



# Etude shopper sur les comportements pendant le confinement

Synthèse des 4 premiers posts

SEG-VS-20

# La démarche

## Nous avons lancé avec l'IDC (institut du commerce) une veille shopper

- L'idée étant de garder un niveau d'information sur les évolutions des comportements dans cette période
- Et de comprendre les sujets qu'il faudra traiter en sortie de confinement.



**Forum en ligne**

**Accessible à tous**

Pour comprendre les évolutions des comportements

15 participants

**Questionnaires en ligne**

**En souscription**

Pour mesurer ces évolutions jusqu'au retour à la normale

3 vagues de 240 questionnaires chacune



---

## Objectifs et méthodologie de l'étude

---

1. Etat d'esprit des shoppers et circuits d'achat

---

2. Evolution des comportements en point de vente

---

3. Les promotions pendant le confinement et les attentes

---

4. Les achats responsables

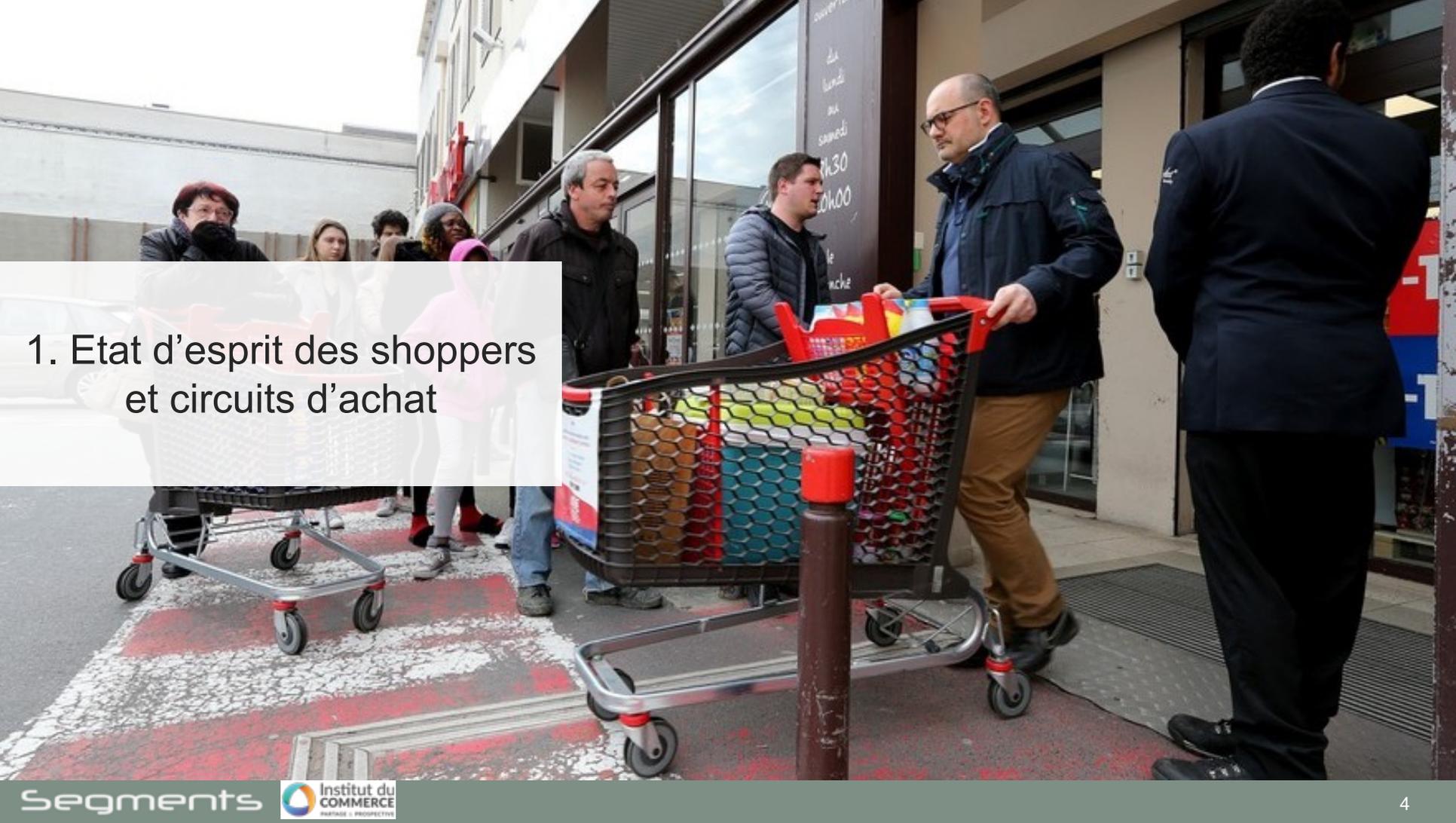
---

5. Les achats non alimentaires

---

6. Projection sur les courses alimentaires après le confinement

---



# 1. Etat d'esprit des shoppers et circuits d'achat

# Avec le confinement, le temps disponible évolue

## Des shoppers en activité qui ont peu de temps

- Des horaires lourds, y compris en télétravail

### **Activité**

*Je suis en confinement dans le logement de mon copain, qui lui travaille toujours (laboratoire d'analyse), c'est donc moi uniquement qui fait les courses, en temps normal cela peut être moi ou lui*

## Des shoppers qui étaient déjà en télétravail

- Pour qui la situation ne change rien

*Je n'ai pas plus de temps car j'utilise le télétravail depuis chez moi*

*J'ai effectivement moins de temps car je passe la plus part de mon temps à travailler ou à gérer les enfants et tout cela à la maison*

## Des shoppers qui ont plus de temps

- Du fait du télétravail ou d'une baisse d'activité

### **Ne travaillent pas**

*Le fait de rester à la maison avec ma famille me permet d'avoir plus de temps pour faire diverses choses : plus de cuisine ou du rangement, chose que par manque de temps je remettais toujours au lendemain*

## Des shoppers qui ne sont pas en activité

- Et qui ont du temps libre... s'ils ne font pas l'école à la maison

# Des courses faites seul, moins fréquentes et moins sereines

## La personne qui fait les courses pour le foyer n'est pas forcément la même que d'habitude

- Selon la disponibilité de chacun
- Et la sensibilité, le stress ressenti par rapport à l'épidémie

## Les courses qui se faisaient à 2 se font seuls

- Pour respecter les règles du confinement

**Des courses  
moins  
fréquentes**

Pour limiter les  
contacts

Plus de congélation  
de produits frais

**Et surtout  
moins  
sereines**

Plus de précautions,  
d'attentions aux  
distances, aux gestes

Sentiment d'avoir  
perdu le plaisir de  
faire les courses

### **Sensibilité**

*Depuis le confinement, c'est mon mari qui les fait puisque je suis plus fragile que lui et hyper stressée par la situation*

### **Shopper**

*Avant le confinement, nous faisons les courses à deux. Maintenant je me déplace seul pour réaliser les courses, confinement oblige*

*Maintenant, nous y allons à tour de rôle afin de ne pas nous exposer tous les 2 en même temps*

### **Fréquence**

*C'est toujours moi qui m'en charge avec plus de précautions et moins fréquemment*

*Je congèle le pain (chose que je ne faisais jamais) et la viande de la semaine*

*Le but est de faire les courses le moins souvent possible - nous y allons une fois tous les 10 jours*

# Les circuits d'achat pendant le confinement : 4 stratégies

## Stratégies majeures :

### Stratégie 1 : tout acheter sur la commune

- Fréquentation des supermarchés, hard discount, primeurs, magasins de proximité
- Abandon des hypermarchés ou des marchés s'ils ne sont pas à proximité
- Pas de nouveaux circuits ni de changement d'habitudes alimentaires

### Stratégie 2 : ne plus aller en magasin, privilégier le drive

- Au début du confinement : utilisation du stock
  - Des repas avec moins de produits frais
- Puis limiter au maximum les sorties, recourir au drive pour les grosses courses
  - N'aller que chez le boulanger
- Des shoppers très sensibles au risque de maladie
  - Des membres du foyer qui ont des facteurs de risque (ex : fils diabétique)

#### 1 - Commune

*Actuellement, je fais uniquement mes courses chez Lidl, c'est le magasin le plus proche de chez moi et depuis le confinement je n'y suis allée qu'une seule fois*

*Les repas ne sont pas différents depuis le confinement, je cuisine toujours les mêmes choses*

#### 2 - Drive

*Mes repas sont un peu différents, pendant 14 jours, nous avons beaucoup utilisé les stocks donc moins de produits frais*

*Depuis le confinement soit depuis 14 jours, je suis pas allée faire de courses*

*J'ai arrêté d'aller physiquement dans les grandes surfaces suite aux contacts avec d'autres personnes*

*J'utilise uniquement le drive et me déplace uniquement pour ce type de courses. Je ne veux pas avoir de contact avec d'autres personnes afin d'éviter de contracter ce virus*

*Je ne sors pas pour respecter les consignes, protéger ma famille surtout mon fils qui est diabétique*

