

## Communiqué de presse

### En 2019, le bonheur est associé au fait de mieux consommer

Paris, le 8 octobre 2019

**A l'occasion de la tenue du séminaire des Cahiers de la Consommation, le CREDOC et Pair Conseil ont révélé les résultats de leur dernière étude semestrielle, sur les perspectives et tendances de consommation à l'horizon 2023.**

*Les gains de pouvoir d'achat des ménages en 2019, ne se sont pas immédiatement traduits par une augmentation de la consommation, même si la croissance de celle-ci devrait être plus dynamique dans les trimestres à venir. La progression très forte des préoccupations environnementales, dans un contexte de mobilisation sociale des gilets jaunes et de débats sur la justice sociale, accentue le désir d'une consommation plus responsable et plus juste en 2019. Le bonheur est également associé au mieux consommer, en 2019.*

#### **Une hausse importante du pouvoir d'achat en 2019**

Les mesures en faveur du pouvoir d'achat décidées par l'Exécutif, faisant suite au mouvement des gilets jaunes, associées au ralentissement de l'inflation (1,1% en 2019 versus 1,9% en 2018) se sont traduites par une hausse importante du pouvoir d'achat des ménages fin 2018 et au 1<sup>er</sup> trimestre 2019. Le pouvoir d'achat par ménage devrait enregistrer une hausse de 1,6% en 2019, ce qui représente sa plus forte hausse depuis 12 ans, et de 0,9% en 2020. Pour 2020, les autorités ont à nouveau annoncé des mesures en faveur du revenu des ménages. La consommation ne s'ajustant pas immédiatement à un choc de pouvoir d'achat, l'impact positif de ces mesures sur les dépenses de consommation devrait se diffuser progressivement, notamment en raison d'une hausse de la confiance des ménages en 2019 par rapport à 2018. La consommation en volume devrait progresser de 1,4% en 2019 puis de 1,7% en 2020 après une augmentation de 0,9% en 2018. En valeur, elle progresserait de 2,5% en 2019 et 3,0% en 2020 après une hausse de 2,3% en 2018.

## Le bonheur est associé au fait de mieux consommer

En 2019, 82% des Français se considèrent comme assez voire très heureux. Les représentations du bonheur intègrent de nouvelles dimensions en 2019 par rapport à 2013, autour de la nourriture saine et de l'attitude zen, qui révèlent un désir de mieux consommer. Les Français associent davantage le bonheur aux relations sociales, à la joie, l'amour, et moins aux loisirs et à la possession au temps-libre, comme c'était le cas en 2013.

Si je vous dis « être heureux », à quoi pensez-vous? – mots caractéristiques de chaque année (loi hypergéométrique)



Enquêtes « Tendances de la Consommation », CREDOC

## Un désir de consommation plus sobre et plus responsable

Dans un contexte d'amélioration de la conjoncture économique, et de très forte progression de la préoccupation environnementale, une partie des consommateurs notamment les plus diplômés, souhaitent consommer moins et mieux. Cette démarche s'inscrit dans une volonté de réaliser des achats plus réfléchis et plus en phase avec les principes du développement durable. En 2019, 65% des Français sont totalement d'accord, avec le fait qu'il n'est pas tolérable que des articles encore utilisables soient jetés en grande quantité comme s'ils étaient des déchets. 44% des Français affirment être totalement en accord avec le fait de mener une vie simple et ne pas acheter d'articles qui ne sont pas nécessaires.

**52%** des Français estiment faire des économies en consommant moins (contre 27% en 2016)



La part de Français estimant faire des économies en consommant moins, a quant à elle très fortement augmenté pour passer de 27% en 2016 à 52% en 2019 (+25 points en seulement 4 ans !). Le désir de mieux consommer est également visible à travers les dépenses en alimentation. Les Français achètent de moins en moins de viande, mais plus de légumineuses et de produits bio. Par ailleurs, dans un contexte de mobilisation sociale et de débats sur la justice sociale, la part de Français souhaitant inscrire leur consommation dans une démarche plus responsable socialement augmente. En 2019, 72% des Français se disent incités à acheter un produit parce que le fabricant est soucieux du droit des salariés, soit une hausse de 17 points par rapport à 2016.

**Pour en savoir plus : [www.credoc.fr/offres/cahiers-conso](http://www.credoc.fr/offres/cahiers-conso)**

*Sources : Perceptives et prévisions économiques de Pair Conseil ; Enquêtes annuelles « Tendances de consommation », réalisées par le CREDOC, chaque année, auprès d'environ 1000 individus représentatifs de la population résidante en France métropolitaine.*

### **À propos des cahiers de la consommation**

***PAIR Conseil**, spécialiste des études économiques appliquées aux enjeux du marketing, et **le CREDOC**, référence dans l'analyse des tendances de consommation, se sont associés pour développer les Cahiers de la Consommation, un outil unique d'anticipation des marchés de la consommation hexagonale. Ce dispositif repose sur l'accès à des **études semestrielles** contenant un état des lieux et des prévisions sur l'activité économique et la consommation des ménages, ainsi que **deux réunions par an** en présence de professionnels du marketing et du développement sur les scénarios économiques et les tendances de consommation.*

**Contact Presse : Jörg Muller : 01-40-77-85-32 ; [muller@credoc.fr](mailto:muller@credoc.fr)**