

Une étude



pour



Pouvoir d'achat et adaptations

En période de tensions économiques, comment les consommateurs français s'adaptent-ils ?

Juin 2022

Jean-Daniel Lévy, Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion
Morgane Hauser, Directrice d'études au Département Politique – Opinion
Rosalie Ollivier, Chargée d'études au Département Politique – Opinion



Sommaire

Méthodologie d'enquête	P.3
Face à un pouvoir d'achat perçu comme en forte baisse...	P.6
... quelles stratégies budgétaires les Français adoptent-ils ?	P.15
Et quels comportements d'achats privilégient-ils pour faire de « bonnes affaires » ?	P.22

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** les **6 et 7 juin** 2022.



Échantillon de **1 013** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle** et région de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés

- ❖ Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- ❖ Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.
- ❖ Dans le cadre de ce rapport, nous distinguons 3 tranches de revenus :
 - Revenus faibles* : revenus mensuels nets du foyer inférieurs à 2 000 €
 - Revenus moyens* : revenus mensuels nets du foyer compris entre 2 000€ et 4 000 €
 - Revenus élevés* : revenus mensuels nets du foyer supérieurs à 4 000 €

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

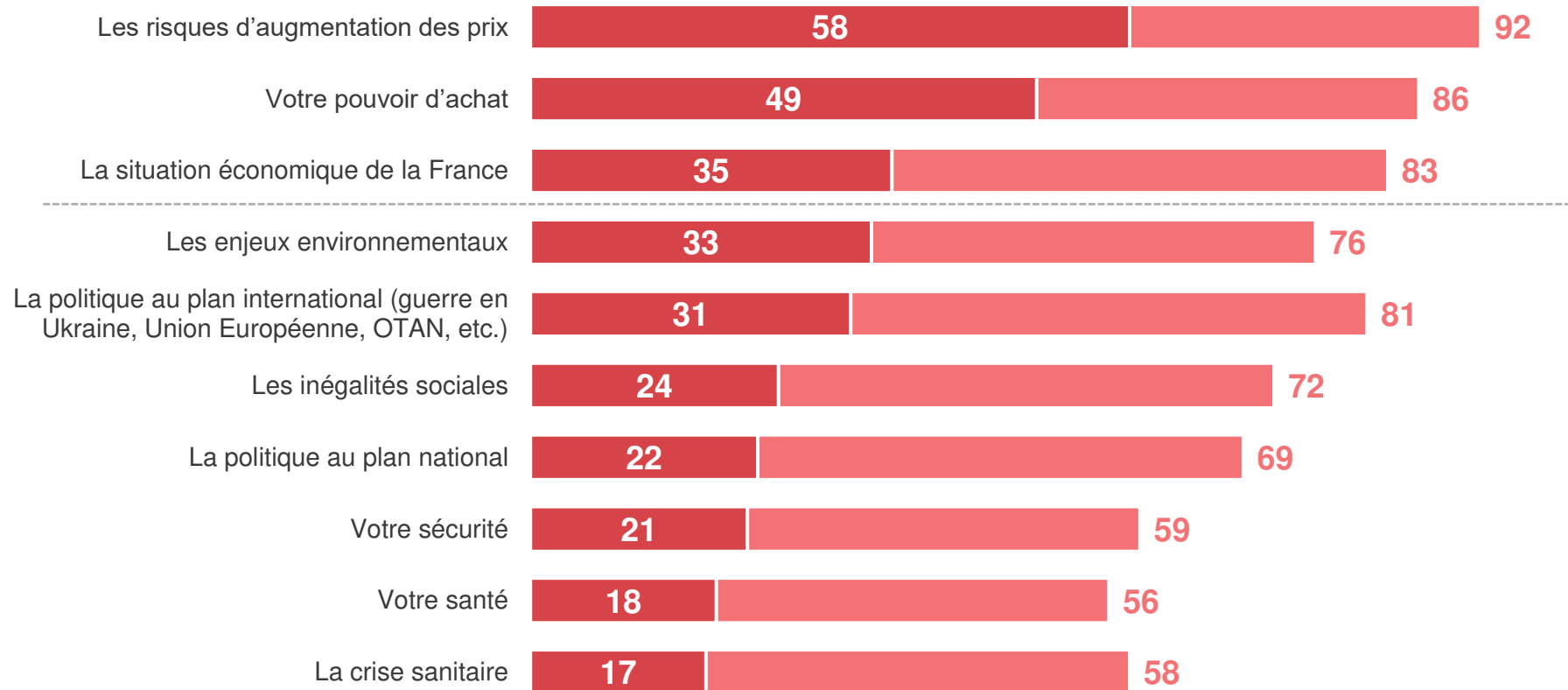


**Face à un pouvoir d'achat perçu comme
en forte baisse...**

Après plusieurs mois d'inflation, plus de la moitié des Français (58%) sont désormais « très préoccupés » par les risques d'augmentation des prix. Objets d'une inquiétude particulière, les enjeux économiques ne font pas pour autant disparaître les enjeux environnementaux et internationaux aux yeux des Français

Aujourd'hui, diriez-vous que vous êtes préoccupé(e) ou non par chacun des aspects suivants ?

- À tous, en % -



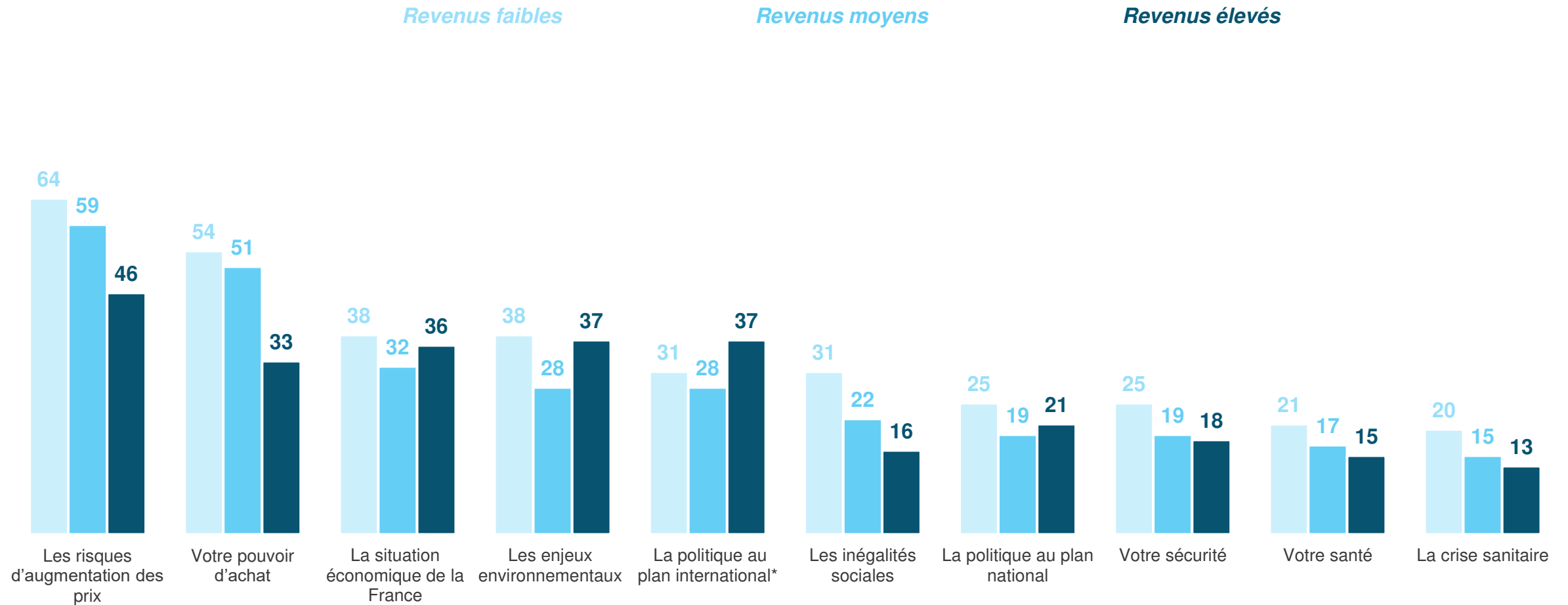
■ Préoccupé(e)

■ Dont : Très préoccupé(e)

Les Français les plus modestes manifestent une inquiétude particulière à l'égard des tensions sur les prix et le pouvoir d'achat, quand les plus aisés gardent un peu plus de distance et tiennent davantage compte les enjeux environnementaux et internationaux que la moyenne

Aujourd'hui, diriez-vous que vous êtes préoccupé(e) ou non par chacun des aspects suivants ?

