

62% des Français déclarent que la pandémie a transformé leur regard sur les façons de consommer

Paris, le 30 novembre 2021 – Dans le cadre du salon Tech for Retail, ce 30 novembre et 1^{er} décembre, Odoxa et SAP dévoilent un nouveau baromètre européen examinant l'impact de la crise sanitaire sur les façons de consommer. Cette enquête a été réalisée auprès de 3 500 français et européens entre les mois d'octobre et novembre.

Le baromètre s'intéresse à de nombreux enjeux de consommation, notamment les services favorisés, les produits phares, les enseignes majeures ou encore la seconde main et l'attention portée à la qualité du produit. Parmi ces nombreux enseignements, voici quelques chiffres clés :

- L'enquête montre qu'il y a clairement un avant et un après : 62% des interrogés indiquent que la pandémie a radicalement transformé leur vision de la consommation. De plus, suite à cette crise, 55% d'entre eux affirment une transformation certaine de leur conception.
- Ces évolutions se manifestent par de nouvelles habitudes, assimilées durant la crise, et aujourd'hui indissociables de leur quotidien. Ainsi 26% des Français déclarent indispensable la possibilité de réserver un créneau de rendez-vous via internet. Avec 21% de moyenne européenne, la France est le pays le plus demandeur sur ce sujet. En revanche, si 24% d'entre eux ne souhaitent pas délaissier la livraison à domicile, ce taux est bien en-dessous de celui du Royaume Uni qui, avec 53%, est le pays le plus attaché à ce service. Le service « click and collect », largement démocratisé durant la crise, est devenu crucial pour 24% des Français, alors que seuls 19% des Européens souhaitent conserver cette habitude.
- La responsabilité environnementale des marques est un sujet décisif. 74% des Français positionnent la qualité des produits en tête de leurs critères de sélection. Sur l'échelle européenne on retrouve donc des marques comme Zara pour le textile, ou Mercadona pour les produits de grandes consommations alimentaires. Plus que jamais, la question de l'impact des marques et des produits sur la société se renforce.

« Cette crise a irrémédiablement changé la façon de consommer des européens : 55% des Français et 59% des Européens dans tous les autres grands pays voisins assurent qu'ils ne consomment/consommeront plus de la même manière après cette expérience. Jamais sans doute depuis l'après-guerre nos pays n'avaient connu un tel choc. Aux entreprises du Retail d'y faire face et de bien négocier ce virage et cette rupture schumpétérienne. » déclare Gaël Sliman, Président et Cofondateur d'Odoxa

« Il est certain que ce baromètre va mettre en lumière des paradigmes de sociétés nouveaux. Certains évidents, d'autres sous-jacents mais tous révélateurs d'une transformation profonde de nos habitudes, de nos envies et de notre posture en tant que consommateur. Notre baromètre est clair, les Français, comme les Européens, ont changé de perspective, et ce, pour de bon. » indique Laura Duno, Fashion Value Advisor chez SAP France



À propos de SAP

La stratégie de SAP vise à aider chaque organisation à fonctionner en “entreprise intelligente”. En tant que leader du marché des logiciels d'application d'entreprise, nous aidons les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs à opérer au mieux : 77 % des transactions commerciales mondiales entrent en contact avec un système SAP®. Nos technologies de Machine Learning, d'Internet des objets (IoT) et d'analytique avancées aident nos clients à transformer leurs activités en “entreprises intelligentes”. SAP permet aux personnes et aux organisations d'avoir une vision approfondie de leur business et favorise la collaboration afin qu'elles puissent garder une longueur d'avance sur leurs concurrents. Nous simplifions la technologie afin que les entreprises puissent utiliser nos logiciels comme elles le souhaitent - sans interruption. Notre suite d'applications et de services de bout en bout permet aux clients privés et publics de 25 secteurs d'activité dans le monde de fonctionner de manière rentable, de s'adapter en permanence et de faire la différence. Avec son réseau mondial de clients, partenaires, employés et leaders d'opinion, SAP aide le monde à mieux fonctionner et à améliorer la vie de chacun.

Pour plus d'informations, visitez le site www.sap.com.

Contacts presse SAP :

Mathilde Thireau : mathilde.thireau@publicisconsultants.com

Robin Legros : robin.legros@publicisconsultants.com

[SAP News Center](#). Suivez SAP sur Twitter : [@SAPNews](https://twitter.com/SAPNews).

Veillez tenir compte de notre [politique de confidentialité](#). Si vous avez reçu cette alerte de presse dans votre courriel et que vous souhaitez vous désabonner de notre liste d'envoi, veuillez communiquer avec presse-sap@publicisconsultants.com et écrire Désabonnement dans la ligne Objet.