

le  
parole  
d'expert

# La France post-Covid : une reprise de la consommation encore timide



Les Français restent prudents et privilégient pour l'instant les dépenses pour des activités à vocation sociale, comme pour oublier le confinement. Les explications de **Philippe Jourdan, CEO Promise Consulting**, auteur d'une étude sur la consommation depuis mars.

**S**oyons honnêtes : la crise sanitaire du Covid-19 par sa durée, son ampleur et son impact sur l'économie mondiale n'a pas d'équivalent dans l'histoire récente. Elle a généré des peurs, légitimes ou amplifiées, des replis sur soi, consentis ou imposés, mais aussi fait naître de nouvelles solidarités (entre familles, entre habitants des mêmes quartiers, entre catégories de salariés, etc.). L'impact sur l'économie mondiale, en dehors du ralentissement très net de la consommation et des échanges, est aujourd'hui difficilement prévisible, en raison du caractère unique de l'événement. Pour autant, un retour sur l'évolution du comportement des Français pendant la crise sanitaire nous apporte un certain nombre d'éclairages. Nous avons à dessein retenu trois moments-clés de la crise sanitaire : l'entrée en confinement, la sortie du confinement, et un mois après la fin du confinement, car cet événement restera un des marqueurs du Covid-19.

## Un indice de reprise

Pendant trois mois, Promise Consulting a mesuré dans plusieurs pays industrialisés, dont la France, un indice de reprise (cf méthodologie). La lecture des résultats comparés entre les trois vagues fournit plusieurs enseignements. En premier lieu, l'impact du confinement fut double : une contraction forte des achats dans de nombreux secteurs, y compris l'alimentaire, mais également, une baisse notable du moral avec une proportion élevée de Français qui ont douté de retrouver rapidement

leur niveau de consommation, ou leur rythme d'activités passées. La perspective d'une reprise rapide de la consommation s'est comme effondrée après deux mois de « liberté conditionnelle ». Début mai, plus d'un Français sur deux doutait d'un retour rapide à la normale : 64% pour les achats de luxe, 60% pour les sorties aux restaurants, 59% pour les visites de centres commerciaux, 56% pour les achats de cosmétiques, mais également 56% pour les achats de vêtements, et 36% pour les achats alimentaires. Deux explications à ce phénomène. La brutalité et le caractère inédit du confinement dans sa durée et son ampleur, ont marqué les esprits, alors que les Français sont entrés en confinement « la fleur au fusil », et quasiment du jour au lendemain. Enfin, le déconfinement a été et demeure encore très progressif. Cela, ajouté aux incertitudes économiques, explique en grande partie une chute brutale du moral des Français début mai 2020 et une reprise timide de la consommation, alors que le taux d'épargne n'a lui jamais été aussi élevé.

## Profiter de la liberté retrouvée

Un mois après la sortie du confinement, la situation a-t-elle évolué ? La reprise constatée entre la vague 2 et 3 est certaine pour huit des dix activités étudiées : les Français sont désormais plus nombreux qu'ils ne l'étaient début mai à envisager un retour à la normale de leur consommation ou de leurs pratiques sociales et culturelles dans les quinze prochains jours. Pour autant, la reprise est encore fragile et

non constatée pour les achats de luxe et les déplacements à l'étranger.

Enfin, un constat plus général s'impose : les Français veulent profiter de leur liberté retrouvée, mais restent prudents dans leur choix de consommation, et privilégient les activités à vocation sociale (restaurants, sorties en ville), culturelle ou les achats prioritaires et courants (visites de centres commerciaux, achats alimentaires et de vêtements). Les sorties au restaurant, en famille ou entre amis, illustrent bien cette volonté de rompre avec le confinement et de renouer avec un certain art de vivre à « la française ». Ce poste est celui dont la reprise est la plus vigoureuse, avec les sorties dans les centres commerciaux et en centre-ville.

PHILIPPE JOURDAN, CEO, PROMISE CONSULTING

## MÉTHODOLOGIE

Pour construire l'indice de reprise, Promise Consulting a calibré la fréquence de consommation ou d'usage des Français dans une dizaine de secteurs clés, marchands (alimentaire, beauté, vêtements, luxe, etc.) ou non marchands (culture, déplacements, etc.). Un échantillon représentatif de 800 foyers a été interrogé tous les quinze jours sur deux critères : le taux de ralentissement de chaque activité et la probabilité envisagée d'un retour à la « normale » dans les deux prochaines semaines. Ces trois mesures ont permis de calculer un indice de reprise, que pondèrent l'activité pré-Covid et le ralentissement relevés dans chaque foyer. 1<sup>re</sup> vague : du 09/03 au 13/03 ; 2<sup>e</sup> vague : du 06/05 au 10/05 ; 3<sup>e</sup> vague : du 05/06 au 09/06.

cosmétiquemag hebdo 68 rue du Faubourg-Saint-Honoré - 75008 Paris ♦ www.cosmetiquemag.fr ♦ Directrice générale adjointe : Patricia Thouanel-Lorant (06 12 14 51 41) ♦ Rédactrice en chef : Maryline Le Theuf, Rédactrice en chef adjointe : Jessica Huynh. Journaliste : Marie Ducoudray Iconographie : Margaux Quesnel ♦ Secrétaire de rédaction : Georges-Eric Pernet, Cheffe de service production : Anne Krouk ♦

♦ Directeur de publication : Stéphane Demazure ♦ Directrice commerciale : Sophie Magnillat (06 07 89 11 25) ♦ Directeur commercial et sponsoring : Steve Custos (06 18 77 38 58) ♦ Directrice marketing et communication : Lyndia De Campos (01 84 25 63 62) ♦ Assistante : Patricia Demuyneck (01 84 25 95 13).

Commission paritaire 0320 T 78969. cosmétiquemag hebdo est édité par Link Media Group SAS au capital de 3 010 500 € ♦ RCS Paris B828986158 ♦ Impression : Dupli-Print, 2 rue Descartes - ZI Sezac - 95 330 Domont. Dépôt légal à parution

Service abonnements : cosmétiquemag hebdo - Service Abonnements - 4 rue de Mouchy - 60438 Noailles Cedex - Tél : 01 70 37 31 75 - e-mail : abonnes@cosmetiquehebdo.fr ♦ 1 an, 45 n°+ les alertes e-mail, en France : 729€ TTC / Etranger + Dom-Tom : nous consulter - Vente au numéro : France : 22€ ♦ autres publications : www.cosmetiquemag.fr



Article L.122-4 du Code de la Propriété Intellectuelle : « Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. »