# Les circuits d'achat pendant le confinement : 4 stratégies (suite)

## Stratégies mineures

### Stratégie 3 : tout acheter en hypermarché

- Pour limiter les déplacements, le nombre de sessions de course, les contacts
- Des courses de plein, pour une dizaine de jours

### Stratégie 4 : privilégier les toutes petites surfaces

- Avec des achats plus fréquents, moins de stockage
- Shoppers qui ont un sentiment d'insécurité en hypermarchés, et supermarchés
- Plus de promiscuité, impression que les distances sociales sont moins bien respectées
- Une défiance qui risque de se prolonger après la fin du confinement

### 3 - Hypermarché

*Je ne vais plus que dans un seul magasin (hypermarché) afin de limiter les déplacements et contacts. Je n'utilise aucun de ces services car ils sont saturés*

### 4 - Petites surfaces

*J'évite d'aller dans le supermarché Leclerc où j'avais l'habitude de faire mes courses parce qu'il y a plus de monde*

*Chez les petits commerçants le civisme des personnes, les règles d'hygiène et distance entre personnes sont bien appliqués, et je stresse beaucoup moins d'aller y faire des courses*

*Je n'ai pas spécialement envie de retourner faire mes courses dans un grand magasin, du moins pas dès que le confinement sera levé*



# Le Drive : un circuit adapté au confinement mais perturbé

## Le Drive est une solution intéressante

- Les non clients s'y intéressent
- Le circuit qui permet de limiter au maximum les contacts

## Mais en pratique, il est difficile de passer commande efficacement

- Fermeture de certains Drive par manque de personnel
- Saturation des autres : des délais de plusieurs jours entre la commande et la livraison
- Beaucoup de ruptures



### **Solution**

*Le drive est la façon de faire les courses avec le moins de risque*

### **Non client**

*Concernant le drive, je n'y ai pas encore eu recours mais j'y songe de plus en plus*

*J'ai voulu tester le drive ,le seul problème est qu'il faut 1 semaine pour le récupérer et malheureusement il y a beaucoup trop de ruptures*

### **Client**

*Je n'utilise pas le drive parce qu'il est fermé ce qui m'oblige à me déplacer dans les magasins*

*Les Drive autour de chez n'acceptent plus les commandes*

*Je n'utilise plus du tout le Drive, il y a trop d'attente pour trouver une date (+ 5 jours)*

*Je commande lorsqu'il est possible, car avec un flux aussi important il est difficile d'avoir un créneau horaire pour récupérer les courses*

*Je fais moins de drive, surtout quand je vois la file de voiture qui attend, il est plus simple d'aller en magasin et c'est plus rapide*

# Des clients Drive qui changent d'enseigne si nécessaire

## Comparaison des créneaux disponibles entre les enseignes

- Il leur arrive de changer d'enseigne
- Pour réduire le délai de mise à disposition de la commande

## Certains shoppers limitent les produits surgelés

- Crainte que dans la période actuelle la chaîne du froid ne soit pas respectée

## Des déceptions sur les fruits et légumes

- Problèmes de qualité et de fraîcheur
- Manque de choix, beaucoup de ruptures
- Dans les zones où il sont présents, intérêt pour les Drive fermiers
  - Une solution pratique pour des produits de qualité

### **Enseignes**

*Les drives étant saturés, j'arrive à jongler entre les différentes enseignes (Intermarché, Super U, Carrefour et Leclerc) pour faire un drive par semaine*

*Je n'utilise que le drive car je ne veux pas avoir beaucoup de contacts avec d'autres personnes et je fais en fonction de la disponibilité, cela peut être Leclerc, Auchan, Intermarché*

### **Fruits et légumes**

*Ce qui est un peu dommage c'est que le drive n'a pas beaucoup de choix en légume et fruit frais et souvent des ruptures*

### **Surgelés**

*Pas ou peu de produits congelés, je n'ai pas confiance en la chaîne du froid, en raison du flux très important au drive de la grande surface où je réalise mes courses*

### **Drive fermier**

*Cela permet à la fois de soutenir les producteurs locaux et d'avoir des produits de saisons au meilleur prix*

# Peu d'intérêt pour la livraison à domicile alimentaire

## Un seul shopper a tenté la livraison à domicile pendant le confinement

- Auprès d'un magasin bio : expérience décevante
- Beaucoup de ruptures, des quantités livrées inférieures à la commande

## Les freins : manque d'intérêt et crainte de dysfonctionnements

### Soit par manque d'intérêt

Des shoppers gênés de ne pas choisir leurs produits eux-mêmes

Qui privilégient le drive : moins cher, pas de freins à aller chercher ses courses

### Soit parce que le service n'était pas disponible

Ou qu'il y a peu de créneaux de livraison

Une consommatrice préfère le laisser aux personnes qui en ont vraiment besoin

### Soit par crainte de dysfonctionnements liés à la période

Dans la mesure où le drive fonctionne déjà moins bien que d'habitude

### **Manque intérêt**

*Je n'ai pas eu recours à la livraison à domicile et c'est un service que je n'utilisais pas avant le confinement et que je ne pense pas utiliser après*

*Je peux me déplacer donc je fais le drive*

*Non, car je préfère aller en magasin et choisir mes produits moi-même*

### **Non disponible**

*Non car elle n'est jamais disponible et je préfère la laisser aux personnes qui en ont réellement besoin*

*Non, il n'y a pas beaucoup de créneaux disponibles, j'ai privilégié le drive*

*Non, les délais pour le drive étant trop longs, je n'ai pas voulu regarder cette option au cas où pour les délais aussi...*

### **Dysfonctionnements**

*Les quantités n'étaient pas vraiment respectées. De plus la moitié des produits étaient en rupture de stock*

# Les paniers : la majorité des shoppers sont réfractaires

**Ils ne sont pas à l'aise avec l'idée de ne pas choisir eux-mêmes**

Les produits selon leurs besoins et les marques selon leurs préférences

*Je ne pense pas utiliser ce genre de services, je préfère choisir mes produits, mes marques et ne pas stocker des produits qui ne m'intéressent pas*

*On n'a pas le choix et cela risque de ne pas être utilisé et donc d'être gaspillé*

**Le confinement est déjà une période de contrainte forte**

Ils ne souhaitent pas être en plus contraints dans le choix de leurs produits

*Je préfère choisir des produits que je suis sûre d'utiliser et qui me plaisent*

*Il n'est déjà pas évident d'être confiné alors je préfère quand même avoir la liberté de choisir mes aliments*

**Impression qu'ils vont devoir stocker des produits qui ne les intéressent pas**

Voire générer du gaspillage s'ils ne consomment pas les produits

*Je n'aime pas le concept, il y a beaucoup de produits ultra transformés, non sains, que je n'aime pas ou que je consomme pas. Je préfère choisir mes produits*

*J'ai l'habitude d'acheter beaucoup de produits en vrac et là je vois qu'il va y avoir encore des emballages et tout cela se répercute sur le prix. Franchement ce concept ne m'intéresse pas du tout*

**Les acheteurs de produits bruts sont méfiants sur l'offre**

Craignent que les paniers comprennent des produits transformés

**Une solution peu écologique**

Tous les produits sont emballés, pas de produits du rayon vrac

# Les paniers : attentes sur les fruits et légumes et de personnalisation

Avantage : éviter d'aller en magasin

Et gagner du temps

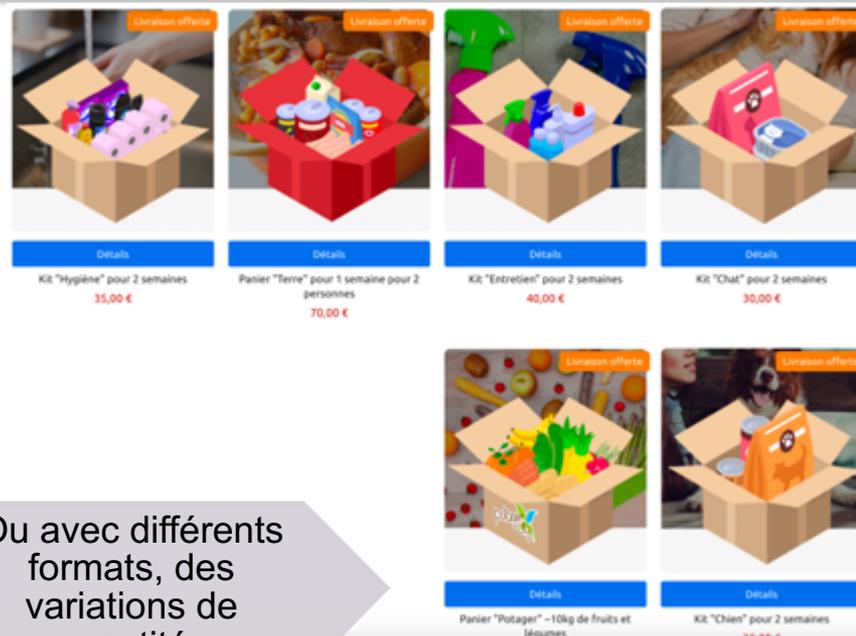
En mineur : intérêt pour les paniers de fruits et légumes

