



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 Vague 2 : 27 mai
23	01-juin	Post 8	Présentation Post 7 : 4 juin	Vague 3 : 240 questionnaires : 5 Juin	
24	08-juin		Présentation Post 8 : 11 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 7^e post du 29 mai :

Etat d'esprit des shoppers

Les expériences en magasin

La manipulation des produits

Attentes sur la préparation des courses

Attentes sur le rayon fruits et légumes

Attentes sur les autres rayons traditionnels



Synthèse du 7^e post
Annonce de la phase 2 du
déconfinement

Etat d'esprit des shoppers : les confiants

Des shoppers satisfaits de leurs expériences en magasin

- Qui élargissent les circuits et enseignes fréquentés
- Ex : retour en hypermarché, chez Jeff de Bruges, achat de jouets en magasin...
- Avec une bonne impression dans les différents circuits

Tendance à préparer la visite en point de vente

- Repérage sur le site Internet de l'enseigne
- Appel en boutique pour vérifier les horaires d'ouverture, les heures d'affluence
 - Savoir si le produit souhaité est en stock
- Exemple d'une boutique de vêtements qui propose une séance « privée »
 - Prépare à l'avance les vêtements que la cliente souhaite essayer

Certains retrouvent des comportements de flânerie

- En magasins non alimentaires uniquement (Action, Noz...)

Peu de commandes et de retrait en magasin

- Sauf pour les GSB : le click & collect reste attractif pour éviter l'affluence

Tous circuits

Oui, je suis retournée en hypermarché Carrefour et chez PicWic pour un cadeau

Oui j'en ai profité pour aller en librairie et dans un magasin de vêtements

Je suis retournée chez Jeff de Bruges. J'espérais qu'il y aurait des promotions sur les chocolats de Pâques et j'ai vu juste

La boutique a vraiment fait ce qu'il fallait pour que les clients se sentent bien

Préparation

Je les ai appelés avant de me déplacer pour savoir s'il y avait un changement d'horaires, savoir si le produit que je recherchais était disponible (et donc le mettre de côté) et surtout savoir à quel moment il y avait de l'affluence

Flânerie

Oui, je suis allée à Action et Noz puisqu'ils ont ouvert. J'y suis allée juste pour me balader

Etat d'esprit des shoppers : les méfiants

Environ une moitié des shoppers restent méfiants

- Considèrent que le virus est toujours présent et souhaitent limiter les contacts

Ils continuent d'utiliser le Drive pour leurs courses alimentaires

- Une cliente a fait un test de livraison, un jour où il ne lui était pas possible d'aller chercher un Drive

Le click & collect et la livraison pour leurs achats non alimentaires

- Click & collect : en vérifiant qu'il n'y a pas trop d'affluence
- Commande sur Amazon et Cdiscount : non alimentaires mais aussi une acheteuse de produits alimentaires

Ils tentent un retour très progressif en magasin

- En commençant par les petites surfaces et les circuits non alimentaires

Drive

Je ne suis pas encore retournée dans les magasins

J'évite au maximum les magasins, je ne suis pas retournée ma grande surface alimentaire, je poursuis avec le drive pour le moment

Commandes

J'ai effectué une commande click & collect chez Décathlon pour des produits équipement vélo

Retour magasin

J'ai surtout continué le drive mais je suis retournée à la Fnac et chez Leroy Merlin

Oui j'ai fait une tentative dans un magasin Noz où j'allais environ 1 à 2 fois par semaine avant la crise sanitaire

Les expériences en magasin : toujours une recherche de réassurance

Ce qui a plus : les mesures d'hygiène

Filtrage à l'entrée

- Nombre maximum de clients indiqué

Masque obligatoire dans certaines enseignes (ex : Fnac)

Gel hydro alcoolique à disposition

Désinfection des paniers et caddies

- Les shoppers apprécient de le faire eux-mêmes

Sens de circulation avec marquage au sol

Panneau demandant d'éviter de manipuler les produits

Ecran de protection au niveau des caisses

Filtrage

Il était noté 40 clients maximum, du gel à l'entrée et peu de monde en magasin, j'ai apprécié

Désinfection

J'ai aimé qu'à l'entrée du magasin, on puisse nous-même désinfecter de nouveau notre caddie

Je suis allé à Carrefour, et j'ai trouvé cela bien d'avoir à disposition du gel pour nettoyer soi-même son caddie

File caisse

La queue interminable aux caisses. Pas assez de filtrage à l'entrée donc trop de monde