- À tous, en % de réponses « **Très préoccupé(e)** » -

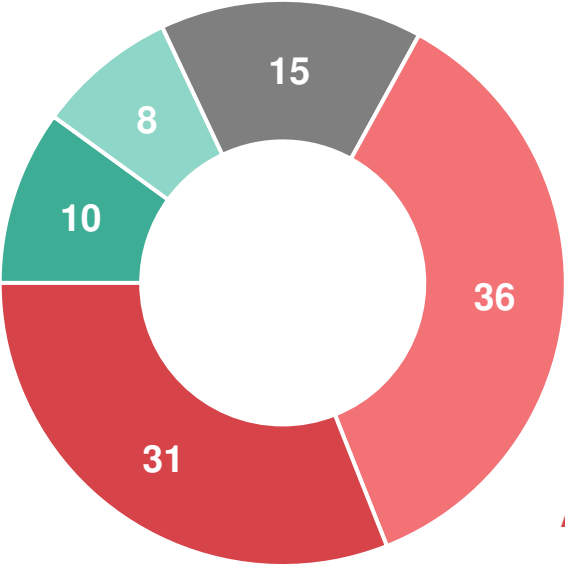


Plus de 2 Français sur 3 ont le sentiment que leur pouvoir d'achat a baissé au cours des 6 derniers mois, un ressenti particulièrement fort chez les classes moyennes

Au cours des 6 derniers mois, avez-vous eu le sentiment que votre pouvoir d'achat... ?

- À tous, en % -

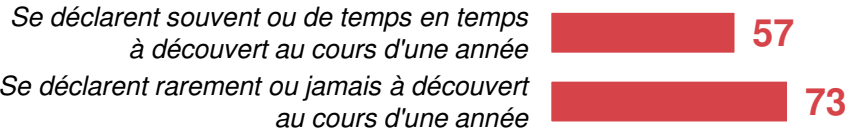
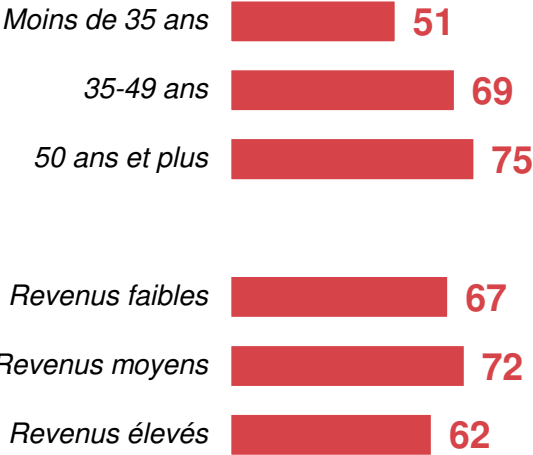
A augmenté : 18%



A baissé : 67%

- A beaucoup augmenté
- A un peu augmenté
- Est resté stable
- A un peu baissé
- A beaucoup baissé

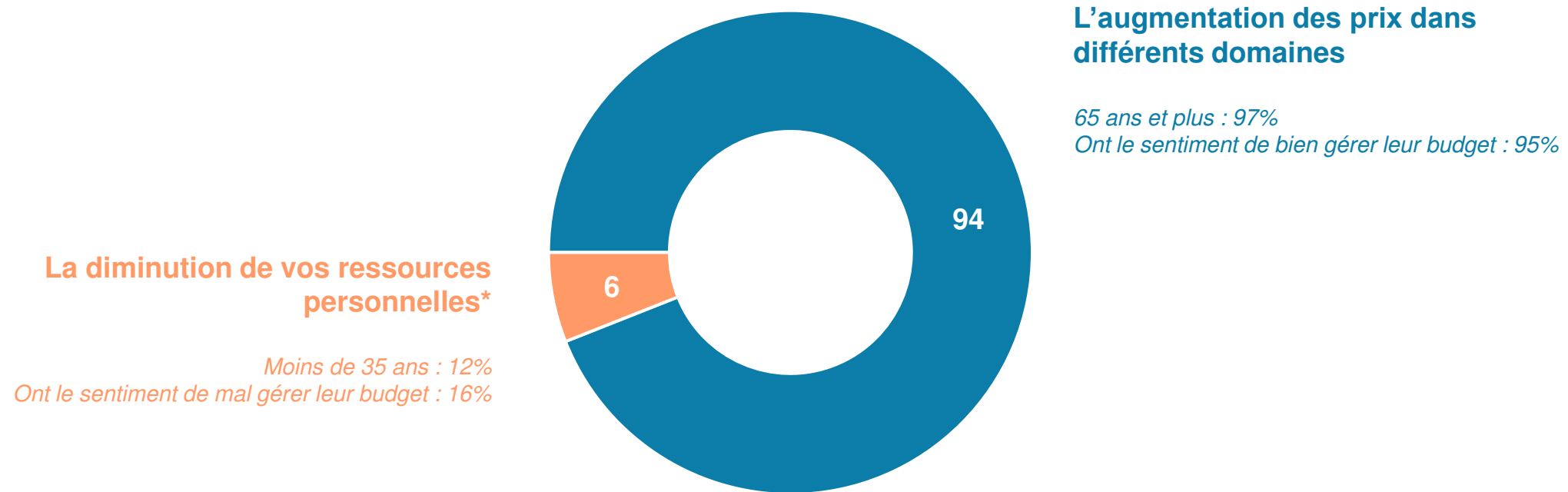
% A baissé



Lorsqu'elle est ressentie, la baisse du pouvoir d'achat est très nettement attribuée à la hausse des prix du marché plutôt qu'à une diminution des ressources personnelles

Vous estimez que votre pouvoir d'achat a baissé au cours des derniers mois. Pour vous, quelle en est la raison principale ?