A condition qu'ils soient qualitatifs

L'idéal serait de pouvoir personnaliser le panier

En substituant 1 ou 2 produits par exemple

Ou avec différents formats, des variations de quantités



*C'est peut-être une solution, cela permettrait de ne pas être obligé d'aller faire ses courses en magasin, tout serait déjà prêt*

*Il devrait proposer comme le drive certains produits au choix pour qu'on puisse finaliser notre panier*

*De mon point de vue personnel, il faudrait que certains éléments ne soient pas figés (quantité par exemple, ou possibilité d'échanger 1-2 produits max contre d'autres)*



## 2. Evolution des comportements en point de vente

# Les courses sont davantage préparées

## Tous les shoppers prévoient leurs achats

- Ceux qui étaient déjà organisés le restent, les autres le deviennent

## Certains shoppers planifient les menus de la semaine

- Font leur liste de courses sur cette base => achètent selon la liste
- Ce sont des shoppers qui ont du temps pour cuisiner
  - Qui profitent du confinement pour tester de nouvelles recettes

## Tendance à faire une liste, complète, exhaustive

- Que ce soit papier ou sur smartphone
- Car concentration des courses sur un seul point de vente
  - Abandon des courses de dépannage

## Les clients drive ne font pas forcément de liste

- Le site permet de ne rien oublier
- En mineur : constitution du panier au fur et à mesure
  - En substituant les produits en rupture au fur et à mesure

### **Shoppers organisés**

*Je n'ai rien changé, je fais toujours des listes et je sais ce que je vais acheter avant de partir*

*Je continue de faire une liste comme je le faisais auparavant en veillant bien à ne rien oublier et en notant au fur et à mesure*

### **Evolutions**

*Avant il m'arrivait de m'arrêter devant une enseigne pour prendre 1 ou 2 choses. Maintenant je fais une liste de ce qu'il manque*

### **Menus**

*On a élaboré les menus pour la semaine, des menus nouveaux, ayant d'avantage de temps, on s'est dit que c'était l'occasion !*

*Du coup pour nous : liste des menus = liste de courses, et on s'y tient*

### **Drive**

*Aucune liste, je fais au fur et à mesure en regardant sur le site magasin et par rapport à mes besoins*

*Je prépare au fur et à mesure mon drive en complétant le panier. il me sert de liste, je vois quand un article devient indisponible et ils me proposent un substitut*

# Des listes longues, qui ciblent les produits essentiels

## Tendance à prévoir un peu plus que nécessaire

- Pour compenser l'absence de certains produits lors des courses
- Projection sur une période longue
  - Pour éloigner la prochaine visite en magasin

## Le contenu de la liste a également évolué

- Concentration sur les produits de base, essentiels
- Peu d'intentions d'achat sur le non alimentaire, les produits d'entretien et d'hygiène-beauté

## La liste est préparée dès le retour des courses

- En notant les produits qui n'ont pas été trouvés lors des courses
- Les clients drive consultent régulièrement le site
  - Pour commander au moment où un maximum de produits sont disponibles
  - Et s'il y a un créneau de livraison proche

## Le confinement est également une occasion de faire du tri dans les placards

- De consommer des produits qui étaient stockés et peu consommés

### Liste longue

*Habituellement, je faisais une liste restreintes pour des produits spécifiques. Aujourd'hui je fais des longues, vraiment longues listes pour au moins espérer avoir des produits dont j'ai besoin*

### Contenu

*J'ai plus tendance à regarder ce dont j'ai réellement besoin, à vérifier ce que je souhaite et avoir une liste sur mon téléphone*

*Maintenant ma liste est plus ciblée, je ne mets que les denrées alimentaires de base, exemple des laitages, des féculents, du café, je cible les rayons à l'avance pour passer moins de temps dans le magasin*

### Anticipation

*J'initie ma liste dès que je rentre des courses. Je commence par marquer ce que je n'ai pas pu trouver. Ensuite, je l'enrichis au fur et à mesure que les produits se terminent*

*Une liste est toujours d'actualité, mais nous consultons chaque jour le site en raison des ruptures régulières*

### Tri

*Le confinement est une très bonne occasion pour moi de faire le tri pour enfin y voir plus clair dans mes placards*

# Les catégories achetées : des difficultés sur les produits frais

## C'est d'abord le temps disponible qui joue sur la constitution des repas

- Si le shopper est disponible, plus d'achats d'ingrédients à cuisiner ou pour pâtisserie
- Des tentatives de « fait maison » : yaourts, pain, brioche...

## Mais des difficultés à acheter des produits frais

- Le poisson frais n'est pas proposé dans tous les points de vente
- Les fruits et légumes ne sont pas toujours satisfaisants

## Certains shoppers achètent plus de produits plaisir

- Tendance à se laisser tenter par le chocolat par exemple
- Une consommatrice en profite pour tester des produits qu'elle n'achète pas habituellement

### Temps

*Je cuisine pour toute la famille et j'essaie de faire des plats équilibrés parce que j'ai plus de temps*

*Je prends juste un peu plus de temps pour cuisiner étant à la maison 24/24*

*J'essaie de faire du pain mais ça n'est pas une grande réussite; je fais aussi mes brioches maison par plaisir... j'ai ressorti la yaourtière et fais mes yaourts maison !*

### Produits frais

*J'achète moins de poisson. Pour les fruits et les légumes, j'essaie de continuer à en acheter sur le drive mais la qualité n'est pas toujours au RV*

### Produits plaisir

*Je me suis surprise à acheter plus de chocolats mais également plus de fruits et légumes pour nous préparer de bons petits plats*

### Tests

*J'achète également plus de produit type muesli, flocons d'avoine, je teste, je tente de nouvelles choses*

# Petit déjeuner et goûter : des changements sur le goûter

## Peu de changements d'habitudes pour le petit déjeuner

- Un repas déjà pris à la maison par tous les membres du foyer

## Foyers sans enfants : peu tentés de prendre un goûter

- En mineur : mise en place d'un goûter car le dîner est plus tardif

## Foyers avec enfants : des changements sur le goûter

- Un goûter souvent pris en famille
  - Alors que ce n'était pas le cas auparavant
- Avec plus de gâteaux maison, donc plus d'achat d'ingrédients
  - Moins d'achat de gâteaux et biscuits

## Dans la limite de la disponibilité des ingrédients

- Pendant tout le confinement, des difficultés sur la farine et les œufs
- Plus ponctuellement sur la levure, la poudre d'amande

### **Petit déjeuner**

*Pour le petit-déjeuner, nos habitudes n'ont pas beaucoup changé, mes enfants prennent des céréales le matin*

### **Sans enfants**

*Nous n'avons pas d'enfants à la maison donc nous sommes moins tenté de prendre un goûter*

*Le petit déjeuner reste le même. Par contre, nous prenons, mon mari et moi, un goûter car on dîne un peu plus tard que d'habitude*

### **Avec enfants**

*Pour le goûter c'est plus les enfants même s'il y a un grand enfant en plus (mon mari 😊)*

*Pour le goûter, nous avons tendance désormais à le prendre tous ensemble en privilégiant les gâteaux faits maison*

*Maintenant c'est moi-même qui fait les gâteaux, en règle générale c'est toute la famille qui prend une collation l'après-midi*

### **Ingédients**

*J'achète beaucoup plus de farine, œufs et levures*

*Le plus difficile aujourd'hui, c'est d'avoir toutes les matières premières (farine, beurre etc.) disponibles en magasin*

*Il est devenu très difficile voire impossible de trouver de la farine dans les magasins. Fort heureusement, j'en avais quelques kilos d'avance*

# Des shoppers tentés par les produits sucrés, pas par les devant de caisse

## Des foyers peu attirés par l'offre de produits sucrés

- Qui achètent habituellement peu de confiseries et chocolats
- Le plaisir, la gourmandise passent par davantage de préparations maison

## Des foyers qui se laissent plus facilement tenter

- En particulier les familles
- Achat de confiseries pour les enfants, pour adoucir les contraintes du confinement

## Volonté de rester sur une consommation raisonnable

- Le confinement, le télétravail incitent à grignoter, à prendre un goûter
- Développement d'autres occasions plaisir, comme boire un thé dans l'après-midi

## Pas d'achats en devant de caisse parmi nos participants

- Des achats qui se déclenchent habituellement à la vue des produits
- La liste est un frein à leur achat
  - Surtout si ce n'est pas le destinataire qui fait les courses
- Sur le drive, ces produits ne sont plus présents à l'esprit
- Une consommatrice a même arrêté de consommer des chewing-gums

### Peu tentés

*Non car ce n'est pas dans mes habitudes alimentaires. Par contre, je cuisine davantage : Banana bread, Pancakes, cakes...*

### Tentés

*J'achète beaucoup plus de chocolat et de sucreries, même si j'évite de grignoter, je me fais plaisir en mangeant un peu plus de confiserie qu'en période normale*

