

PROJET

Veille shopper

**Segments**
Etudes consommateurs

 **Institut du
COMMERCE**
PARTAGE & PROSPECTIVE

SEG-VS-20

Le contexte

- Dès aujourd'hui et pendant toute la période de confinement, nous vous proposons de garder le lien avec les shoppers en suivant les évolutions de leurs comportements
- Par rapport à cette situation exceptionnelle, Segments a décidé de mettre en place une « veille shopper »

Forum en ligne
pour comprendre les évolutions des
comportements
15 participants

Questionnaires en ligne
pour mesurer ces évolutions
jusqu'au retour à la normale
3 vagues de 240 questionnaires
chacune

- Un point régulier sera fait sur les différentes informations récoltées
- En parallèle, nous allons également ouvrir à partir du 2 avril, un Forum pour les professionnels Industriels et Distributeurs
- Vous pourrez y poser vos questions mais aussi échanger entre vous sur les constats shopper

Forum Pro
pour poser vos questions mais aussi échanger
entre vous sur les constats shopper



| Semaine | Etapas | |
|---------|--|---------------------------------|
| 14 | Forum post 1 | Synthèse intermédiaire |
| 15 | Forum post 2 | Questionnaires en ligne Vague 1 |
| 16 | Forum post 3 | Synthèse intermédiaire |
| 17 | Forum post 4 | Questionnaires en ligne Vague 2 |
| 18 | | Synthèse intermédiaire |
| 19 | | Questionnaires en ligne Vague 3 |
| 20 | | Synthèse intermédiaire |
| 21 | Traitement des données | |
| 22 | Envoi des résultats / réunion de travail sur les résultats | |



800 euros HT si 10 souscripteurs
600 euros HT si 20 souscripteurs



Etude shopper sur les comportements pendant le confinement

Forum consommateurs

SEG-VS-20



1. Synthèse du 1^{er} post
Les 2 premières semaines de
confinement

Méthodologie

Forum de 15 participants

- Répartition sur les cycles de vie : jeunes foyers, familles, seniors

Thèmes abordés dans le 1^{er} post : évolution des courses alimentaires depuis le confinement

Activité, temps disponible

Qui fait les courses ?

Evolution des lieux d'achat

Evolution des catégories achetées

Adaptations au niveau du choix des marques, des formats

Prise en compte du prix

Réactions en cas de rupture

Le temps disponible évolue pour une partie des shoppers

Des shoppers en activité qui ont peu de temps

- Des horaires lourds, y compris en télétravail

Activité

Je suis en confinement dans le logement de mon copain, qui lui travaille toujours (laboratoire d'analyse), c'est donc moi uniquement qui fait les courses, en temps normal cela peut être moi ou lui

Des shoppers qui étaient déjà en télétravail

- Pour qui la situation ne change rien

Je n'ai pas plus de temps car j'utilise le télétravail depuis chez moi

J'ai effectivement moins de temps car je passe la plus part de mon temps à travailler ou à gérer les enfants et tout cela à la maison

Des shoppers qui ont plus de temps

- Du fait du télétravail ou d'une baisse d'activité

Ne travaillent pas

Le fait de rester à la maison avec ma famille me permet d'avoir plus de temps pour faire diverses choses : plus de cuisine ou du rangement, chose que par manque de temps je remettais toujours au lendemain

Des shoppers qui ne sont pas en activité

- Et qui ont du temps libre... s'ils ne font pas l'école à la maison

Des courses faites seul, moins fréquentes et moins sereines

La personne qui fait les courses pour le foyer n'est pas forcément la même que d'habitude

- Selon la disponibilité de chacun
- Et la sensibilité, le stress ressenti par rapport à l'épidémie
- Les courses qui se faisaient à 2 se font seuls
 - Pour respecter les règles du confinement

Des courses
moins
fréquentes

Pour limiter les
contacts

Plus de congélation
de produits frais

Et surtout
moins
sereines

Plus de précautions,
d'attentions aux
distances, aux gestes

Sentiment d'avoir
perdu le plaisir de
faire les courses

Sensibilité

Depuis le confinement, c'est mon mari qui les fait puisque je suis plus fragile que lui et hyper stressée par la situation

