



Sophie RENAUD, Directrice des études, 366
Dominique LEVY, Founder, George^s

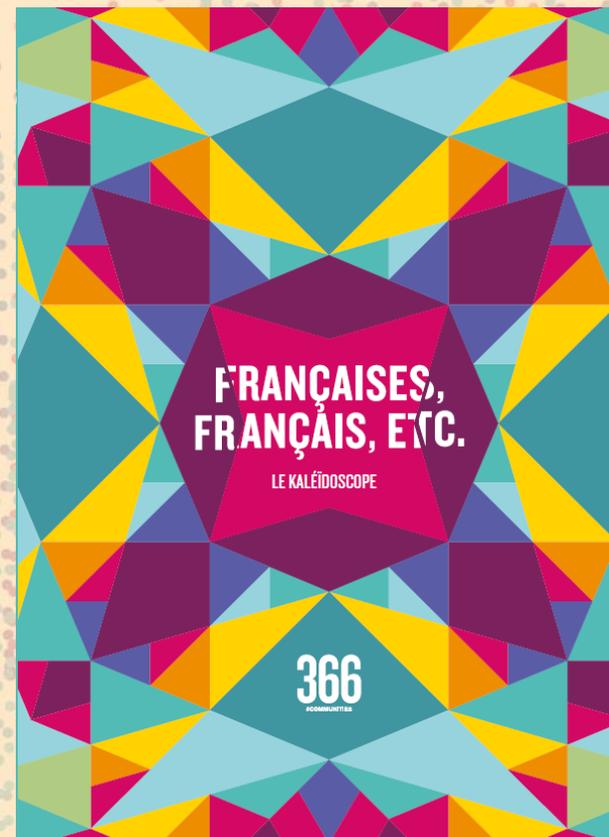
**INFLATION : COMMENT LES FRANÇAIS
RÉINVENTENT LA CONSOMMATION ?**

366
#COMMUNITIES

George^s

366

- Expertise consommation / sociologie avec « Françaises, Français, etc. » : 6 opus parus depuis 2012
 - **Quelle anticipation des crises actuelles, et surtout des modes d'adaptation des Français ?**
- Panel propriétaire représentatif 18+ composé de 60,000 internautes
 - **Etude réalisée début juillet auprès de 1000 familles françaises (RDA avec au moins un enfant**
 - **Comprendre et décrypter ce que l'inflation change dans la conso... et le retail.**



