

Communiqué de presse

## Pouvoir d'achat : les marques de distributeurs composent au moins la moitié des courses de 60% des Français

Ivry-sur-Seine, le 24 janvier 2021 – **La grande distribution fait aujourd'hui partie intégrante du quotidien des Français : 98% déclarent y réaliser au moins une partie de leurs achats et plus de 9 sur 10 (94%) ont déjà acheté des produits issus de marques de distributeurs (MDD). Consommer des produits de MDD est d'autant plus attractif alors même que l'inflation est en hausse<sup>1</sup>.**

L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations, en partenariat avec Ipsos, a donc interrogé les Français sur leur consommation de produits issus de MDD, la manière dont ils perçoivent ce type de produits et sur les marques qu'ils plébiscitent.

### Plus de 9 Français sur 10 achètent des produits MDD

Les MDD ont la côte : 88% des Français ont une bonne image d'elles, voire une très bonne image pour 1 Français sur 5 et **pour près d'un tiers des Français avec de faibles revenus.**

Cette popularité est croissante sur ces 5 dernières années : **plus d'un Français sur 2 (51%) estime que l'image des MDD a évolué en bien. Cela se ressent dans le caddie des Français : plus de 9 Français sur 10 (94%) achètent des produits issus de MDD lors de leurs courses et plus d'un tiers des Français (34%) le fait même systématiquement.** À noter que dans leurs paniers d'achats de MDD, on retrouve le plus fréquemment les produits d'épicerie (97%) et les produits frais (97%).

Les produits de MDD se sont donc installés dans les habitudes d'achat. En effet, **pour plus des deux-tiers des consommateurs de MDD (65%), les produits issus de MDD représentent au moins la moitié des courses.** Cette proportion s'élève même à 75% pour les familles ayant au moins un enfant et pour les Français aux revenus bas et atteint même 80% pour les moins de 35 ans. Pourtant, dans cette catégorie de population, les avis divergent puisque 20% des 18-24 ans ont une perception des MDD qui s'est dégradée ces 5 dernières années (contre 10% des 25-34 ans) et qu'ils sont 32% à déclarer acheter moins de MDD qu'il y a 5 ans (contre 16% des 25-34 ans).

### Le prix, premier critère du recours à des MDD pour 59% des Français

**Plusieurs motivations sont à l'origine de ces achats de produits issus de MDD, avec en premier lieu, leur coût plus faible (59%),** suivi de leur goût jugé à la hauteur des autres marques (43%), de la confiance accordée aux MDD équivalente aux autres marques (34%) et enfin de la quantité croissante de produits d'origine France (31%).

Ainsi, 41% ont augmenté leur consommation de produits issus des MDD. **Parmi les raisons qui les ont poussés à privilégier ces produits, 35% mettent en avant l'amélioration de la qualité et 29%, la progression de la part de produits d'origine française.**

Plus globalement, les Français soulignent les efforts produits par les MDD, notamment sur la qualité, la transparence et l'origine de leurs produits :

- 71% des Français estiment que les MDD proposent de nombreux produits d'origines Made in France ;
- 61% pensent que les MDD sont transparentes sur l'origine de leurs produits ;
- 63% trouvent que les MDD font des efforts pour indiquer systématiquement le nutriscore ;
- 71% estiment que les MDD proposent des produits de bonnes qualités nutritionnelles ;
- 59% s'accordent sur le fait que les MDD proposent une large gamme de produits bio ;
- 60% pensent que les MDD font des efforts pour réduire leurs emballages, notamment ceux plastiques ;

---

<sup>1</sup> Source [INSEE](#) : en décembre 2021, les prix à la consommation augmentent de 2,8% sur un an – Indice des prix à la consommation – résultats provisoires (IPC) – décembre 2021

- 55% trouvent que les MDD soutiennent le monde agricole.

De fait, **69% des Français affirment que les MDD ont un impact sur l'image globale de l'enseigne qui les propose**. Cela se ressent particulièrement chez ceux qui ont une très bonne image des MDD, qui sont 61% à juger que l'impact est fort sur la perception qu'ils ont de l'enseigne, contre 28% pour l'ensemble des Français.

## Connaissance et perception des MDD vis-à-vis des enseignes

E.Leclerc est l'enseigne que les Français déclarent le plus fréquenter. En effet, ils sont 26% à dire s'y rendre le plus souvent, devant Carrefour (21%) et Intermarché (13%). De plus, **95% d'entre eux déclarent connaître au moins une MDD E.Leclerc**, que ce soit Marque Repère, qui fête ses 25 ans en 2022, Nos régions ont du talent ou encore Eco +. Mais quelles sont les marques de distributeurs qu'ils identifient le mieux ?

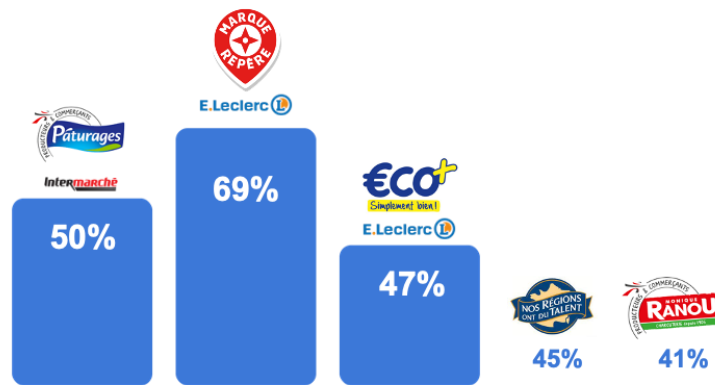
### Quelles sont les MDD que les Français déclarent connaître et consommer ?



### De quelles marques les Français déclarent avoir une bonne image ?



## Quelles sont les marques que les Français attribuent le mieux à leurs enseignes ?



### MÉTHODOLOGIE :

Étude réalisée par Ipsos pour l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations sur un échantillon national représentatif de 1075 personnes âgées de 18 ans et plus, interrogées du 20/12 au 23/12 en ligne selon la méthode des quotas.

### A PROPOS DE L'OBSERVATOIRE DES NOUVELLES CONSOMMATIONS E.LECLERC :

L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations vise à analyser et anticiper l'évolution de la consommation, au-delà de l'analyse du panier moyen. Il est l'outil de réflexion du Mouvement E.Leclerc pour identifier les nouveaux facteurs qui influencent les choix de consommation des Français. Lancé en 2017, l'Observatoire s'appuie sur une étude originale révélant la corrélation entre le pouvoir d'achat, les grands choix de consommation et les représentations du monde de chaque individu.

Poursuivant son engagement historique aux côtés des consommateurs, le Mouvement E.Leclerc s'appuie sur les travaux de l'Observatoire pour nourrir sa réflexion sur l'avenir du rôle de distributeur. Il se transforme ainsi pour rendre accessible à chaque consommateur les produits et services qu'il souhaite, tout en préservant son pouvoir d'achat. Les résultats des études de l'Observatoire sont accessibles sur le site [www.nouvellesconso.leclerc](http://www.nouvellesconso.leclerc).

**Contact presse**  
**Service de presse E. Leclerc**  
01 80 18 18 10  
[e.leclerc@agencebabel.com](mailto:e.leclerc@agencebabel.com)