

## Étude consommateurs ShopAdvizor

### Reconfinement : qu'est-ce qui a changé dans les habitudes de consommation des Français par rapport au 1<sup>er</sup> confinement ?

**Le 7 novembre 2020, Paris** – ShopAdvizor première application d'avis consommateurs indépendants sur les produits de grande consommation en France, avec près de 18 millions d'avis clients disponibles en ligne, publie les résultats d'une nouvelle étude<sup>1</sup> menée du 14 au 16 novembre auprès de 1 500 consommateurs français.

Quel est le ressenti des français en cette période de reconfinement comparé au 1<sup>er</sup> confinement ?

Et comment cela impacte-t-il leurs habitudes de consommation à l'approche des fêtes de fin d'année ?

#### **Dans un contexte incertain, les Français naviguent à vue et demeurent inquiets**

Selon l'étude ShopAdvizor, 6 consommateurs français sur 10 sont dans la même situation qu'au moment du confinement initial. Quant à leur ressenti, 54% vivent ce nouveau confinement de la même manière que le premier, 24 % le vivent mieux, 22% le vivent moins bien. **Plus précisément 32% se disent inquiets**, et 17% affirment s'ennuyer. **Seulement 5% se déclarent optimistes.**

Source d'inquiétude pour les Français, le contexte incertain bouleverse les habitudes à l'approche des fêtes de fin d'année. En effet, **avant même les récentes annonces du Gouvernement** concernant la mise en place d'un couvre-feu dès le 15 décembre (si les conditions sanitaires le permettent) et la permission de circuler librement les 24 et 31 décembre, **44% des français avaient déjà pris la décision de passer les fêtes avec leur famille la plus proche** soit en comité très restreint par mesure de précaution.

#### **Reconfinement Vs 1<sup>er</sup> confinement - Alimentation : la peur de manquer n'est plus, la confiance revient**

Contrairement au 1<sup>er</sup> confinement, les supermarchés et hypermarchés ont pu rapidement régler les problèmes de stocks : **44% des répondants disaient avoir été confrontés à des problématiques d'absence de stock alors que seulement 20% déclarent ce problème aujourd'hui.**

D'une façon générale, alors qu'ils n'étaient que 32% à n'avoir pas rencontré de problèmes d'achat, ils sont aujourd'hui 71% à l'affirmer !

En outre, la confiance revient et la perception de la menace diminue. Alors qu'au début du confinement, il était important de disposer d'un "stock de produits à domicile", le scénario d'aujourd'hui est différent : la fréquence des achats est en hausse alors que le volume des achats se réduit. Ainsi, 40% des familles avec enfants interrogées déclarent faire leurs courses plus fréquemment que pendant le premier confinement (54% des retraités et 39% des indépendants) et pour 61% d'entre elles, la taille de leur panier est plus petite ( 53% pour les retraités et 52% pour les indépendants)

#### **En temps de pandémie, le point de vente continue de résister au e-commerce**

Malgré la progression rapide du e-commerce, qui a connu une forte accélération pendant la crise sanitaire, il est intéressant de constater que sur le secteur de la grande distribution, le mode d'achat

---

<sup>1</sup> Étude ShopAdvizor menée du 14 au 16 novembre auprès de 1500 consommateurs français

en ligne n'a pas subi de modifications majeures durant cette dernière phase de confinement : 41% ont effectué des achats en ligne de la même manière lors du 1<sup>er</sup> confinement et que **seulement 11% ont augmenté leurs achats en ligne. A noter que 44% n'ont jamais effectué d'achats avec cette modalité.** Parmi ceux qui achètent en ligne, la modalité "drive" est la plus choisie avec 33%.

Diego Chorny, Président de ShopAdvisor affirme : « *Les magasins physiques gardent d'indéniables atouts auprès des consommateurs, à fortiori en ces temps de pandémie où le maintien du lien social est un véritable enjeu. Les supermarchés et hypermarchés sont les rares espaces qui ont permis de maintenir un contact avec l'extérieur.* »

**Lancée en octobre 2019, ShopAdvisor est la 1<sup>ère</sup> application d'avis consommateurs indépendants pour les produits de grande consommation. Téléchargeable sur AppStore et Google Play, ShopAdvisor permet d'accéder très simplement à des milliers de références de produits, en les scannant en magasin ou en les retrouvant grâce au moteur de recherche intégré. L'utilisateur peut consulter, outre le Nutri-Score et la composition du produit, la note attribuée par les consommateurs et l'ensemble des avis publiés. ShopAdvisor s'appuie sur une base de données de plus de 17 millions d'avis de consommateurs français. Plus d'infos sur [shopadvisor.page.link/pr](https://shopadvisor.page.link/pr)**

#### **A propos de ShopAdvisor :**

ShopAdvisor est une application qui a créé la première communauté collaborative dans le secteur de la grande distribution. Elle met ainsi en contact les consommateurs, les marques et les distributeurs. Formée par une équipe internationale de plus de 60 personnes dans le monde entier, ShopAdvisor a été élue par l'ICEX (l'agence d'import-export espagnole) et le Spain Tech Center comme l'une des start-ups les plus prometteuses, lui permettant ainsi d'aller présenter son projet à la Silicon Valley. La société est présente en France, en Uruguay, en Espagne, en Argentine et en cours de développement au niveau mondial. Avant de lancer sa communauté, ShopAdvisor a construit des plans marketing pour des distributeurs dans 15 pays pour plus de 250 millions de consommateurs. En France, le groupe ShopAdvisor s'est associé à Médiaperformances en 2019 pour créer ShopAdvisor France.

#### **CONTACTS PRESSE**

Anaïs Saint-Albin / Sayuli Nishioka

Tel : 01 56 03 12 33 / 01 56 03 15 03

Mail : [anais.saint-albin@bcw-global.com](mailto:anais.saint-albin@bcw-global.com) / [sayuli.nishioka@bcw-global.com](mailto:sayuli.nishioka@bcw-global.com)