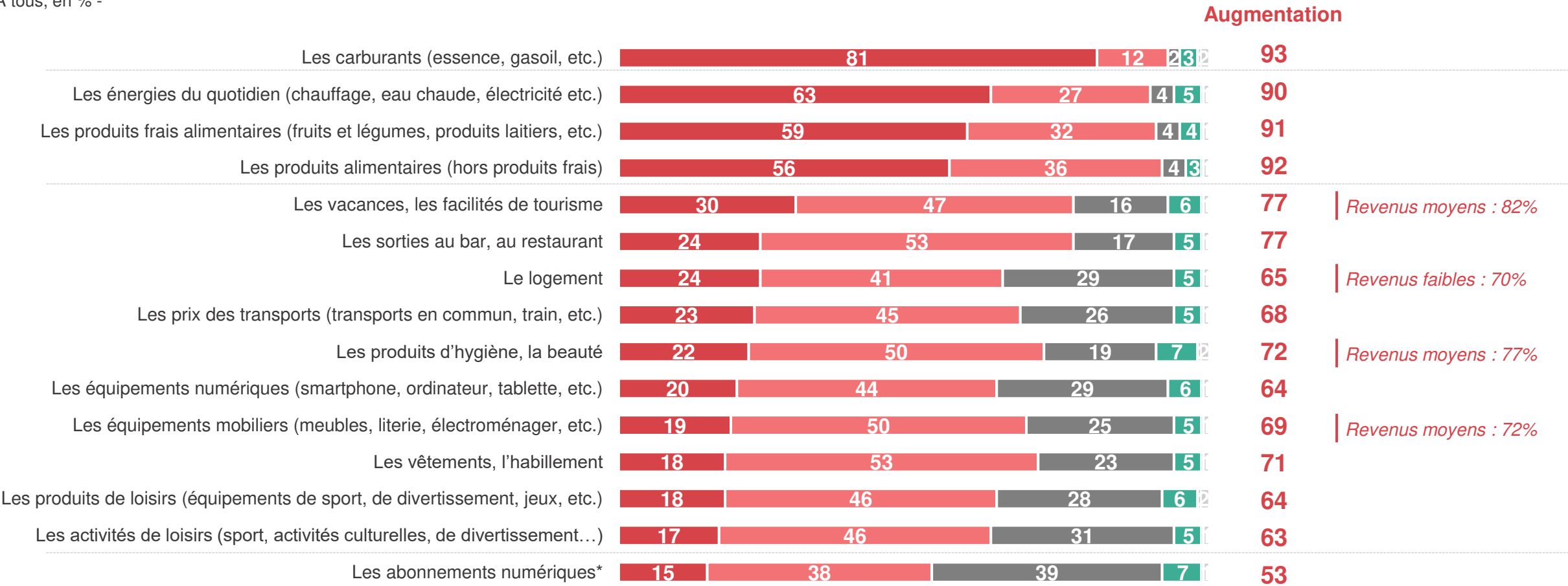
- À ceux qui estiment que leur pouvoir d'achat a baissé, en % -



En écho au sentiment d'une baisse de pouvoir d'achat, la perception d'une augmentation des prix concerne l'ensemble des secteurs. Cette augmentation est particulièrement sensible sur les produits les plus nécessaires de la vie quotidienne : carburant, énergie, alimentation

Plus particulièrement, au cours des 6 derniers mois, avez-vous personnellement l'impression qu'il y a eu une augmentation ou une diminution des prix des produits suivants ?

- À tous, en % -



- Une forte augmentation des prix
- Une légère augmentation des prix
- Ni une augmentation, ni une diminution des prix
- Une diminution des prix**
- Ne se prononce pas

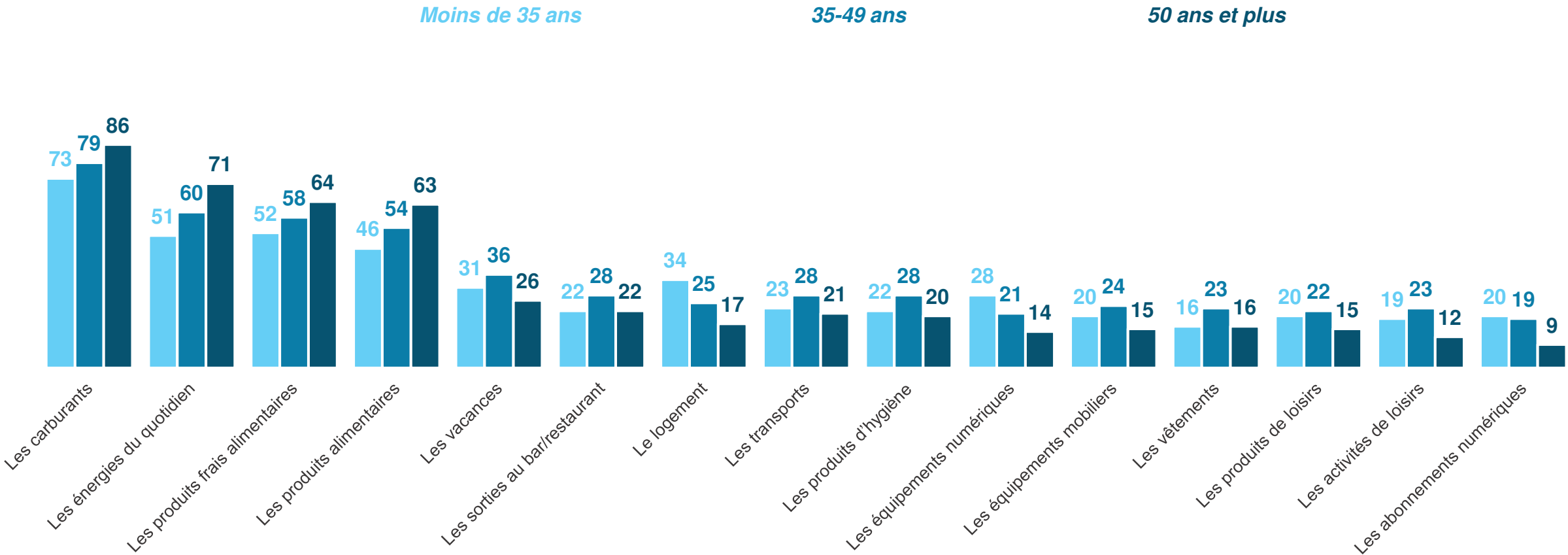
*(forfaits Internet, mobile, plateformes de streaming comme Netflix, etc.)

**L'échelle proposée aux répondants comprenait deux modalités « Une légère diminution des prix » et « une forte diminution des prix » qui ont été rassemblées dans « Une diminution des prix » à des fins de lisibilité.

Les Français les plus âgés témoignent particulièrement d'un sentiment que les prix ont augmenté sur les essentiels du quotidien (carburants, énergies, produits alimentaires), quand les 35-49 ans sont plus sensibles que la moyenne à l'augmentation des prix des loisirs (vacances, sorties, vêtements, etc.). Les plus jeunes, quant à eux, ont moins tendance que leurs aînés à percevoir une inflation

Plus particulièrement, au cours des 6 derniers mois, avez-vous personnellement l'impression qu'il y a eu une augmentation ou une diminution des prix des produits suivants ?

- À tous, en % de réponses « Une forte augmentation des prix » -



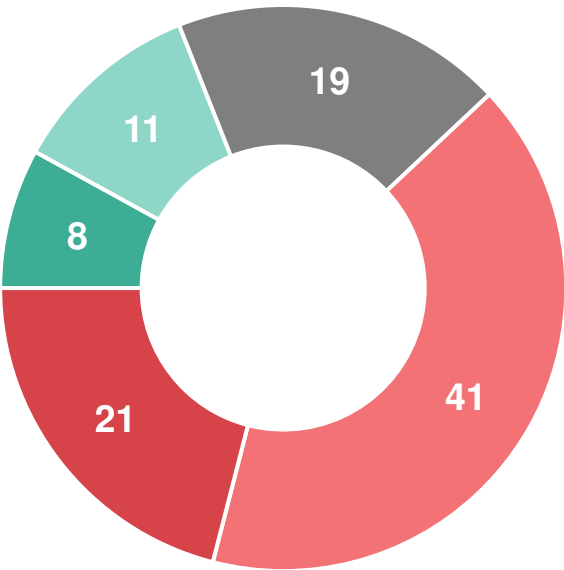
Les Français se montrent assez pessimistes quant à l'évolution de leur pouvoir d'achat. Plus de 6 sur 10 (62%) estiment que celui-ci va décliner dans les prochains mois

Personnellement, au cours des 6 prochains mois, pensez-vous que votre pouvoir d'achat... ?

