



SILVERS TENDANCES

Quels impacts de la Covid 19 sur les comportements de consommation de proximité des silvers ?

Quelles évolutions des motivations d'achats ?

Quels impacts en termes de fréquentation commerciale ?



L'impact de la Covid 19 sur...



La proximité sociale

- Perception de son état de santé, de son niveau de bonheur ressenti
- Confiance dans les autres et dans l'avenir
- Attitude vis-à-vis d'un nouvel épisode de confinement
- Niveau d'inquiétude vis-à-vis des sujets sociétaux (santé, sécurité, conflits sociaux, drogue, chômage...)

Les motivations d'achat de proximité

- Made in France
- Fabrication régionale
- Circuits courts
- Développement durable

La fréquentation des commerces de proximité

- Commerces spécialisés
- Epicerie de quartier
- Commerces spécialisés
- Marchés
- Magasins participatifs
- Magasins de vente directe
- Magasins bios

4 catégories de silvers Analyse

Silvers actifs : De 50 ans à la retraite

Jeunes retraités : De la retraite à 75 ans

Retraités âgés en couple : 75-85 ans

Retraités âgés seuls : 85 ans ou plus

En évolution

Comparaison des résultats pour chaque classe entre juin-juillet 2019, avril 2020 et juin-juillet 2020

Entre classes

Comparaison des résultats en 2020 entre les 4 classes de silvers et avec les moins de 50 ans

Trois vagues d'une même enquête sollicitées

Tendances Consommation juin-juillet 2019

Tendances Consommation juin-juillet 2020

Vague spécifique Avril 2020

Les trois vagues ont été réalisées avec la même méthodologie (enquête par Internet)

Le système d'enquête Tendances de consommation

Depuis sa création, il y a maintenant plus de 50 ans, le CRÉDOC analyse et anticipe les comportements de consommation.

Le CREDOC a mis en place depuis 1993 un dispositif permanent d'enquêtes de mesure des tendances de consommation qui lui permet de disposer d'information de long terme sur les tendances de consommation.

L'enquête a lieu annuellement en juin juillet.

Ce système unique étudie :

- ◆ Les arbitrages de consommation des Français
- ◆ Leurs motivations d'achat
- ◆ Les comportements d'achat malin
- ◆ Leurs fréquentations des différents formats commerciaux
- ◆ Les attitudes des Français vis-à-vis de tendances de consommation nouvelles ou en fort développement (frugalité, développement durable...)

Un dispositif spécifique Covid19

En avril 2020, le CREDOC a réalisé une vague spécifique dédiée aux impacts du confinement sur les attitudes et comportements de consommation des Français.

Basée sur une partie des questions posées dans le cadre du système d'enquête « Tendances de consommation », elle permet d'étudier l'état d'esprit et les attitudes de consommation des Français pendant le confinement.

Caractéristiques Techniques

Méthode prospective

Décrire et documenter les évolutions en cours à partir de nos enquêtes et de données récentes et fiables



Repérer les incertitudes et les points de basculement possibles à court et moyen terme

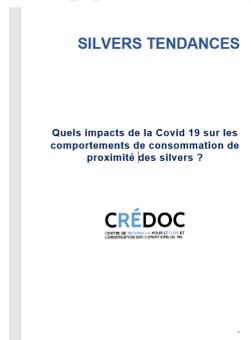


Des livrables opérationnels

Une présentation PowerPoint



Un rapport rédigé



Budget

- Rapport rédigé
- Présentation PowerPoint

3 000 € HT, soit 3 600€ TTC

Dates

Réunion :

29 septembre 2020

Rapport :

30 octobre 2020

Bon de souscription

Société/Entité.....

N° de TVA intracommunautaire.....

N° SIRET.....

Nom.....

Prénom.....

Fonction/Service.....

Téléphone..... Mail.....

Signature

CRÉDOC

CENTRE DE RECHERCHE POUR L'ÉTUDE ET
L'OBSERVATION DES CONDITIONS DE VIE

142, rue du Chevaleret 75013 Paris

Franck LEHUEDE, chef de projet senior lehuede@credoc.fr - 01 40 77 85 94

Pascale HEBEL, directrice de pôle hebel@credoc.fr - 01 40 77 85 42 / 06 42 02 77 94