

# Etude shopper sur les comportements pendant le confinement

Forum consommateurs

SEG-VS-20

# La démarche

## Nous avons lancé avec l'IDC (institut du commerce) une veille shopper

- L'idée étant de garder un niveau d'information sur les évolutions des comportements dans cette période
- Et de comprendre les sujets qu'il faudra traiter en sortie de confinement.



**Forum en ligne**

**Accessible à tous**

Pour comprendre les évolutions des comportements

15 participants

**Questionnaires en ligne**

**En souscription**

Pour mesurer ces évolutions jusqu'au retour à la normale

3 vagues de 240 questionnaires chacune



# Planning



Semaine	Date début	Forum	Présentation Forum ouverte	Quanti	Présentation quanti réservée aux souscripteurs
14	30-mars	Post 1	Présentation Post 1		
15	06-avr	Post 2	Présentation Post 2		
16	13-avr	Post 3	Présentation Post 3		
17	20-avr	Post 4	Présentation Post 4	Vague 1 : 240 questionnaires	
18	27-avr				Présentation Vague 1
19	04-mai	Post 5	Présentation Post 5 : 7 Mai		
20	11-mai	Post 6 13 mai		Vague 2 : 15 mai 240 questionnaires	
21			Présentation Post 6 : 20 mai		
22	25-mai	Post 7	Présentation Post 7 : 28 mai		Présentation Vague 2 : 27 mai
23	01-juin	Post 8	Présentation Post 8 : 4 juin	Vague 3 : 240 questionnaires : 5 Juin	
24	08-juin				Présentation Vague 3 : 11 juin
25	15-juin			Présentation Globale "Veille Shopper" au groupe de travail	
26	25-juin			Présentation "Veille Shopper" journée Partage et prospective	

# Méthodologie

## Forum de 15 participants

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

## Thèmes abordés dans le 6<sup>e</sup> post du 13 mai :

Perception du déconfinement

Impact sur la consommation et le temps disponible

Les circuits fréquentés pour les courses alimentaires

Les expériences en GMS alimentaires et drive

Les prix et promotions

Les expériences en circuits non alimentaires

Synthèse du 6<sup>e</sup> post  
La première semaine de sortie  
du confinement



# Le déconfinement : perspective d'amélioration et reprise du travail

## Des shoppers un peu plus optimistes

- Qui se projettent sur un recul de l'épidémie
- Sur un retour à « la vie normale »
- Tout en craignant une éventuelle 2<sup>e</sup> vague

## Une reprise d'activité professionnelle en présentiel pour 6 shoppers sur 15

### Déjà en place, ou en train de se mettre en place

- Une reprise progressive, avec une présence à temps partiel

### Qui génère une diminution du temps disponible

- Pour les courses et la préparation des repas
- Pour les activités de loisir à la maison

## 9 shoppers qui restent à domicile, en particulier en zone rouge

- Ils sont en télétravail ou ne travaillent pas

### **Moral**

*J'espère que l'épidémie va reculer et que l'on pourra reprendre petit à petit une vie normale*

### **Reprise**

*J'ai pour l'instant autant de temps mais cela va réduire prochainement avec la reprise de l'activité pratique*

*Je continue le télétravail mais j'ai des jours pendant lesquels je travaille physiquement sur site. Je pense avoir moins de temps que durant le confinement, pour faire mes courses, mes loisirs et la gestion des enfants*

*L'activité professionnelle reprend doucement un rythme normal donc on se réadapte jour après jour*

# Peu d'évolution de la consommation

## Peu de reprise d'activités de loisirs

- Un couple a repris les randonnées

## Ce qui manque encore : les loisirs en intérieur

- Les restaurants et bars
- Les salles de sport

## Reprise timide des relations sociales

- Avec le cercle familial proche

## Volonté de garder les bonnes habitudes alimentaires

- Prises pendant le confinement
- Qui va être confrontée à une diminution du temps disponible

### **Loisirs**

*Pour mes loisirs je verrai ça plus tard j'attends encore quelques semaines voir comment la situation évolue*

