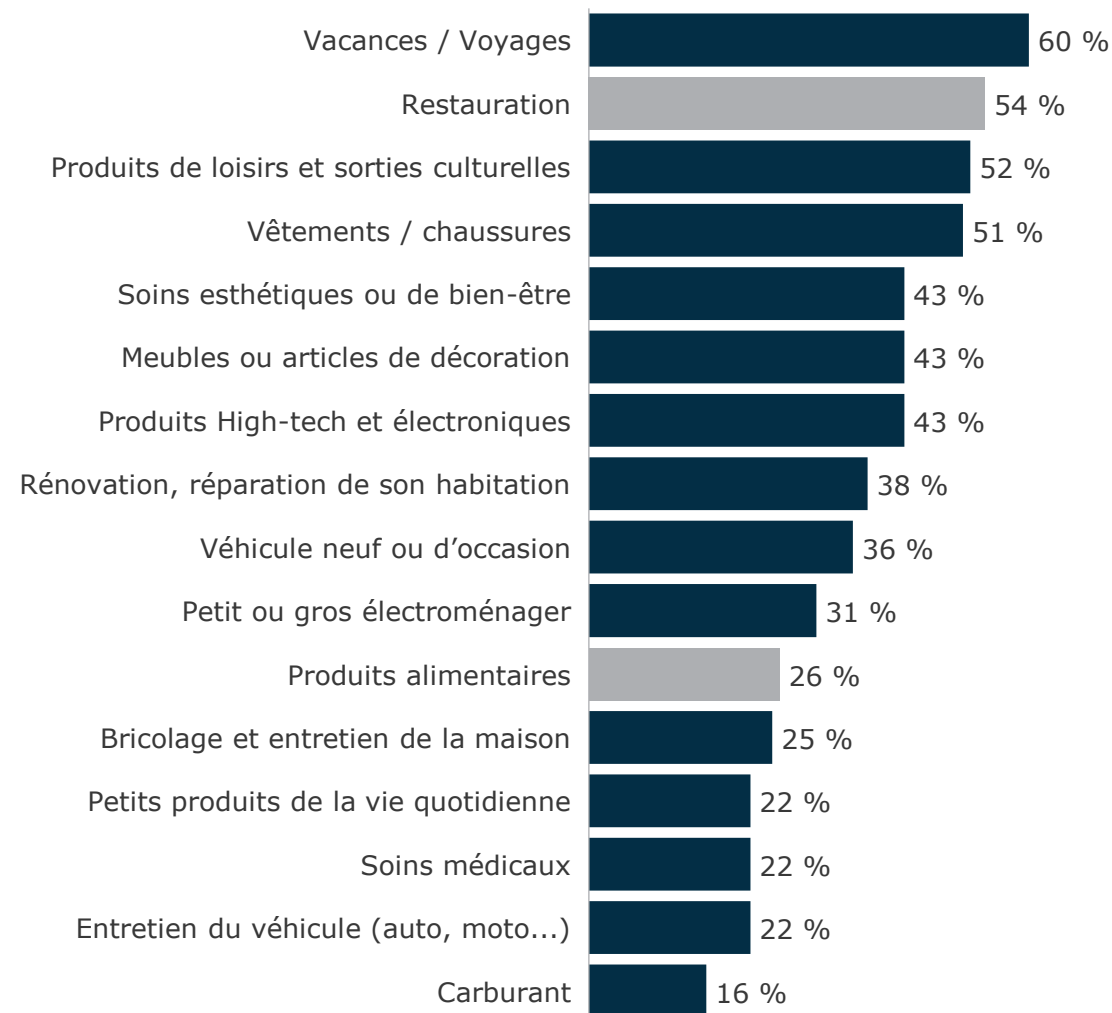
Plus de 50% des français affirment à nouveau avoir été contraints de réduire leur consommation de viande rouge et de pâtisseries, la volaille et les produits laitiers qui semblaient bien résister sont en augmentation

85% des consommateurs ont renoncé à un achat dans les 12 derniers mois, particulièrement sur les sorties et les voyages

