

La France des consommateurs pauvres.

Les classes moyennes et le pouvoir d'achat, entre révolte et désespérance.

Une investigation menée par FreeThinking, laboratoire de conseil et d'étude // Publicis Groupe.

Note de synthèse Mai 08

freethinking 2.0
Le blog qui fait avancer les idées libres

Édito

Bienvenue sur FreeThinking, le blog qui fait avancer les idées libres. Et merci d'avoir accepté de participer au débat avec nous !

Nous sommes un blog à la fois communautaire et marchand. Nous l'avons créé pour tester auprès de vous des idées dans différents domaines et en faire maître de nouvelles pour les clients pour lesquels nous travaillons. Nous pensons en effet que le débat, libre et sans contraintes, est la meilleure façon de faire émerger les bonnes idées, quel que soit le sujet. C'est pourquoi nous voulons recueillir vos points de vue mais aussi vos réactions aux avis des autres participants. Nous avons besoin de vous écouter débattre pour connaître et comprendre vos points d'accord et de désaccord.

Le site de base du blog FreeThinking

Marques et pouvoir d'achat

Bonjour, bienvenue sur FreeThinking, le blog pour faire avancer les idées en toute liberté !

De quoi allons-nous débattre sur ce blog, durant cette semaine ?

Pouvoir d'achat, vie chère, augmentation des prix... La polémique fait rage depuis plusieurs semaines dans les médias. Cette question qui nous concerne tous, à la fois dans notre vie quotidienne mais aussi dans notre façon d'envisager l'avenir, est devenu un enjeu politique très important et un sujet qui divise les experts. C'est aussi devenu un sujet sur lequel les enseignes de la grande distribution comme Leclerc font beaucoup de publicité. A beaucoup d'égards, et pour beaucoup de Français, c'est aujourd'hui la question numéro 1.

Ce qui nous intéresse dans le débat que nous allons avoir, c'est de mieux comprendre ce que vous pensez et ressentez intimement de cette question. Comment vous vivez cela, vous personnellement, dans votre vie de tous les jours.

Ce qui nous intéresse, surtout, c'est de savoir si malgré tout ce qui se dit, vous continuez à acheter des grandes marques comme Danone, Nestlé, Ariel ou Skip dans votre hypermarché, comme Philips ou Sony quand vous pensez à la hi-fi, ou comme Diesel, Levis ou Nike quand vous pensez à l'habillement ou à la mode par exemple.

Est-ce que vous avez toujours le sentiment d'avoir accès aux grandes marques ? Quelles sont les solutions que vous trouvez pour préserver votre pouvoir d'achat et vous offrir ces marques, si vous sentez qu'il est menacé ou sous pression ? Comment vous jugez les débats qui ont lieu à ce sujet dans les médias et la publicité ?

Nous vous invitons à exprimer vos opinions et vos sentiments de la manière la plus spontanée et sincère possible, sans aucune censure, avec enthousiasme, amertume, colère, humour... comme vous le souhaitez ! Et si vous êtes en désaccord avec un autre blogueur, vous êtes libres de nous le dire, de lui dire et d'expliquer à tous ce que vous pensez en argumentant.

Charte d'utilisation

Nous contacter

Derniers thèmes débattus

Est-ce que vous avez l'impression de pouvoir continuer à vous payer de grandes marques ?

Dernières réactions

belonga : le pseudo promo des marques

hexengue : trop riche pour être pauvre, trop pauvre pour être riche

Colomcat : Payer plus mais

Sujet brûlant dans l'actualité depuis les élections présidentielles, le pouvoir d'achat est devenu depuis le début de l'année une obsession pour les Français et pour les media. Le Président de la République, qui avait axé une grande partie de sa campagne sur ce thème, est clairement mis au défi par les Français, par sondages interposés, de remplir cet engagement du candidat qui apparaît à la fois comme crucial et extraordinairement complexe à mettre en œuvre.

