



Etude

FAIRE SES COURSES : UN PLAISIR RETROUVÉ POUR LES FRANÇAIS



CONSULTEZ NOTRE
ÉTUDE COMPLÈTE

Le 12^{ème} vague du baromètre « du Pouvoir d'achat au vouloir d'achat » de Bonial réalisé par OpinionWay révèle une hausse notable du sentiment de plaisir lié aux achats. En ce début d'année, 69% des Français déclarent éprouver du plaisir lorsqu'ils font leurs achats, soit une progression de 4 points par rapport à l'année dernière à la même période. Les Français semblent renouer le plaisir des gestes du quotidien, comme faire leurs courses, aller au restaurant... atteignant leur niveau le plus haut depuis 4 ans.

Un retour au plaisir dans les achats quotidiens

Parmi les différents postes de dépenses, les courses alimentaires atteignent un sommet historique : **54%** des Français y associent un sentiment de plaisir, marquant un regain d'enthousiasme à faire des achats. Les achats d'hygiène (savon, déodorants...) enregistrent une progression encore plus frappante, avec **62%** des consommateurs qui y trouvent une source de satisfaction, un niveau inédit depuis 4 ans.

Cette tendance générale à la hausse, que ce soit pour acheter des vêtements (47%), aller au restaurant (47%), aller chez le coiffeur (44%), acheter de la décoration (40%), etc., illustre une amélioration du confort perçu lors des achats. Les Français semblent ainsi moins enclins à se restreindre, retrouvant une certaine liberté dans leurs choix de consommation.

Les promotions, alliées incontournables des achats plaisir

Dans un contexte où le pouvoir d'achat demeure une préoccupation majeure, les promotions jouent un rôle crucial pour les consommateurs. Elles constituent

une astuce pour surmonter les difficultés économiques, permettant à **73% des Français de se faire plaisir avec les achats du quotidien.**

74% des sondés estiment que les promotions leur offrent l'opportunité de réaliser de bonnes affaires tout en accédant à des achats plaisir. Les sites et applications de bons plans se révèlent également d'une aide précieuse : plus de la moitié des Français les utilisent pour se faire plaisir en consommant.

“

“Après des mois de restrictions, les Français semblent renouer avec le plaisir d'acheter, en commençant par des gestes simples du quotidien, comme faire leurs courses alimentaires. Toutefois, cette recherche de plaisir reste indissociable d'une quête de bonnes affaires pour préserver leur pouvoir d'achat. C'est ici que les promotions jouent alors un rôle essentiel : elles permettent de concilier plaisir et économies, envoyant ainsi des signaux positifs sur le rapport des Français à la consommation.”

Laurent Landel
PRÉSIDENT DE BONIAL



Lidl, l'enseigne alimentaire aidant à l'amélioration du pouvoir d'achat

Pour cette 12^{ème} vague du baromètre, à l'image des précédentes, le contexte économique continue de privilégier les enseignes offrant des prix attractifs.

Lidl conserve sa première place parmi les enseignes alimentaires soutenant le pouvoir d'achat, pour **64%** des répondants. Le podium est complété de près par **E.Leclerc** (61%) toujours au coude à coude, puis par **Aldi** (51%). Ces enseignes se démarquent par leur engagement à offrir des prix attractifs, répondant ainsi aux attentes actuelles des consommateurs en matière d'optimisation de budget.

Méthodologie

Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 1 046 personnes.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées du 27 au 31 décembre 2024.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : "**Sondage OpinionWay pour Bonial**" et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 7 69 20 93 87

Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter [notre site internet](#).

117 quai de Valmy, 75010 Paris - France
Bonial is an Axel Springer SE Company