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



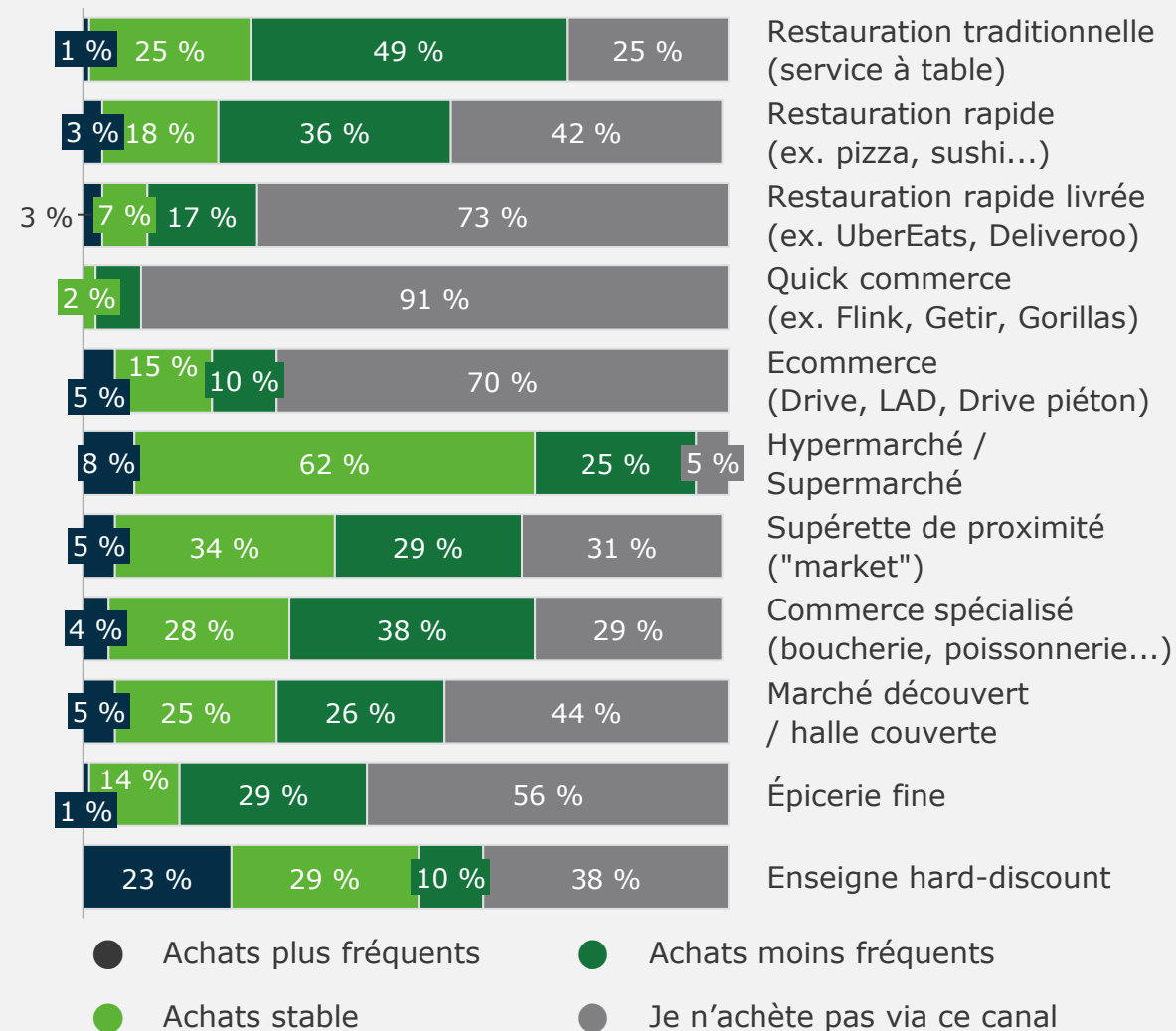
