

Inflation en France : 67 % des particuliers interrogés ont réduit leur budget alimentaire

Paris, le 31 Mai 2023 - Paniers anti-inflation, organisation de lotos avec des bons d'achat... Les mesures se multiplient pour aider les consommateurs face à l'augmentation des prix en France. GetApp, plateforme de conseils d'applications et logiciels métiers, a interrogé 1 011 consommateurs français pour comprendre quelles sont leurs nouvelles habitudes de consommation.

Dans le [premier volet de notre étude](#), plus d'un consommateur français sur trois estiment que les entreprises n'en font pas assez pour s'adapter à la réalité économique. Et 67 % des particuliers au fait de l'inflation souhaitent que les entreprises proposent plus de réductions de prix.

82 % des consommateurs interrogés ont modifié leurs habitudes d'achat à cause de la situation économique actuelle.

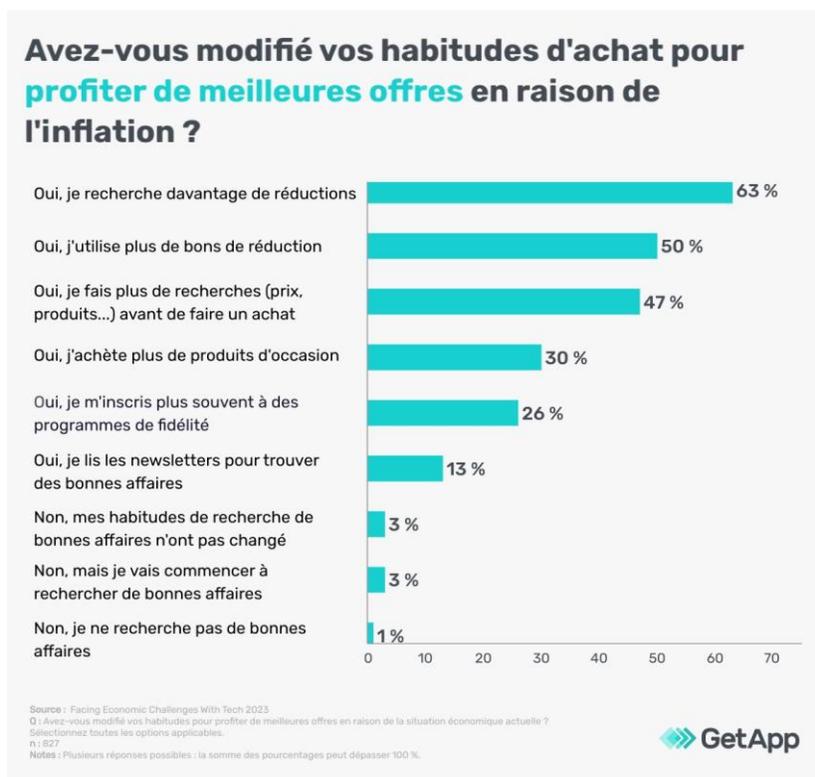
L'inflation affecte le quotidien des Français interrogés qui réduisent leur consommation de produits et services. Ils déclarent acheter ou utiliser moins qu'avant les catégories de biens et prestations suivantes :

- Vêtements (pour 68 % des personnes interrogées ayant changé leurs habitudes d'achat)
- Produits alimentaires (67 %)
- Bars et restaurants (61 %)
- Factures domestiques - électricités, gaz, eau (57 %)

Certains ont pris des décisions plus drastiques en arrêtant d'acheter des produits comme les électroménagers (18 %) ou ne plus fréquenter les bars et restaurants (13 %).

Les Français interrogés se lancent dans la chasse aux bonnes affaires.

En plus d'acheter moins, les consommateurs usent de méthodes pour bénéficier de meilleures offres dans cette situation d'inflation.



Dans ce contexte, les entreprises doivent s'efforcer de rassurer et de fidéliser les consommateurs en optimisant leurs tarifs, en proposant des alternatives de produits ou en mettant en place des programmes de fidélisation. En effet, **68 % des personnes ayant changé leurs habitudes achètent des produits moins chers et 39 % privilégient les marques génériques**, mais beaucoup font plus de concessions : **51 % ont annulé des achats importants** et 20 % prennent plus souvent les transports en commun pour limiter les frais. En parallèle, les consommateurs interrogés ont davantage tendance à épargner (pour 15 % d'entre eux).

8 Français sondés sur 10 suivent leurs dépenses et leurs économies.

Une majorité de consommateurs interrogés (52 %), a modifié sa méthode de paiements en raison de la situation économique actuelle. Pour le suivi des dépenses, les répondants le font en les notant (40 %), en les suivant sur leurs comptes bancaires (25 %) ou via des applications de suivi de budget (16 %).

Les Français interrogés sont de plus en plus inquiets face à une éventuelle récession économique.

La hausse des prix inquiète les consommateurs, qui redoutent de ne plus pouvoir s'offrir certains produits ou services essentiels. **90 % des sondés sont inquiets d'une récession économique possible et 92 % le sont face à la hausse des prix et des coûts**, malgré leurs efforts pour s'adapter à la situation actuelle. **Et si les prix venaient à augmenter de 15 % dans un avenir proche, les particuliers interrogés envisageraient de limiter davantage certaines dépenses de première nécessité** comme celles relatives aux produits alimentaires (57 %), aux factures domestiques (55 %) en encore aux soins de santé (40 %).

Sans surprise, le constat serait le même pour les produits et services non indispensables, avec une baisse de dépenses envisagée, majoritairement pour les vêtements (60 %), les produits de beauté (57 %) ou encore les sorties dans les bars et restaurants (54 %).

Pour Sabrina Khoualène, Analyste de contenu chez GetApp : « *Comme on pouvait s'y attendre, les consommateurs français interrogés ont dû changer leurs habitudes d'achat pour s'adapter à la situation économique actuelle. Les résultats de l'étude soulignent qu'une majorité d'entre eux a pris la décision de limiter son budget pour différents types de produits ou services, ceux de première nécessité inclus. Pour faire des économies, en plus de considérer le prix comme leur principal critère d'achat, les particuliers sondés ont tendance à adopter davantage certains comportements "anti-inflation" comme rechercher activement de bonnes affaires. Dans ce contexte particulier, il peut être recommandé aux entreprises de lancer des initiatives comme veiller à optimiser leurs prix ou repenser leurs programmes de fidélité, ceci afin de rassurer leurs clients et garantir leur rétention.*

»

Pour découvrir l'intégralité de cette étude, rendez-vous sur [le blog de GetApp.fr](https://www.getapp.fr/blog)

À propos de GetApp :

GetApp est le moteur de recommandation leader en France dont les petites et moyennes entreprises ont besoin pour faire le bon choix de logiciel. GetApp leur permet d'accomplir leur mission en leur fournissant des recommandations personnalisées, basées sur des données et des informations nécessaires pour prendre des décisions d'achat de logiciels.

Études de marché, tendances, avis d'utilisateurs vérifiés : GetApp met à la disposition des entreprises souhaitant acquérir des logiciels métiers tous les outils nécessaires pour prendre des décisions éclairées.

: