

ODOXA

L'Opinion tranchée

Baromètre de l'économie Odoxa-AGIPI-Challenges-BFM

Avril 2023

LEVÉE D'EMBARGO : JEUDI 6 AVRIL 2023 A 6H30

Sondage réalisé pour



Challenge^s et



Méthodologie



Recueil

Enquête réalisée auprès d'un échantillon de Français interrogés par Internet du **29 mars au 30 mars 2023**.



Echantillon

Echantillon de **992 Français** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, niveau de diplôme et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Précisions sur les marges d'erreur

Chaque sondage présente une incertitude statistique que l'on appelle marge d'erreur. Cette marge d'erreur signifie que le résultat d'un sondage se situe, avec un niveau de confiance de 95%, de part et d'autre de la valeur observée. La marge d'erreur dépend de la taille de l'échantillon ainsi que du pourcentage observé.

Taille de l'Echantillon	Si le pourcentage observé est de ...					
	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
800	1,5	2,5	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
3000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8

Lecture du tableau : Dans un échantillon de 1000 personnes (lorsque l'ensemble des Français est interrogé), si le pourcentage observé est de 20% la marge d'erreur est égale à 2,5% : le pourcentage réel est donc compris dans l'intervalle [17,5 ; 22,5].

Les enseignements clés du sondage

Gaël Sliman, président d'Odoxa

(1/1)

Les Français estiment désormais l'inflation à plus de 18%, soit le triple du niveau relevé par l'INSEE

Principaux enseignements :

- 1) Le moral des Français s'effondre en avril (-5 points) pour tomber à 17% de « confiants » contre 83% de « défiants »
- 2) Il faut dire qu'en plus de la réforme des retraites, qui met vent debout nos concitoyens, les Français sont persuadés de subir un niveau d'inflation monstrueux : ils estiment l'inflation sur douze mois à plus de 18%, soit le triple du niveau officiellement enregistré par l'INSEE
- 3) Ils ne sont pourtant pas « fous » et savent bien que l'inflation n'a pas tant affecté que cela de nombreux produits (luxe, auto, lunettes, hi-tech...), mais leurs perceptions sont totalement impactées par l'inflation qu'ils constatent sur les produits alimentaires et sur les carburants & énergies. Plus de 8 Français sur 10 pensent que ces catégories de produits ont connu une inflation record, bien supérieure à celle constatée en moyenne.
- 4) S'agissant de l'inflation sur les produits alimentaires, nos concitoyens sont enclins à désigner un coupable tout naturel : les distributeurs. Ainsi, les Français pensent que c'est lui qui capte l'essentiel de la valeur d'un produit plutôt que l'industriel qui le transforme ou que l'agriculteur qui le produit (39% vs 36% et 24%).

Synthèse détaillée du sondage

Gaël Sliman, président d'Odoxa

(1/2)

1) Le moral des Français s'effondre en avril (-5 points) pour tomber à 17% de « confiants » contre 83% de « défiants »

Le conflit sur les retraites détruit le moral des Français : il s'effondre en avril (-5 points) pour tomber à 17% de « confiants » contre 83% de « défiants ». L'indice de confiance en l'avenir (confiance – défiance) atteint l'un de ses plus bas niveaux historiques : -66, soit une chute de 54 points depuis la fin 2021. La réforme des retraites n'est sans doute pas seule en cause, l'inflation frappe durement les ménages et même bien plus en perception que ce qu'enregistrent les statistiques officielles. Ainsi, en ce mois d'avril 2023, les Français estiment l'inflation sur ces douze derniers mois à plus de 18%, soit le triple du niveau officiellement enregistré par l'INSEE. Cette « inflation perçue » a été ainsi multipliée par près de 7 en l'espace de deux ans passant de 2,6% en avril 2021 à 18,1% en avril 2023.

2) Outre les prix de l'énergie, ce sont ceux des produits alimentaires qui « impactent » le plus ce sentiment « d'inflation perçue »

Les Français ne sont pourtant pas « fous » et savent bien que l'inflation n'a pas tant affecté que cela de nombreux produits (luxe, auto, lunettes, hi-tech...), mais leurs perceptions sont totalement impactées par l'inflation qu'ils constatent sur les produits alimentaires et sur les carburants & énergies. Plus de 8 Français sur 10 pensent (à juste titre) que ces catégories de produits ont connu une inflation record, bien supérieure à celle constatée en moyenne.

Leur sentiment d'inflation est plus mesuré en ce qui concerne l'automobile (47% vs 41%) ou les produits de luxe (49% vs 30%) pour lesquels les Français penchent plutôt pour une augmentation aussi forte que l'inflation moyenne plutôt que pour une inflation encore plus élevée que la moyenne des autres produits. Ce sentiment d'une inflation finalement plus mesurée est surtout largement partagé en ce qui concerne les produits high-tech et les produits de santé individuelle comme les lunettes et les appareils auditifs. Une nette majorité de Français (53%) penchent pour cette hypothèse tandis que ceux qui pensent que l'inflation sur ces produits a été « moins forte » que pour les autres produits sont presque aussi nombreux (19% vs 27 à 28%) que ceux qui pensent qu'elle a été « plus forte ».

Synthèse détaillée du sondage

Gaël Sliman, président d'Odoxa

(2/2)

3) Les Français ont tendance à rendre les grandes surfaces responsables de cette inflation car, selon eux, c'est elles qui capteraient l'essentiel du prix de vente des produits qu'elles vendent aux consommateurs

C'est donc probablement cette inflation à deux chiffres, observée depuis un an sur les produits alimentaires et les énergies qui explique le sentiment général d'une inflation globale dans le pays qui serait, elle-aussi, à deux chiffres.

D'ailleurs, s'agissant de l'inflation sur les produits alimentaires, nos concitoyens sont enclins à désigner un coupable (bouc émissaire) tout naturel : le distributeur. Ainsi, les Français pensent que c'est lui qui capte l'essentiel de la valeur d'un produit plutôt que l'industriel qui le transforme ou que l'agriculteur qui le produit.

Ainsi, lorsque l'on pose la question suivante aux Français : « lorsqu'un produit dit « transformé » est vendu en supermarché (par exemple un yaourt ou des frites surgelées), quelle part revient en moyenne, selon vous, à chacun des acteurs suivants ? »

En moyenne, plus de 39% répondent « c'est le distributeur, ou la grande surface qui a vendu ce produit au consommateur », 36% estiment plutôt que « c'est l'industriel qui a transformé ce produit et a fabriqué son emballage » et seulement 24% pensent que « c'est l'agriculteur qui a produit ce produit ».

Gaël Sliman, président d'Odoxa

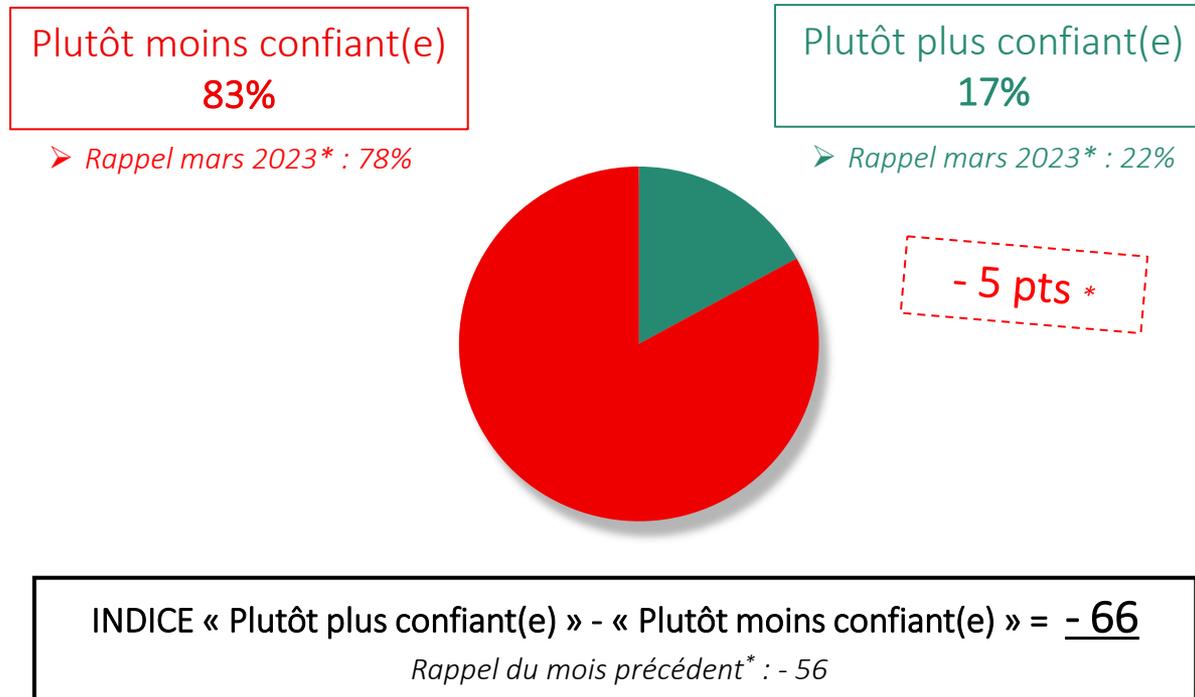


Résultats du sondage

Le conflit sur les retraites détruit le moral des Français : il s'effondre en avril (-5 points) pour tomber à 17% de « confiants » contre 83% de « défiants »



Depuis ces dernières semaines êtes-vous plutôt plus confiant(e) ou plutôt moins confiant(e) concernant l'avenir de la situation économique en France ?

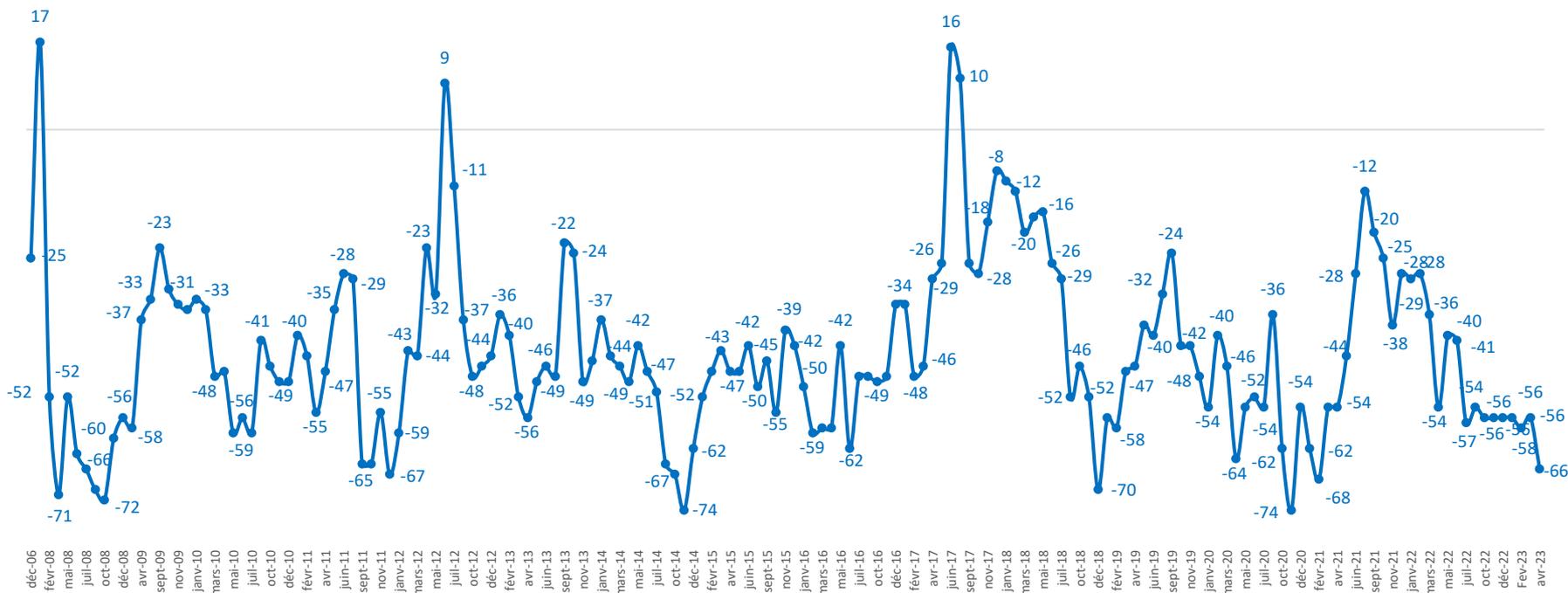


* Baromètre de l'économie Odoxa pour BFM Business, Challenges et Agipi publié le 8 mars 2022

L'indice de confiance en l'avenir (confiance – défiance) atteint l'un de ses plus bas niveaux historiques : -66, soit une chute de 54 points depuis la fin 2021



Depuis ces dernières semaines êtes-vous plutôt plus confiant(e) ou plutôt moins confiant(e) concernant l'avenir de la situation économique en France ?