- À tous, en % -

Va augmenter : 19%

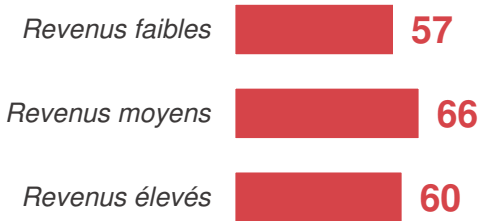
Moins de 35 ans : 37%
Agglomération parisienne : 27%
Revenus faibles : 25%



- Va beaucoup augmenter
- Va un peu augmenter
- Va rester stable
- Va plutôt baisser
- Va beaucoup baisser

Va baisser : 62%

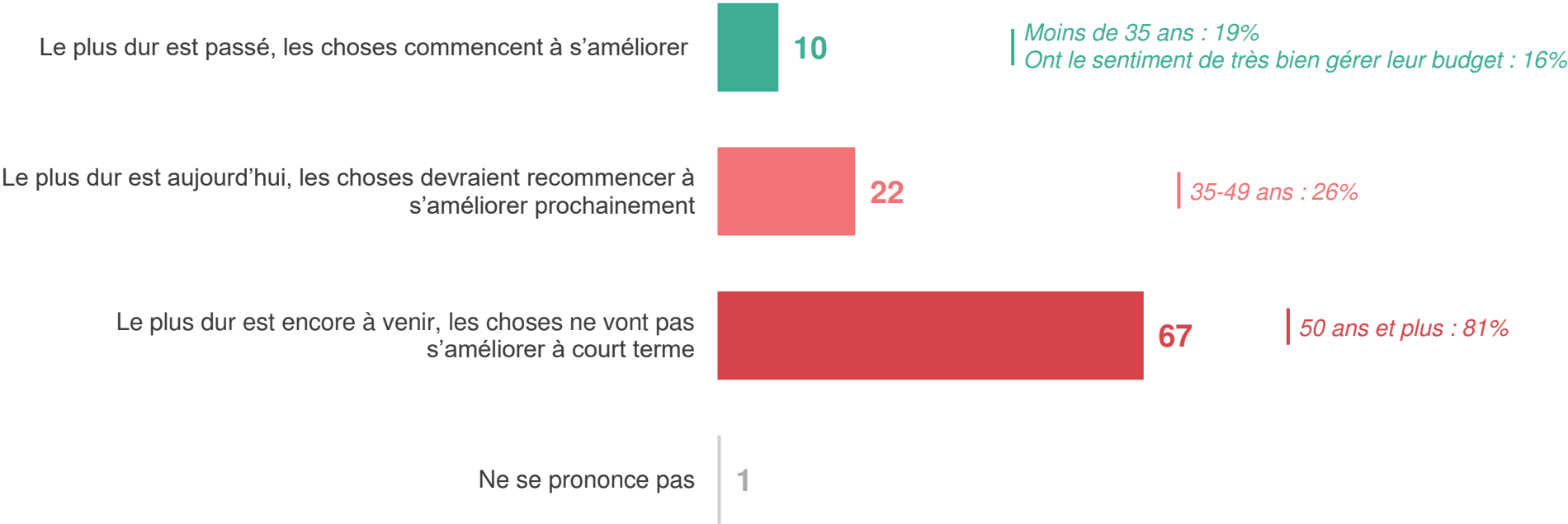
50 ans et plus : 72%
Se déclarent rarement ou jamais à découvert au cours d'une année : 65%



La perte de pouvoir d'achat que les Français redoutent encore pour les prochains mois se reflète dans leur perception de l'évolution de la crise. Pour plus de 2 Français sur 3, le plus dur est encore à venir pour leur pouvoir d'achat

Au final, lorsque vous observez la situation actuelle de votre pouvoir d'achat, estimez-vous qu'actuellement... ?

- À tous, en % -





... quelles stratégies budgétaires les Français adoptent-ils ?

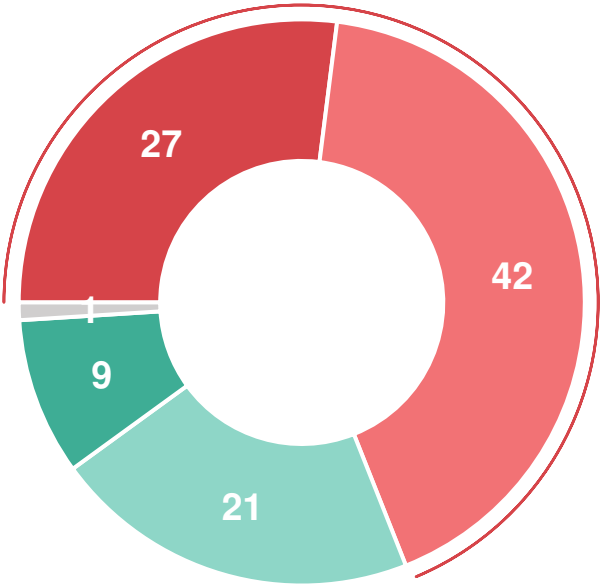
7 Français sur 10 ont aujourd’hui le sentiment de devoir faire des efforts importants pour maintenir leur budget à l’équilibre, une tension particulièrement marquée chez les Français les plus modestes

Aujourd’hui, avez-vous le sentiment de devoir faire des efforts pour maintenir votre budget à l’équilibre ?

- À tous, en % -

Oui, des efforts importants : 69%

Femmes : 74%
25-34 ans : 85%
PCS- : 80%
Ont le sentiment de mal gérer leur budget : 88%



« Oui, des efforts importants »

Revenus faibles	36	44	15	5	79
Revenus moyens	23	45	25	7	68
Revenus élevés	16	33	26	24	49

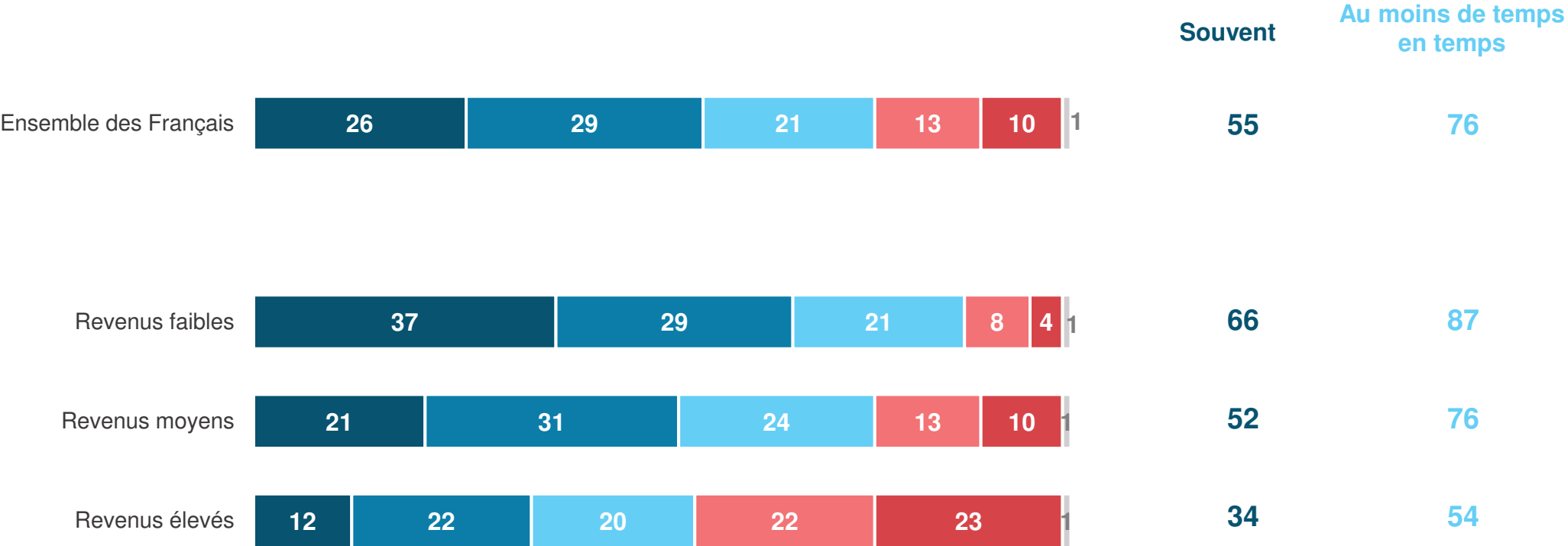
- Oui, des efforts très importants
- Oui, des efforts plutôt importants
- Oui, mais des efforts plutôt pas importants
- Non, pas d’efforts
- Ne se prononce pas

