

## Communiqué de presse

### 2<sup>e</sup> édition du Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire : les nouvelles tendances de consommation des Français face à une inflation persistante

Paris, le 25 janvier 2024

**Des consommateurs forcés de multiplier les stratégies pour préserver leur pouvoir d'achat en 2023, 2<sup>e</sup> année de forte inflation en France, grâce entre autres au discount, à la seconde main et à la chasse aux promotions : c'est l'un des principaux enseignements de la seconde édition du Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire. Sur la base des paiements effectués par plus de 20 millions de cartes bancaires (soit une carte sur cinq en France), ce baromètre met en évidence l'évolution des tendances de consommation des Français en 2023.**

#### Des consommateurs encore ultravigilants sur leurs dépenses en 2023

Selon le baromètre, la consommation des Français a stagné en 2023, avec **une croissance des dépenses par carte limitée à +3,6%, le taux le plus faible mesuré en cinq ans**, hormis durant la crise sanitaire du Covid. En ligne avec l'inflation mesurée par l'Insee (3,7 % en 2023), ce taux reflète une conjoncture globalement morose pour la consommation.

Dans ce contexte contraint, les consommateurs français ont déployé de nouvelles stratégies pour regagner des marges de manœuvre :

- **Le boom du discount**, nouvelle riposte privilégiée contre l'inflation : le secteur du discount émerge comme le grand bénéficiaire de 2023. Il enregistre une augmentation des dépenses de +21%. Les enseignes discount séduisent un public plus large, avec une augmentation de 14% de consommateurs dans ce secteur. De nouvelles catégories de clients s'y convertissent rapidement : les dépenses discount des habitants des grandes métropoles comme celles des cadres et des professions intellectuelles supérieures progressent de +30%.
- **L'essor de la seconde main** : ce secteur croît depuis 2019 et a encore fortement accéléré en 2023. La seconde main de mode décolle ainsi de +33% en 2023, après +15% en 2022. Il s'agit même d'un vrai plébiscite pour certains segments de consommateurs restés auparavant en retrait. Par exemple, les 55 ans et plus ont accru leurs dépenses de +50%. Les dépenses de produits électroniques reconditionnés ne sont pas en reste, avec une croissance de +14% en 2023.
- **La chasse aux promotions** : le "Black Friday" a battu des records en 2023. Malgré les débats sur la sobriété, le nombre de nouveaux consommateurs participant à cet événement a augmenté de +28%, avec un pic de dépenses de +38% par rapport à 2022. Les 18-24 ans se démarquent avec une hausse de leurs dépenses de +64%.

Ces tendances soulignent l'importance pour les consommateurs de maîtriser leur budget en adaptant leur consommation et la nécessité pour les acteurs économiques d'imaginer des offres répondant aux nouveaux besoins de leurs clients.

## Même sous pression économique, « homo hedonicus » résiste

En dépit des contraintes, les Français n'ont pas renoncé à une consommation hédoniste, liée notamment à la convivialité, aux sorties, aux voyages ou à l'évasion virtuelle (divertissements numériques) ou encore, à l'image de soi.

Par exemple, la convivialité, qui englobe la restauration et les bars, affiche une croissance significative de +9% en 2023, avec une hausse notable de +14 % dans la restauration rapide. De même, le secteur du voyage connaît une progression de 15 %, tandis que les dépenses pour les rencontres en ligne augmentent de 12 % et celles pour les animaux de compagnie grimpent de 16 %. Les loisirs, tels que le cinéma, les jeux vidéo et la VOD, ainsi que l'industrie de la beauté, enregistrent également des hausses notables. Cette tendance à privilégier des expériences liées à la socialisation et au bien-être transcende les catégories socioprofessionnelles et les tranches d'âge. Déjà émergente l'an dernier, elle traduit un basculement durable des préférences de consommation des Français.

## Le e-commerce atteint un plateau

Jusqu'à présent porté par une dynamique autonome, le e-commerce tend désormais à converger avec le reste de l'économie. Sa « part de marché » dans l'ensemble des dépenses de consommation des Français par carte plafonne, après le pic des années Covid, et se stabilise à 27 %.