Rayons et promos

Les rayonnages étaient approvisionnés et les promotions bien visibles

Mais aussi :

- Les promotions bien visibles
- Les rayons mieux remplis que les semaines précédentes

Mais une perception négative de l'affluence

Ce qui a déplu

Plus de monde en magasin

Sans que le port du masque ne soit obligatoire partout

Des personnes venues en groupe

Des clients qui ne sont pas attentifs aux règles de distanciation

Qui manipulent et reposent les produits

La queue aux caisses (magasins de bricolage)

Les shoppers méfiants se sont sentis mal à l'aise

- En magasin de bricolage
 - Forte affluence, difficultés à respecter les distances
 - Masque non obligatoire
- En discount non alimentaire
 - Manipulation des produits dans les bacs
- Au point de quitter le point de vente
 - Pour passer commande en click & collect, ou renoncer à l'achat



Manipulations

Les personnes peu respectueuses de ne pas toucher les produits en rayons

Affluence

Par contre, j'ai trouvé qu'il y avait beaucoup de monde et j'aurais aimé que le port du masque y soit obligatoire

Certains étaient en groupe ce qui rendait difficile le déplacement avec caddie dans les allées

Non respect règles

J'ai été très déçue car certaines personnes ne respectent pas le protocole de distanciation

Shoppers méfiants

Je suis allée dans une grande enseigne de bricolage mais j'étais très angoissée au regard des autres qui n'appliquaient pas toujours la distanciation physique. Je n'osais pas toucher les produits. J'ai donc commandé par le web

Quand j'ai vu que tout le monde touche la marchandise dans les bacs sans aucune précaution ça m'a choquée, je suis repartie tout de suite, je n'ai rien acheté et je n'irai plus

Les shoppers évitent de manipuler les produits

Les shoppers essaient de ne manipuler que ce qu'ils achètent

- Les cas où le produit est reposé :
 - Composition non satisfaisante
 - DLC trop courte
- Une consommatrice a pour stratégie d'attraper le produit derrière
 - Pour ne pas prendre les produits en facing qui risquent plus d'avoir été touchés

Les gants : un faux sentiment de sécurité

- 2 consommatrices sur 15 portent des gants en magasin
 - Une mesure de précaution supplémentaire
- Pour les autres : les gants n'empêchent pas de transmettre le virus
 - Tendance à se toucher le visage, même avec des gants
- Ils n'ont une valeur ajoutée que s'ils sont utilisés peu de temps
 - Ou renouvelés très régulièrement

Manipulations

Dans les rayons libre-service, j'essaie de ne toucher que ce que j'envisagerais réellement d'acheter

J'évite au maximum de toucher les produits mais bien évidemment, il m'arrive de reposer un produit si la composition ne me plaît pas ou si la date de péremption est proche.

Gants +

Oui je porte des gants lorsque je vais en magasin, d'ailleurs pour tous les magasins

Je porte toujours gants et masque lorsque je vais dans un magasin

Gants -

Je ne porte pas de gants car je trouve qu'ils procurent un faux sentiment de sécurité, mais j'ai du gel hydro alcoolique sur moi

Porter des gants ou pas, c'est pareil : on se touche quand même le visage, on touche des produits, on se retouche le visage, sans forcément s'en rendre compte

Gel

Pas de gants mais j'ai toujours avec moi mon gel hydro alcoolique et j'en mets à chaque fois que je le juge nécessaire

Les shoppers préfèrent avoir sur eux du gel hydro alcoolique

- Et en utiliser chaque fois que nécessaire

La réduction des assortiments : confusion avec les ruptures

Les shoppers n'ont pas vraiment conscience d'une réduction des assortiments

- Car ils constatent d'abord des ruptures de stock ponctuelles
- Il leur est difficile de faire la différence avec une réduction du nombre d'EAN

Ils constatent qu'il y a moins de choix qu'avant la crise sanitaire

- Que ce soit en Drive ou en magasin
- Que les promotions sont moins nombreuses

Les catégories citées

Fruits et légumes chez Lidl :
moins de variétés, les
produits semblent moins frais

Fruits et
légumes en
Drive

Rayons pâtes et riz,
conserves, aides
culinaires, farine

Charcuterie
LS, Ultra-frais

Produis bio
(en magasin)

Boissons (en
Drive)

Drive

Les produits sont restreints, moins de choix, toutes les promotions ne figurent pas dans le drive, ce qui est bien dommage

Il y a moins de choix pour les légumes ou fruits, le riz, certaines conserves

J'ai remarqué qu'il y avait moins de choix de légumes et beaucoup étaient en rupture

