



69 % des Français déclarent éprouver du plaisir lorsqu'ils font leurs achats (Bonial)

La douzième 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 et le plus haut niveau atteint depuis 4 ans.

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., traduit 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.

Lidl en tête du classement des enseignes alimentaires soutenant le 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.

