

Déconsommation : acheter moins pour acheter mieux

Dans certains secteurs, les ventes baissent en volume et grimpent en valeur. Le vieillissement démographique limite aussi la consommation.

TEXTES : JESSICA BERTHEREAU

Les modes de consommation sont en train de changer en profondeur. C'est le constat fait par de nombreux experts qui observent une baisse de la consommation dans plusieurs secteurs. En France, les volumes de produits de grande consommation achetés dans les grandes surfaces alimentaires ont chuté de 0,8% en 2018, selon la société d'études IRI. En valeur, en revanche, les ventes ont progressé de 1,1%. «*Les Français sont en train de changer, ils veulent consommer moins, mais mieux*», explique Emily Mayer, directrice des affaires stratégiques chez IRI. *Ils achètent, par exemple, de plus en plus de produits biologiques.*»

De son côté, le cabinet Kantar WorldPanel annonce aussi une baisse des volumes achetés (-1,2%) en 2018. Il intègre dans ses calculs les produits de grande consommation, mais aussi les produits dits «frais libre service». Tout comme IRI, Kantar WorldPanel constate chez les Français un désir de consommation plus responsable. «*Pour consommer mieux, les consommateurs sont prêts à mettre le prix dans des produits de qualité et plus sains. Ils sont même prêts à payer plus cher pour valoriser le travail des agriculteurs*», souligne le cabinet.

Orienter son pouvoir d'achat

D'autres raisons expliquent la baisse des volumes achetés. La démographie, d'abord. «*La population française croît moins vite et vieillit. Or un foyer de personnes âgées consomme structurellement*

-15 %



**SUR LES
VENTES DE
VÊTEMENTS
depuis 2007**

moins qu'une famille avec deux enfants», indique Emily Mayer. Ensuite, les consommateurs répartissent leurs achats entre un plus grand nombre d'enseignes, y compris les petits commerces de proximité, ceux qui proposent des circuits courts (marchés, associations pour le maintien d'une agriculture paysanne, etc.) et bien sûr Internet. Enfin, la baisse du pouvoir d'achat dit «arbitrable» (c'est-à-dire ce qu'il reste à dépenser une fois réglées les dépenses contraintes comme le loyer, les abonne-

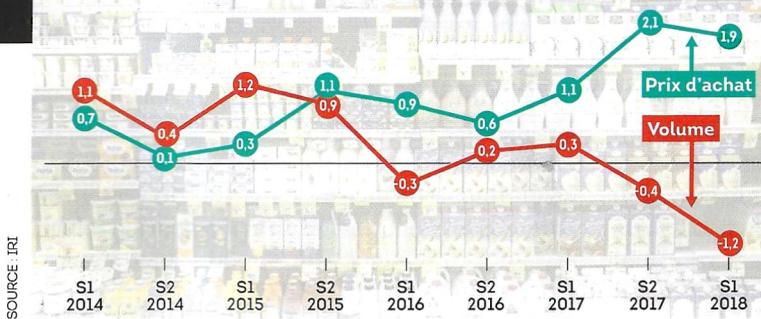
ET SI VOUS N'ACHETIEZ RIEN DE NEUF PENDANT UN AN ?

L'association Zero Waste France lutte contre la production de déchets et le gaspillage de ressources naturelles. Début 2018, elle a ainsi lancé un défi collectif : n'acheter aucun produit neuf de consommation courante (livres, vêtements, meubles, électroménager, high-tech...) pendant un an. Marjory, une Strasbourgeoise de 20 ans, a décidé de relever le défi «*pour des raisons écologiques*». Elle s'est donc tournée vers des alternatives telles que l'achat d'occasion, l'échange ou le don via des sites Internet comme Leboncoin, des groupes sur Facebook et les marchés aux puces. «*On trouve de tout assez facilement*», assure Marjory. «*Évidemment, le choix est plus limité quand on n'achète pas neuf donc ça demande un peu de patience avant de trouver la bonne occasion!*» Finalement, elle n'aura fait qu'un seul achat neuf pendant l'année : un égouttoir à vaisselle.



Thomas Huriez, fondateur de Modetic, qui produit et commercialise des vêtements en coton bio, teints et tissés en France.

LES FRANÇAIS CONSOMMENT MOINS MAIS LES PRODUITS SONT PLUS CHERS (EN %)



SOURCE : IRI

ments et les impôts), joue également un rôle. Dans d'autres secteurs, ce ne sont pas seulement les volumes, mais aussi les chiffres d'affaires qui chutent. Le marché de l'habillement a ainsi perdu 15% de sa valeur depuis 2007. « Il ne s'agit pas d'un abandon radical de la mode, les vêtements restent des produits appréciés des consommateurs, mais on voit s'installer de nouveaux comportements qui s'éloignent de la consommation de masse », explique Gildas Minvielle, directeur de l'observatoire économique de l'Institut français de la mode (IFM). Dans ses enquêtes, l'IFM observe aussi que les Français font le choix de consommer « moins, mais mieux ». Peut-on pour autant parler de « déconsommation » ? Chez la société d'études ObSoCo, on n'aime pas ce terme, car « il existe toujours une forte volonté de consommer », indique la directrice Véronique Varlin. « Le modèle de consommation de masse est remis

Souru :

en cause, mais pas la consommation en elle-même. Il y a un désir de s'éloigner d'une consommation fondée sur l'accumulation et une aspiration à consommer autrement », explique-t-elle. L'ObSoCo relève plusieurs moteurs derrière ces nouveaux comportements d'achat : la montée en puissance de l'individualisme, un déplacement de la propriété vers l'usage (louer, s'abonner, échanger plutôt qu'acheter).

POUR ALLER PLUS LOIN

La Révolution matérielle: une histoire de la consommation (France XIX^e-XXI^e siècle), par Jean-Claude Daumas, Flammarion, 2018

« La tentation du frugalisme », par Fanny Parise (université de Lausanne), The Conversation, octobre 2018

ÉCO-MOTS

PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION (PGC) Produits dont la durée de vie est courte, le prix généralement bas et les occasions de consommation fréquentes (épicerie sucrée et salée, liquides, produits d'entretien, hygiène...).

PRODUITS FRAIS LIBRE SERVICE (PFLS) Terme utilisé dans la grande distribution alimentaire qui désigne les produits frais comme la charcuterie, la crèmerie, la volaille, etc.