Pour le drive il y a moins de choix sur les produits non périssables et sur les yaourts, et aussi la farine et quelques conserves

Promotions

Moins de produits non, moins de promotions par contre

Magasin

J'ai remarqué qu'à Lidl il y a beaucoup moins de fruits et légumes qu'avant le confinement. Certains fruits et légumes manquent de fraîcheur

Certaines catégories ont moins de choix malheureusement. Les féculents (riz, pâtes...), rayons bio (moins de crackers aux graines...), charcuterie, yaourt également

En magasin certains produits de grandes marques tels que les bouillons Kub Or ne sont plus disponibles à chaque fois

Les outils de préparation des courses : la liste de courses

Les shoppers déclarent qu'ils passent toujours du temps à préparer leurs courses

- Et peu de temps à flâner dans les rayons

Les promotions restent un levier important

- Un retour progressif des prospectus depuis le 11 mai
- Qui facilite la préparation des courses
- Et la prise en compte des promotions

Proposition : un site pour consulter l'offre en ligne

- Qui indique l'offre disponible et les prix, en fond de rayon et promo
- Une consommatrice évoque le site dealabs, qui indique les promotions
- Et propose des réductions supplémentaires

Un outil intéressant pour préparer sa liste de courses

- Un gain de temps et d'argent
- Pour les promotions, fort intérêt pour la vérification du stock
- Afin d'éviter un déplacement décevant

Préparation

Oui, je prépare d'avantage les courses alimentaires, en faisant une liste bien précise

On continue à prendre ce temps avant de se déplacer, pour élaborer les menus et donc la liste des courses

Depuis plusieurs mois maintenant, on va à l'essentiel dans les rayons, on ne flâne plus

Promotions

Depuis le 11 mai je reçois de nouveau des prospectus à la maison donc je m'en sers

Site offre

Ca serait top car cela nous donnerait des produits en plus sur la liste tout en économisant et je pourrais faire une liste

Cela se fait déjà et je trouve que c'est très utile et pertinent pour éviter de se déplacer pour rien

Dealabs

Il existe déjà un site qui propose les catalogues avec des optimisations sur les promos disponible, le site <https://www.dealabs.com/>.

Les outils de préparation des courses : les heures d'affluence

Proposition : des systèmes pour connaître l'affluence en magasin

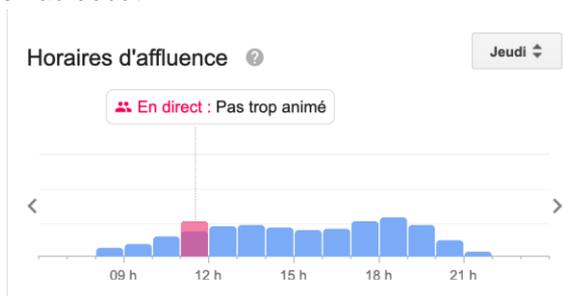
- Une idée attractive :
- Permettraient d'adapter les horaires des courses
- Rassureraient particulièrement les shoppers les plus inquiets
- Permettrait de se réaccorder des moments de flânerie

Préférence pour les informations instantanées

- Webcam et compteur de clients

2 clientes ont été informées par mail de ce système chez Carrefour

- indiquant la possibilité de connaître l'affluence en temps réel
- Un système apprécié, mais qui ne fonctionnait pas très bien au début
- Ou annonçait systématiquement une forte affluence



Affluence

Oui cela serait une bonne idée car cela nous éviterait de sortir pour rien et d'y aller quand il y a moins de fréquentation

Ce serait génial d'avoir un indicateur d'affluence pour faire ses courses, ça me permettrait de les faire plus sereinement et plus rapidement

Peut-être que je pourrais revenir flâner un peu plutôt qu'aller à l'essentiel comme maintenant,

Instantané

La webcam serait un bon système et un indicateur numérique avec le nombre de personne en instantané

Carrefour

J'ai reçu un mail de Carrefour il y a quelques semaines justement, qui disait que l'on pouvait connaître l'affluence du magasin avant de s'y déplacer

J'ai regardé plusieurs fois, soit ça ne marchait pas, soit il y avait trop de monde

Nombre clients

Je pense qu'il faut que les magasins continuent à limiter le nombre de clients, comme pendant le confinement

Le rayon fruits et légumes : rester sur une vente en vrac

Des shoppers qui arbitrent entre prix et origine

- Ne basculent pas vers des achats français systématiques
- Finalement, une minorité de shoppers en attente de produits français en priorité