*Pour ce qui est des loisirs pour le moment je remet ça à plus tard car il y a beaucoup de travail à rattraper*

*Nous avons pu nous éloigner du domicile et refaire des rands, en semaine personne sur les chemins. Nous avons même fait notre premier pique-nique en forêt*

### **Manques**

*Je ne peux plus faire du sport comme avant*

*Oui, plus de salle de sport et aucune sortie de prévue pour le moment tant que la situation n'est pas améliorée*

### **Relations**

*Niveau famille nous ne nous sommes pas encore revus, toujours pour le même motif*

### **Bonnes habitudes**

*Je vais essayer de maintenir au mieux les habitudes prises pendant le confinement avec le nouveau rythme, je suis assez confiante*

# Les sujets d'inquiétude

## Les constats : le port du masque se généralise

Mais toujours des comportements imprudents



Vus sur l'espace public

Les médias restent anxiogènes



Exemple des files d'attente devant les magasins de vêtements

Ainsi que le fait de prendre les transports en commun



En particulier à Paris

## Parmi les shoppers qui restent à domicile, 2 « confinés volontaires »

- Qui ne sont pas retournés en magasin, n'achètent qu'en drive
- Ils sortent peu, restent en retrait, sur la tendance du confinement
- Ils sont plus angoissés, et le fait de voir du monde dehors accentue ce sentiment

### Constats

*Les masques sont ultra présents, j'ai l'impression d'être en Chine*

### Médias

*Ce qui m'a choqué sont les images ou vidéos que j'ai pu voir aux infos les longues files d'attente devant les magasins*

### Transports

*Je vois les prochaines semaines plus dangereuses car je dois prendre les transports en commun parisiens*

### Confinés volontaires

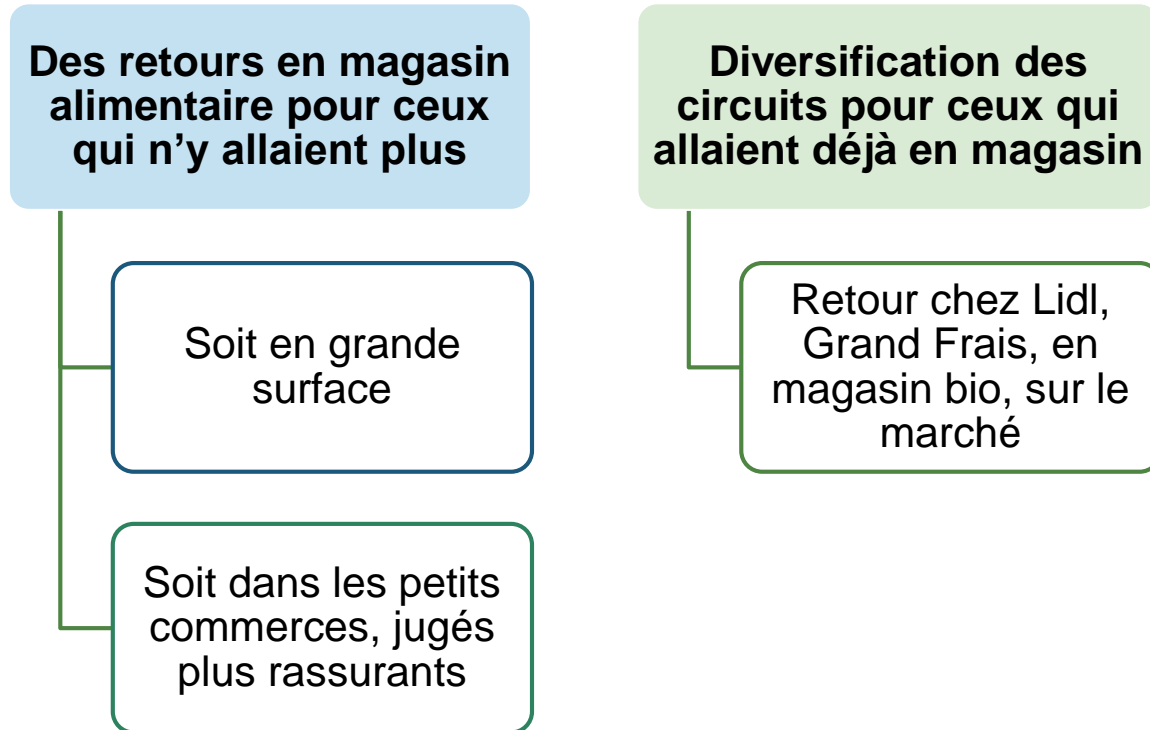
*De mon jardin, je vois beaucoup plus de monde dans la rue, plus de voitures, ça me fait un peu peur, j'ai l'impression que le virus et les décès sont oubliés. c'est angoissant...*