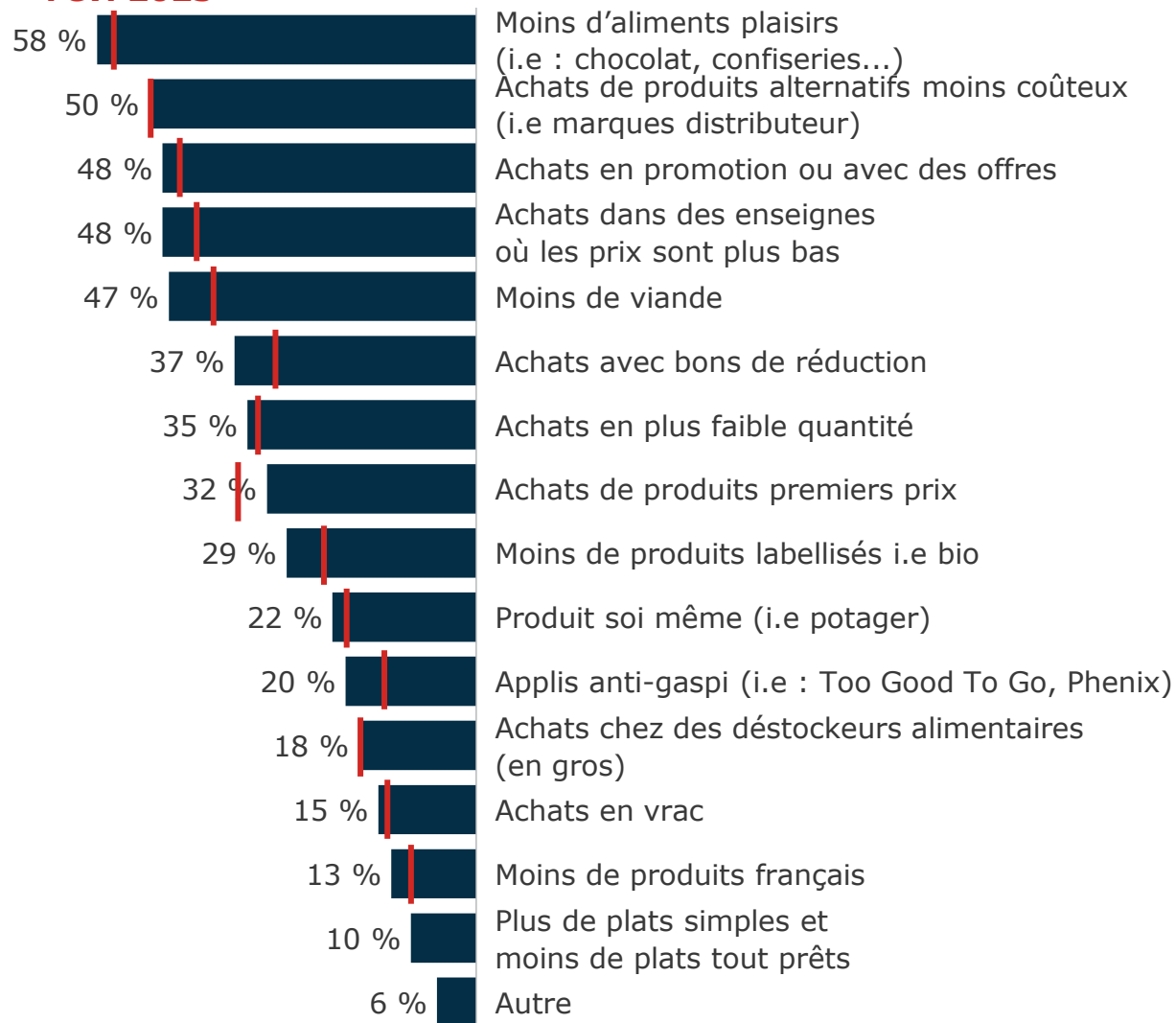
... sur diverses catégories de produits, surtout Non Alimentaires



