NOUVEL HAY MAGAZINE
SANS FRONTIÈRES

La consommation on connaît , mais la déconsommation ?

Les ventes de produits de grande consommation baissent en volume dans les grandes surfaces.

Une durabilté qui exaspère la guerre des prix entre les enseignes.

On a constaté en 2018 une déconsommation. Les produits du quotidien (produits alimentaires, lessive, articles d'hygiène-beauté, etc.) ont vu leur volume baisser de 0,8%.

C'est la plus forte baisse depuis 2008, .Mais *les -2 % d'il y a dix ans étaient subis par les consommateurs car générés par l'inflation des prix. L'an passé, l'inflation*



n'a été que de 0,2%, autant dire nulle. Il y a donc une déconsommation choisie
.

Les Français se convertissent à la consommation responsable. Acheter moins est la meilleure façon de moins gaspiller. Ils privilégient les aliments de meilleure qualité, comme le bio qui progresse à deux chiffres. Ils achètent moins mais mieux. Mais la baisse des volumes ne fait pas baisser les chiffres d'affaires Les experts appellent cela la « *valorisation des achats* ».

Mais la grande consommation souffre d'autres maux. D'abord, la démographie progresse moins qu'avant. La population gagnait 1 % environ par an . La croissance est tombée à 0,4 %. Les ventes de produits alimentaires ne sont plus vendues mécaniquement par la multiplication des bouches à nourrir.

La démographie a un deuxième effet : les personnes âgées ont du pouvoir d'achat mais mangent moins.

Deux autres phénomènes expliquent la baisse des ventes des produits du quotidien,
. La restauration hors domicile redémarre et d'autres circuits explosent : Grand Frais progresse de 12 % en 2018, et le déstockeur Action a bondi de 33 %.

Le constat est que, pour progresser Carrefour, Leclerc, Auchan Intermarché , A2Pas doivent prendre des clients à leurs concurrents., avec des petits prix ////

source : IRI , société d'études