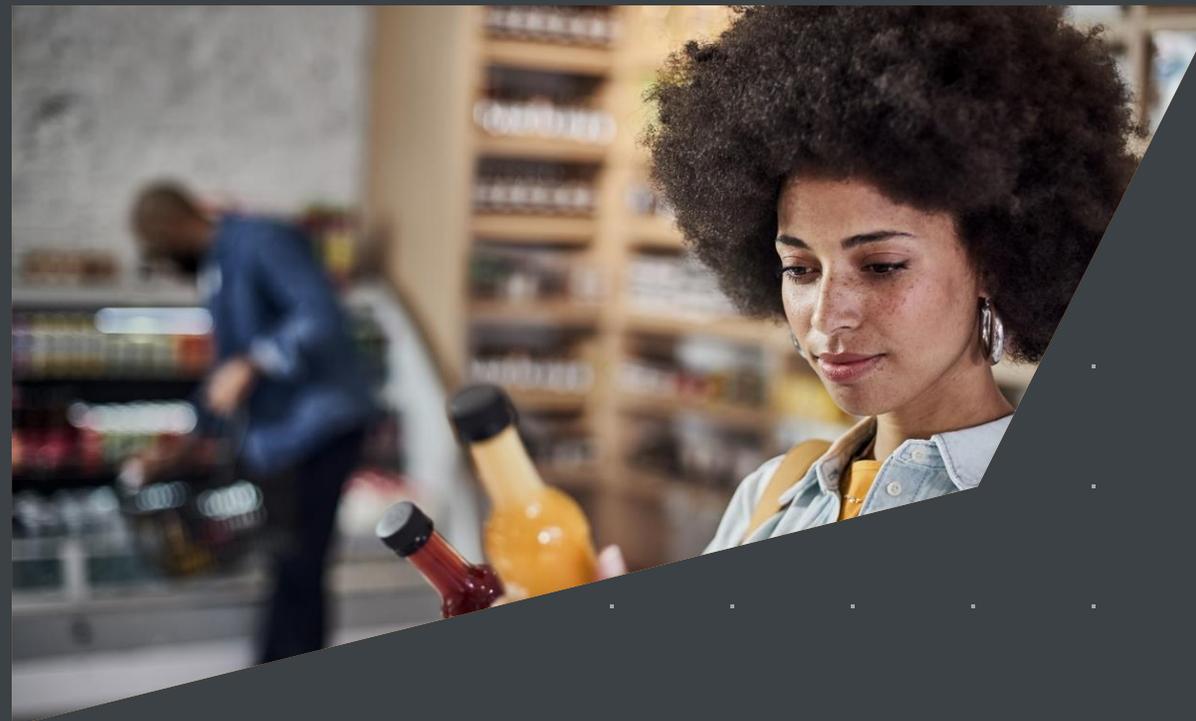

Consumer Pulse *Vague 2ème trimestre* 2023

Impact de l'inflation sur les
attitudes, attentes et
comportements des
consommateurs

GfK Marketing & Consumer Intelligence
Juin 2023



Quel impact du contexte économique actuel sur les perceptions et attentes de consommateurs?

- Il y a plus de 3 ans, les consommateurs ont été fortement impactés par la pandémie et les mesures mises en place.
- Après une période de choc, ils ont retrouvé leurs marques et ont adapté leurs comportements.
- En parallèle, les tendances déjà observées avant la crise se sont accélérées, notamment en ce qui concerne le développement durable et actions sociales des marques.
- Fin février 2022, alors que la pandémie semblait s'atténuer, la guerre en Ukraine vient de nouveau fragiliser l'équilibre économique et les citoyens ont à faire face aux conséquences du conflit. L'inflation a stagné à un niveau élevé sur les 12 derniers mois.
- Quelles **réactions** des Français vis-à-vis de la situation actuelle et notamment **l'inflation** ? Quel impact sur leurs **préoccupations** et **perceptions** ?
- Quel impact sur leurs **comportements d'achat**, que ce soit en termes de **projets d'achat**, de types de **produits** et **marques** achetés ou encore de **circuits** d'achat?
- Comment se **projetent-ils** à moyen terme ?



A man in a white shirt is pointing at a large computer monitor displaying a line graph. He is in a meeting with other people, some of whom are partially visible in the background. The scene is dimly lit, suggesting an office environment.

Anticiper dès maintenant les attentes et changements de comportements consommateurs pour la seconde partie de 2023

Nouvelle vague du tracking fin avril / début mai 2023, avec mise en perspectives de indicateurs clés depuis mars 2020

- Perception économique
- Comportements d'achat
- Projets d'achat
- Réactions face à l'inflation

Aider les marques et enseignes à anticiper et s'adapter rapidement

Mesure des perceptions, attitudes et comportements à mi année 2023.
pour vous apporter des réponses précises sur l'impact de la situation économique

1
Sentiment
général &
confiance



Perception vis-à-vis de la
**situation personnelle et du
pays,**

Classement des
préoccupations, dont la guerre
en Ukraine, la crise
économique et l'inflation

2
Télétravail et
loisirs



Situation professionnelle et
télétravail

Fréquence des activités de
loisirs réalisées

3
Stratégie d'achat
face à la hausse
des prix



Impact de l'inflation sur leurs
dépenses par univers
Renoncement d'achat par
catégorie de produits

**Comportements d'achats
suite à l'inflation** (changement
de marque / produits, circuits
d'achat)
Impact sur utilisation produits
PEM / GEM

4
Comportement
d'achat : projets
d'achat et
circuits d'achat



Projets d'achat par catégorie

Evolution **circuits d'achat sur
2022/2023 et projection sur
le reste de l'année**

Projets d'achat sur la suite de
2023

Focus **Marketplaces**

5
Projets de
vacances et
projection fin
d'année

Projets pour les **vacances
d'été 2023** et **impact de
l'inflation** sur les vacances à
venir

Sentiments vis-à-vis de la **fin
d'année 2023**

Analyse des attitudes et comportements par sous-cible

Analyse en évolution depuis la 1ère vague (mi-mars 2020) sur les indicateurs clés

Mise en perspectives des points clés de cette nouvelle vague



Etude consommateurs

Etude quantitative

N= 1000 interviews

Questionnaire de 20 minutes

Individus âgés de 20 à 70 ans, représentatifs de la population française en termes d'âge, genre, CSP, composition du foyer, région



Analyses

Analyse par profil démographique et sur toute sous-cible pertinente



Genre



Age et génération



Statut professionnel



Régions

Anticiper les évolutions à venir et préparer au mieux la 2^{ème} partie de l'année 2023

Livrables et investissement (en Euros - HT)

1 rapport final (~ 70 slides) – Vague 2^{ème} trimestre 2023

Analyse complète de l'étude

Mise en avant des points clefs, avec conclusions et implications pour les marques et enseignes

Mise en perspective entre les différentes étapes depuis le début de la pandémie

2 500 € HT

Fichier Excel de tris croisés avec lecture par profil

Présentation orale des résultats clés

- *Nous consulter* -

Conditions de facturation : 100% au moment de la commande

Cette proposition est valide pendant 30 jours après envoi.

Prix hors taxes, en euros