Shopper

Avant le confinement, nous faisons les courses à deux. Maintenant je me déplace seul pour réaliser les courses, confinement oblige

Maintenant, nous y allons à tour de rôle afin de ne pas nous exposer tous les 2 en même temps

Fréquence

C'est toujours moi qui m'en charge avec plus de précautions et moins fréquemment

Je congèle le pain (chose que je ne faisais jamais) et la viande de la semaine

Le but est de faire les courses le moins souvent possible - nous y allons une fois tous les 10 jours

Les circuits d'achat : 4 stratégies

Stratégies majeures :

Stratégie 1 : tout acheter sur la commune

- Fréquentation des supermarchés, hard discount, primeurs, magasins de proximité
- Abandon des hypermarchés ou des marchés s'ils ne sont pas à proximité
- Pas de nouveaux circuits ni de changement d'habitudes alimentaires

Stratégie 2 : ne plus aller en magasin, privilégier le drive

- Au début du confinement : utilisation du stock
 - Des repas avec moins de produits frais
- Puis limiter au maximum les sorties, recourir au drive pour les grosses courses
 - N'aller que chez le boulanger
- Des shoppers très sensibles au risque de maladie
 - Des membres du foyer qui ont des facteurs de risque (ex : fils diabétique)

1 - Commune

Actuellement, je fais uniquement mes courses chez Lidl, c'est le magasin le plus proche de chez moi et depuis le confinement je n'y suis allée qu'une seule fois

Les repas ne sont pas différents depuis le confinement, je cuisine toujours les mêmes choses

2 - Drive

Mes repas sont un peu différents, pendant 14 jours, nous avons beaucoup utilisé les stocks donc moins de produits frais

Depuis le confinement soit depuis 14 jours, je suis pas allée faire de courses

J'ai arrêté d'aller physiquement dans les grandes surfaces suite aux contacts avec d'autres personnes

J'utilise uniquement le drive et me déplace uniquement pour ce type de courses. Je ne veux pas avoir de contact avec d'autres personnes afin d'éviter de contracter ce virus

Je ne sors pas pour respecter les consignes, protéger ma famille surtout mon fils qui est diabétique

Les circuits d'achat : 4 stratégies (suite)

Stratégies mineures

Stratégie 3 : tout acheter en hypermarché

- Pour limiter les déplacements, le nombre de sessions de course, les contacts
- Des courses de plein, pour une dizaine de jours

Stratégie 4 : privilégier les toutes petites surfaces

- Avec des achats plus fréquents, moins de stockage
- Shoppers qui ont un sentiment d'insécurité en hypermarchés, et supermarchés
- Plus de promiscuité, impression que les distances sociales sont moins bien respectées
- Une défiance qui risque de se prolonger après la fin du confinement

3 - Hypermarché

Je ne vais plus que dans un seul magasin (hypermarché) afin de limiter les déplacements et contacts. Je n'utilise aucun de ces services car ils sont saturés

4 - Petites surfaces

J'évite d'aller dans le supermarché Leclerc où j'avais l'habitude de faire mes courses parce qu'il y a plus de monde

Chez les petits commerçants le civisme des personnes, les règles d'hygiène et distance entre personnes sont bien appliqués, et je stresse beaucoup moins d'aller y faire des courses

Je n'ai pas spécialement envie de retourner faire mes courses dans un grand magasin, du moins pas dès que le confinement sera levé



Le Drive : un circuit adapté mais perturbé

Le Drive est une solution intéressante

- Les non clients s'y intéressent
- Le circuit qui permet de limiter au maximum les contacts

Mais en pratique, il est difficile de passer commande efficacement

- Fermeture de certains Drive par manque de personnel
- Saturation des autres : des délais de plusieurs jours entre la commande et la livraison
- Beaucoup de ruptures



Solution

Le drive est la façon de faire les courses avec le moins de risque

Non client

Concernant le drive, je n'y ai pas encore eu recours mais j'y songe de plus en plus

J'ai voulu tester le drive, le seul problème est qu'il faut 1 semaine pour le récupérer et malheureusement il y a beaucoup trop de ruptures

Client

Je n'utilise pas le drive parce qu'il est fermé ce qui m'oblige à me déplacer dans les magasins