*Lorsque je prépare mon drive, j'essaie de prendre un paquet de bonbons pour les enfants puisque j'estime que pour eux ce n'est pas simple non plus*

*Oui j'avoue quelques petits achats plaisir ! M&S M et tablettes de chocolat (mais c'est pour mon mari... 😊😊)*

*J'achète du chocolat mais comme d'habitude, on fait toujours attention à ne pas trop en manger*

### Devant de caisse

*Tout ce qui est chewing-gums ou bonbons au niveau des caisses, mon mari ne les regarde même pas*

*Je vais acheter un produit devant les caisses uniquement si j'en ai réellement l'utilité, pour l'instant je n'ai rien acheté*

# Les marques, le stockage et les ruptures

## Les marques

- Peu d'évolutions en terme de confiance dans les marques
- Mais plus d'achats de MDD en magasins de proximité : prix élevés

## Le stockage

- Des comportements de stockage de produits d'épicerie avant le confinement
  - Qui n'ont toujours pas été consommés

## Les ruptures sont bien acceptées

- Pas de difficulté à changer de produit
  - Quitte à prendre un produit plus cher
- Possibilité de renoncer à l'achat ou de substituer vers une autre catégorie
- Elles posent problème quand tout le rayon est vide
  - Dans ce cas, recherche des produits dans un autre point de vente, souvent plus petit

### Marques

*Le confinement n'a rien changé sur mon rapport aux marques, j'achète aussi bien des produits de marques, de marque de magasin et de discounteur*

*Ma confiance dans les marques n'a pas évolué durant cette période*

*Au petit magasin près de chez moi, je ne trouve pas mes produits habituels et les prix sont vraiment plus importants, donc je m'oriente vers les marques magasins*

*Nous sommes contraints d'acheter plus ou moins n'importe quelle marque lorsque les rayons sont dévalisés*

### Stockage

*Avant l'annonce du confinement, j'avais anticipé et acheté un peu plus de conserves, de riz, de sucre et de farine. J'ai un garage, donc la place pour stocker tout ce qui se conserve longtemps*

*Avant le confinement, quand on a senti la "pression monter", j'ai augmenté l'achat de certains produits secs (gâteaux, quelques conserves, sauces...) pour avoir du stock "au cas où"... et au final, nous n'avons toujours pas consommé ces produits !*

### Ruptures

*En cas de rupture, je m'adapte, j'achète autre choses, je varie, cela ne me pose aucun problème*

*Je m'adapte en trouvant autre chose ou je m'en passe si le produit n'est pas indispensable*

*Je m'oriente vers un autre produits même si celui-ci est plus cher*

*Nous sommes prêts à dépenser un peu plus lorsque les produits que nous consommons d'habitude ne sont pas disponibles*



### 3. Les promotions pendant le confinement et les attentes

# Les prix et promotions n'étaient pas des critères prioritaires au début du confinement

## Des shoppers peu attentifs aux prix

Une situation de stress, volonté de ne pas ajouter un stress sur les prix

Le foyer a réduit ses dépenses d'essence, de loisirs

L'alimentation est un moyen de se faire plaisir

## Des shoppers qui surveillent les prix

Et constatent des augmentations, par ex sur le riz, les produits frais

Ils deviennent alors très vigilants

## Un détachement par rapport aux promotions

- En magasin, volonté de courses efficaces, sur les produits nécessaires
- Peu de promotions en drive, ou souvent en rupture

### **Prix peu regardés**

*Vu les économies réalisées en cette période de confinement (pas d'essence, pas de resto, pas de sortie), il est vrai que je suis moins regardante*

*Il est vrai que je suis attentive aux prix... mais comme pas de dépenses essence, resto, ciné alors on peut faire quelques écarts*

*Comme c'est assez stressant j'essaye de ne pas me prendre la tête sur les prix*

### **Prix**

*Je fais plus attention au prix des produits que j'achète car je trouve que les prix sur certaines denrées on augmenté*

*J'ai vu 1 kg de riz basmati d'une marque discount à 2,87 € qui en temps normal était à 1,38 € donc je fais vraiment attention au prix des produits*

*Je fais aussi attention aux prix qui ont tendance pour certains produits à s'envoler : salade verte à + de 1,50€ !*

### **Drive**

*Le prix, certains produits ont augmenté et certains drive ne mettent pas les promotions sur leur drive*

# Moins de prospectus reçus pendant le confinement

## Ceux qui ne les lisaient pas : pas de changement

- Sentiment d'être peu concerné par les produits proposés
- Que ce soit pendant ou après le confinement

## Ceux qui les lisaient en ligne : pas de changement

- Ils les consultent toujours

## Ceux qui les lisaient physiquement

- Constatent qu'ils en reçoivent nettement moins, ou plus du tout
- Qu'ils ne reçoivent pas d'informations sur les promotions par emails
- => sentiment qu'il n'y a plus de grosses opérations

## Une partie seulement les consulte sur Internet

- En allant sur les sites des enseignes
- Mais ils regrettent leur prospectus papier

## Une participante se reporte sur les applications qui apportent des réductions

- Une alternative aux promotions

### **Pas prospectus**

*Je regarde rapidement les promotions en magasin mais ce sont rarement des produits que je consomme*

### **Prospectus en ligne**

*Avant de finaliser ma liste de courses, je vais sur Internet consulter le prospectus et voir s'il y a des promotions intéressantes*

### **Prospectus physiques**

*En ce moment je reçois moins de prospectus dans ma boîte aux lettres*

*Nous ne recevons plus aucuns prospectus à la Je ne reçois plus rien comme prospectus papier, sinon au niveau des mails je n'ai rien non plus des magasins alimentaires*

*Moi qui aime le catalogue pour préparer mes courses et promotions pour l'instant c'est impossible*

*J'ai vraiment l'impression que pendant cette période il n'y a pas de promotions*

### **Internet**

*Oui j'en recevais avant maintenant je n'en reçoit plus mais c'est normal c'est le confinement, je regarde sur internet*

*Je regarde sur les sites d'enseignes, je tiens compte des promotions et j'achète toujours en fonction*

# Les promotions en magasin : moins présentes, moins attractives

## Les shoppers souhaitent faire ses courses au plus vite

- En se concentrant sur les produits listés
- Ils sont moins ouverts aux promotions qu'en temps normal

## Dans certain foyer, ce n'est pas la personne habituelle qui fait les courses

- Des shoppers occasionnels, qui se concentrent sur leur liste, ne regardent pas les promotions

## Les promotions sont toujours présentes à l'entrée de certains magasins

- Dans ce cas, elles sont regardées rapidement

## Elles deviennent rares dans d'autres magasins

- Les shoppers n'y voient pas d'offres intéressantes
- Certains ne se souviennent pas d'en avoir vu (mais ils les ont peut-être occultées involontairement)

### **Désintéret**

*On n'attend rien des magasins, on veut juste avoir ce qui est noté sur notre liste*

*Je n'achète pas en ce moment de produits en promotion mais des produits dont j'ai besoin*

### **Shoppers occasionnels**

*Mon mari ne prend pas le temps de regarder, il a une liste précise de ce qui est nécessaire*

*Mon mari fait les courses en grande distri depuis le confinement, il ne s'est pas attardé sur ce rayon car beaucoup moins attractif qu'avant, et il se dépêche de faire les courses aussi*

### **Magasin promo**

*A Carrefour, une bonne partie des promotions sont à l'entrée, je vais y jeter un coup d'œil*

*Souvent il y en a, je prends quelques minutes pour regarder et comparer les prix au litre et kilo*

### **Magasin promo rare**

*L'offre des produits en promotion est tellement réduite... pour ne pas dire quasi inexistante*

*Je n'ai remarqué aucunes promotions à l'entrée du magasin lorsque je suis allée faire mes courses*

# Les promotions en drive : offre courte, des ruptures

## Consultation de la page promotions du site / de l'appli

- Constat d'une forte réduction du nombre de promotions disponibles dans certaines enseignes
- Au final, moins d'achats en promotions qu'en temps normal



## Attente d'une meilleure présence des promotions dans ce circuit

### En mineur : consultation du drive pour identifier les promotions présentes en magasin

- Le prospectus peut annoncer des promotions qui ne seront pas présentes
- Le drive permet de vérifier si elles sont en stock

### Drive

Je ne recherche pas les promotions sur le net par contre quand je fais le drive je regarde les promos disponibles

Oui je les consulte sur le site du Drive avant de réaliser les courses, je regarde toujours le rayons des promotions

Au début du confinement, j'ai cru qu'il y avait un problème technique : d'habitude il y a 2-3000 produits en promotion, toutes promotions confondues, et depuis le confinement, il y a 60-80 produits maximum, et ça ne concerne pas forcément des produits alimentaires...