Néanmoins, des poches de croissance subsistent, dans des secteurs spécifiques comme la mobilité, la santé ou les jardineries et animaleries en ligne – et pour certaines catégories de consommateurs, comme les 65 ans et plus, qui ont augmenté leurs dépenses en ligne de +16% en 2023.

## L'impact d'un grand événement sportif sur la consommation en France

Le Baromètre Digital & Payments 2024 révèle que la Coupe du Monde de Rugby 2023 a eu un impact économique positif sur de nombreux secteurs de l'économie française. Bien que les dépenses touristiques soient restées stables, les fans de rugby ont consommé davantage dans les transports, les bars, les magasins d'alimentation et les boulangeries, et d'autres secteurs connexes ont également bénéficié d'un effet d'entraînement. Les effets se sont largement diffusés sur le territoire français, avec des pics de dépenses à Marseille et à Saint-Étienne.

Les Français ont également augmenté leurs dépenses de 8%, notamment dans les secteurs des transports, de la restauration et des équipements de la maison. Cependant leur consommation s'est souvent lissée sur l'année du fait de restrictions avant et après la compétition, un enseignement utile pour les commerçants, à quelques mois des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. La mise à jour de septembre 2024 de ce baromètre permettra d'évaluer l'impact des Jeux de Paris 2024 sur la consommation des Français.

**Yves Tyrode, directeur général Digital & Payments, Groupe BPCE, souligne :** « Pour cette édition, nous avons enrichi notre Baromètre Digital & Payments avec une segmentation par catégories géographiques et socioprofessionnelles des données anonymes issues des plus de 20 millions de cartes de paiement gérées par le Groupe BPCE. Cette précision renforce notre capacité d'analyse : par exemple, nous avons ainsi quantifié les répercussions économiques de la Coupe du Monde de Rugby de 2023. À quelques mois des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, dont le Groupe BPCE est partenaire Premium, cet éclairage a pour objectif d'être utile aux acteurs économiques, pour leur permettre de décrypter les dynamiques à l'œuvre dans leur secteur. »

**Toute utilisation des données de ce baromètre doit s'accompagner de la mention « Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire ».**

### À propos du Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire

À la croisée de l'évolution des modes de paiement et de la transformation des comportements de consommation, le Baromètre Digital & Payments de BPCE L'Observatoire est basé sur les transactions anonymisées de 20 millions de cartes bancaires émises par les Banques Populaires et les Caisses d'Épargne et gérées par BPCE Payment Services. Âge, catégorie socioprofessionnelle, localisation des achats, montant des dépenses : ce Baromètre est le seul en France à disposer d'une si large représentativité de la population française, ce qui en fait un outil d'une grande richesse pour analyser les tendances de la consommation en France..

BPCE L'Observatoire recouvre l'ensemble des publications et des études réalisées par les économistes et les experts métiers du Groupe BPCE sur les sujets d'économie et de société, en lien avec nos activités de banquier et d'assureur.

### À propos du Groupe BPCE

*Le Groupe BPCE est le deuxième acteur bancaire en France. Avec 100 000 collaborateurs, il est au service de 35 millions de clients dans le monde, particuliers, professionnels, entreprises, investisseurs et collectivités locales. Il est présent dans la banque de proximité et l'assurance en France avec ses deux grands réseaux Banque Populaire et Caisse d'Épargne ainsi que la Banque Palatine et Oney. Il déploie également au niveau mondial les métiers de gestion d'actifs et de fortune, avec Natixis Investment Managers, et de banque de grande clientèle avec Natixis Corporate & Investment Banking. La solidité financière du Groupe est reconnue par quatre agences de notation financière avec les notes LT de rang senior préféré suivantes : Moody's (A1, perspective stable), Standard & Poor's (A, perspective stable), Fitch (A+, perspective stable) et R&I (A+, perspective stable).*

### Contacts presse Groupe BPCE

Christophe Gilbert : [christophe.gilbert@bpce.fr](mailto:christophe.gilbert@bpce.fr) / 33 (0)6 73 76 38 98

Mélissa Bourguignon : [melissa.bourguignon@bpce.fr](mailto:melissa.bourguignon@bpce.fr) / 33(0)6 17 56 95 37



[groupebpce.com](http://groupebpce.com)