

Impact du coronavirus sur la consommation

La pandémie du coronavirus a plongé le monde entier dans une crise sanitaire inattendue. L'une des solutions mises en œuvre par les gouvernements du monde pour sauvegarder la santé étant le confinement, cela a énormément influé sur les modes de consommation en général. En effet, les habitudes ont été particulièrement bousculées et c'est tout naturellement que les entreprises ont adapté leurs offres à cette situation. Depuis l'apparition du COVID-19, les modes de consommation ont substantiellement évolué et les mesures prises par les entreprises également.

Puisque tout le monde est invité à effectuer le minimum de déplacement possible, le gros des achats s'effectue désormais sur internet. La dépense d'argent a changé en ce sens que les ménages ont décidé d'effectuer des achats en masse de vivres pour limiter leurs sorties. De fait, dans la période où la France traversait la phase 2 de la pandémie, Nielsen enregistrerait entre autres 36,8 % de hausse des achats en hypermarché, 44,1 % en supermarché, 61,1 % en Drive.

Toujours pour illustrer combien les habitudes de consommation ont changé, l'ASPQ ou Association pour la santé publique du Québec a réalisé un sondage de masse en mars afin d'évaluer combien les comportements des consommateurs avaient changé. 31 % des personnes questionnées affirmaient avoir augmenté considérablement leur consommation en malbouffe par exemple. La consommation de sucreries et friandises est cependant descendue en flèche chez environ 17 % des personnes au profit d'aliments de première nécessité.

La consommation depuis la crise sanitaire Covid-19

Depuis l'arrivée de la crise sanitaire (Covid-19), la consommation des ménages a considérablement évolué et de même pour les mesures prises par les entreprises.

Les secteurs d'entreprises de différentes activités économiques ont subi des pertes non négligeables à cause de leur ralentissement de leur fonctionnement. Avec ce genre de problématique, les citoyens se sont obligés à limiter leurs achats à cause de leurs baisses de revenus. Un nouveau mode de dépenses a été adopté car les ménages ont privilégiés « l'économie » de leurs revenus, il faut maintenant qu'ils commencent à économiser et faire attention aux achats essentiels.

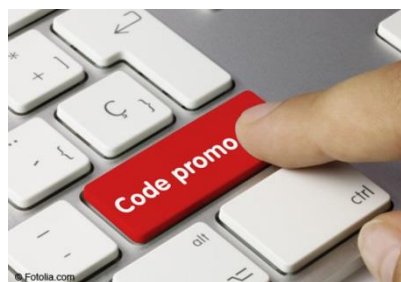
L'évolution des consommation dans ce contexte particulier



Depuis la période correspondant au début du confinement jusqu'à l'heure actuelle, on observe un changement significatif dans la façon de manger, de consommer et de vivre. C'est un autre point significatif à ajouter à la longue liste des conséquences du Covid-19. Selon Nielsen ScanTrack, le taux de livraison à domicile aurait augmenté pendant ce laps de temps jusqu'à 90,2 % en France. C'est tout le monde du e-commerce qui est de fait boosté par la situation sanitaire actuelle du monde.

Puisque tout le monde est invité à effectuer le minimum de déplacement possible, le gros des achats s'effectue désormais sur internet. La dépense d'argent a changé en ce sens que les ménages ont décidé d'effectuer des achats en masse de vivres pour limiter leurs sorties. De fait, dans la période où la France traversait la phase 2 de la pandémie, Nielsen enregistrerait entre autres 36,8 % de hausse des achats en hypermarché, 44,1 % en supermarché, 61,1% en Drive.

Des promotions et réductions sur internet



Des réductions sur tous les produits s'observent, de même que la multiplicité des offres alléchantes. Les codes promo se multiplient afin de vous permettre d'effectuer des courses de produits alimentaires et autres même avec un budget limité. Le code promo vous permet donc de faire d'importantes économies. Parfois, ces bons plans sont même cumulables pour le plus grand plaisir des consommateurs. C'est donc le moment idéal pour vous rendre sur tous vos sites de marques favorites pour profiter de ces avantages avec un code promo.