Non car au drive on ne trouve pas toute les promotion donc j'achète ce qu'il y a disponible

### Consultation pour magasin

Nous lisons les prospectus mais nous consultons très régulièrement aussi sur internet en raison des ruptures régulières dans cette grande surface

### Attentes

Des promotions beaucoup plus intéressantes au drive car elles ne sont pas toutes répercutées dans ce système de vente

# Les opérations saisonnières

## Projection sur Pâques (une dizaine de jours avant)

**Ceux qui font habituellement un repas de famille vont y renoncer**



Si les personnes concernées n'habitent pas le même logement



Et renoncent également aux chocolats s'ils n'ont pas d'enfants



En particulier s'ils achetaient leurs chocolats chez un chocolatier

**Les habitués de la chasse aux œufs manquent de motivation**



Une partie va y renoncer, mais quand même acheter quelques chocolats de Pâques



Les autres vont essayer d'organiser une chasse aux œufs malgré tout



En mineur : volonté de faire une belle chasse aux œufs pour faire plaisir aux enfants, compenser les contraintes du confinement

### **Pas fêté**

*Généralement c'est en famille avec ma grand-mère, mes parents mais avec le confinement ce n'est pas possible...*

*Les enfants étant grands et dans leur appartement, je ne vais rien faire de particulier*

*D'habitude c'est l'occasion de faire un déjeuner en famille, cette année ce n'est pas possible*

*Il n'y aura pas d'achat de chocolats non plus...*

*Peut-être un repas amélioré mais pas d'achat de chocolat*

### **Chasse aux œufs**

*Nous n'allons pas faire une chasse aux œufs, bien que ma dernière qui a 8 ans nous l'a réclamé. Mon mari leur a acheté 3 paquets de chocolats avec lapin, œufs etc... pour marquer le coup mais c'est tout*

*Une mini chasse aux œufs dans le jardin avec nos enfants*

*Je trouve que c'est dans de moment pareil qu'il est important de partager en famille ce type d'événement*

*Mes enfants ont dit que s'il n'y en avait pas ce n'était pas grave, qu'il en auront la prochaine fois*

# Le retour des promotions est attendu à la sortie du confinement

## Attente d'un retour des promotions telles que les shoppers les connaissent

- Avec des mécaniques qui permettent de faire des économies importantes

## Avec des actions fortes à la sortie du confinement

- Pour montrer la volonté des magasins d'aider leurs clients à préserver leur pouvoir d'achat

## Au final, les shoppers qui utilisent les promotions pour équilibrer leur budget sont en attente d'un maintien du niveau de promotions

- Ce sont les mêmes qui constatent des augmentations de prix
- Ils ont le sentiment que les 2 facteurs se combinent : augmentation des prix + baisse des promotions
- Ils sont en attente d'actions des enseignes pour les aider à maintenir leur pouvoir d'achat
- En mettant de côté les promotions qui incitent à surconsommer des produits non essentiels

### **Acheteurs promos**

*J'espère que les promotions vont revenir à la normale, comme avant le confinement...*

*Avant, sur l'ensemble, cela m'allait très bien*

*Je privilégie les lots ,les promotions sur les grosses quantités, j'ai toujours été prévoyante donc ça ne changera pas*

### **Sortie confinement**

*Pour un retour en courses classique magasin ou drive, je pense que les promotions devraient être plus agressives, car les enseignes ont quand même augmenté certains prix. Il serait bien de rééquilibrer les prix après le 11 mai prochain*

*Les promotions ne doivent pas inciter à consommer plus, mais personnellement je trouve que les prix ont augmenté pendant le confinement, de plus sans promotion, cela a un impact assez radical sur le porte-monnaie... Je ne trouve pas ça pas tellement cohérent avec le contexte actuel*

# Attentes de promotions sur des produits essentiels

## Attente d'une évolution sur la nature des produits

Produits de première nécessité

Produits frais

Produits bruts à cuisiner

Produits locaux (une attente déjà présente avant le confinement)

Petits plaisirs

## Et une adaptation des volumes selon les catégories

- Les gros volumes sont appréciés sur les catégories de stockage
- Plus difficiles à gérer sur les produits frais

## Des interrogations sur les fruits et légumes

- Une volonté d'acheter **français**, de soutenir les **agriculteurs**, de ne pas réduire leurs marges
- Mais des **prix** qui sont en **augmentation** : des attentes fortes pour une stabilisation des prix
  - Ou pour des promotions qui permettent d'atténuer la hausse des prix

### **Nature produits**

*Par contre les produits que j'achèterai plus maintenant seront la farine, la levure, le sucre, les produits que je peux facilement transformer*

*En priorité c'est surtout l'alimentaire de 1<sup>ère</sup> nécessité sur lequel il serait important de refaire des promotions*

*Davantage sur les produits de première nécessité, les produits frais et les petits plaisirs du quotidien*

### **Sensibilité écoresponsable**

*J'aimerais que l'on propose plus de produits locaux pour soutenir l'économie locale*

*J'aimerais des promotions sur des produits locaux, frais, sains, non transformés et respectueux de l'environnement mais c'est utopique j'imagine*

*Idéalement, j'aimerais que ces promotions portent sur les produits de 1<sup>ère</sup> nécessité mais aussi les fruits et légumes frais, locaux et bio*

### **Adaptation catégories**

*Je m'attends à des promotions à la fois sur des lots mais aussi sur des petites quantités en fonction du produit en promo : lots pour l'essuie-tout, papiers WC mais pas sur les produits frais*



## 4. Les achats responsables

# Les gestes responsables : contradiction entre les attentes individuelles et les contraintes collectives

## Le Covid19 accentue les préoccupations individuelles

- Met en avant les effets néfastes de la pollution, de la mondialisation
- Le confinement limite la pollutions et les impacts humains
- Redonne une place importante à la nature

## Mais crainte que les préoccupations environnementales soient mises de côté au niveau collectif

- En donnant priorité aux règles d'hygiène
- Risque d'un retour en force du plastique, des emballages
- En particulier pour les fruits et légumes

### **Préoccupations individuelles**

*J'espère que la consommation écoresponsable sera prioritaire après le confinement. Nous nous sommes rendus compte que la pollution détruisait beaucoup*

### **Craintes**

*J'ai peur qu'elles soient mises de côté malheureusement*

*J'espère qu'elles seront prioritaires, mais le contraire peut arriver aussi, et je crains que ça soit le cas*

*Je suis fan des nouveaux modes de consommation écoresponsable mais je pense que certains d'entre eux pourraient malheureusement être mis de côté pour des raisons d'hygiène*

*Avec la crise sanitaire, des personnes sont rassurés de trouver des produits emballés*

*J'ai l'impression que les politiques et les gens ne font plus attention à l'écologie, alors que moi j'aime voir des images des plages désertées où la nature reprend ses droits*

*Il y a de moins en moins de pollution, je trouve ça formidable*

# En pratique, peu d'évolutions pendant le confinement

## La plus importante : la prise en compte de l'origine

### Peu d'évolution des comportements pendant le confinement

- Un peu plus d'attention portée à la lutte contre le gaspillage
- Dans la mesure où les magasins n'étaient pas toujours bien approvisionnés
- Le confinement a permis de mieux gérer les stocks

*Je continuerai à trier mes déchets, à éviter le suremballage et réellement je ne gaspille pas ,j ai un chien qui se porte très bien*

*Nous avons fait plus attention au gaspillage ne sachant pas si les magasins seraient toujours livrés*

*Le confinement a permis de mieux gérer les stocks donc de faire moins de gaspillage alimentaire. je compte conserver cette habitude*

### Des shoppers plus attentifs qu'avant à l'origine France

- Aves des préoccupations plus sociétales
- Volonté de soutenir les agriculteurs français
- Les shoppers qui en ont les moyens font l'effort d'acheter français
  - Sans forcément maîtriser / comparer les prix de vente

### Des fruits et légumes français plus présents dans les rayons, plus visibles

- Egalement de réaliser des achats directement chez les producteurs quand c'est possible
- Certaines mairies proposent de mettre en relation les consommateurs et les producteurs

*Je demande à mon mari de prendre des fruits et des légumes français quitte à dépenser un peu plus cher mais si on peut aider nos agriculteurs un tout petit peu à notre échelle, on le fait*

*Je continue à acheter autant de bio et local, voire plus pour le local en soutien aux agriculteurs*

*La mairie a mis en place une revue avec la liste des producteurs locaux afin de les aider à écouler leur stock*

# Les achats responsables : les changements de circuits ont un fort impact

## Tendance à regrouper les achats dans une seule enseigne

- Ex : une participante renonce à la fréquentation du circuit bio

## Dans des formats de magasins plus petits

- Moins de vrac, plus de produits emballés
- Ex : cliente Lidl qui achète maintenant en magasin de proximité : des produits plus emballés (boulangerie, fruits et légumes)

## Les clients Drive sont dépendants de l'offre proposée

- Le vrac n'est pas disponible dans ce circuit
- Les produits locaux sont également peu présents

### **Regroupement achats**

*J'essaie de limiter les emballages mais ce n'est pas toujours facile*

*J'achetais souvent à Biocoop des produits bio, mais depuis le confinement, je n'y vais plus, je ne fais qu'une seule enseigne lors de mes achats*

