

Les Cahiers de la Consommation

Communiqué de Presse du 18 septembre 2013

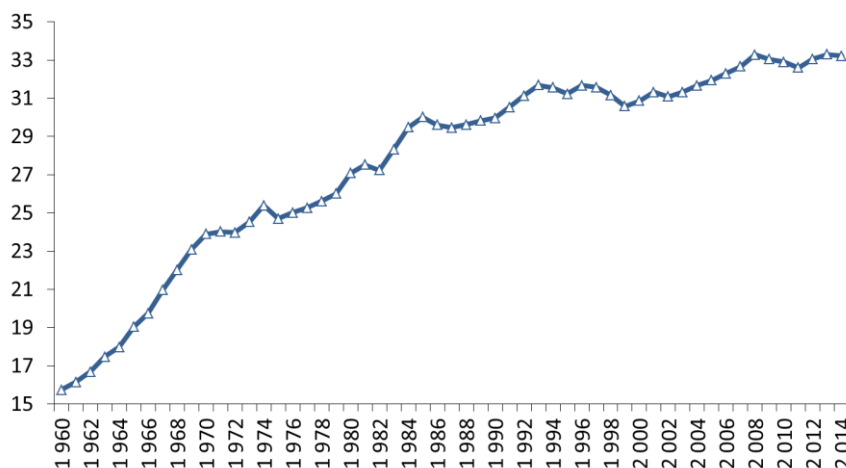
Le 12 septembre 2013 s'est tenu le séminaire des Cahiers de la Consommation, auquel ont assisté de nombreux acteurs des secteurs de la consommation (alimentation, grande distribution, médias, hygiène-beauté, télécommunications, banques - assurances...). Les Cahiers de la Consommation sont issus de la 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**.

Perspectives de la consommation en 2013 et 2014

L'économie française devrait enregistrer une croissance de 0,2% en 2013 et de 0,6% en 2014. Dans ce climat atone de l'économie française, l'emploi restera à la peine et le taux de chômage devrait poursuivre sa hausse en 2013 et 2014. Avec des perspectives de revenu affaiblies (hausse d'impôts, salaires atones, hausses des cotisations...) et malgré une inflation très affaiblie (même avec la hausse de TVA), le pouvoir d'achat par ménage baisserait encore en 2013 et 2014, soit 5 années consécutives de baisse. Dans ce contexte, la confiance des ménages restera sous sa moyenne de long terme et les comportements de précaution perdureront. Après un fort repli en 2012 (-0,4%), la consommation des ménages en volume devrait repartir légèrement à la hausse en 2013 avec +0,2%. Mais si on tient compte de la croissance démographique, la consommation par ménage (en volume) fléchirait encore en 2013 et 2014. En effet, il faudra attendre l'inflexion du taux de chômage, la reprise du pouvoir d'achat pour que la consommation par ménage en volume s'oriente significativement à la hausse. Une baisse plus prononcée du taux d'épargne permettrait une reprise plus importante de la consommation. Au T1 2013, les dépenses pré-engagées (logement, charges du logement, services de télécommunications, cantines ...) représentent 33,2% du budget des ménages et 28,0% du revenu disponible des ménages. La part de ces dépenses va encore augmenter en 2013 en raison d'un printemps particulièrement froid qui a fortement dopé les dépenses liées à l'énergie.

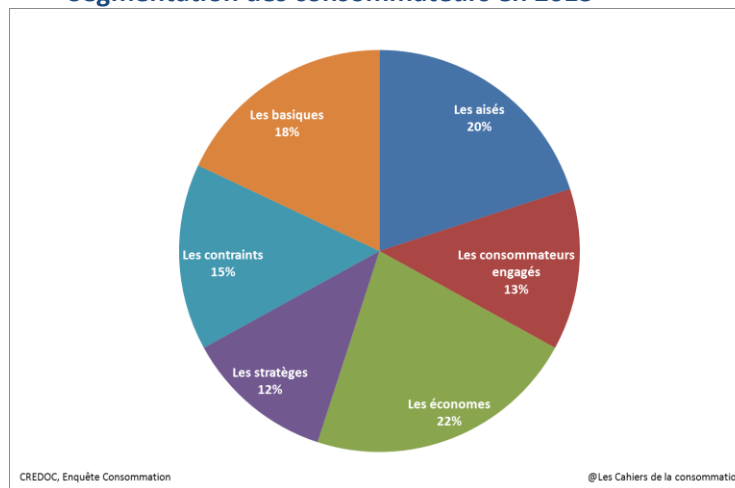
Poids des dépenses pré-engagées dans le budget des ménages

Coefficient budgétaire en %
(Part dans la consommation totale)



Ainsi face à la montée de leurs dépenses contraintes et à la baisse continue de leur pouvoir d'achat, les ménages chercheront à diminuer leur consommation sur de nombreux postes : alimentaire, habillement, meubles, hôtels & restaurants... Les dépenses en volume (i.e. hors effet prix) en loisirs & culture devraient également poursuivre leur inflexion entamée en 2012.

Segmentation des consommateurs en 2013



Trois catégories de consommateurs : les contraints, les économes et les stratèges adoptent des comportements de frugalité contrainte, ils représentent 49% des consommateurs en 2013. Ces consommateurs continueront de s'imposer des contraintes budgétaires en adoptant des stratégies économes que ce soit en marchandant, en faisant du troc, en vendant leurs propres objets et en se restreignant sur les postes les moins indispensables. La croissance de leur consommation reprendra dès l'amélioration de leur pouvoir d'achat. Un petit groupe de consommateurs engagés (environ 13%) ont mis en place des comportements de frugalité choisie en consommant moins de viande, en utilisant moins leur voiture, en achetant des produits locaux, en faisant de la cuisine, en recyclant. Ce groupe de résistants à la consommation conservera ses comportements après la crise et continueront d'adopter de nouveaux modes de consommation plus respectueux de l'environnement. Ces nouveaux modes de consommation portés par les classes moyennes (professions intermédiaires) répondent à de nouvelles aspirations de bien-être portés vers le partage, le lien social et le développement durable. Les postes subissant la concurrence des nouveaux modes de consommation collaborative sont l'habillement, les transports, l'hébergement.

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