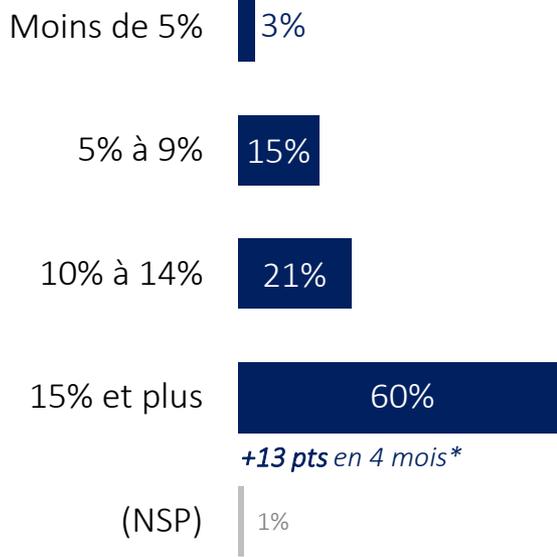


Les Français estiment l'inflation à plus de 18%, soit le triple du niveau officiellement enregistré par l'INSEE

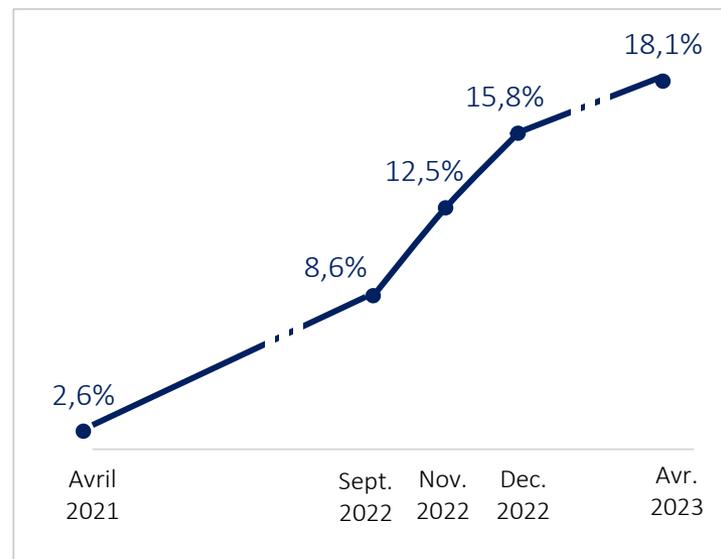


A combien estimez-vous la hausse des prix à la consommation en France sur les 12 derniers mois ?
Réponse numérique en pourcentage