### **Vrac drive**

*Non en ce moment je n'en achète pas en vrac car le drive n'en propose pas, c'est bien dommage*

*Oui j'ai confiance en l'achat en vrac mais malheureusement le drive ne le propose pas*

*Etant donné que mes courses se font en drive, je ne peux pas limiter ma consommation de plastique*

# Tendance à la baisse des achats en vrac

**Tendance à réduire ou stopper les achats en vrac**



Par crainte d'une contamination



Mais avec l'intention de revenir vers le rayon à la fin du confinement

*Pour éviter les contaminations, j'ai demandé à mon mari d'éviter de prendre du vrac*

*J'attends la fin du confinement pour reprendre mes habitudes, j'ai confiance dans le rayon vrac car il est très bien tenu*

**Un rayon qui demande beaucoup de contacts, de manipulations**



Qui génère des inquiétudes, même s'il est très bien tenu



De plus, certains rayons vrac sont peu approvisionnés

*Le rayon du vrac est très peu approvisionné de notre côté, on arrive toujours à trouver 1 ou 2 produits, mais ce n'est plus comme avant, on a l'impression qu'il se vide au fur et à mesure*

*En ce moment j'achète moins en vrac afin d'éviter les différentes manipulations et les contacts avec le matériel*

**Une minorité de shoppers qui continuent à acheter en vrac**



Ils font confiance aux enseignes et aux mesures qu'elles ont prises



Constatent que le rayon est moins fréquenté qu'avant

*Les mesures sanitaires prises par les enseignes sont satisfaisantes*

*Je ne compte pas arrêter d'acheter en vrac. De plus, dans mon quartier, ces rayons sont les derniers à être dévalorisés*

**Difficile d'amener ses propres contenants**



Un service qui était déjà complexe, peu répandu avant le confinement



Qui pose des questions de contamination éventuelle



**Les shoppers reportent ces tentatives à plus tard**

*J'oublie fréquemment mes propres emballages et de toute façon, peu de magasins proposent ce service*

# Les attentes sur le magasin responsable à la sortie du confinement

Mais toujours des attentes sur :

Le local

La composition  
des produits

Le recyclage  
des emballages

La lutte contre  
le gaspillage

Le vrac : l'idéal serait une évolution de ce rayon en vente assistée

Encore plus qu'avant, attente que les marques et enseignes soient moteurs

Proposer des bons de réduction sur des produits écoresponsables

Mettre en avant les espaces de recyclage

Rassurer sur le rayon vrac

A terme, proposer des ateliers pour sensibiliser les adultes et les enfants

## **Attentes**

*Je pense que certains modes de consommation écoresponsable vont se développer davantage comme le local, la composition des produits, la lutte contre le gaspillage ou en encore le bio*

## **Vrac**

*J'espère pouvoir davantage me tourner vers le vrac si les conditions d'hygiène sont respectées*

*Il faut revoir la façon dont le vrac peut être servi, un vendeur dédié par exemple*

## **Marques et enseignes**

*Un élan, qu'ils s'y mettent une bonne fois pour toute, qu'ils y mettent les moyens*

*Les magasins ont commencé depuis quelques années à mettre en place des outils nous permettant de faire des courses responsables*

*Augmenter les espaces de tri des déchets, mettre en place des ateliers de sensibilisation pour tout âge, offrir des bons de réductions sur certains produits pour inciter les gens à consommer écoresponsable*



## 5. Les achats non alimentaires

# Les achats non alimentaires : des achats fortement utilitaires

## Globalement peu d'achats : 2-3 produits par foyer

- Davantage pour les familles

## 1/3 des participants n'a acheté aucun produit durable

- +++ jeunes foyers sans enfants
- Ces shoppers n'en ont pas ressenti le besoin
- Et ont exploité ce qu'ils avaient déjà chez eux

### **Pas d'achat**

*Je n'ai acheté aucun produit non alimentaire depuis le confinement car j'ai tout ce dont j'ai besoin à la maison. Le rangement de la maison de fond en comble en tout début de confinement m'a sûrement permis d'éviter ce type d'achat !*

*Rien car nous avons déjà des choses comme des jeux de société ou jeux vidéo, nous avons déjà plein de choses à la maison*

*Aucun achat fait sur internet pour l'instant, car je privilégie l'alimentaire. Mais d'habitude je commande sur les sites internet (Amazon)*

## Les principaux achats



- Produits informatiques
- Produits de loisir
- Produits de bricolage et jardinage

## Egalement des achats de...



- Papeterie
- Cadeaux pour les proches
- Produits de cuisine et d'équipement de la maison

# Les produits achetés : des besoins déclenchés par le confinement

## Produits informatiques

- Clé USB, cartouche d'encre

## Produits de loisir

- Des livres, et en proportion beaucoup d'ebooks
- Jeux vidéo, jeux de société, jouets pour jeunes enfants
- Loisirs créatifs
- Nécessaire pour réaliser soi-même ses produits cosmétiques

## Produits de bricolage et jardinage

- Planches, peinture,...
- Terreau, plantes, semis

## Papeterie

- Ramettes de papier, enveloppes à bulle
- Papeterie scolaire : cahiers d'exercice

## Des cadeaux pour les proches

- Pour les envoyer par courrier

## Quelques produits de cuisine et d'équipement de la maison

- Electroménager : micro-ondes, aspirateur robot
- Arbre à chat
- Petits objets de décoration (en mineur)

### **Produits de loisir**

*Depuis le confinement j'ai acheté des livres numériques, je n'avais plus rien à lire...*

*Des ebooks car la médiathèque est fermée, sur la Fnac il y a beaucoup de livres gratuits ou pas chers, sans livraison car téléchargement de suite*

*Des jeux en famille pour divertir les enfants, donc on a choisi le Monopoly, Scrabble etc.*

### **Bricolage**

*J'ai acheté du bricolage car aujourd'hui j'ai un peu de temps pour m'y mettre*

*De la peinture pour la cuisine, ce sont des travaux qui était programmée de longue date*

### **Papeterie**

*Les enveloppes bullées étaient pour envoyer des cadeaux pour des anniversaires durant le confinement*

### **Maison**

*J'ai acheté un arbre à chat avec griffoirs pour mon chat car je devais en acheter un*

### **Cadeaux**

*Les couteaux étaient un cadeau, habituellement je serais allée dans une boutique spécifique à Toulouse pour les acheter*

# Les lieux d'achat : à grande majorité en ligne

## Peu d'achat en magasin réalisé par les participants du forum

- Des clients qui ne fréquentent plus les hypermarchés, où ils auraient pu acheter les produits
- Volonté de limiter les courses aux produits alimentaires

## Orientation vers les sites les plus rassurants

- Puis des comparaisons de prix, des recherches de promotions

## 2 sites ressortent fortement :

### Amazon

- Achat de tous types de produits d'équipement : matériel informatique, arbre à chat
- Beaucoup de choix, même sur la période, et des prix qui restent compétitifs

### Fnac

- Pour les livres, les ebooks
- Du choix, des promotions
- Large choix d'ebooks à petit prix ou gratuits

### **Pas magasin**

*C'est la première fois que j'achetais les ramettes de papier et l'encre sur Amazon mais je ne voulais pas que mon mari aille en personne chez Auchan avec ce virus*

### **Prix et promo**

*Le robot aspirateur sur le site de Darty car il était en promotion*

*Pour les enveloppes et pour les produits pour la vidange, les prix étaient intéressants, il y avait des promotions*

### **Amazon**

*Il y a toujours pas mal de choix sur ce site et les prix sont généralement moins chers qu'en magasin*

*Le prix de la vitamine C était beaucoup moins cher qu'en pharmacie ou qu'en grandes surfaces*

### **Fnac**

*J'étais plutôt contente car il y avait une promotion et beaucoup de choix*

*Beaucoup plus de livres proposés gratuits ou à petits prix*

# Les lieux d'achat : quelques achats en magasin

## Des achats en hypermarché par les clients qui continuent à les fréquenter

Des catégories achetées pour la 1<sup>ère</sup> fois dans ce circuit

Pour compenser la fermeture d'autres lieux d'achat

Objets de décoration de la maison, filtre, joint, huile de vidange

## Des achats en magasin de bricolage

Pour le choix et la disponibilité des produits

Egalement pour les promotions qui pouvaient être très attractives

Possibilité de récupérer sa commande au retrait marchandise du magasin

*Les sacs de gravier étaient à moitié prix et pour les sacs de terreau j'en ai acheté 2 j'avais le 3<sup>e</sup> gratuit et il y avait aussi beaucoup de choix*

*Il y avait un service drive au magasin donc j'ai pu m'y rendre*

*Le magasin a mis en place un service très efficace : les vendeurs étaient équipés de gants, masques et respectaient une distance de sécurité lors des dépôts de marchandises*