40 20

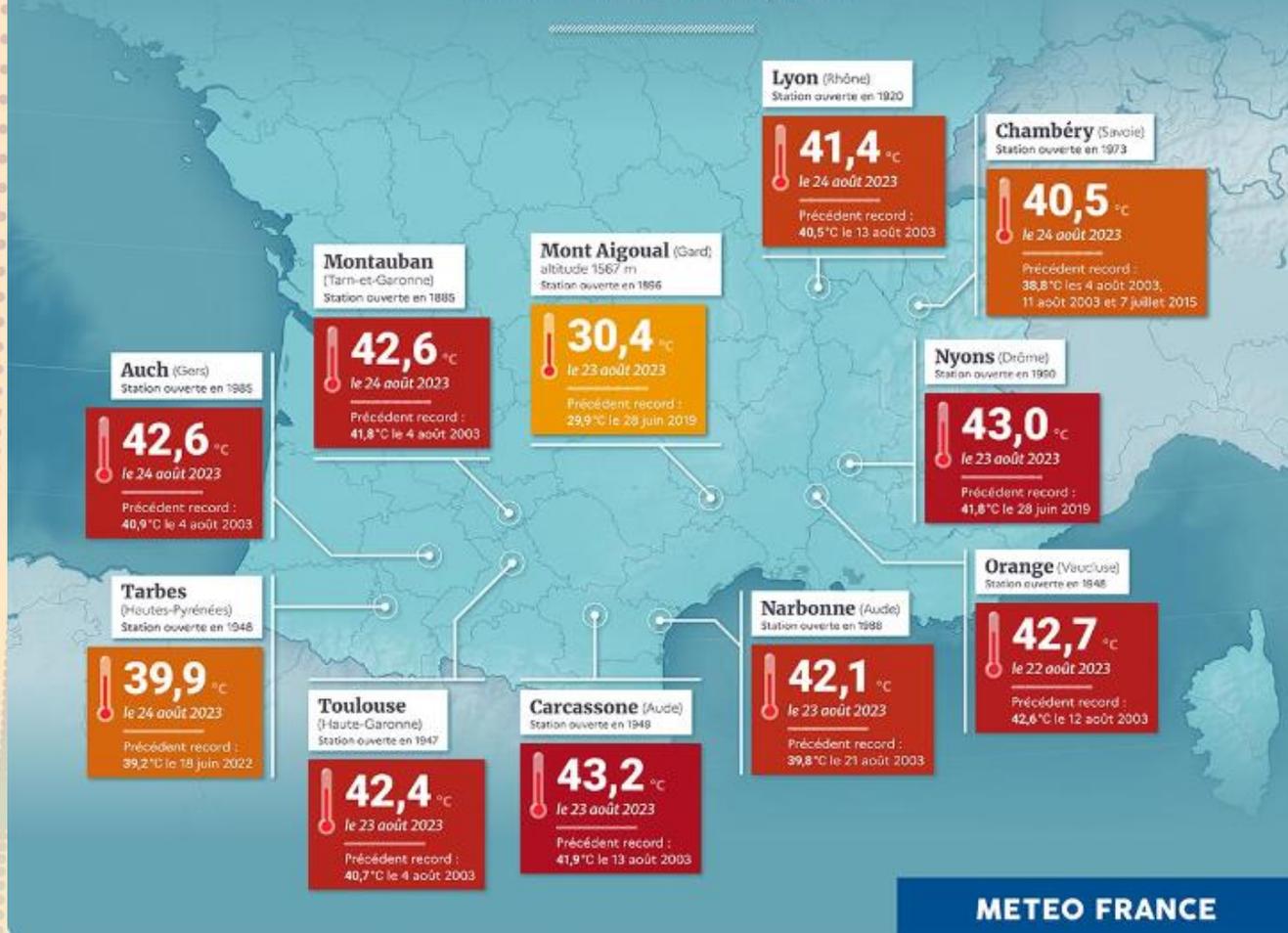
366
#COMMUNITIES

George^s

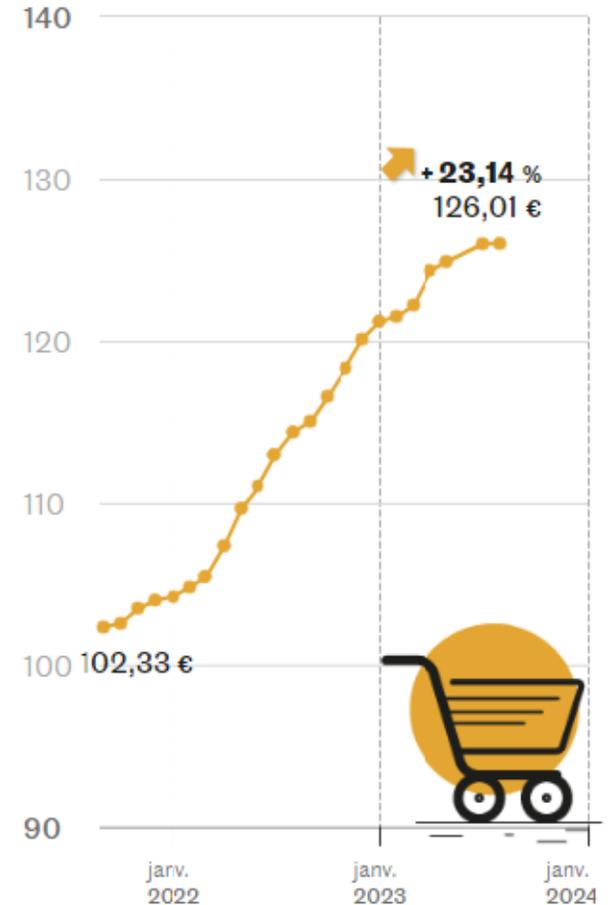
40° 20%

RECORDS ABSOLUS DE TEMPÉRATURE MAXIMALE

relevées au cours de l'épisode



Prix pour un **chariot type** composé de 38 produits, en euros, de septembre 2021 à août 2023



Zoom arrière
L'inflation : pas un coup de tonnerre
dans un ciel serein



Une tempête parfaite.

