

Les Cahiers de la Consommation

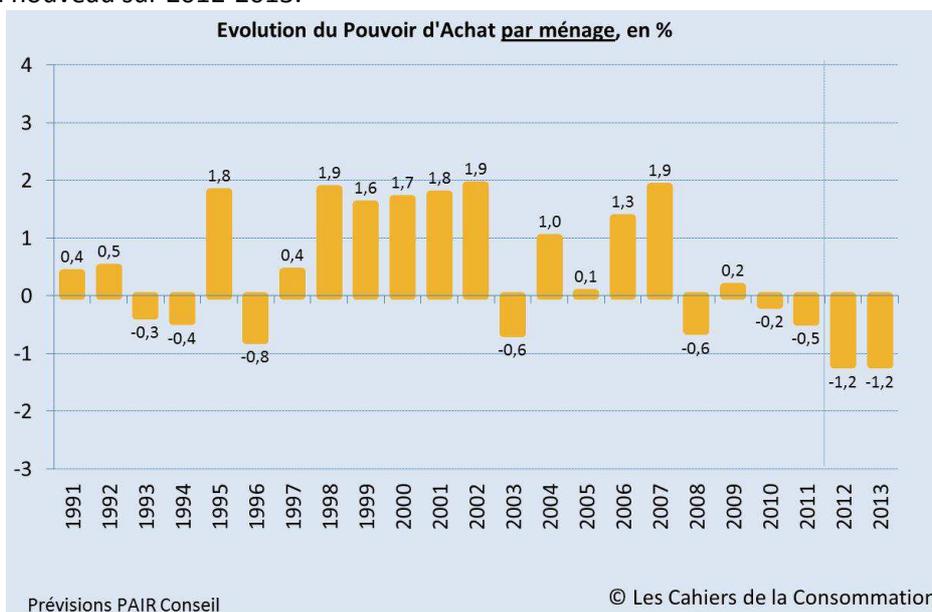
Communiqué de Presse du 19 septembre 2012

Mi-septembre s'est tenu le séminaire des Cahiers de la Consommation, auquel ont assisté de nombreux acteurs des secteurs de la consommation (alimentation, grande distribution, médias, hygiène-beauté, télécommunications, banques -assurances...).

Les Cahiers de la Consommation sont issus de la collaboration entre PAIR Conseil, spécialiste des études économiques appliquées aux enjeux du marketing, et le CREDOC, entreprise d'études et de recherche qui fait référence en matière d'analyse des comportements de consommation. Les Cahiers de la Consommation ont pour objectif d'offrir chaque semestre à leurs adhérents une vision actualisée des perspectives et des tendances des marchés de la consommation.

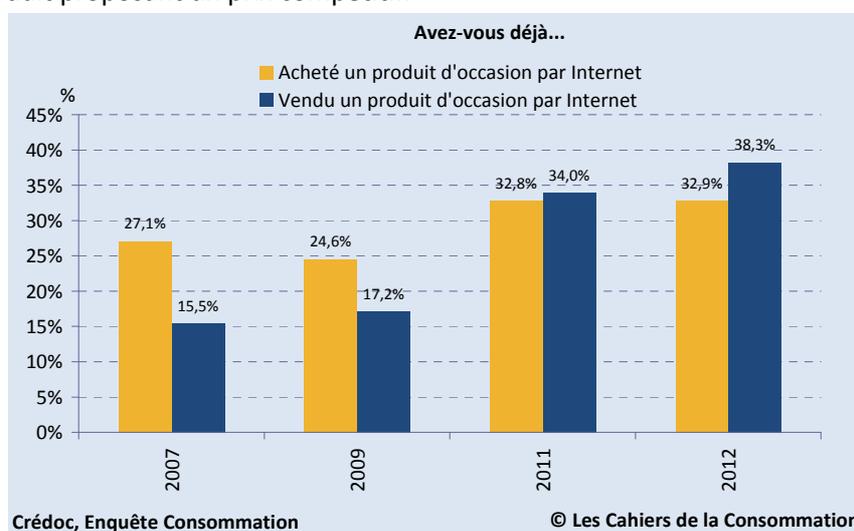
La consommation en 2012-2013 : vers plus de contraintes sur le pouvoir d'achat et une affirmation de modes de consommation alternatifs

En 2012 et en 2013, le pouvoir d'achat par ménage devrait reculer de 1,2% par an, soit au total quatre années consécutives de baisse. En 2012 et particulièrement en 2013, le revenu des ménages sera impacté par les hausses d'impôts, les faibles revalorisations des prestations sociales (retraites, allocations familiales) et la pression sur les revenus d'activité. En effet, dans le climat quasi récessif de l'économie en l'absence d'inflexion à la politique d'austérité budgétaire menée en Europe, l'emploi restera à la peine et le chômage poursuivra sa hausse pour s'établir à un taux proche de 11% fin 2013. Avec des pressions inflationnistes domestiques faibles (tensions sur le marché du travail, salaires atones, faiblesse de la demande), l'inflation des prix à la consommation devrait donc légèrement freiner, sous l'hypothèse d'une accalmie progressive des prix de l'or noir. Malgré cela, la faiblesse des revenus après impôts ne permettrait pas au pouvoir d'achat par ménage de résister : il reculerait à nouveau sur 2012-2013.



Dans ce contexte, les dépenses de consommation en volume (i.e hors effet prix) progresseraient très mollement : +0,1% en 2012 et +0,4% en 2013 après +0,2% en 2011. Si on tient compte de la progression du nombre de ménages d'environ 1% par an, **les dépenses en volume par ménage enregistreraient une baisse.**

De forts comportements de précaution perdureront : taux d'épargne toujours élevé malgré une légère baisse anticipée, report et même baisse des achats de biens durables (automobiles, meubles, électroménager...), volonté de se désendetter. Les autres dépenses arbitrables telles que l'habillement ou l'alimentation subiront, comme les biens durables, des baisses en 2012 et en 2013. L'ampleur de la crise économique et le fait qu'elle s'inscrive dans la durée font que de plus en plus de ménages sont contraints à modifier leurs comportements et arbitrages de consommation : recherche de prix bas, stratégie d'achats malins et « bons plans » (soldes, promotions, internet, achats groupés). L'attention portée aux prix a progressé de sept points entre 2011 et 2012, pour atteindre un niveau inédit. 84% des Français se disent incités personnellement « beaucoup » et « assez » à acheter un produit proposant un prix compétitif.



Au-delà de ces pratiques plus économes, **des modes de consommation alternatifs, tels que la consommation collaborative se développent fortement** (achats groupés, seconde vie des objets, plateforme de troc, covoiturage, autopartage, prêt de machine à laver, ...). **La proportion de consommateurs ayant déjà vendu un produit d'occasion sur Internet est passée de 15,5% en 2007 à 38,3% en 2012.** Cette diffusion rapide de la pratique des ventes dites C to C (Consumer to Consumer) traduit au-delà de l'aspect économique une recherche de partage, caractéristique des jeunes générations, et une réponse aux aspirations écologiques. Les perspectives d'évolution du pouvoir d'achat par ménage (en baisse) conjuguées à celles du chômage (en hausse) ne feront qu'amplifier et pérenniser ces changements de comportements de la part des ménages.

Pour en savoir plus sur les Cahiers de la Consommation :

PAIR Conseil

www.pair-conseil.fr

Cyril Blesson

Associé

cyril.blesson@pair-conseil.fr

06 58 09 26 79

CREDOC

www.credoc.fr

Pascale Hébel

Directrice du département consommation

hebel@credoc.fr

06 42 02 77 94