# La livraison : des délais rallongés mais une solution rassurante

## La livraison : des délais allongés, autour d'une semaine

- Généralement annoncés au moment de la commande
- Les shoppers acceptent 1 à 2 semaines de délai entre commande et livraison
  - Compte tenu des circonstances
- Ils trouvent l'attente longue quand le délai atteint 3 à 4 semaines
  - Et qu'il est plus long qu'annoncé



## Une livraison généralement sans problème

- Soit en boîte aux lettres, soit par un livreur
- Le livreur dépose le colis sans contact et sans signature
- Le livreur porte le plus souvent un masque
  - Une pratique qui se généralise sur les dernières semaines

### **Délai livraison**

*Je n'ai pas encore été livré, les délais sont allongés, mais nous le savions en commandant.*

*Comme d'habitude dans la boîte aux lettres mais les délais ont été plus longs qu'annoncé*

*J'ai trouvé le délai de livraison long 4 semaines au lieu de 2 annoncé*

### **Modalités livraison**

*Les deux livraisons se sont passées sans contact avec le livreur, par dépôt de colis à distance*

*Il est dommage que les livreurs ne soient pas protégés avec des masques*

*Un produit était remis directement dans la boîte aux lettres, l'autre le livreur avait masque et gant, et moi aussi*

*On a sonné et le paquet était devant ma porte. Pour les ramettes de feuille et les cartouches d'encre c'était directement dans la boîte aux lettres*

# Et après le confinement...

Risque que certains achats qui se faisaient en hyper se fassent sur Internet

En particulier les cartouches d'encre, perçues comme moins chères

Mais aussi les jeux et les loisirs créatifs : large choix et prix attractifs

Moins de transferts pour les shoppers qui fréquentent les supermarchés

Ils imaginent refaire leurs achats en magasin

Quelques achats inhabituels qui pourraient se refaire en hyper

Mais auprès d'une cible qui est restée fidèle à l'hypermarché

#### **Après confinement : hyper**

*Je pense continuer à acheter mes cartouches d'encre sur internet car c'est moins cher ainsi que les jeux mais pour les ramettes de papier non. je continuerais à les acheter en magasin quand ce confinement sera terminé*

*C'est la première fois que j'achète de la vitamine C sur internet. Je pense le refaire à l'avenir car le prix était très intéressant.*

#### **Super**

*Oui, je l'avais déjà fait mais je préfère acheter en magasin, près de chez moi*

#### **Nouveaux achats**

*Pour les produits de vidange, je pourrai le refaire aussi en magasin, au final ça nous a appris à faire sa propre vidange, et ce n'était pas si compliqué que ça !*

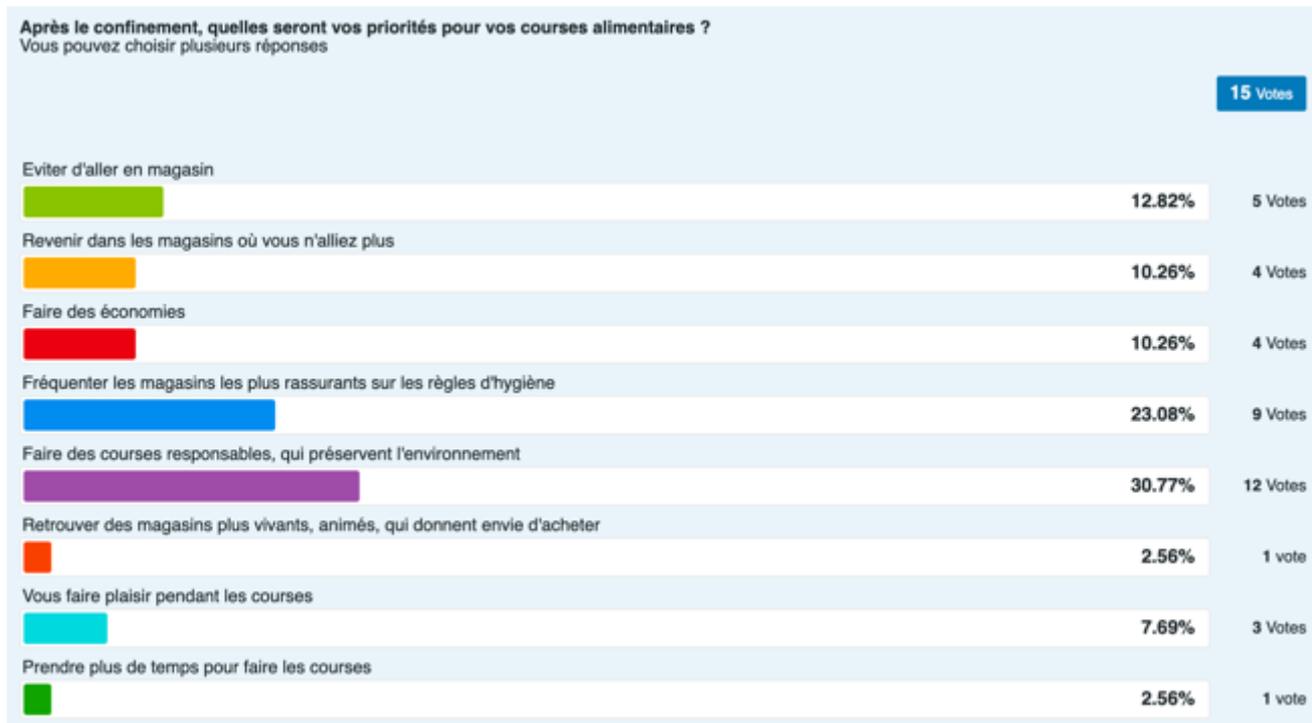


6. Projection sur les courses alimentaires après le confinement

# Les priorités post confinement : des courses responsables, dans des points de vente rassurants

## Sondage auprès des 15 participants au forum :

- Le plaisir d'achat (se faire plaisir, prendre du temps, retrouver des magasins animés) reste secondaire



# Etat d'esprit à la sortie du confinement : beaucoup d'inquiétudes

**Les shoppers sont inquiets par rapport à la levée du confinement**



Ils ont le sentiment que le virus est toujours présent



Et craignent nouvelle vague de contamination



Ils ne pensent pas qu'ils seront vraiment libres de leurs déplacements

**Leur regard sur les magasins a radicalement changé**



Ils font partie des lieux où les risques de contamination paraissent importants



Crainte d'être contaminé



Et crainte de contaminer involontairement les autres clients ou le personnel

**De façon plus globale, une prise de conscience par rapport à la consommation**



Volonté de revenir à des activités essentielles

- Comme passer du temps avec ses proches



De passer moins de temps en magasin, de ne plus faire de dépenses inutiles

*Ma vision n'est plus la même, je passerai moins de temps dans les magasins mais plus de temps avec ma famille*

*Mon regard a complètement changé donc si je peux faire des drive pour compléter mes achats je continuerais pour éviter les contacts et surtout que cela soit plus rapide*

*J'appréhende vraiment la levée du confinement, s'il a lieu le 11 mai*

*Pour ma part c'est très compliqué, la vie pour moi ne sera plus la même après ce confinement*

*Je ne veux en aucun cas être peut-être un risque pour quelqu'un ou qu'une autre personne soit un risque pour moi*

*Le 11 mai ne veut pas dire « Liberté »*

# Drive, magasin et livraison

Les magasins  
seraient  
fréquentés en  
complément du  
drive

Pour les produits qui  
ne sont pas  
disponibles sur le  
drive

Et pour les  
promotions

La livraison reste  
séduisante pour le  
non alimentaire

Prix attractifs,  
sentiment de  
sécurité

## **Magasins**

*Seuls des produits ne pouvant être achetés en drive pourraient m'inciter à y aller*

## **Livraison**

*Le système de livraison est top surtout pour des objets volumineux, les retraits en magasin sont bien aussi, pas besoin de tourner dans les rayons pour trouver le bon produit*

Ainsi que le Click  
& Collect pour les  
magasins de  
bricolage

Qui fait gagner du  
temps, évite de  
chercher les produits  
dans les rayons

# Le drive va rester un circuit très attractif

## Les clients qui y avaient renoncé envisagent d'y retourner

Si les points de retrait ne sont plus saturés

### Mais ils risquent d'en garder une image mitigée

- Du fait des nombreuses ruptures constatées
- Tous ne pensent pas continuer à l'utiliser à long terme

## Les clients qui l'ont utilisé pendant le confinement ont l'intention de continuer

Au moins pendant toute la période de l'épidémie

Apprécient le gain de temps, la maîtrise de leur budget

Certains continueront même de jongler entre plusieurs drive

### Retour drive

*Je n'en fais plus du tout car les délais sont trop longs, mais si les délais reviennent à la normale, j'opterai à nouveau pour cette option plutôt que d'aller en hypermarché*

### Prolongation drive

*Je compte continuer à faire des drive et pourtant j'adorais faire les magasins*

*Je continuerai à consommer un peu plus via le drive, même s'il arrive régulièrement ne pas avoir ce que l'on veut*

*Vu la crise sanitaire actuelle, le virus ne va pas disparaître le 11 mai, donc je vais continuer à faire des drives*