Et pour pouvoir financer des achats essentiels, 55% des Français indiquent qu'il leur arrive souvent de renoncer à certaines dépenses

Et plus précisément, avez-vous le sentiment de devoir... ?

- À tous, en % -

Renoncer à certaines dépenses du quotidien afin de pouvoir financer des éléments essentiels à votre vie (alimentation, carburant, logement, etc.)



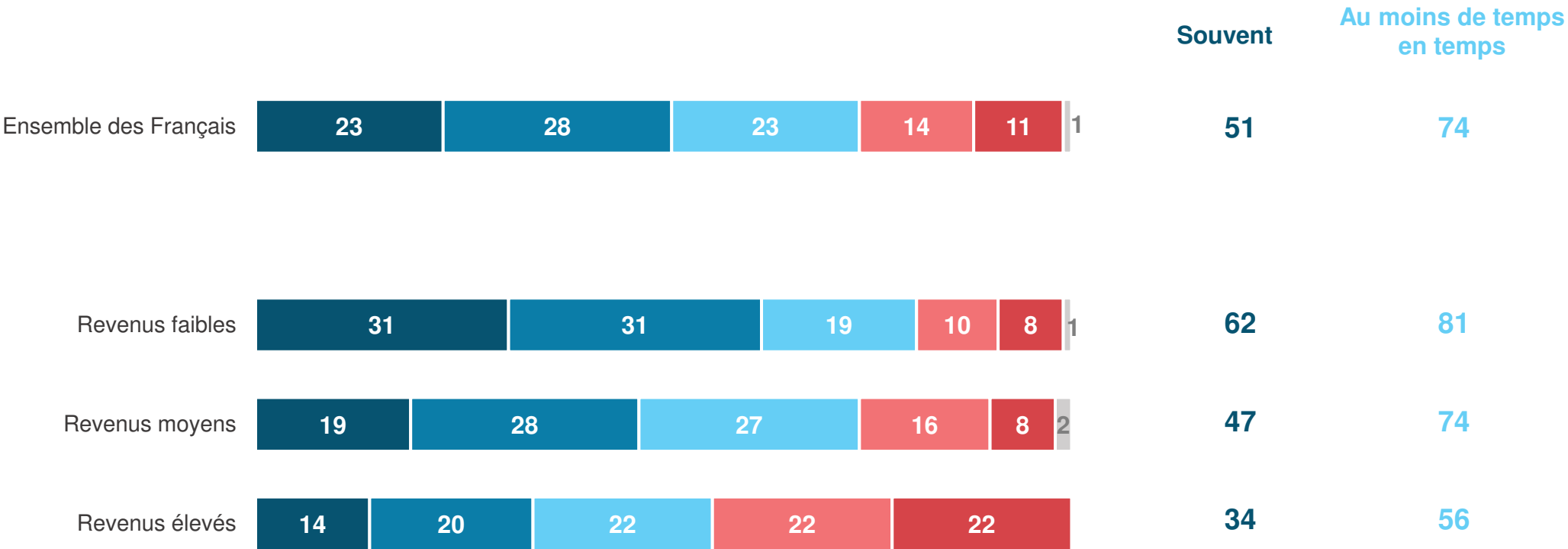
- Très souvent
- Assez souvent
- De temps en temps
- Rarement
- Jamais
- Ne se prononce pas

Aujourd’hui, la moitié des Français indiquent qu’il leur arrive de renoncer à faire certains achats dans le but d’épargner, un réflexe plus présent chez les personnes aux revenus les plus faibles et moins chez les personnes les plus aisées

Et plus précisément, avez-vous le sentiment de devoir... ?

