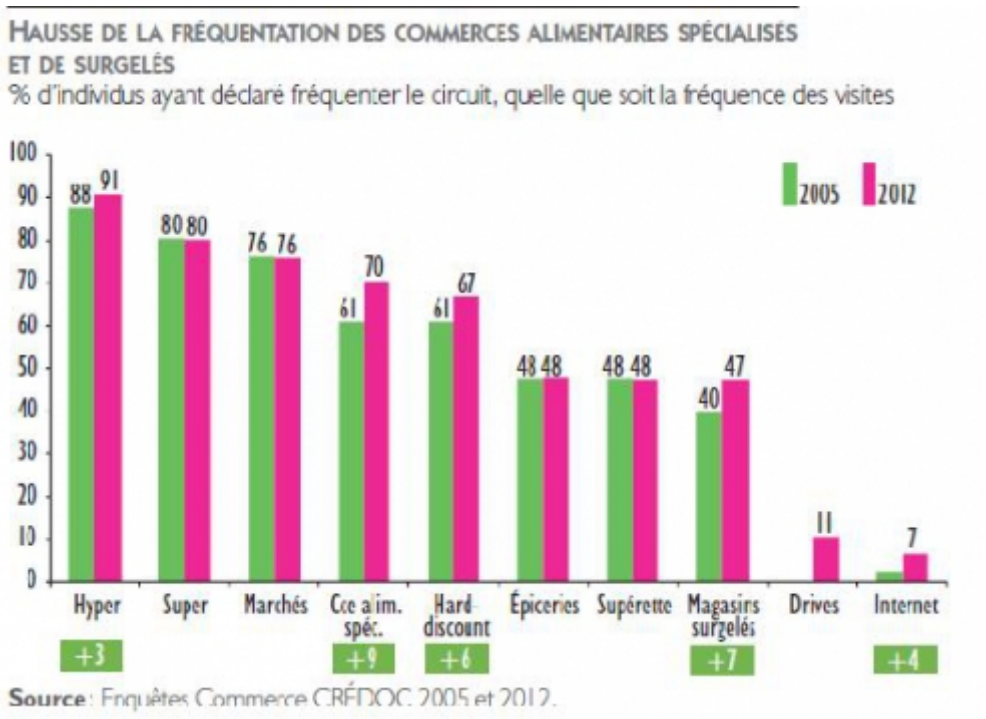
# Diversification des circuits d'achats alimentaires

10 octobre 2013

Le CREDOC a renouvelé en 2012 l'enquête réalisée en 2005 sur la fréquentation des commerces alimentaires. La confrontation des résultats de l'enquête, à sept ans d'intervalle, met en évidence les évolutions intervenues dans ce domaine. Si les hypers et supermarchés restent les circuits privilégiés, les commerces alimentaires spécialisés (boucheries, charcuteries, etc.), les magasins de surgelés et le hard discount sont davantage fréquentés qu'il y a sept ans. Dans le même temps, le recours à Internet, et surtout aux drives, se développe (cliquer pour agrandir) :




Les consommateurs tendent aussi à diversifier leur parcours d'achat. Ils se rendent moins souvent dans chaque circuit, mais fréquentent un plus grand nombre de formats de distribution. La proximité géographique est le premier critère de choix d'un magasin, devant le prix (critère en forte progression toutefois).

Le CREDOC a réalisé une typologie des acheteurs selon qu'ils sont « éclectiques » (fréquentant au moins quatre circuits différents) ou « massificateurs », ou encore des conquis du « hard discount ». Les habitudes d'achat sont donc loin d'être uniformes et le paysage des circuits de distribution se diversifie pour s'adapter aux demandes propres à chaque type de clientèle.

Céline Laisney, Centre d'études et de prospective

Source : Crédoc