*Le déconfinement est une bonne chose, mais je vois beaucoup de personnes qui ne respectent pas les gens barrières, voilà pourquoi je me mets en retrait concernant mes sorties*



# Les circuits fréquentés pour les courses alimentaires

Les shoppers se projettent sur une reprise de leurs habitudes



## **Retour magasin**

*Je pense retourner en magasin dans une semaine*

*Cette semaine, je suis retournée à la boucherie pour la 1<sup>ère</sup> fois depuis plus de 2 mois. J'ai apprécié qu'ils aient installé des écrans de protection*

*Je suis allée chez le boucher, boulanger et primeur mais en choisissant des créneaux horaires où il y avait peu de monde et en milieu de semaine*

## **Inquiets**

*Je suis trop stressée de me retrouver avec pleins de monde dans un magasin tant que le virus est bien là*

*Rien n'a changé, je continue les drives, pas de magasins physiquement et les loisirs sont proscrits pour l'instant*

## **Diversification**

*Je ne fais mes courses que chez Leclerc et j'attends avant de retourner dans mon magasin bio et au marché*

*Hier je suis allée faire mes courses en magasin à Lidl et Grand Frais à proximité de mon domicile*

# Les courses en GMS : des expériences rassurantes

## Constat d'actions efficaces de la part des points de vente

Filtrage à l'entrée

Gel hydro alcoolique à disposition, sauf chez Grand Frais, ou des gants sont mis à disposition

Désinfection des caddies et paniers

Marquages au sol

Protection des employés : masques, visières, vitres au niveau des caisses

## Quelques attentes d'explications complémentaires

- Combien de personnes sont autorisées dans le magasin ?
- Est-ce que les terminaux de carte bancaire sont désinfectés régulièrement ?

## Quand un magasin ne propose pas ces mesures...

- Les shoppers sont prêts à changer pour un autre point de vente

### Actions

*J'ai apprécié le suivi des consignes (désinfection caddies, distanciation, protection des employés...)*

*Au niveau des caisses, il y a un balisage au sol pour permettre le respect des distances entre les clients et un agent de sécurité veille au respect des distances*

*A l'entrée de Lidl, est mis à disposition du gel hydro alcoolique avec du papier afin de se désinfecter les mains mais aussi le caddie, ce que je trouve très pratique et surtout utile*

### Compléments

*Par exemple, combien de clients sont autorisés en même temps dans le magasin, est-ce que les terminaux de CB sont régulièrement désinfectés ?*

### Non respect

*Lorsque j'ai été faire quelques courses à Intermarché il n'y avait pas de gel hydroalcoolique à l'entrée et niveau des caisses il n'y avait pas le respect des distances donc je suis repartie du magasin sans faire mes courses*



# Mais un problème d'affluence dans les rayons

## Mais plus de monde dans les points de vente

- Plus de personnes qui font leurs courses en couple ou en famille

## Tous les clients ne portent pas de masques

- Certains magasins (ex Netto) imposent le port du masque
- Une mesure appréciée et rassurante



L'entrée du magasin et le passage aux caisses sont très organisés et surveillés



Des inquiétudes par rapport aux comportements dans les rayons

### **Affluence**

*Les files d'attente sans protections ou les nombreux enfants dans les magasins en mode promenade en famille*

*Les gens ne sont pas tous masqués, ils touchent les produits et les remettent, personne n'est là pour contrôler,*