- À tous, en % -

Renoncer à certaines dépenses du quotidien afin de pouvoir épargner

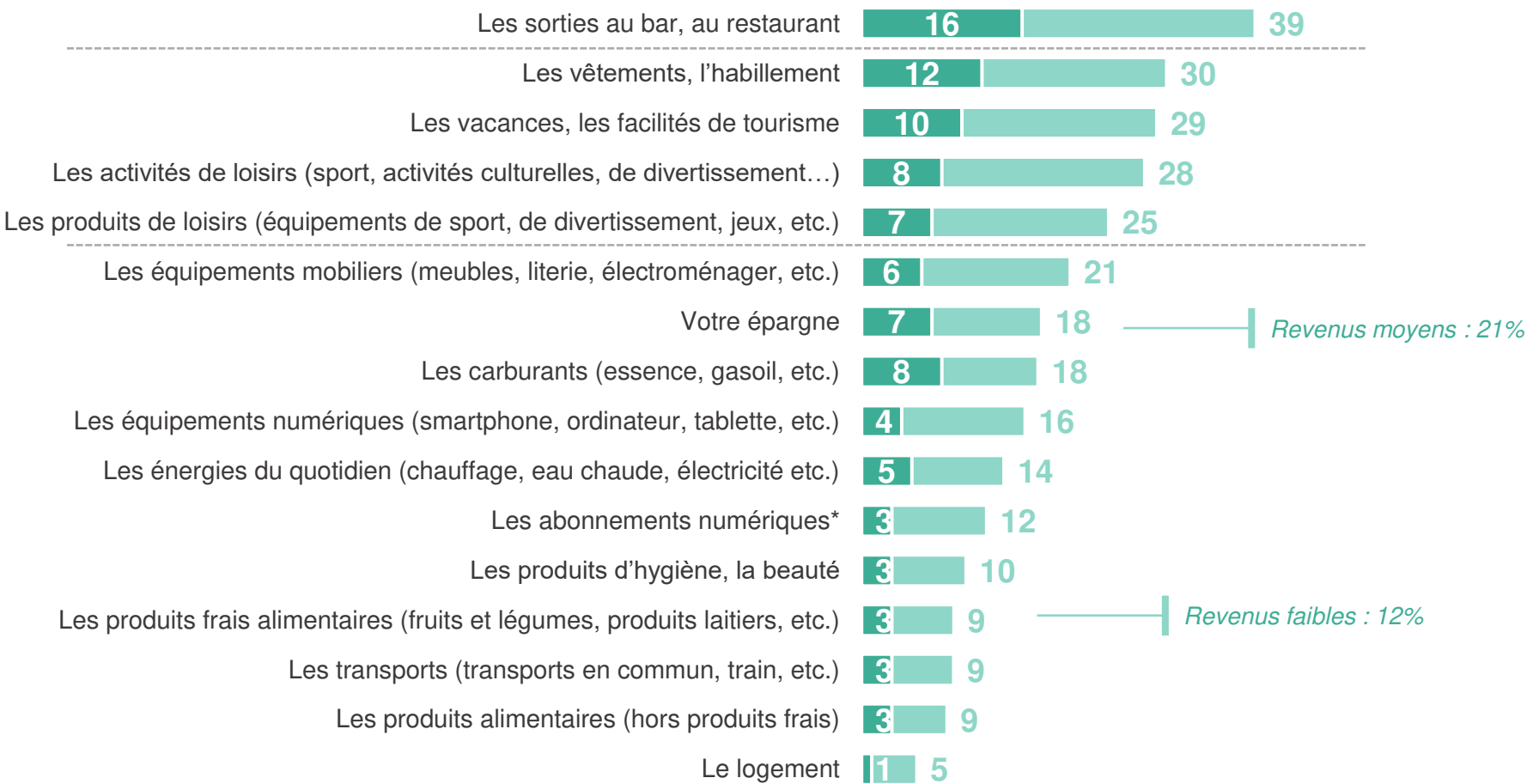


- Très souvent
- Assez souvent
- De temps en temps
- Rarement
- Jamais
- Ne se prononce pas

Pour maintenir leur budget à flot, les Français préfèrent rogner en priorité sur leur budget sorties (bars, restaurants). Aussi, ils privilégient la limitation de leurs dépenses de vêtements, de vacances et de loisirs, plus souvent qu’une réduction de leur capacité d’épargne

Actuellement, si vous deviez réduire le budget que vous consacrez à différents domaines, vous choisiriez de réduire en priorité le budget consacré à... ? En premier ? En deuxième ? En troisième ?

- À tous, en % -



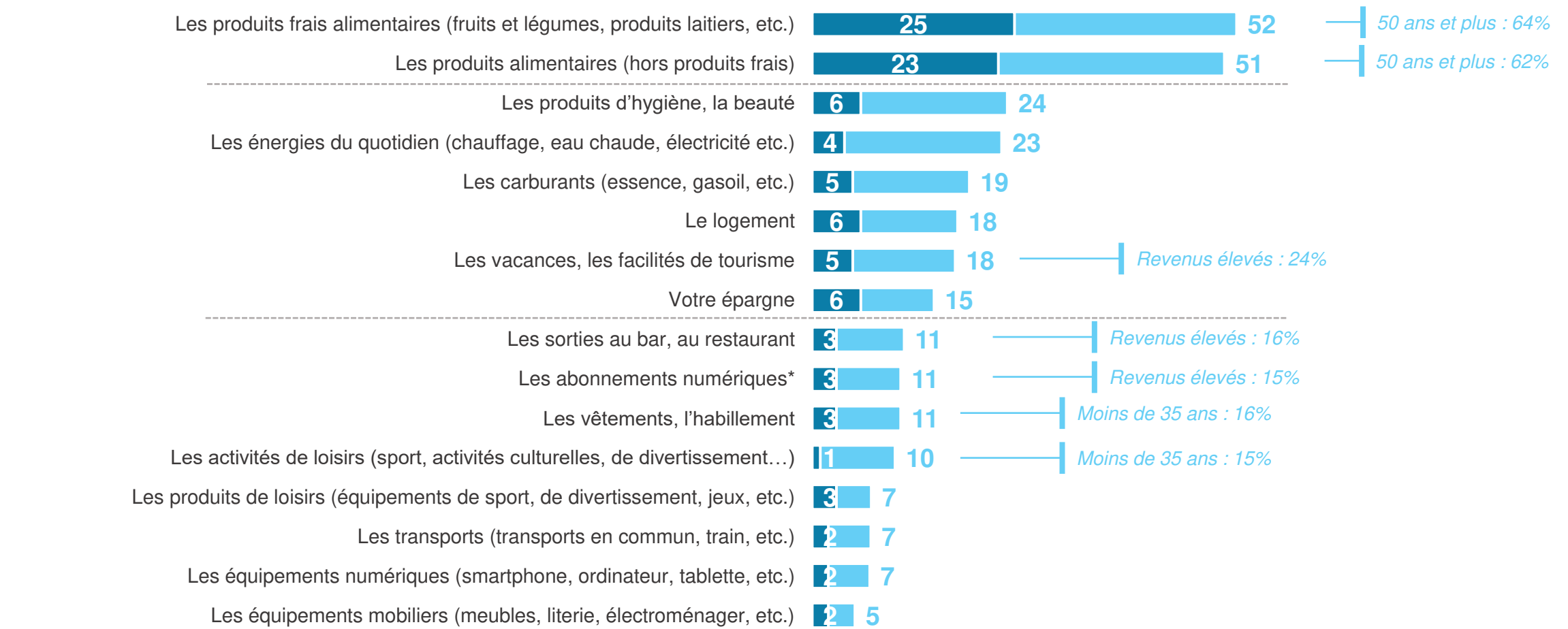
■ Au total
■ Dont : En premier

*(forfaits Internet, mobile, plateformes de streaming comme Netflix, etc.)

Les dépenses du quotidien comme l'alimentation, l'hygiène ou les énergies sont strictement nécessaires aux yeux des Français. Aussi, ce sont sur ces dépenses qu'ils refusent le plus de devoir se restreindre, quitte à rogner sur d'autres postes, plus orientés vers les loisirs

Et au contraire, quels sont pour vous les postes de dépenses sur lesquels sur lesquels vous vous refusez le plus à vous restreindre ? En premier ? En deuxième ? En troisième ?