Mais qu'en est-il exactement ? Derrière les polémiques, les controverses sur les statistiques et leur lecture, le bruit médiatique occasionné par les « révélations » à répétition sur les derniers chiffres de l'inflation, du prix de la baguette de pain, derrière les dernières déclarations du Président lui-même (notamment lors de son intervention télévisée du 24 avril), quelle réalité vécue se cache ? Comment les Français des classes moyennes, ceux qui constituent le « cœur du réacteur » de la société française, à la fois socialement et économiquement, appréhendent-ils cette question ? Comment la vivent-ils, comment répondent-ils dans leur vie quotidienne à cette réalité ?

Plus spécifiquement, nous avons souhaité les interroger sur leur façon de répondre à cette réalité dans leur relation aux marques : un débat qui portait au départ sur leur capacité à s'offrir aujourd'hui, dans ce contexte, des grandes marques.

Derrière cette question du pouvoir d'achat et des marques, se mettre à l'écoute des conversations de la France moyenne sur ce sujet, c'est découvrir que la véritable question qu'ils posent, ce n'est pas seulement celle de leur solvabilité face aux grandes marques mais aussi celle plus profonde et plus dramatique encore, de leur rapport à la société de consommation... Un mode d'organisation sociale et une idéologie qui reposent sur l'idée de prospérité pour tous et de progrès, et se trouvent aujourd'hui en complet décalage avec leur expérience de vie.

Au-delà de cette question qu'ils ont donc été amenés à redéfinir, se mettre à l'écoute des doutes, des témoignages et des coups de gueule de la France moyenne, c'est poser une question radicale mais dont on ne peut faire l'économie : jusqu'à quand le système peut-il tenir dans ces conditions ?

1. Oui, les Français savent compter.

Premier point : la controverse sur la capacité des Français à apprécier la baisse du pouvoir d'achat réelle ou la hausse des prix réelle est morte et enterrée.

Oui, les Français savent compter et ce que certains experts ont présenté pendant des mois comme une « illusion » due à leur incapacité à apprécier leur pouvoir d'achat « réel », en tenant compte de leurs dépenses nouvelles (téléphone mobile, internet) et de la baisse des prix des produits durables (hi-fi, haute technologie) est totalement battue en brèche par ce qu'ils disent sur le blog.

En effet : naturellement, les « nouvelles dépenses contraintes » des Français, Internet et téléphonie mobile notamment, ont leur importance dans la perception de baisse du pouvoir d'achat de nos participants. Mais, au-delà de ces dépenses contraintes et de façon très lucide et même **clinique**, c'est l'ensemble des dépenses courantes et notamment des dépenses de consommation qui est passé au crible sur le blog. Et c'est un euphémisme de dire que cet examen est pour les Français interrogés l'occasion de dresser un tableau sans ambiguïté de la hausse des prix, en comptant et en comparant très précisément, **après la virgule**, le coût des denrées et des produits de base.

« Faire des courses devient un calvaire parce qu'il est impossible de faire le moindre achat. Tout est hors de prix. Ce matin j'ai acheté 5 clémentines pour une famille de quatre. Je ne vais donc pas aller bien loin, mais 2.95€ le kilo!!! Et il y avait plus cher... Les céréales des enfants, dans certaines enseignes, elles sont à 2.65€, dans une autre à 2.79€ et là à Carrefour, à 2.85€... De qui se moque-t-on? Pourquoi autant de différence? Je peux contrôler le prix de quelques produits mais je ne peux quand même pas faire 10 magasins toutes les semaines !!! »

« Quel vaste débat les hausses de prix. On n'est pas dupe même si on nous dit que les prix auraient augmenté entre 4 et 5% on sait bien en faisant nos courses que c'est beaucoup plus. Le lait de croissance que j'achète pour mon fils je le payais 8.50€ au mois de décembre et en ce moment il coûte en hyper 11.50 EUROS!!! La hausse elle existe bien et je suis persuadée qu'on la minimise pour ne pas qu'il y ait la révolution. »

Cette augmentation des prix est largement attribuée à l'euro par presque tous les contributeurs au blog – les Français rejoignant en cela les déclarations du Président de la République lors de son allocution télévisée - :

