

Le prix passe avant tout

Plus de deux tiers des Français estiment que leur pouvoir d'achat a baissé depuis un an (68 %), sans distinction socioprofessionnelle. C'est l'un des enseignements de l'enquête Ipsos/Tradexpo publiée le 3 décembre et réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1 009 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés les 7 et 8 novembre. Ce sentiment de baisse du pouvoir d'achat chez les Français est d'autant plus fort que plus d'un tiers d'entre eux considère qu'il a beaucoup diminué (36 %). La hausse des prix est perçue par 73 % de ces derniers comme la principale cause de la dépréciation de leur niveau de vie.

Par rapport à il y a un an, 45 % renoncent à acheter certains produits qui ne sont pas de première nécessité ; 39 % privilégient les achats en plus petite quantité et 36 % déclarent diminuer les dépenses liées aux loisirs. Les magasins discount attirent par ailleurs plus de Français qu'il y a un an : près de la moitié d'entre eux (43%) affirment y faire leurs courses plus souvent.

De plus en plus de Français se désintéressent de l'origine d'un

produit et se concentrent sur le prix. Par rapport à l'année dernière, plus de quatre Français sur dix (41 %) disent rechercher davantage les produits les moins chers, quel que soit le pays où ceux-ci ont été fabriqués. Conscients que de nombreux produits sont fabriqués en Asie (sauf pour ce qui est des articles ménagers et des outils de bricolage/jardinage), les Français leur attribuent une qualité moindre par rapport à ceux fabriqués dans l'Union européenne. Les Français valident également certaines critiques souvent émises à leur encontre : 90 % jugent qu'ils sont souvent fabriqués dans des conditions contestées, 86 % qu'ils ne respectent pas les normes de sécurité européennes et 84 % qu'ils sont néfastes pour l'emploi en France.

Des produits asiatiques originaux

Les Français se montrent très sensibles à l'argument financier de ces produits : 87 % estiment qu'ils sont souvent peu chers (dont 52 % qui sont tout à fait d'accord avec cette affirmation), et quel que soit le domaine testé, leur coût est

toujours jugé moins élevé qu'un produit fabriqué dans l'Union européenne. Par ailleurs, la moitié d'entre eux voit dans ces objets des articles souvent originaux et à la pointe de la mode et des nouvelles tendances : 48 % sont d'accord, notamment les femmes (52 %) et les moins de 35 ans (60 %). Si, dans certains domaines, la qualité reste le principal critère que regardent les Français au moment de l'achat (articles ménagers, outils de bricolage, jouets), le prix est jugé primordial dans d'autres domaines : c'est le cas des objets de décoration (48 % regardent d'abord le prix, contre 23 % la qualité) et des vêtements et accessoires de mode (46 %, contre 37 %). Pour le textile de maison, prix et qualité arrivent à égalité à 43 % mais le prix reste le principal sujet d'attention auprès des catégories les plus démunies. Les produits importés peuvent donc renforcer leur potentiel dans un contexte où les Français cherchent dans de nombreux domaines à consommer à moindre coût.