



Budget alimentation : le prix reste le premier critère de choix

Les ménages français consacreront cette année 365 euros par mois à leurs dépenses alimentaires. En baisse de 5 %, ce budget est en phase de stabilisation en 2015. 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.

Un budget alimentation en phase de stabilisation à 365 euros par mois.

Le budget alimentation des Français s'établit à 365 euros par mois en 2015, en baisse de 5 % par rapport à 2014. 38 % des Français considèrent leur budget alimentation stable par rapport à 2014. Cette impression est de plus en plus partagée puisqu'ils étaient seulement 30 % en 2014 et 21 % en 2013 à exprimer ce point de vue. Globalement, le budget mensuel défini répond aux attentes des ménages : 43 % des Français sont satisfaits de son montant, un indice en hausse de 3 points par rapport à 2014.

Les Français restent vigilants dans leurs habitudes de consommation

97 % des Français privilégient des comportements plus économiques en matière de consommation alimentaire : 86 % évitent le gâchis en cuisinant les restes, 80 % comparent le prix des produits selon les marques, 79 % gardent et utilisent les coupons de réduction, 63 % privilégient autant que possible des marques distributeurs. Le prix reste le premier critère de choix dans le cadre des courses alimentaires : 75 % des Français déclarent prendre en compte le prix lorsqu'ils font leurs courses (un indice en baisse de 5 points depuis 2014), la qualité gustative étant le second critère.

Le budget alimentation, du plaisir avant tout

55 % des Français perçoivent le budget alimentation comme un poste plaisir sur lequel ils font parfois le choix de dépenser plus (indice en hausse de 5 points). Parallèlement, les ménages sont de plus en plus en attente de qualité : 45 % des Français font davantage attention à la qualité gustative du produit (en hausse de 2 points). Ainsi, un Français sur deux estime qu'acheter chez des commerçants producteurs coûte plus cher mais en vaut la peine. Parallèlement, 39 % des répondants précisent que le budget dédié aux sorties au restaurant est stable par rapport en 2014, ils étaient 36 % à exprimer cette tendance en 2014.



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

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 4 et 5 mars 2015. Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site : www.sofinscope.fr.

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

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 cotés 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.