- À tous, en % -



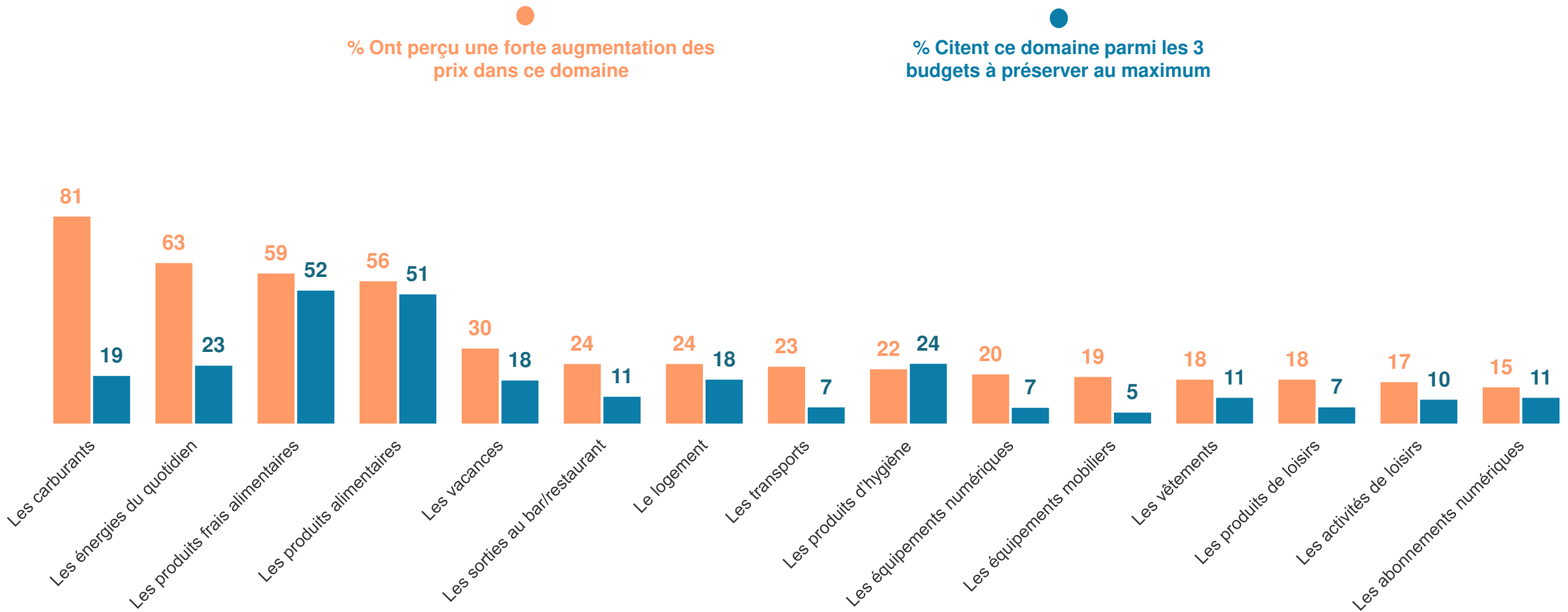
■ Au total

■ Dont : En premier

L'alimentation apparaît à la fois comme le secteur dont les prix ont le plus augmenté, et comme le poste de dépense le plus incompressible, ce qui en fait un enjeu d'une importance particulière pour les Français

Plus particulièrement, au cours des 6 derniers mois, avez-vous personnellement l'impression qu'il y a eu une augmentation ou une diminution des prix des produits suivants ? Quels sont pour vous les postes de dépenses sur lesquels sur lesquels vous vous refusez le plus à vous restreindre ? En 1er ? En 2e ? En 3e ?

- À tous, en % -



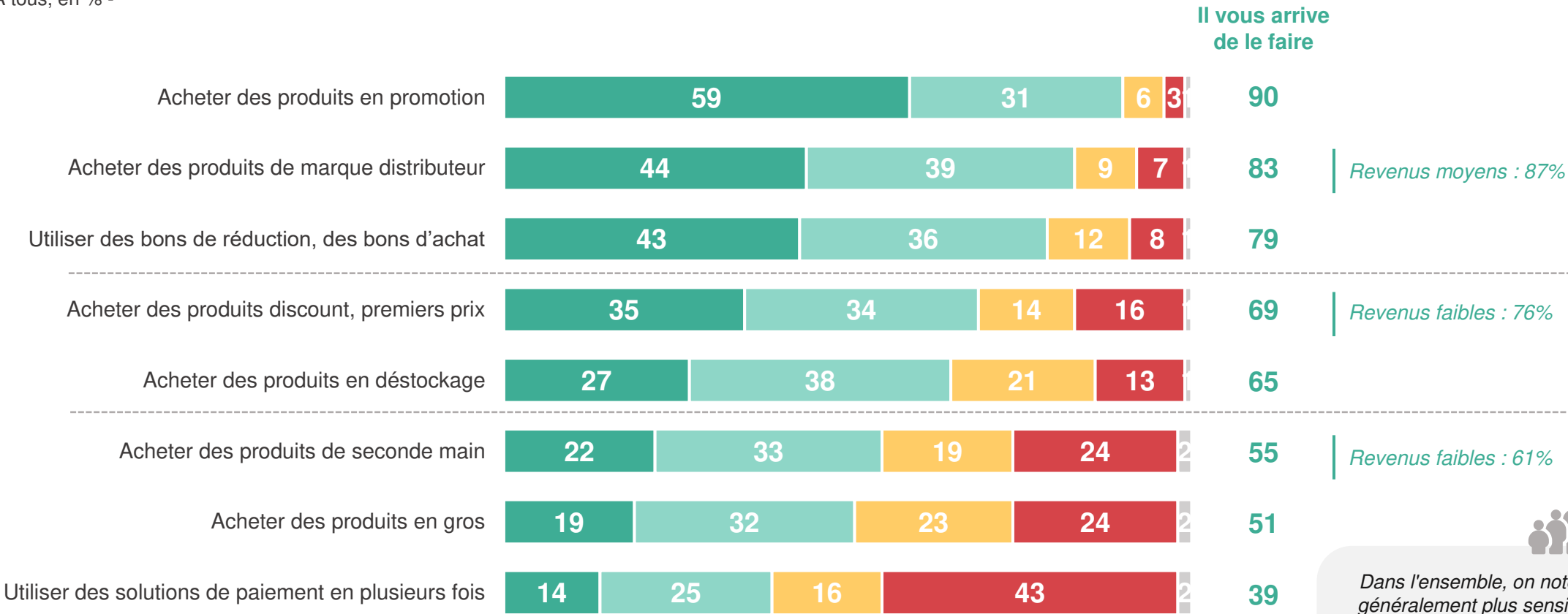


Et quels comportements d'achats les Français privilégient-ils pour faire de « bonnes affaires » ?

À l'heure actuelle et face aux tensions observées sur leur pouvoir d'achat, les Français sont tentés par la plupart des solutions proposées pour faire de bonnes affaires, particulièrement les promotions, les produits de marque distributeur et les bons de réduction

Pour équilibrer votre budget, envisagez-vous ou pas de mettre en place chacune des actions suivantes dans votre consommation quotidienne ?

- À tous, en % -



- Vous le faites aujourd'hui le plus souvent possible
- Vous le faites aujourd'hui occasionnellement
- Vous ne le faites pas aujourd'hui mais vous envisagez de le faire
- Vous ne le faites pas et n'envisagez pas de le faire
- Ne se prononce pas

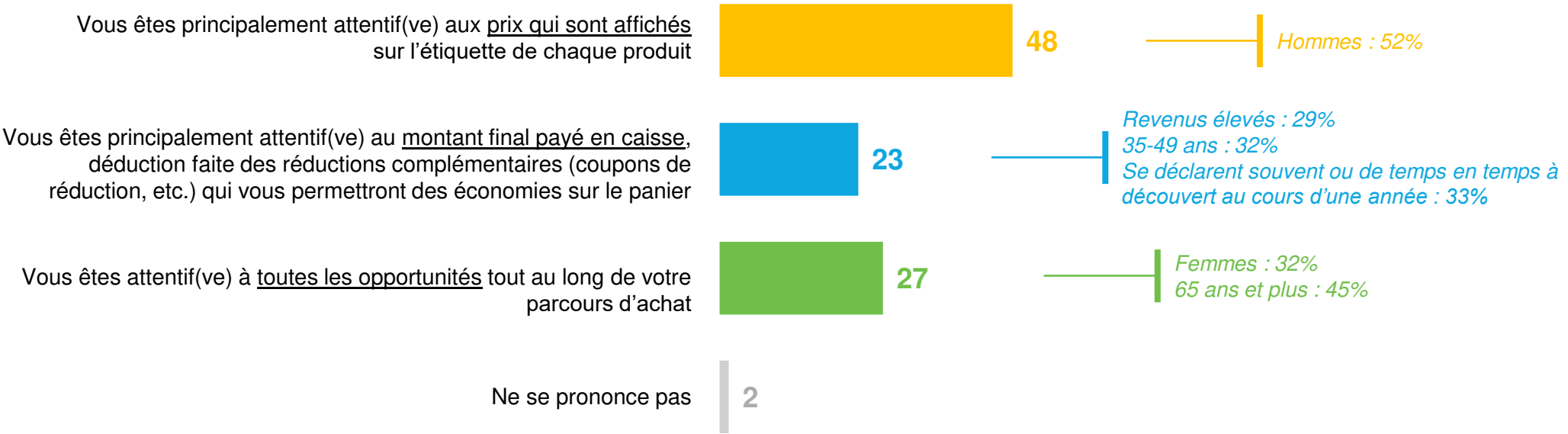


Dans l'ensemble, on note que les **femmes** sont généralement plus sensibles que les hommes à ces différentes solutions. Les **jeunes** ont généralement plus tendance à acheter des produits de seconde main que leurs aînés, plus enclins à se tourner vers des promotions ou des produits de marque distributeur

S'ils sont souvent sensibles à la valeur faciale des produits telle qu'affichée sur l'étiquette, 50% des Français indiquent qu'il ne s'agit pas du seul critère qu'ils prennent en compte dans leur parcours d'achat : ils sont également attentifs au montant total payé en caisse après réductions et plus globalement à toutes les opportunités qui leur permettent de faire des économies

Personnellement, lorsque vous faites vos courses, laquelle de ces situations correspond le plus à votre situation ?

