

Bon pour la santé: la décroissance de la consommation française



La France emprunte le chemin de la déconsommation pour les produits du quotidien. Les consommateurs recherchent une meilleure qualité alimentaire et monte en gamme.

Les acheteurs ne se restreignent pas parce que les prix montent. Ils achètent moins, mais mieux pour des produits de plus grande valeur. Sensibilisés par de nombreuses campagnes contre la mal bouffe ils rejettent les produits qu'ils estiment mauvais pour leur santé. Les produits industriels, associés à cette crainte, sont boudés par les jeunes actifs. Les clients composent leurs repas d'ingrédients de meilleure qualité et plus chers. Les quantités diminuent. Le chiffre d'affaires progresse. Et cette croissance est nourrie à 75 % par les produits des PME...

Le «sans» emporte l'adhésion sans antibiotique, sans sucre ajouté (+21% pour les compotes), sans sel d'aluminium (déodorants), etc. Le végétal progresse plus vite que les protéines animales. La tendance est née avec les scandales alimentaires et les recommandations sanitaires. Elle gonfle parce que les distributeurs adaptent leurs assortiments. C'est l'effet boule de neige.

Le marché du bio a explosé de 17% en 2017. Pourtant, les ventes des magasins spécialisés comme Biocoop ou La Vie Claire, plafonnent. Les grandes surfaces ont réussi le pari de la démocratisation du bio (sur lequel elles font de substantielles marges). Signe des temps, la promotion à moins d'effet sur les ventes (sauf les promos exceptionnelles à -70 % sur le Nutella!). Si le client ne veut pas d'un produit, il ne va pas se laisser tenter parce que son prix est cassé. Les convictions alimentaires s'ancrent dans les comportements et sur les listes de courses.

Cette double tendance qui combine baisse des volumes et achats de plus grande valeur préservent les professionnels. Cependant les grandes enseignes de la consommation de masse ne sont pas pour autant à l'abri. La concurrence s'intensifie. Les e-commerçants grignotent des parts de marché, comme Amazon qui a ajouté à son programme Prime l'offre de l'enseigne bio Naturalia. Les circuits dits alternatifs remportent un franc succès à l'image de Grand Frais, qui agrège des producteurs et artisans locaux.

Les enseignes de déstockage, comme Gifi, ou à très bas prix, comme Action ou Normal se multiplient. Les ex-hard discounters, Aldi et Lidl, ont évolué dans leurs concepts avec quasiment

que des marques propres dans les rayons.

Dans les villes les livraisons de repas par Deliveroo ou Uber Eats depuis les restaurants ont augmenté de 75% depuis le début de l'année. Quand le repas du soir arrive directement dans l'assiette, plus besoin de faire des courses