« Depuis l'euro toute l'alimentation a augmenté de façon fulgurante. J'ai deux enfants et je trouve que notre pouvoir d'achat a considérablement baissé depuis le passage à l'euro. Je compare avant l'euro on pouvait acheter un fromage à 5 francs soit moins d'un euro alors que maintenant pour un euro on a plus rien. »

Un constat simple, donc : ces Français n'ont pas attendu les différentes enquêtes de l'INSEE et l'écho que les media leur ont donné pour mener leur propre enquête de façon très pointue. Le consommateur expert en 2008, en France, c'est d'abord un expert des étiquettes... Et du **calcul** « à la marge », qui fait maintenant intervenir des variables multiples comme non seulement les promotions mais aussi le prix de l'essence dans ses comportements de consommation et d'achat, de façon très consciente là aussi.

*« A travers le labyrinthe de la consommation...
Pour moi c'est devenu ça la vie de tous les jours, je passe mon temps à chercher le chemin pour faire des économies. Quand je fais les courses il faut que je calcule si je dois aller au supermarché du coin ou aller au discount à 20 km et donc calculer les frais de voiture en plus, combien de personnes vont maintenant faire leurs courses dans les discounts... »*

Mais aussi un consommateur sceptique, voire révolté, parce qu'il a très largement perdu confiance dans les chiffres que l'ensemble des institutions (distribution, pouvoirs publics....) lui délivrent à longueur de statistiques et de campagnes de communication.

2. Sous les chiffres, le désordre.

Deuxième point en effet, corrélatif du premier et peut-être encore plus important au fond : sous les augmentations, les variations de prix, dues à la hausse des matières premières ou à l'euro, une réalité qui devient insupportable : le désordre des prix, un sentiment d'anarchie ou à tout le moins d'illisibilité de l'environnement économique proche.

Ce sentiment est doublement difficile à vivre pour eux :

- ◆ D'une part parce qu'il les empêche de prévoir leur budget de façon stable - alors même qu'ils ont la perception d'être sans arrêt sur **le fil du rasoir** ;
- ◆ D'autre part parce qu'ils ont de ce fait la sensation d'être en permanence les dindons de la farce, quitte à échafauder une sorte de **théorie du complot** faisant d'eux les victimes des riches, des puissants, des institutions, des entreprises...

« Tous les aliments augmentent. Le passage à l'euro montré du doigt comme responsable n'est-il pas la partie visible de l'iceberg ? Les magasins dits « hard discount » fleurissent dans toutes les régions. Les pseudos promotions des grandes surfaces sont-elles réelles ou s'agit-il de publicité mensongère servant à cacher les ententes entre enseignes. »

« Pour un chariot identique, entre la fin et le début de l'année, celui-ci a augmenté de 6 à 7 euros. Chose que j'ai remarquée de suite. Je terminerai par cette remarque aux autres consommateurs, soyez vigilants sur les lots dans certaines grandes surfaces. En effet, j'ai remarqué pour plusieurs produits que d'acheter un lot par exemple de 16 compotes coûte plus cher que d'acheter 2 lots de 8. Ne négligez pas de regarder les prix lors de vos courses!!! »

Mais, là aussi, ce qui est le plus notable, c'est qu'au-delà de la conjoncture, du quotidien, du désordre constaté au jour le jour lors des courses, c'est le bouleversement des repères des Français en termes de prix et de revenus depuis 10 ans. Tout se passe comme si des repères qui existaient depuis des décennies avaient subitement volé en éclat, laissant les citoyens de classe moyenne avec lesquels nous sommes entrés en conversation face à un **vide** très anxiogène : on ne sait plus ce que ça veut dire, payer le juste le prix ou gagner sa vie correctement, aujourd'hui.