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

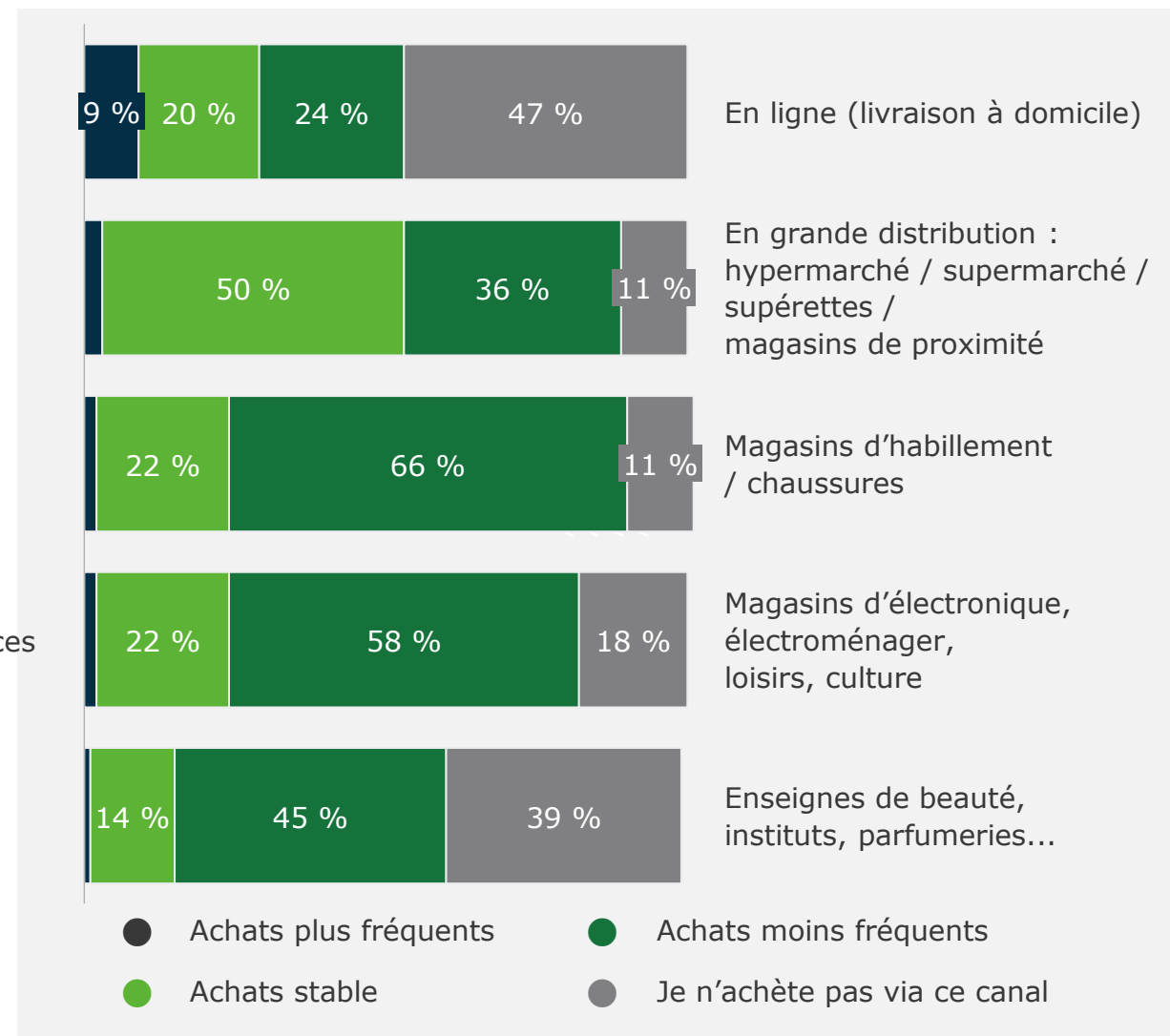
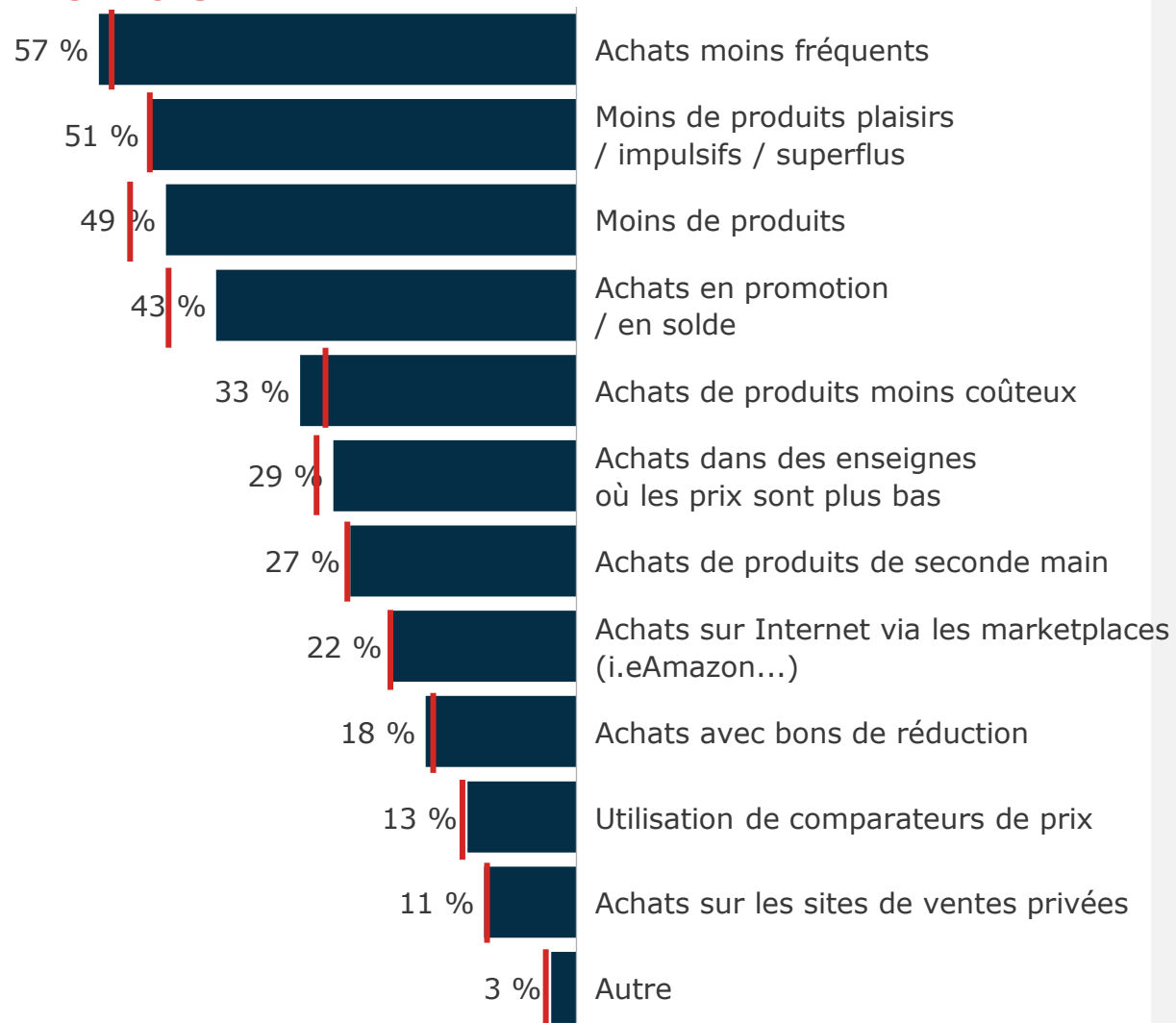
Alimentaire : privations et changement d'enseigne pour réduire la facture alimentaire, forte progression des promotions et des applis « anti gaspi »