*Je pense continuer de faire plus de drive qu'avant, parce qu'avec le drive j'ai un gain de temps important par rapport à une visite classique en magasin. Et j'irai en magasin uniquement pour certaines promotions ou produits non disponibles par drive*

*Je pense garder l'habitude de faire plusieurs drive*

# Conditions d'un retour en magasin

## Le cas des shoppers qui n'allaient plus en magasin

- Pas de précipitation pour retourner en grandes surfaces dès le 11 mai
- Ils préfèrent attendre des informations sur l'évolution de l'épidémie

## Un retour qui se ferait avec précautions

- Les shoppers souhaitent s'équiper de masques, voire de gants

## Motivation principale : l'achat de produits frais

- Pouvoir choisir soi-même ses produits, vs le drive

## Attente que ce retour soit accompagné par les actions des magasins

- Accès limité en nombre de clients
- Respect des distances
- Mettre à disposition le nécessaire pour protéger son personnel et ses clients

### **Retour temporisé**

*Je continuerais le drive pour le moment par sécurité car pour moi le virus sera toujours là*

*Je reprendrais mon rythme habituel en magasin, mais cela ne sera pas pour tout de suite*

### **Motivations**

*Dans tous les cas je serais obligée d'y retourner pour acheter du frais*

### **Précautions**

*Je prendrai des précautions (gants/masques...) si je dois y retourner sans avoir assez de recul sur la situation*

*Toujours en appliquant les gestes barrières et en portant un masque et des gants*

### **Accompagnement**

*Le fait que le magasin fasse le nécessaire pour notre sécurité : les distances de sécurité respectées, les différentes protections pour les clients ainsi que pour le personnel*

*Je n'y retournerais que si je suis sûre du respect strict des conditions d'hygiène pour tous, acheteur et vendeur*

# La communication des magasins pendant le confinement est appréciée

## Le fait que les magasins communiquent est essentiel

- Que ce soit par affichage et/ou annonce micro

## Élément le plus rassurant : voir les actions de prévention

- Ex : consommatrice qui a vu que les caddies étaient nettoyés après chaque client

### **Communication**

*Dans mes magasin il y a souvent des annonces au micro rappelant les gestes barrière et des pancartes stipulant le nombre de client maxi autorise je trouve cela très, bien ca rassure*

*Oui, nous l'avons remarqué en faisant nos courses, je trouve cela super, c'est rassurant, cela montre les efforts fournis pour protéger la santé de tous*

### **Actions visibles**

*Le magasin où je fais mes courses désinfecte les caddies après chaque utilisation, j'ai trouvé ça rassurant*

### **TV**

*J'ai pu voir certains spots publicitaires de magasins et je trouve cela important en cette période*

## Intérêt également pour les campagnes TV

## Les impacts

- Cela montre les efforts faits pour respecter et faire respecter es règles d'hygiène
- Cela rassure les shoppers et crée une relation de confiance

# Des freins à revenir en hypermarché

## L'hypermarché est un circuit qui paraît moins sécurisé

- Du fait de sa taille, du nombre de clients
- Les shoppers préfèrent attendre plusieurs semaines avant d'y retourner



## Mais il reste un circuit attractif

- Volonté d'y retourner à moyen terme
- Quand les craintes seront levées
- La communication des magasins est un levier pour favoriser ce retour



## Les moins de 40 ans sont plus confiants

- Prêts à y retourner à partir du 11 mai

### **Hypermarchés -**

*Dans un 1<sup>er</sup> temps je ne me vois pas retourner dans un hypermarché, je pense attendre quelques semaines... pour voir ce qu'il se passe, s'il y a une autre vague de contamination*

*Je ne pense pas y retourner dans les semaines suivant le 11 mai : trop de risques : promiscuité, hygiène...*

*Par praticité, par gain de temps, nous devons reprendre des anciennes habitudes, et en hyper ou en drive, les courses reprendront d'une façon ou d'une autre, donc on reprendra nos habitudes de consommation pour certains produits*

### **Hypermarchés +**

*Je pense que je retournerai en hypermarché après le 11 mai en fonction des mesures prises par les enseignes (nombre de personnes limités en magasins, désinfections régulières...)*

# Des courses planifiées, aux heures creuses

## Volonté de continuer à planifier les repas

- Pour que les courses soient plus efficaces, éviter le gaspillage et les achats superflu
- Tout en continuant à se faire plaisir avec certains produits

*Je pense maintenant faire un planning pour les courses nécessaires comme pendant ce confinement*

*Il y a moins d'achats superflus, ce qui ne veut pas dire que je ne continuerais pas à me faire plaisir*

## Et donc de continuer à préparer des listes de courses exhaustives

- Qui laissent moins de place aux achats d'impulsion

*Je compte aller faire mes courses à une heure stratégique, peut-être le midi où il y a moins de monde, éviter le mercredi, le vendredi et le samedi ça c'est certain*

*J'essaierai d'être "stratégique" sur l'horaire et le jour*

*J'éviterai les jours et heures d'affluence*

## Pour ceux qui le peuvent, évolution des jours et horaires des courses

- Volonté de privilégier les jours de faible fréquentation, aux heures creuses
- Pour éviter les moments d'affluence
  - File d'attente devant le magasin ou promiscuité avec les autres clients...

# Evolution des produits achetés : vers plus de fait maison ?

## Projection sur des courses un peu plus régulières

- Acheter moins de conserves que pendant le confinement, plus de produits frais

## Pendant le confinement, plus de fait maison

- Au niveau de la préparation des repas
  - Mais aussi au niveau de la pâtisserie
- Les shoppers qui cuisinaient déjà se sont attaqués à des recettes plus complexes
- Et même à la fabrication de produits ménagers ou cosmétiques

## Volonté d'acheter plus de produits bruts après le confinement

- Motivation : être sûrs de la composition de leurs plats et gâteaux
- Des shoppers fiers de leurs préparations pendant le confinement

## Mais un contexte de reprise du travail

- Qui reste d'être très chargé pour certains shoppers
- Et de laisser peu de temps pour cuisiner

### **Fait maison**

*Je pense me mettre davantage aux fourneaux, j'ai découvert de nouveaux produits, de nouveaux légumes*

*Je compte bien continuer à préparer des gâteaux maison pour mes petits déjeuners*

*J'ai un peu plus de temps et j'en profite pour tester des recettes plus complexes*

*J'ai fait de nouvelles pâtisseries que je ne pensais pas savoir faire moi-même, des choses simples ou compliquées qui font que je suis fière de moi et que surtout je suis certaine de leur composition*

*Pour l'instant je ne sais pas encore faire la lessive ou mes pastilles de lave-vaisselle mais je compte faire davantage de fait maison*

### **Produits bruts**

*Avant j'achetais de la pâte feuilletée ou de la pâte à pizza mais maintenant c'est terminé je compte faire toutes ces choses moi-même*

### **Reprise du travail**

*La reprise du travail risque d'être très chargée de mon côté et je pense que je manquerai vraiment de temps pour pouvoir continuer certaines nouvelles habitudes prise lors du confinement...*

# Des évolutions au niveau des marques achetées

## Espoir qu'il y ait moins de ruptures en rayon

- De pouvoir retrouver les produits achetés habituellement
- Et les produits découverts pendant le confinement

## Le pouvoir d'achat 2 shoppers sur 15 ont perdu du pouvoir d'achat

- Et constatent que leur budget alimentaire a augmenté depuis le début du confinement

## Les acheteurs habituels de grandes marques ont parfois acheté des MDD par défaut

- Quand ils ont constaté un écart de qualité, ils souhaitent revenir vers leur marque habituelle
- Mais certains ont été agréablement surpris par la qualité des MDD
  - Envisagent de continuer à les acheter

## Pour respecter leur budget, ils envisagent les actions suivantes :

- Bien préparer leurs achats pour éviter les dépenses inutiles
- Privilégier les MDD quand elle leur convient
- Profiter des promotions : l'attractivité des grandes marques passera par les promotions

### **Ruptures**

*J'ai été plutôt contrainte de changer d'habitudes à cause des rayons vides*

*Je pense rester sur des nouvelles marques que je ne prenais pas avant et que j'ai découvertes lors du confinement par manque de choix*

### **Acheteurs marques**

*J'aimerais bien pouvoir retrouver des produits de grandes marques. Je trouve que les marques de magasin sont parfois amenées à négliger la qualité afin de pouvoir proposer des prix bas*

*Pendant le confinement ne trouvant pas mes produits de marque j'ai pris les marques de magasins, c'était une surprise pour moi car j'ai trouvé que sur certains produits les marques de magasins valait les grandes marques*

### **Pouvoir d'achat**

*Cette crise va réduire mon pouvoir d'achat et c'est certain que je vais changer mes habitudes pour respecter mon budget*

*Etre plus attentif aux promotions et privilégier les marques de magasins mais surtout faire une liste afin d'éviter de trop dépenser*

*Les promotions en magasins se remettront en route doucement je pense*



7. Projection sur les courses  
non alimentaires après le  
confinement  
Post 5 – à venir