- À tous, en % -



Attentifs à la fois à la valeur faciale des produits mais aussi aux réductions et autres opportunités qui peuvent faire baisser le montant global de leurs achats, les Français préfèrent généralement obtenir des réductions modérées, mais appliquées sur l'ensemble de leur panier plutôt que de fortes réductions, restreintes à une sélection d'articles

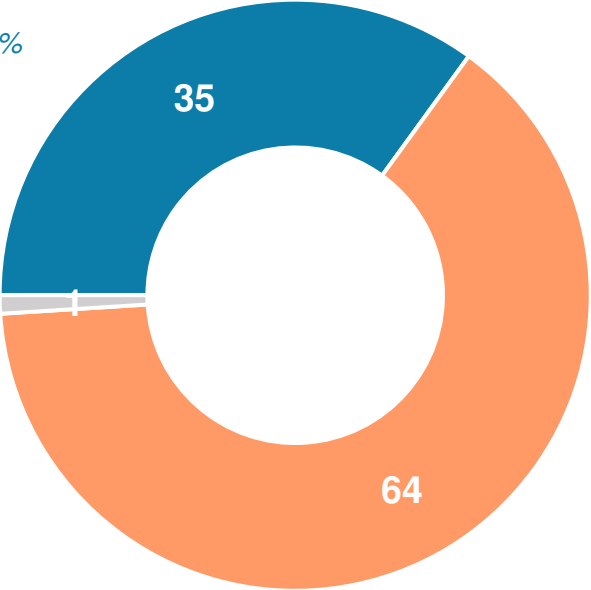
Et personnellement, lorsque vous faites vos courses, vous préférez plutôt que les remises et réductions soient... ?

- À tous, en % -

Fortes, mais appliquées uniquement à quelques articles de votre panier

Ont le sentiment de très bien gérer leur budget : 43%

Ne se prononce pas



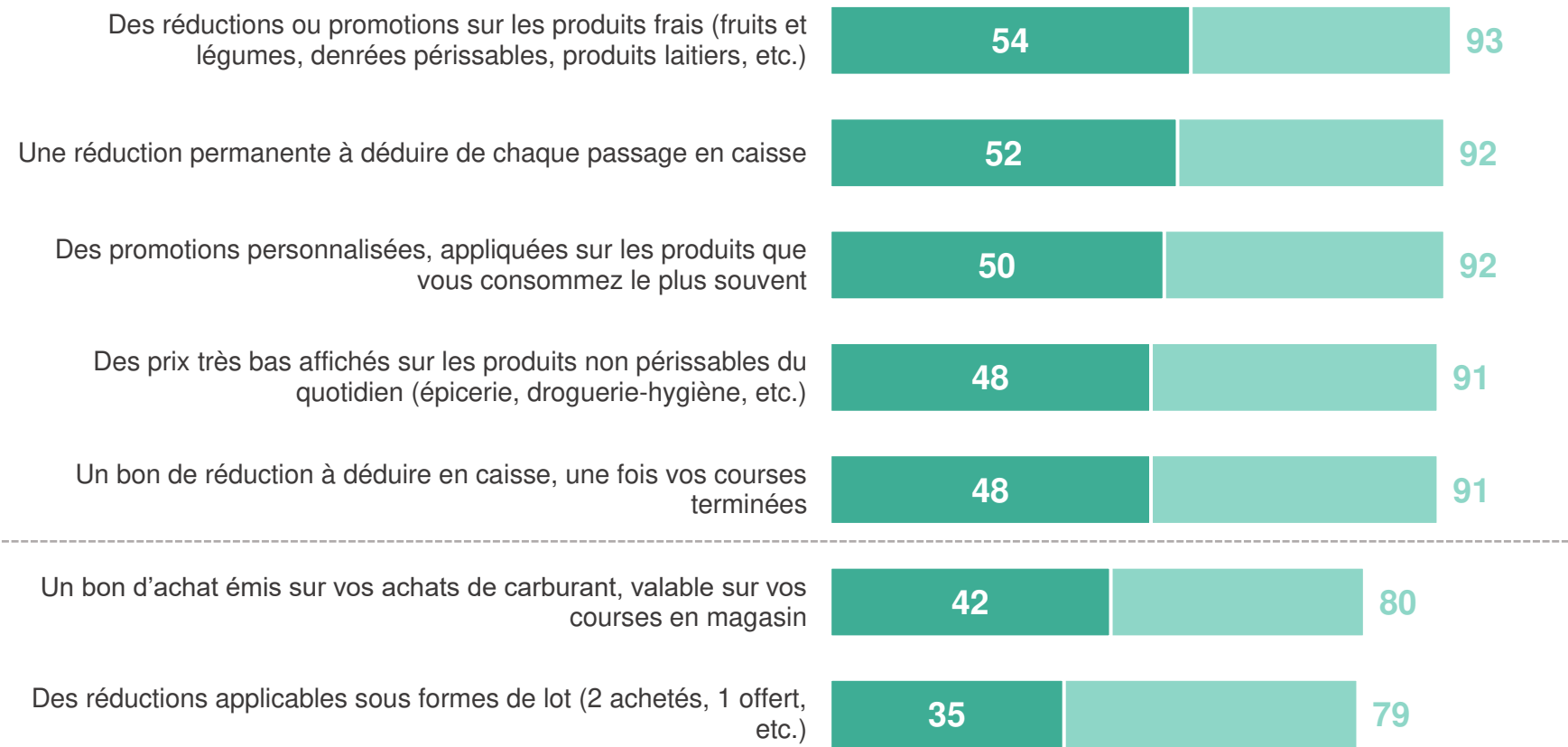
Modérées, mais appliquées globalement, sur l'ensemble de votre panier lorsque vous arrivez en caisse

50 ans et plus : 68%

Les Français sont intéressés par l'ensemble des politiques de promotion évoquées, sans hiérarchie très nette entre les différentes propositions, seules les promotions liées à un achat de carburant ou les promotions "1 acheté pour un gratuit" étant un peu moins plébiscitées

Lorsque vous faites vos courses, sur les différents types de réductions ou de promotions suivantes, diriez-vous que vous êtes (ou que vous seriez) intéressé(e) ou pas intéressé(e) par ?

- À tous, en % -



Les **femmes** et les Français de **35 ans et plus** se montrent davantage intéressés par ces différentes opportunités, ainsi que les personnes qui ont le sentiment que **leur pouvoir d'achat a baissé** au cours des 6 derniers mois

- Intéressé(e)
- Dont : Très intéressé(e)

Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](https://www.facebook.com/harrisinteractive)



[Twitter](https://twitter.com/harrisinteractive)



[LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/harrisinteractive)

Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 66 – jdlevy@harrisinteractive.fr