

**Le budget alimentation des Français se stabilise à 373 € par mois**

En hausse de 2 % par rapport à 2015, le budget alimentation des Français s'élève à 373 € par mois. Ce budget traduit les habitudes de consommation des ménages, toujours attentifs à leurs dépenses mais également à la qualité des produits. Tels sont les principaux enseignements de la nouvelle édition du Sofinscope, le baromètre de Sofinco (marque de Crédit Agricole Consumer Finance) qui s'inscrit au cœur de la consommation et du quotidien des Français.

Prix et qualité, en tête des critères d'achat

Le budget alimentation des Français marque une hausse de 2 % (+8 €) à 373 € par mois¹. Dans le cadre de leurs sorties au restaurant, les ménages jugent leurs dépenses stables par rapport à l'an dernier (41 %, +2 points). Le prix reste le premier critère de choix des Français lors des courses alimentaires (76 %, +1 point). La qualité apparaît comme le deuxième critère pour plus d'un Français sur deux (55 % - en hausse de 5 points par rapport à 2015). Plus précisément : 34 % des répondants sont attentifs à la provenance des produits (+7 points), 17 % à leur origine biologique (chiffre stable) et 16 % à la garantie d'un label de qualité (chiffre stable).

De nouvelles habitudes pour maîtriser son budget

Pour maîtriser leur budget, les Français ont adopté de nouvelles habitudes de consommation : 87 % des répondants cuisinent toujours leurs restes (+1 point), 82 % choisissent des produits en promotion (-2 points), 79 % utilisent des coupons de réduction (stable), 78 % comparent le prix des produits selon les marques (-2 points), et 60 % achètent autant que possible des marques distributeur (+3 points). « *Parallèlement, deux nouvelles tendances sont apparues, traduisant un changement dans les modes de consommation : les Français achètent de moins en moins de viande ou de poisson (55 %, +7 points), et une part croissante privilégie l'achat directe auprès des producteurs (39 %, +10 points)* », explique Didier Bourdonnais, Directeur Marketing et Communication client chez CA Consumer Finance.

Les hypermarchés incontournables

« *Plus d'un Français sur deux (57 %, +7 points) estime ainsi qu'acheter chez les commerçants producteurs est le gage d'une meilleure qualité* », précise Didier Bourdonnais. Le supermarché (39 %, -1 point) et l'hypermarché (36 %, +1 point) restent les deux lieux préférés des Français pour faire leurs courses. Le hard discount (9 %, -3 points) convainc moins les consommateurs et enregistre même son taux le plus bas depuis le début de ce baromètre. Aller au marché (5 %), faire ses courses sur Internet (4 %), en supérette (3 %) ou directement auprès des producteurs (2 %) restent des alternatives moins répandues.

¹ Sont inclus dans le budget alimentation les pauses-déjeuner ainsi que les frais de cantine pour les enfants.

Tous les résultats du Sofinscope sur : www.sofinscope.fr

Contact :

Service presse de CA Consumer Finance, +33 (0)1 60 76 93 99 / 88 60, presse@ca-cf.fr

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante : « Le Sofinscope – Baromètre Opinion Way pour Sofinco ».

A propos du Sofinscope :

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque de CA Consumer Finance. Destiné à sonder les Français sur leurs habitudes de consommation et à mieux les comprendre, ce baromètre qui s'inscrit dans le quotidien des Français est réalisé par Opinion Way pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française. Les enquêtes ont été réalisées les 29 et 30 avril 2015. Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site : www.sofinscope.fr.

A propos de Sofinco :

Sofinco est une marque de Crédit Agricole Consumer Finance, acteur majeur du crédit à la consommation en Europe. Crédit Agricole Consumer Finance, filiale spécialisée en crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A., distribue (en France, principalement via ses marques commerciales Sofinco, Viaxel et Creditlift Courtage), une gamme étendue de crédits aux particuliers et de services associés sur l'ensemble des canaux de distribution : vente directe, financement sur le lieu de vente (automobile et équipement de la maison) et partenariats. Présent aux côtés de grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et d'institutionnels dans les différents pays où il est présent, Crédit Agricole Consumer Finance est un partenaire incontournable du commerce.