Fév. 2023

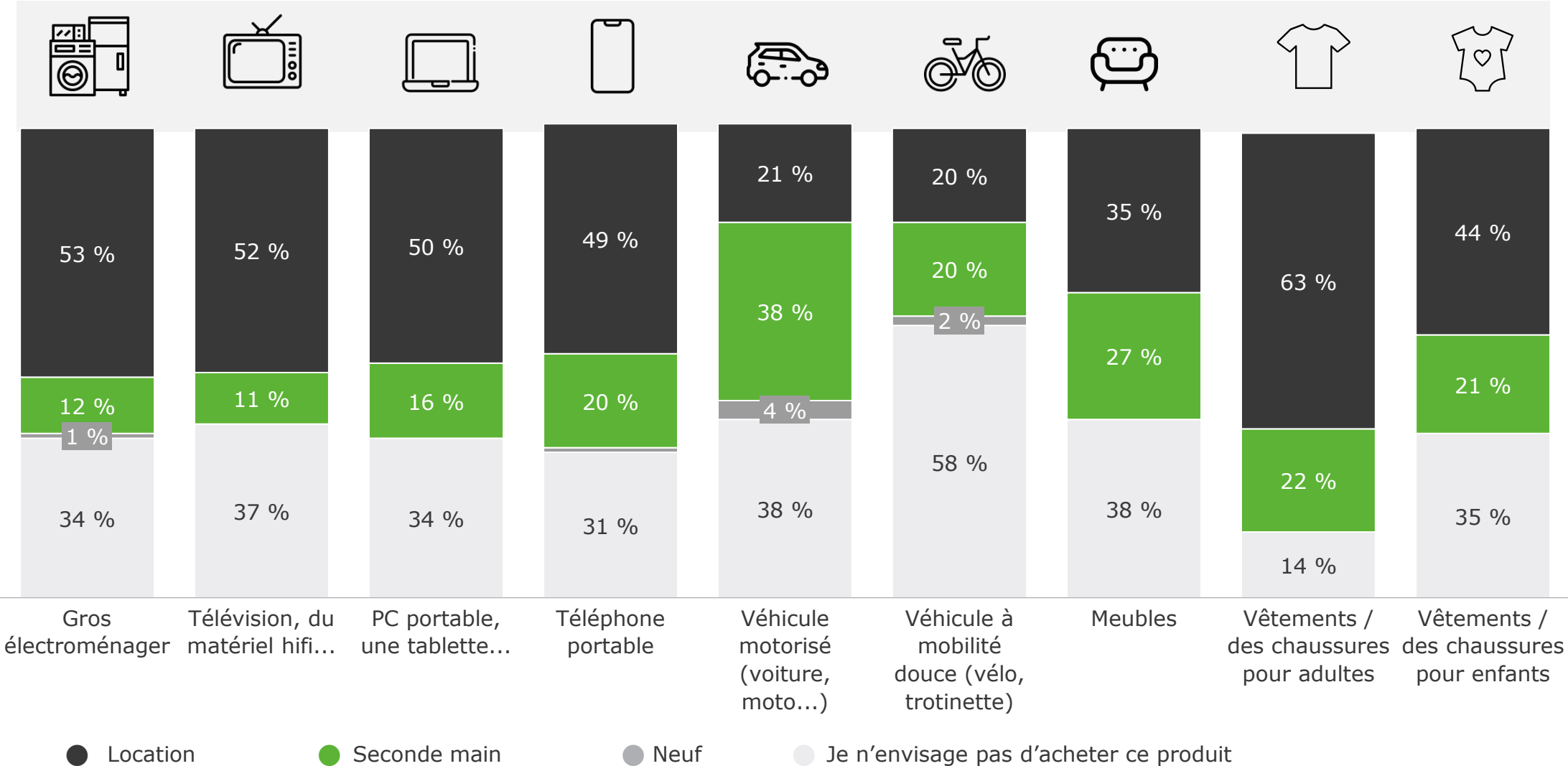


Non alimentaire : acheter moins souvent et moins cher pour réduire les dépenses d'équipement

