



DOSSIER DE PRESSE CONFÉRENCE



TEAM CRÉATIF & OPINION WAY



Les Français
et le **MIEUX**
CONSOMMER,
le nouvel équilibre

Octobre 2023

Le monde est en pleine transition : environnement, écologie, coût de la vie et des énergies, justice sociale, alimentation... De nouveaux systèmes de valeurs viennent questionner les modèles hérités des générations précédentes et **bousculer nos façons de consommer**. Face à ces changements systémiques, nos vies aussi sont en pleine transition dans nos **MANIÈRES DE PENSER, d'ACHETER, de CONSOMMER, de JETER...**

Depuis toujours, Team Créatif est à l'écoute des consommateurs pour identifier, anticiper et **accompagner ces mutations** avec des solutions plus justes grâce au Design comme levier de valeur, d'utilité et de pérennité pour les marques.

Nous avons réalisé avec Opinion Way, une étude exclusive sur « **Les Français et le mieux consommer, le nouvel équilibre** », basée sur l'interview approfondie de plus de 1000 français responsables ou co-responsables des achats alimentaires (interrogés du 9 au 14 Juin 2023). Cette étude fait suite à une première enquête réalisée en 2018, autour du Mieux Manger.

Lors de la précédente enquête de **2018**, nous avons fait le constat de consommateurs soucieux de mieux manger (sainement, équilibré, Bio...) et **confiants**, notamment dans les produits proposés par les enseignes de la grande distribution ou encore dans les informations inscrites sur les packagings.

5 ans plus tard en 2023, nous observons un niveau de confiance des consommateurs en berne, marqué par la succession de crises sociales, sanitaires et économiques qui impacte directement la façon de consommer des Français, avec **4 faits marquants** :



La hausse des prix qui donne un coup de frein considérable à la place de **l'écologie et de l'éthique** dans l'univers alimentaire



Le recentrage sur l'essentiel : les consommateurs souhaitent s'orienter de plus en plus vers une alimentation simple (produits bruts, frais, liste courte) et s'assurer que ce qu'ils mettent dans leur assiette est bon pour leur santé



L'émergence du local et de l'origine France qui a pris une grande importance dans le cœur des Français et qui se traduit par une attente très forte de traçabilité sur l'ensemble des catégories alimentaires.



Enfin, un état d'esprit de défiance générale qui n'épargne pas l'industrie alimentaire, les distributeurs et les marques.

Quelques chiffres clé :

3/4 des Français **ont changé leur façon de consommer** en 3 ans

63 % **cesseraient d'acheter leur marque préférée** si elle ne s'engage pas dans une démarche de **durabilité**.

74 % des Français accordent une plus grande **confiance aux marques artisanales, régionales ou Françaises**

Les consommateurs se déclarent **prêts à accepter une augmentation**

moyenne de 8% du prix de vente produits initial si ces derniers leur permettent de mieux consommer (tels que produits 100 % d'origine française, produit qualité fermier, soutient la filière agricole...)

Dans ce contexte, le packaging a toujours un rôle essentiel dans la transmission d'informations : il reste la **2^{ème} source d'informations** la plus consultée après le bouche-à-oreille. En revanche le type d'information recherché a évolué avec une importance de plus en plus marquée sur **la traçabilité, la composition, et la transparence.**

Le mieux consommer est au cœur des préoccupations des Français. Si le prix et alimentation bonne pour la santé restent les deux drivers clés déclencheurs d'achat, **authenticité** et **clarté** permettent également d'élever les niveaux de confiance. En capitalisant sur **la simplicité et la sincérité comme levier de création de valeur**, les marques peuvent créer des expériences durables qui réancrent leur relation aux consommateurs dans la proximité et le réel.

Notre conviction : encourager des discours simples et vrais, qui parlent au cœur, pour un design désirable qui va à l'essentiel, révèle et célèbre ce que les marques font de mieux. Une approche branding qui pose jour après jour l'étalon d'un nouvel équilibre basé sur le triptyque : **QUALITÉ, PRIX, ÉTHIQUE.**

QUI SOMMES NOUS ?

Team Créatif est une **agence de Branding** et **Identité packaging** certifiée **Bcorp**, créée il y a 37 ans au carrefour de 3 cultures du branding (l'intuition italienne, le pragmatisme anglais et l'esthétisme français). Nous sommes un groupe international, indépendant et familial, et nous tissons des relations durables avec nos clients : Mars Petcare, Bjorg, St Michel, Lipton, Panzani, Bonduelle, Ferrero, Arkopharma, Bigard, Lindt, Fiers.

Convaincus que le design participe au changement, nous menons des actions concrètes qui nous ont permis de recevoir la certification **B-Corp** en 2021. Nous accompagnons nos clients partenaires autour d'une consommation plus responsable (sociale et environnementale) et la **valorisation de leurs engagements** auprès des consommateurs.

www.team-creatif.com






merci **DESIGNING
BEAUTIFUL
TOMORROWS**

Contact presse

Isabelle Colders

Isabelle.colders@team-creatif.com

06.72.72.93.06

Contact TEAM CREATIF

Aurélie Pouleau

aurelie.pouleau@team-creatif.com

06.86.46.36.32