*Ce que j'apprécie moins c'est qu'il y a encore trop de monde dans les allées du magasin*

### **Inquiétudes**

*Pour moi c'est une épreuve de faire des achats et ce n'est pas du tout un plaisir*

### **Allées**

*Les allées étaient trop étroites, il était difficile de faire respecter les gestes barrières*

# Les courses en GMS : le ressenti dans les rayons

## Les rayons centralisent les inquiétudes

### Difficile de respecter les distances

- D'autant plus que les allées sont étroites
- Il est alors difficile de se croiser en respectant les distances

### Certains clients manipulent les produits puis les remettent en rayon

- En particulier dans les discount non alimentaires : les clients fouillent dans les bacs
- Des gants seraient nécessaires

### Sentiment que la surveillance porte sur l'entrée et les caisses

- Mais que le magasin est moins vigilant sur ce qui se passe en rayon
- Fait moins de prévention à ce niveau



*Les allées étaient trop étroites, il était difficile de faire respecter les gestes barrières*

# Bilan sur les courses en GMS : des expériences rassurantes

## Des expériences positives, les shoppers se sentent rassurés

Ils prévoient de revenir en magasin

Et même d'étendre leur fréquentation à d'autres points de vente

Tout en continuant à éviter les moments d'affluence

## Mais les courses restent fonctionnelles

Sans retrouver de plaisir d'achat

Du fait de la proximité avec les autres clients dans les rayons

### **Rassurant**

*Depuis le déconfinement, je ne suis sortie qu'une seule fois. Je suis allée faire mes courses à Netto et j'ai été agréablement surprise de l'organisation*

*Cela m'a plutôt rassuré car je vois que dans ces magasins la distanciation est respectée ainsi que les gestes barrières*

*Mon état d'esprit a plutôt évolué dans le sens où je suis, finalement, assez rassurée quant à la façon dont les magasins gèrent*

### **Pas plaisir**

*Pour moi c'est une épreuve de faire des achats et ce n'est pas du tout un plaisir*

# Les courses en drive : le statu quo

## Une solution toujours séduisante

- Pratique, rapide
- Limite les risques

## Plus de créneaux disponibles que pendant le confinement

## Mais toujours des ruptures

- En ligne, qui peuvent apparaître entre le choix des produits et la validation de la commande
- A la livraison : le produit est manquant ou remplacé

### **Solution**

*Je continue au maximum le drive, je suis allé une seule fois dans une grande surface parce que le Drive est loin de livrer tout ce qui est commandé*

### **Créneaux**

*Il y a plus de créneaux disponibles pour le drive par rapport à la période du confinement*

### **Ruptures**

*En ligne le panier se vide très rapidement donc il manque pas mal d'articles*

*Chaque semaine des articles sont en rupture de stock et sont soit remplacés soit non livrés*

# Les prix et promotions : un « retour à la normale »

## Des sentiments variables sur les prix

- Sentiment général qu'ils sont encore supérieurs à la normale
- Une consommatrice constate que certains prix qui avaient augmenté baissent

## Les promotions :



### Peu de prospectus reçus

- Mais toujours peu de consultation sur Internet
- Une démarche active et volontaire : consultation régulière du site ou inscription à la newsletter
- Des attentes pour le retour des prospectus papier

### Mais un vrai « retour » des promotions en magasin

- Un élément rassurant
- Qui contribuent au sentiment d'un « retour à la normale »



### Prix

*Les prix ont l'air d'avoir baissé*

### Prospectus

*Depuis le déconfinement, aucun prospectus dans la boîte aux lettres*

*Je ne reçois pas de prospectus pour l'instant*

*Je n'en reçois quasiment plus. Quand j'en reçois, je les feuillette à la recherche de la bonne affaire*

*Non je n'ai toujours pas de prospectus et si je les recevais je les regarderais histoire de faire un peu plus d'économies*

### Internet

*Pour l'instant il n'y a pas de prospectus dans la boîte aux lettres, les seules promotions sont reçues par mail*

*J'avais mis un stop pub sur la boîte aux lettres, donc je ne les reçois pas mais je les consulte sur internet*

### Retour à la normale

*Ce que j'ai aimé c'est que les promotions sont de retour*

*Je trouve qu'au final, c'est rassurant de voir les prix, promotions au beau fixe car cela sous-entend un petit retour à la normale*

# Zoom sur une catégorie : les produits du monde

## Catégorie dont les ventes ont fortement augmenté pendant le confinement

### Les shoppers ont effectivement réalisé des achats

- Produits à cuisiner : wrap, sauce soja
- Produits prêts à consommer : nems, samoussas, beignets, sushis, ribs...

