

**La consommation on connaît ,
mais la déconsommation ?**

**Les ventes de produits de grande
consommation baissent en volume dans
les grandes surfaces.**

**Une durabilité qui exaspère la guerre des
prix entre les enseignes.**

**On a constaté en 2018 une
déconsommation. Les produits du
quotidien (produits alimentaires, lessive,
articles d'hygiène-beauté, etc.) ont vu leur
volume baisser de 0,8%.**

*C'est la plus forte baisse depuis 2008, .Mais les -2 % d'il y a dix ans étaient subis
par les consommateurs car générés par l'inflation des prix. L'an passé, l'inflation*

n'a été que de 0,2% autant dire nulle. Il y a donc une déconsommation choisie



Les Français se convertissent à la consommation responsable. Acheter moins est la meilleure façon de moins gaspiller. Ils privilégient les aliments de meilleure qualité, comme le bio qui progresse à deux chiffres. Ils achètent moins mais mieux. Mais la baisse des volumes ne fait pas baisser les [chiffres d'affaires](#). Les experts appellent cela la « *valorisation des achats* ».

Mais la grande consommation souffre d'autres maux. D'abord, la démographie progresse moins qu'avant. La population gagnait 1 % environ par an . La croissance est tombée à 0,4 %. Les ventes de produits alimentaires ne sont plus vendues mécaniquement par la multiplication des bouches à nourrir.

La démographie a un deuxième effet : les personnes âgées ont du pouvoir d'achat mais mangent moins.

Deux autres phénomènes expliquent la baisse des ventes des produits du quotidien,

. La restauration hors domicile redémarre et d'autres circuits explosent : Grand Frais progresse de 12 % en 2018, et le déstockeur Action a bondi de 33 %.

Le constat est que, pour progresser Carrefour, Leclerc, Auchan Intermarché , A2Pas doivent prendre des clients à leurs concurrents., avec des petits prix ///

SOURCE : IRI , société d'études