« Je me souviens des années lycée où on se disait qu'avec un salaire de 10.000 francs on vivrait aisément... Quelle utopie!!! Aujourd'hui faire les courses, même quand on aime cuisiner et manger, c'est un calvaire. Il faut sans cesse comparer les prix car les marques sont inabornables. Même les produits de première nécessité : une baguette que l'on payait 2 francs coûte aujourd'hui plus de 5 francs... C'est pas compliqué, je me suis mise aux biscottes !!! »

3. De la modération à la restriction.

Troisième point fortement dramatisé par les Français de classe moyenne ayant bloqué avec nous : la « modération salariale » réclamée par les experts depuis une dizaine d'années a une réalité très concrète dans leur vie. Elle signifie pour eux l'absence d'augmentation de salaire depuis très longtemps, un revenu qui stagne, et à l'arrivée la nécessité de mettre en œuvre tous les jours des stratégies diverses et variées pour réussir à s'en sortir, dans un environnement plus contraint.

Des stratégies d'autant plus indispensables que leurs besoins « primaires » sont plus nombreux - mais toujours aussi « **primaires** ». On parlait plus haut d'internet et de la téléphonie mobile, on pourrait parler aussi des vacances et même dans une certaine mesure des loisirs en général (sorties, cinéma...). Qui pourrait aujourd'hui se passer, dans une société moderne qui est à la fois une société de communication, de consommation et de loisir, comme la société française, non seulement d'un accès internet ou d'un abonnement à SFR, Orange, Bouygues, mais aussi de partir en vacances par exemple, ou d'aller au cinéma de temps en temps ? Ce que déclarent pourtant faire beaucoup de Français qui ont témoigné sur le blog.

« Marre de se priver. Cela fait deux ans que l'on ne part plus en vacances, même pas une semaine. Nous avons du mal à nous offrir le futile. Il faut tout compter, se priver d'un côté pour avoir de l'autre. Chercher les prix les plus bas, fouiller, analyser, recompter... Pour gagner quoi, je me le demande, quelques euros par ci, quelques euros par là. Je suis ÉCOEURÉE. Les objets ou les vêtements de marque, je ne les regarde même plus. J'espère bientôt de meilleurs jours... »

« Pour moi la vie n'est pas très facile. Nous n'avons pas de gros revenus. Le résultat est que les achats alimentaires ne sont que des marques distributeurs. Pour nous pas de vacances. On n'est pas pauvres, mais vraiment loin d'être riches. Il faut compter les dépenses pour ne pas finir le mois dans le rouge. En résumé, pas de grandes marques chez nous, ni dans l'alimentaire, ni dans les vêtements. Peu de sorties payantes car hors de prix. Il faut apprendre à se serrer la ceinture et retrouver les plaisirs simples de la plage. »

« Les marques, il y a longtemps que j'ai oublié pour l'alimentaire... : souvent je me dis que si j'avais 200€ de plus par moi hors impôts, je pourrai partir en vacances tous les ans au lieu de tous les 3 ans, m'inscrire à des cours de salsa car j'adore ça... bientôt j'annulerai mon abonnement internet parce qu'il le faudra bien...enfin bref c'est quand même du tracas, faut réfléchir plus et tout le temps avant d'acheter... »

En réalité, pour ces Français qui travaillent, qui n'ont pas de problème de chômage, qui se déclarent parfaitement intégrés, qui travaillent souvent tous les deux et ont donc un revenu tout à fait acceptable même si aucun de leur salaire n'est très élevé, c'est une **politique de restriction** qui est ressentie. Ce sont des **comportements de « petites gens »** qui nous sont rapportés. Avec une perception particulièrement douloureuse quand elle touche les « petits plaisirs » de la vie et les loisirs ; avec aussi, de façon très frappante dans un nombre non négligeable de posts, un abaissement spectaculaire de **l'horizon d'attente** des gens : finalement, dans une époque ou plutôt une société de restriction qui vient remplacer la société d'abondance, avoir un emploi, un toit et une perspective de vie « minimale » mais décente, c'est déjà bien... C'est un **discours de régression** qui se fait jour dans la bouche des consommateurs-citoyens.