**Gilets
jaunes**

**CoVid et
confinements**

**Crise
climatique**



**Un changement de statut de la
consommation et de «*stratégies de
construction du caddie*» .**

(Michel Edouard Leclerc)

**En filigrane
Une recherche de
rééquilibrage
systémique, de
redéfinition des
priorités et des
aspirations.**



Rapport au temps



Rapport à l'argent



Rapport au travail



Rapport à soi



Rapport aux autres

« Travailler moins, consommer moins, vivre mieux »

Un impact massif et quotidien

98%

Ressentent la hausse des prix

93%

Comptent à moins de 10€ près

88%

Associent « consommation et inquiétude »

58%

Pensent que le plus dur est devant nous.

”

Moins consommer en extérieur, moins consommer d'argent.

Les prix ont augmenté, c'est vraiment affolant (...), il y a des choix à faire au niveau alimentaire, il y a des choses que l'on n'achète plus,

Une adaptation générale, consciente et « satisfaisante »

78%

**des foyers ont changé
leur manière de
consommer**

68%

**ont trouvé des moyens
pour tirer le maximum
de leurs ressources**

”

Pour l'instant, on y arrive. J'espère continuer comme ça. Je m'en sors

Si je continue comme je fais maintenant, mes courses avec des bons de réduction(...) je vois plutôt bien les jours à venir, bien que tout ait augmenté, j'arrive à de sacrées différences de prix.

Les moyens



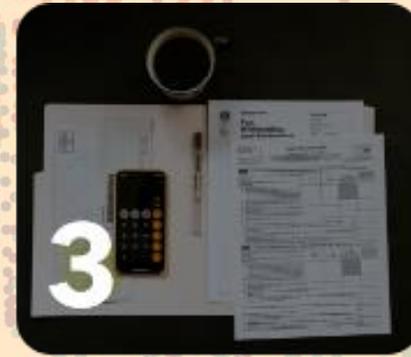
1
ARBITRAGE

**Arbitrages et
nouveaux
repères**



2
PRIVATION

Privations



3
OPTIMISATION

**Contrôle
Optimisation**



4
RATIONALISATION

**Anticipation,
Rationalisation,
La nouvelle
économie
domestique**

Beaucoup d'efforts

93%

des répondants ont le sentiment de « faire des efforts »

45%

ont le sentiment de « faire beaucoup d'efforts »

”

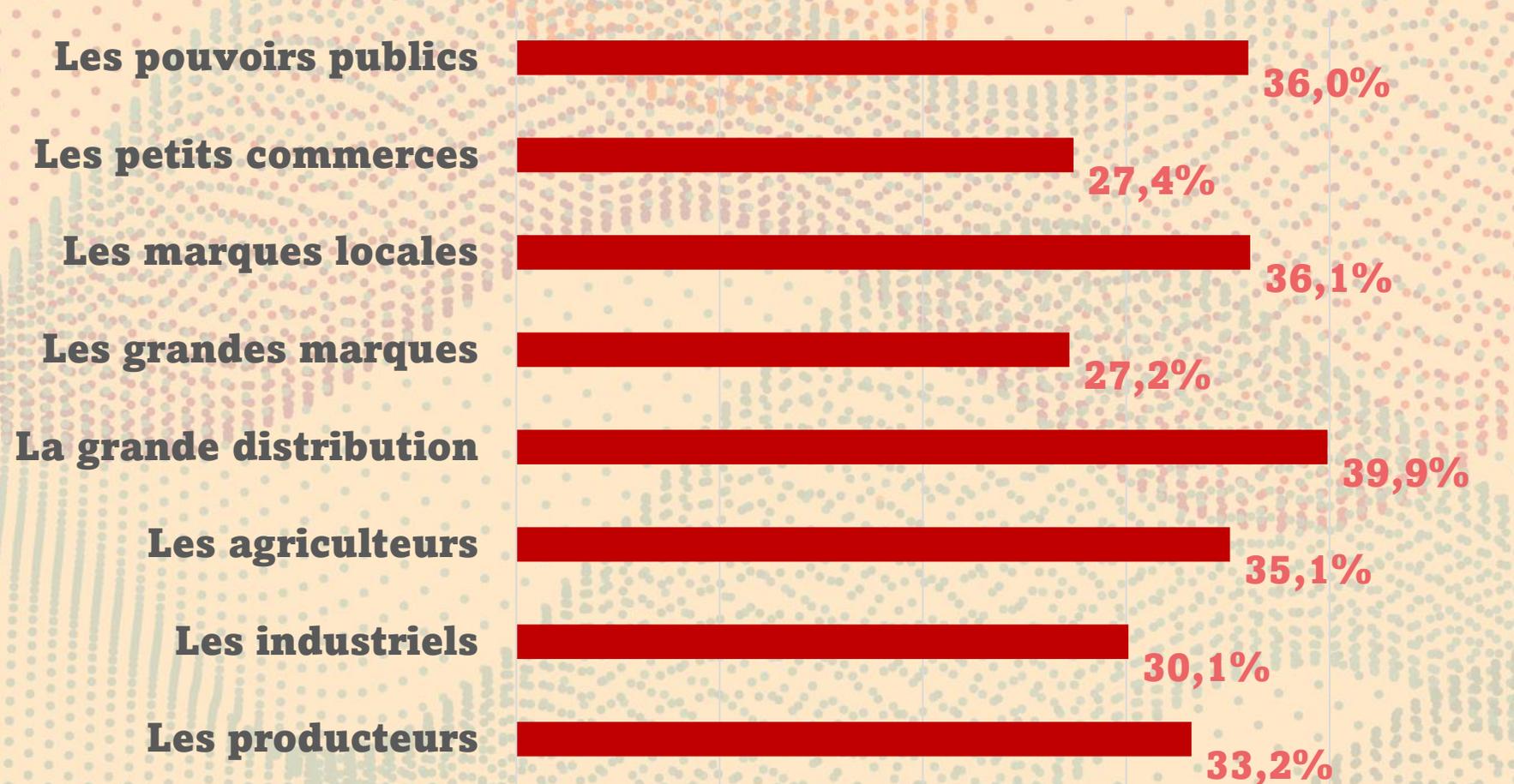
On compte, on recompte, on cherche des solutions