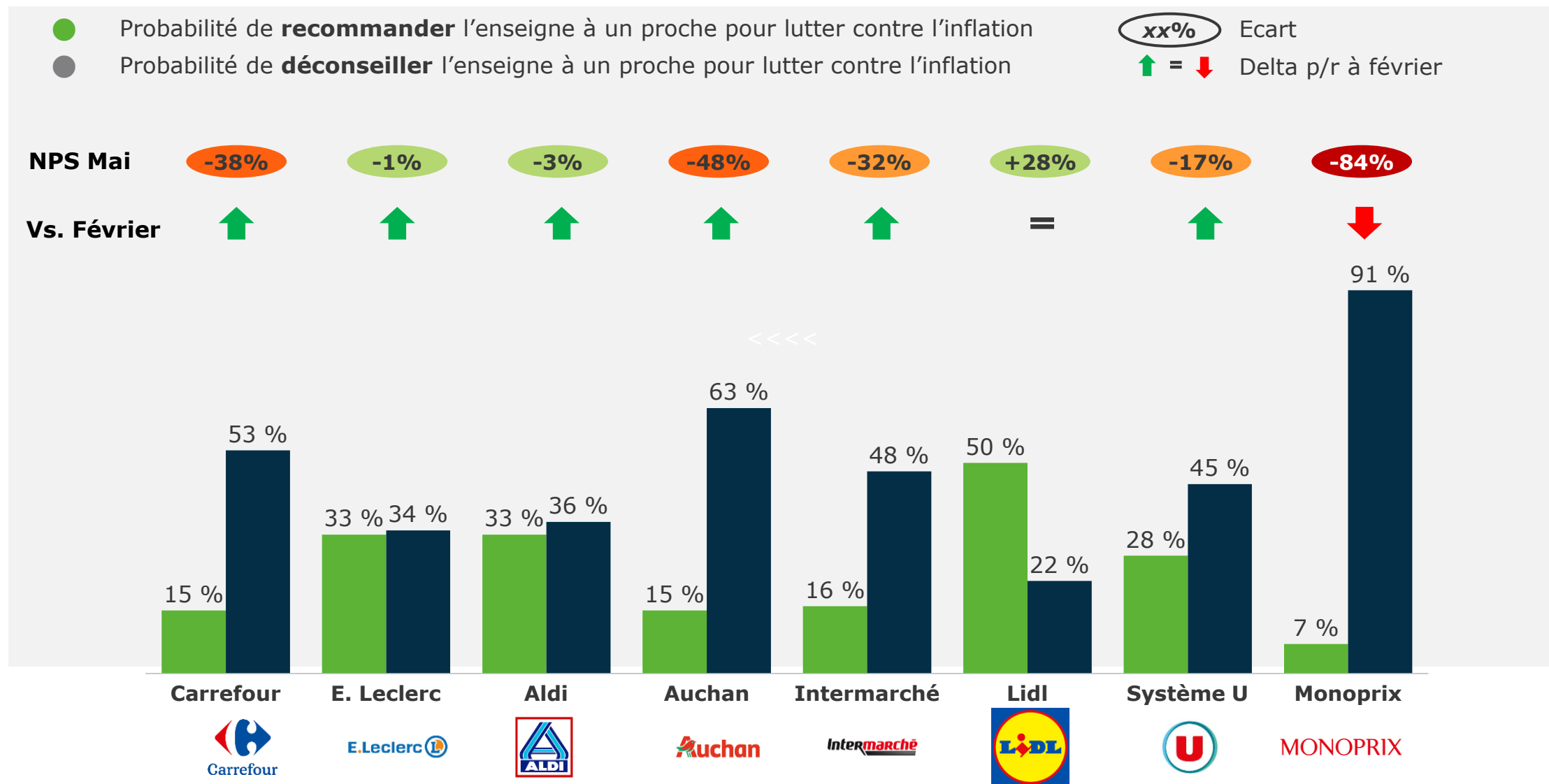
Fév. 2023



La seconde main devient un mode d'achat privilégié du non alimentaire, mobilité, high tech, ameublement et habillage en tête



Lidl, Aldi et Leclerc sont les trois enseignes les plus recommandées par les consommateurs pour lutter 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 ?

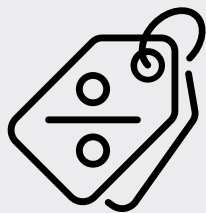
L'inquiétude face à l'inflation semble légèrement s'atténuer Les consommateurs continuent d'adapter leurs consommation



Un niveau **d'inquiétude toujours fort** mais qui semble d'améliorer, la **qualité** redevient un critère de choix pour le non-alimentaire



70% des foyers estiment encore **avoir perdu du pouvoir d'achats** dans la dernière année, des **inégalités** qui semblent se creuser au sein des catégories socio-professionnelles



La privation d'aliments « plaisir » ainsi que le changement de modes de consommation continuent d'être les leviers les plus utilisés par les consommateurs pour réduire leur facture alimentaire



85% des français estiment avoir dû **renoncer à un achat** dans l'année, dont **60%** disent avoir réduits leur **budget vacances** et loisirs

AlixPartners

Merci de votre attention

Pour plus d'information :

- Olivier Salomon
- Emilie Dubuc
- Louise Maarek