*« De nos jours, il n'est pas évident de vivre décemment!
En effet, personnellement je vis seule et j'assume toutes mes charges toute seule. Je ne gagne pas un gros salaire, et j'avoue que je dois me passer de petits plaisirs...
Quand je parle de petits plaisirs, c'est tout ce qui est vêtement, sorties, et même la nourriture. Je me dois de tout restrictionner. Alors les grandes marques... je ne peux vraiment pas me le permettre! (...)Mais c'est vrai que la vie est bien fade quand on sait qu'on ne peut pas vraiment en profiter... Mais je ne vais pas me plaindre, j'ai un toit et je suis au chaud... »*

4. Tous des travailleurs pauvres ?

Ceci amène au quatrième point clé de ces conversations en réseau : le fait radicalement nouveau, aux conséquences potentiellement dévastatrices, que constitue la transformation mentale de ces Français moyens, intégrés socialement, formés, ayant pour certains une éducation supérieure, enseignants pour quelques uns d'entre eux, en travailleurs pauvres.

C'est l'insight majeur que cette étude permet de mettre à jour. Alors que la notion de « travailleur pauvre » était jusqu'à présent restreinte, statistiquement et officiellement, à une catégorie relativement limitée quantitativement de Français très modestes, dans les discours des experts et des media ; alors que cette notion était souvent utilisée pour stigmatiser les faiblesses, l'injustice et l'échec se cachant derrière une apparente opulence des sociétés anglo-saxonnes et notamment de la société américaine ; ce que nous disent et se disent entre eux les Français de classe moyenne que nous avons sollicités, c'est qu'ils sont eux aussi devenus des « travailleurs pauvres ». C'est-à-dire des gens qui « se lèvent tôt » et tous les jours pour aller travailler, le plus souvent tous les deux lorsqu'ils sont en couple, payent leurs impôts, ne demandent rien de particulier à l'Etat et revendiquent leur autonomie, mais vivent pourtant très chichement. En se privant, beaucoup, souvent, et même en permanence - réactivant ainsi de façon évidente le concept que l'on croyait remisé dans les archives du XXème siècle : **la gêne**.

*« Bref, tout ça pour vous dire que la misère ce n'est pas forcément aller aux Restos du Cœur, c'est aussi ne pas arriver à boucler ses fins de mois sans avoir fait aucun extra, aucune sortie alors que l'on travaille. Je parle de tous ces gens qui rament pour s'en sortir sans jamais faire d'excès et parce qu'ils travaillent, ont 1 ou 2 salaires au smic, eux ils n'ont droit à rien et ils doivent s'en sortir comme ils le peuvent.
Alors ne jugez pas, c'est trop facile, regardez plutôt autour de vous! »*

La gêne, c'est un état de fait avec lequel on apprend à vivre - en développant des conduites et des réflexes consommatoires qui font que l'on peut malgré tout s'en sortir. Par exemple, en réinventant la hiérarchie et la segmentation entre les différentes enseignes de grande distribution. Ou encore, en réinventant le marchandage et la récupération en fin de marché. On invente toutes sortes de **systèmes D** pour améliorer l'ordinaire en mixant dans son comportement d'achat ventes privées sur **internet** et magasins **hard-discount** (devenus les distributeurs les plus régulièrement fréquentés, les lieux d'achat « standard » pour beaucoup de participants, et non plus les magasins de dépannage ou les spécialistes des produits de base qu'ils pouvaient encore être il y a quelques années). Ou enfin en organisant ses spectacles en fonction des places disponibles via le CE de son entreprise...

« J'utilise beaucoup les sites d'enchères sur internet. Je vends tout ce qui ne nous sert plus et j'achète à tout petit prix quelques vêtements pour les enfants, des jouets etc... Et puis je fais des braderies qui se font autour de chez moi. Je vends tout ce qui ne se vend pas sur le net et j'achète surtout les jouets car avec quelques euros on peut faire les cadeaux de Noël et des anniversaires. Il suffit de bien regarder, fouiner et de trouver l'objet en super état, il y a en tellement. [...] C'est un vrai système de débrouille avec un salaire et 3 enfants il faut trouver des solutions pour jongler avec le budget. »

« Combien de personnes vont maintenant faire leurs courses dans les discounts avant c'était une honte, maintenant c'est l'inverse, on trouve bizarre les gens qui n'y vont pas et on se demande comment ils font. »