### Motivation : varier leur alimentation

- Un petit plaisir ponctuel
- Sans se projeter vers une consommation plus régulière

### Ils étaient déjà acheteurs de la catégorie

- Mais ont augmenté leur fréquence d'achat pendant le confinement
- Une **nouvelle consommatrice en GMS**, de produits prêts à consommer
- Qui les consommait habituellement au restaurant

### Achats plutôt en magasin physique, en hyper ou supermarché

- Constat de ruptures importantes sur les marques nationales
- Des achats de MDD par défaut

### Achats

*Depuis le début de la crise sanitaire j'ai pu profiter des produits du monde en drive et en magasin*

*On en achetait avant le confinement et on a continué pendant la crise sanitaire, notamment pour des sauces asiatiques (sauce soja, huile de coco..)*

*Ce sont des produits que j'achète occasionnellement et depuis le confinement je me fais plaisir avec des assortiments asiatiques : nems, samoussas, beignets de fruits de mer ; des ribs tex-mex*

*Je suis consommatrice des produits asiatiques et je vais régulièrement au restaurant mais là avec la crise les restaurants étant fermés, j'ai acheté ces produits en magasins*

### Motivations

*Pour varier l'alimentation, pour un petit plaisir ponctuel*

### Marques

*Ne trouvant pas nos produits habituels, nous avons dû nous rabattre sur des produits de la marque de l'enseigne (Carrefour)*



# Un retour en magasins non alimentaires - GSS

## Des règles sanitaires bien respectées dans tous les points de vente

- Comme en alimentaire, le stress peut être lié à l'affluence,
- Dans les magasins où l'affluence est limitée, les shoppers retrouvent du plaisir d'achat

## Les expériences en GSS :

### En magasins de bricolage

- Une très forte affluence, ce qui limite fortement la flânerie
- Des achats de nécessité
- Mais des magasins très organisés, que ce soit au niveau de l'entrée ou des caisses

### Dans les autres GSS, ex Boulanger, Gifi

- Egalement un bon respect des règles d'hygiène
- Certaines enseignes mettent à disposition des masques pour les personnes qui ne sont pas équipées

### **Bricolage**

*Chez Castorama, une longue file d'attente qui m'a fait hésiter mais nous avons une fuite d'eau à réparer d'urgence*

*Un sentiment de relative sécurité même si on n'a pas envie de flâner dans le magasin.*

### **GSS**

*Dans toutes les enseignes j'apprécie les stands de gel a dispo a l'entrée voir même la distribution de masques gratuitement si nous ne sommes pas équipés (chez Boulanger)*

# Un retour en magasins non alimentaires : boutiques

Les autres lieux d'achat :

## Des achats en librairie, pour choisir physiquement des livres

- Une ambiance sereine, plus de plaisir d'achat que dans les autres circuits
- Avec quand même quelques inquiétudes : forcément, les livres ne sont pas désinfectés

## Seuls les shoppers qui ne sont pas retournés en magasin ont passé des commandes

- Avec livraison à domicile
- Ex : achat de pots de yaourts pour yaourtière sur Amazon
  - Seul site qui les proposait à un prix abordable
- Le délai de livraison qui reste plus long qu'avant

### **Librairie**

*Je suis allée dans une librairie, j'ai aimé le fait que tout est conforme aux règles : il y a du gel. Mais j'ai enfin pu acheter des livres !!*

### **Livraison**

*Il n'a que sur Amazon où je les ai trouvés pas trop chers. Ce que j'aime moins c'est le temps de livraison qui est plus long qu'avant*