Le dimanche matin, j'étale tous les prospectus, je regarde les promotions, les coupons (...) et je fais mon plan de bataille pour la semaine

Le poisson frais, c'est plus possible. On est passés au thon en boîte.

Le rôle particulier des distributeurs ?

Qui aide les consommateurs face à l'inflation ?

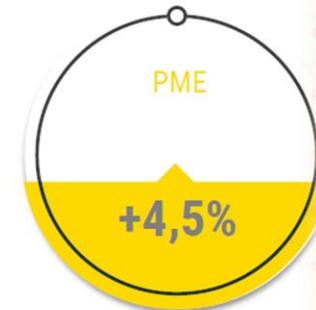


Le rôle particulier des distributeurs ?

Détail MN / MDD total PGC FLS – cumul courant –

CC P07 2023
Evol. CA - Tous circuits
Total PGC FLS

MARQUES NATIONALES



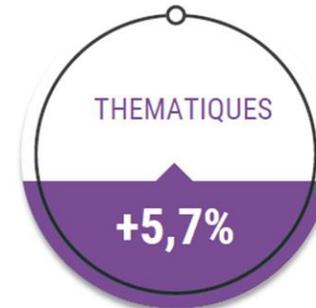
Evol Vol.

-8,1%

-5,8%

-6,0%

MARQUES DE DISTRIBUTEURS



Evol Vol.

+0,2%

-8,7%

+14,2%

Circana, Inc. and Circana Group, L.P. | Proprietary

Tensions et besoins nouveaux



Faire ensemble

COLLECTIF



Faire ce qu'on peut

TEMPS COURT

TEMPS LONG



Fin du mois : faire face

INDIVIDU



Faire quand même ?

Pourquoi ça va durer... des tendances qui précèdent (et rejoignent) l'inflation

- Consommer moins, c'est bien !
 - **Sobriété, satiété, réutilisation, durabilité...**
- Consommer alternatif c'est économique !
 - **Circuits courts, local, troc, « vides-jardins »...**
- Consommer citoyen c'est vertueux !
- **Attention aux promesses RSE réalistes, humbles et cohérentes**
- Consommer intense comme Epicure !
 - **Cheat... Binge... Shoot... Drop... !**





Sophie RENAUD, Directrice des études, 366
Dominique LEVY, Founder, George^s

Présentations des études sur demande auprès de 366.

366
#COMMUNITIES

George^s