Le mode de vente : rester sur le vrac

- Les shoppers sont attachés au fait de choisir leurs produits

Rejet des emballages plastiques par tous les shoppers consultés

- Pour des raisons écologiques

Arbitrent

J'attends de voir plus de produits français mais en faisant attention aux prix car des fois c'est trop cher et on se rabat sur les autres produits, il faut que l'on puisse manger des fruits et légumes à des prix raisonnables

Tout d'abord avoir une variété de fruits et surtout des fruits français pour relancer l'économie

Vrac

Il est indispensable de conserver une vente en vrac, on a le besoin de choisir nos propres fruits et légumes

Plastique

Non il faut arrêter de tout emballer dans du plastique si on veut faire attention à notre planète

Non ! Il faut réduire notre usage du plastique, pensons tout de même à l'environnement !!!!

Les attentes sur le rayon fruits et légumes

Des panneaux qui sensibilisent les clients

- La crise sanitaire est perçue comme un levier pour faire évoluer les comportements sur ce rayon

La possibilité de se désinfecter les mains avec du gel

- A l'entrée du rayon fruits et légumes

Un rayon bien tenu

- S'il n'y a pas de produits abîmés en rayon, il n'est pas nécessaire de les prendre pour vérifier leur état puis de les reposer

Des gants seraient appréciés par une minorité

- Une sécurité supplémentaire, mais peu de valeur ajoutée par rapport au gel
- Chez Grand Frais, peu de clients semblent les utiliser

Autre proposition : des pinces pour attraper les produits

Gel

Il faut maintenir le vrac en mettant à disposition des clients du gel hydro alcoolique à côté

Oui mais avec un panneau qui explique bien de avoir une bonne hygiène comme se désinfecter les mains avant de l'utiliser

Oui il faut même augmenter le vrac mais il faut responsabiliser les gens à ne pas gaspiller, tripoter pour rien. Il faut mettre à disposition de quoi se laver les mains éventuellement

Tenue rayon

Mais il est vrai qu'il faut aussi que le magasin soit irréprochable au niveau de l'hygiène, de la propreté

Gants

Oui très bonne idée cela permettrait d'avoir une sécurité en plus

Pinces

Il faut garder la vente en vrac mais avec des gants, pinces ou autre qui seraient à disposition

Les autres rayons traditionnels

Une baisse de fréquentation pendant le confinement



Des rayons fermés ou peu approvisionnés



Une baisse de fréquentation des points de vente



Une volonté de limiter les contacts

Pendant le confinement pas tellement, nous avons privilégié les petits commerçants du quartier

Des transferts vers...



Les produits LS



Les petits commerçants de quartier

Boucherie et fromages, pour la fraîcheur des produits

Pour acheter du poisson, je préfère être servi par quelqu'un afin d'avoir de bons morceaux et pour le fromage car il y a une diversité dans le choix

Les conseils de ces vendeurs sont précieux

Un retour actuel vers ces rayons, qui retrouvent de l'attractivité



La fraîcheur et la qualité des produits



Le choix proposé



L'absence d'emballages



Le conseil des vendeurs, leur capacité à proposer un bon produit

Attentes sur les autres rayons traditionnels

Des rayons qui se sont bien adaptés à la situation

- Plots pour ne pas s'approcher trop près
- Marquage au sol pour maintenir les distances dans la file d'attente
- En mineur : renoncement à la fréquentation du rayon
 - Si les distances ne sont pas respectées

Les attentes :

Afficher et montrer les règles d'hygiène appliquées

Donner envie par des promotions

Mettre en valeur l'origine France / régionale des produits

- Les vendeurs utilisaient déjà des gants avant le confinement

- Pour les shoppers qui y sont sensibles

Des animations semblent prématurées

- Provoqueraient une proximité physique entre les clients
- Et les dégustations sont à proscrire pour l'instant



Adaptés

Il y a des plots devant le rayon, pour ne pas s'approcher trop près de la vitrine, une signalétique au sol pour maintenir des distances entre les clients

Freins

Je pense que les règles de distance de sécurité ne sont pas respectées au rayon poissonnerie par exemple

Origine

J'attends que ces rayons proposent plus de produits français et en circuit court

Promotions

De bonnes promotions bien sûr et être sûre des règles d'hygiène

Animations

Une animation suppose un "attroupement". Je pense que c'est trop tôt

Non, aucune animation, cela concentrerait du monde, mauvaise idée pour le moment

En revanche, je m'attends à ce que des dégustations n'y soient plus organisés