Moyenne : 18,1%



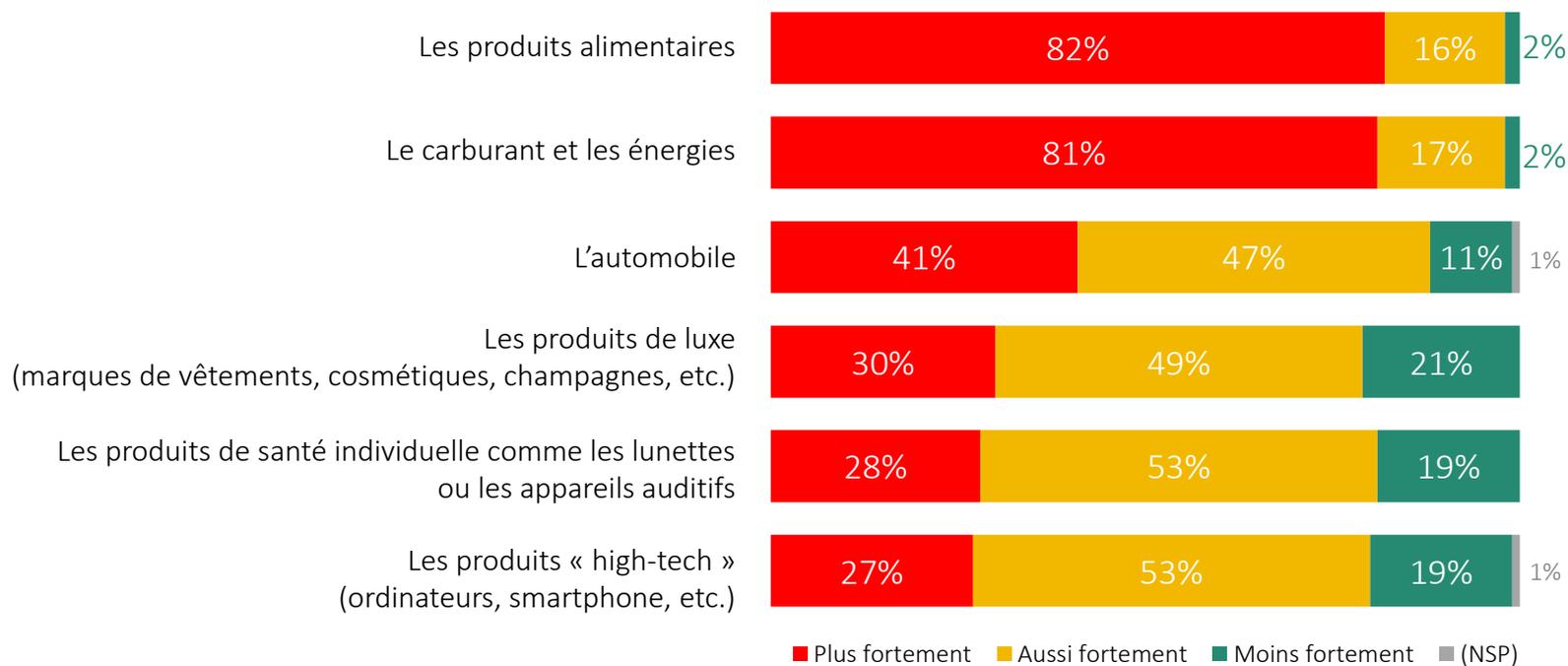
Le niveau d'inflation perçu en moyenne par les Français sur les 12 derniers mois est 2,9 fois plus élevé que celui enregistré par l'INSEE



Perception de l'augmentation des prix : ce sont les produits alimentaires et les carburants/énergies qui sont perçus comme ayant le plus fortement augmenté



Pour chacune des catégories de produit suivants, dites-nous si vous pensez que les prix ont augmenté plus fortement, aussi fortement ou moins fortement que la moyenne des autres produits.
Les prix ont augmenté...



Dans la répartition du prix de vente des produits transformés, nos concitoyens surestiment largement la part revenant à la grande distribution. Selon eux, elle est l'acteur qui capte l'essentiel de la valeur tandis que l'agriculteur est celui qui en récupère le moins

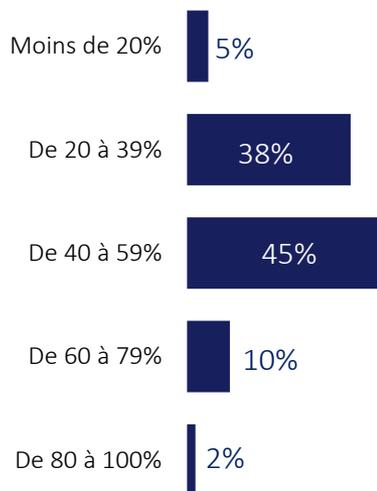


Lorsqu'un produit dit « transformé » est vendu en supermarché (par exemple un yaourt ou des frites surgelées), quelle part revient en moyenne, selon vous, à chacun des acteurs suivants ?

Le distributeur

(la grande surface) qui a vendu ce produit au consommateur

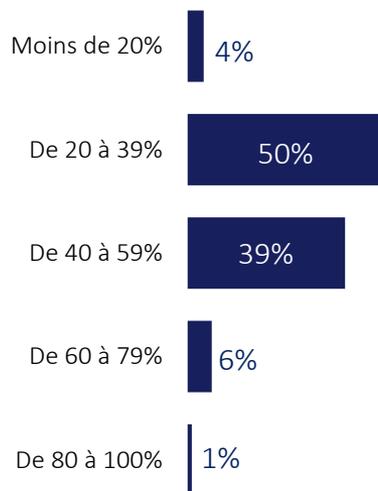
Moyenne = **39,4 %**



L'industriel

qui a transformé ce produit et a fabriqué son emballage

Moyenne = **36,2 %**



L'agriculteur

qui a produit ce produit

Moyenne = **24,4 %**