« Je travaille et mon mari aussi, nous avons un enfant de 6 ans qui va à l'école. Malgré tout, si on ne fait pas attention, on part vite dans le rouge, et ça je trouve ça scandaleux [...]. Voilà, je me suis bien défoulée mais hélas, il faudrait que ça bouge. Même si l'amour est gratuit, nos enfants ont besoin de manger. »

« 7€90 le cinéma. Il faut être célibataire pour y aller. Pour moi, pas de CE pour m'aider. Je ne vais donc au cinéma que quand une copine me file les places de son CE. C'est à dire que s'il lui en reste... Heureusement, nous en avons gagné 2 dernièrement. J'ai donc pu y emmener ma fille!!! Je trouve ça déprimant de ne plus pouvoir faire de sorties... Pour moi, c'est une des raisons pour lesquelles les jeunes traînent dans la rue... Même quand on travaille on ne peut plus s'acheter des produits-plaisir, on ne peut plus sortir raisonnablement... alors ça sert à quoi de travailler. La vie est devenue un combat permanent... »

Mais la gêne, plus fondamentalement, c'est non seulement un état de fait, un comportement, mais aussi un **état d'esprit** qui obère durablement la confiance que l'on porte à la société dans laquelle on vit, et qui peut finir par représenter un danger évident pour l'ensemble du système de valeurs sur lequel elle repose. Parce qu'être un travailleur pauvre, ou se vivre comme un travailleur pauvre est insupportable pour un Français de classe moyenne en 2008, quels que soient les systèmes D,

les débrouilles, les stratégies de contournement ou de compensation que l'on peut mettre en place pour s'accommoder de la situation.

« A quoi sert de travailler ? Je me le demande de plus en plus, je me lève le matin de bonne heure et je rentre tard le soir pour [...] ne pas m'en sortir. Ce qui me fait bondir, c'est quand je vois des gens qui travaillent pas, non pas parce qu'ils n'ont pas de boulot, mais que tout simplement ils n'ont pas envie car ils gagnent plus que vous sans travailler et sans compter les avantages sociaux qu'ils ont. Cela me révolte. A méditer. »

« Ça fait 5 ans que j'ai un salaire. Quand j'étais encore en formation et qu'il y avait des personnes qui faisaient la quête dans le métro je me disais : « mon gars si tu savais ! si je loupe mon année je serai dans la même situation que toi car mes parents ne pourront pas m'aider plus longtemps », le stress. Quand j'ai commencé à travailler j'avais tellement d'impôts à payer : taxe d'habitation et remboursements de crédit que je n'ai pu partir en vacances que 3 ans après depuis je suis toujours pas parti en vacances. Quand j'arrive à mettre quelque chose de côté, c'est les impôts qui arrivent et c'est pile ce qu'il faut payer. Les ventes privées je connais depuis 4 ans, et ça m'a sauvé au début. Maintenant j'y vais plus parce que ça me met dans le rouge niveau finances... »

5. La « société de restriction » peut-elle avoir un avenir ?

Cette révolte larvée contre une « société de restriction » qui n'est pas « ce qu'on leur a vendu », mène au dernier point et à la conclusion de cette investigation. Un point trop critique, trop engageant pour être formulé autrement que comme une question : cette situation peut-elle vraiment durer ?

En réalité, derrière les témoignages, les « trucs », le système D mis en place par ces Français moyens, pointe une question différente, autrement plus grave et engageante que celle de savoir si le pouvoir d'achat a crû de 2 ou 4% ou a au contraire baissé de 2 ou 4% depuis quelques années.

Cette question, c'est celle de l'acceptabilité d'une situation qui n'est plus, pour les participants, une situation de fait mais un véritable système. Une situation structurelle et pas simplement une difficulté conjoncturelle, un système de vie - et de pensée ? - qui s'est petit à petit installé à côté de l'autre système, du système économique et de valeurs « officiel » que représentaient depuis 50 ans la société de consommation et ses corollaires, le mieux-être pour tous et le progrès social.