Les Drive autour de chez n'acceptent plus les commandes

Je n'utilise plus du tout le Drive, il y a trop d'attente pour trouver une date (+ 5 jours)

Je commande lorsqu'il est possible, car avec un flux aussi important il est difficile d'avoir un créneau horaire pour récupérer les courses

Je fais moins de drive, surtout quand je vois la file de voiture qui attend, il est plus simple d'aller en magasin et c'est plus rapide

Des clients Drive qui changent d'enseigne si nécessaire

Les shoppers comparent les créneaux disponibles entre les enseignes

- Il leur arrive de changer d'enseigne
- Pour réduire le délai de mise à disposition de la commande

Certains shoppers limitent les produits surgelés

- Crainte que dans la période actuelle la chaîne du froid ne soit pas respectée

Des déceptions sur les fruits et légumes

- Problèmes de qualité et de fraîcheur
- Manque de choix, beaucoup de ruptures
- Dans les zones où il sont présents, intérêt pour les Drive fermiers
 - Une solution pratique pour des produits de qualité

En mineur : tentative de livraison à domicile

- Auprès d'un magasin bio : expérience décevante
- Beaucoup de ruptures, des quantités livrées inférieures à la commande

Enseignes

Les drives étant saturés, j'arrive à jongler entre les différentes enseignes (Intermarché, Super U, Carrefour et Leclerc) pour faire un drive par semaine

Je n'utilise que le drive car je ne veux pas avoir beaucoup de contacts avec d'autres personnes et je fais en fonction de la disponibilité, cela peut être Leclerc, Auchan, Intermarché

Fruits et légumes

Ce qui est un peu dommage c'est que le drive n'a pas beaucoup de choix en légume et fruit frais et souvent des ruptures.

Surgelés

Pas ou peu de produits congelés, je n'ai pas confiance en la chaîne du froid, en raison du flux très important au drive de la grande surface où je réalise mes courses

Drive fermier

Cela permet à la fois de soutenir les producteurs locaux et d'avoir des produits de saisons au meilleur prix

Livraison

Les quantités n'étaient pas vraiment respectées. De plus la moitié des produits étaient en rupture de stock

Les catégories achetées : des difficultés sur les produits frais

C'est d'abord le temps disponible qui joue sur la constitution des repas

- Le fait de ne pas travailler amène à consacrer plus de temps à la préparation des repas
- Dans ce cas, plus d'achats de produits frais, à cuisiner, d'ingrédients pour pâtisserie
- Des tentatives de « fait maison » : yaourts, pain, brioche...

Mais des difficultés à acheter des produits frais

- Le poisson frais n'est pas proposé dans tous les points de vente
- Les fruits et légumes ne sont pas toujours satisfaisants

Certains shoppers achètent plus de produits plaisir

- Tendance à se laisser tenter par le chocolat par exemple
- Une consommatrice en profite pour tester des produits qu'elle n'achète pas habituellement

Temps

Je cuisine pour toute la famille et j'essaie de faire des plats équilibrés parce que j'ai plus de temps

Je prends juste un peu plus de temps pour cuisiner étant à la maison 24/24

J'essaie de faire du pain mais ça n'est pas une grande réussite; je fais aussi mes brioches maison par plaisir... j'ai ressorti la yaourtière et fais mes yaourts maison !

Produits frais

J'achète moins de poisson. Pour les fruits et les légumes, j'essaie de continuer à en acheter sur le drive mais la qualité n'est pas toujours au RV

Produits plaisir

Je me suis surprise à acheter plus de chocolats mais également plus de fruits et légumes pour nous préparer de bons petits plats

Tests

J'achète également plus de produit type muesli, flocons d'avoine, je teste, je tente de nouvelles choses

Impact du changement de circuit sur les achats

Shoppers qui n'ont pas changé de circuits peu de changement

- Que ce soit les catégories ou les marques
- Des formats qui peuvent être un peu plus important si les courses sont moins fréquentes



Shoppers qui ont changé de circuits

- Si fréquentation de plus petites surfaces
 - Moins de choix, les achats sont moins variés
- Si fréquentation des petits commerces, plus d'achat de produits bruts et artisanaux
 - Des repas plus plaisir

Pas de changement

Je n'ai changé aucune habitude si ce n'est que nous achetons de quoi tenir 10 jours au lieu de 7

Je continue d'acheter les mêmes catégories de produits qu'auparavant en doublant parfois la quantité afin de limiter les sorties et contacts. Au lieu d'acheter pour une semaine, j'achète pour 15 jours

Changement

J'achète beaucoup plus de produits artisanaux : viandes locales, plats traiteurs, fromages à la coupe, yaourts

Les repas sont différents, sur le fait qu'on se fait beaucoup plus plaisir qu'avant



Les marques, le stockage et les ruptures

Les marques

- Peu d'évolutions en terme de confiance dans les marques
- Mais plus d'achats de MDD en magasins de proximité
 - Compte tenu des prix élevés dans ce circuit
- Des achats par défaut quand les rayons sont dévalisés

Le stockage

- Des comportements de stockage de produits d'épicerie avant le confinement
 - Qui n'ont toujours pas été consommés

Les ruptures sont bien acceptées

- Pas de difficulté à changer de produit
 - Quitte à prendre un produit plus cher
- Possibilité de renoncer à l'achat ou de substituer vers une autre catégorie
- Elles posent problème quand tout le rayon est vide (ex : papier toilette)
 - Dans ce cas, recherche des produits dans un autre point de vente, plus petit

Marques

Le confinement n'a rien changé sur mon rapport aux marques, j'achète aussi bien des produits de marques, de marque de magasin et de discounteur

Ma confiance dans les marques n'a pas évolué durant cette période

Au petit magasin près de chez moi, je ne trouve pas mes produits habituels et les prix sont vraiment plus importants, donc je m'oriente vers les marques magasins

Nous sommes contraints d'acheter plus ou moins n'importe quelle marque lorsque les rayons sont dévalisés

Stockage

Avant l'annonce du confinement, j'avais anticipé et acheté un peu plus de conserves, de riz, de sucre et de farine. J'ai un garage, donc la place pour stocker tout ce qui se conserve longtemps

Avant le confinement, quand on a senti la "pression monter", j'ai augmenté l'achat de certains produits secs (gâteaux, quelques conserves, sauces...) pour avoir du stock "au cas où"... et au final, nous n'avons toujours pas consommé ces produits !

Ruptures

En cas de rupture, je m'adapte, j'achète autre choses, je varie, cela ne me pose aucun problème

Je m'adapte en trouvant autre chose ou je m'en passe si le produit n'est pas indispensable

Je m'oriente vers un autre produits même si celui-ci est plus cher

Nous sommes prêts à dépenser un peu plus lorsque les produits que nous consommons d'habitude ne sont pas disponibles

Les prix et promotions ne sont pas des critères prioritaires

Des shoppers peu attentifs aux prix

Une situation de stress, volonté de ne pas ajouter un stress sur les prix

Le foyer a réduit ses dépenses d'essence, de loisirs

L'alimentation est un moyen de se faire plaisir

Des shoppers qui surveillent les prix

Et constatent des augmentations, par ex sur le riz, les produits frais

Ils deviennent alors très vigilants

Prix peu regardés

Vu les économies réalisées en cette période de confinement (pas d'essence, pas de restau, pas de sortie), il est vrai que je suis moins regardante

Il est vrai que je suis attentive aux prix... mais comme pas de dépenses essence, resto, ciné alors on peut faire quelques écarts

Comme c'est assez stressant j'essaie de ne pas me prendre la tête sur les prix

Prix

Je fais plus attention au prix des produits que j'achète car je trouve que les prix sur certaines denrées ont augmenté

J'ai vu 1 kg de riz basmati d'une marque discount à 2,87 € qui en temps normal était à 1,38 € donc je fais vraiment attention au prix des produits

Je fais aussi attention aux prix qui ont tendance pour certains produits à s'envoler : salade verte à + de 1,50€ !

Drive

Le prix, certains produits ont augmenté et certains drive ne mettent pas les promotions sur leur drive

Un détachement par rapport aux promotions

- En magasin, volonté de courses efficaces, sur les produits nécessaires
- Peu de promotions en drive, ou souvent en rupture