Un système terriblement contraignant et frustrant dans lequel ils ont, à tort ou à raison, le sentiment désespérant de s'être fait piéger, et dont ils voudraient à tout prix sortir, sans savoir comment.

« Une fois toutes les charges mensuelles payées (sans compter la nourriture), c'est plus de 60% du salaire de bouffé, alors les marques j'ai dit stop ; je me fringue grâce aux soldes (et encore très peu), j'achète uniquement des 1ers prix, j'utilise les cartes de fidélité des magasins alimentaires, et régulièrement, je vais dans des magasins discount... pas le choix. Des extras, bah y en a quasiment plus!!! Avec un bac+3, je suis sensée motiver qui pour bosser à l'école??? »

« A QUOI SERT DE TRAVAILLER ??????? »

« Voilà une question que je pose de plus en plus souvent. Mon mari et moi avons le même emploi depuis 1991. Avant on ne se plaignait pas de nos salaires, on s'en sortait bien. Aujourd'hui, on ne peut plus faire nos courses dans les supermarchés « traditionnels ». Nous avons dû revoir ce budget à la baisse. Grâce aux tickets resto, on s'achète de la viande une fois par mois. Quand aux loisirs, ils sont restreints bye bye resto. Le cinéma ??? Le matin pour payer moins cher ! Alors aujourd'hui je me pose la question A QUOI SERT DE TRAVAILLER puisque l'on doit se priver de TOUT !!! »

Cette question posée par ces Français de classe moyenne à la fois extraordinairement précis dans leurs propos et virulents dans leur expression, au final, c'est celle de la croyance en l'avenir et en une société qui **donne envie d'avancer, de construire, de créer, d'y croire...** Une question qui dépasse de loin les statistiques passées sur les chiffres réels de l'inflation ou de la progression des revenus - mais qui renvoie à celle de la confiance en soi de toute une société, à travers le moral de ceux qui constituent le « cœur du réacteur ». Qui peut annoncer très clairement, à court terme, des désordres importants.

« Je me réjouis de n'avoir qu'un seul enfant même si j'aurais souhaité en avoir deux, cela me permet de la gâter un peu. Je ne suis pas dans la misère, je continue à acheter des marques pour les achats cosmétiques, la lessive, les jeans. Sinon, je fais au plus serré. »

FreeThinking // Investigation sur les marques et le pouvoir d'achat.

Fiche technique de l'étude

FreeThinking est le laboratoire de conseil et d'investigation du consommateur 2.0, créé en mars 2007 par Véronique Langlois et Xavier Charpentier, co-fondateurs et co-actionnaires aux côtés de Publicis Groupe.

La méthodologie FreeThinking.

La méthodologie FreeThinking est une nouvelle démarche d'investigation qualitative qui utilise et exploite les armes du consommateur-citoyen d'aujourd'hui : pensée libre, écoute de ses pairs plus que des autorités, organisation communautaire. Au cœur de la démarche, la création de blogs communautaires fermés, animés de façon spécifique pour libérer la parole et recréer virtuellement le débat au sein de communautés, constituées à partir d'individus qualifiés (issus de l'access panel de notre partenaire exclusif Panel On The Web). Les débats et discussions apparus sur ces blogs constituant la matière première de l'analyse qualitative qui a ensuite pour but l'identification des idées qui structurent et animent le mental du consommateur-citoyen.

La méthodologie FreeThinking appliquée à le question du pouvoir d'achat et des marques.

L'analyse qui suit porte sur les discussions et débats qui ont démarré le mardi 18 mars et se sont achevées le vendredi 28 mars. Elle s'appuie sur un blog regroupant au total plus de 50 Français des classes moyennes (de 2500 à 3800 euros de revenu net mensuel par foyer).

Ces citoyens-blogueurs ont été recrutés pour réagir sur un thème de réflexion : *«Marques et pouvoir d'achat»*.

Ces discussions entre les participants ont été très vivantes ; les contributions riches et bien structurées ; les avis tranchés, souvent polémiques, très émotionnels, toujours très argumentés. Des avis dans lesquels les graves et les aigus de l'opinion se sont plus que jamais exprimés.