



[Ipsos](#) > [Actualités](#) > [Marques et consommation : les quatre tendances qui ont marqué 2024](#)

Marques et consommation : les quatre tendances qui ont marqué 2024

L'année 2024 a été marquée politiquement par la progression continue du populisme et l'instabilité depuis la dissolution de l'Assemblée nationale ; économiquement, par l'inflation et des mesures qui ont affecté les comportements des consommateurs (notamment avec les craintes d'augmentation des taxes) ; en termes de marketing, par de nouvelles attentes vis-à-vis des communications publicitaires et des marques.

10 janvier 2025 [Inflation](#) / [Changement climatique](#) / [Publicité](#) / [Sport](#)



Ipsos utilise des cookies et autres traceurs afin d'optimiser les performances et les fonctionnalités du site, et de mesurer l'audience. Pour plus d'informations sur le traitement des données personnelles et vos droits, veuillez lire notre Politique relative aux cookies.

Tout accepter

Paramètres personnalisés

Tout refuser

En raison de l'[inflation](#) depuis 2022, **les consommateurs ont réduit leurs achats essentiels**, privilégiant les magasins hard-discount, les distributeurs comme Shein, Temu, et des alternatives comme [les achats de seconde main](#). Dans un contexte de hausse des taxes et de dépenses contraintes, **les Français ne devraient pas revenir aux pratiques antérieures**, ce qui remet en question les marques traditionnelles et milieu de gamme, et favorise les options offrant le meilleur rapport valeur-prix et les marques de distributeurs.



Yves Bardon

Directeur du programme
Flair, Ipsos Knowledge
Centre

Écologie vs économie

Compte tenu de la pression sur les ressources financières des Français, **la [transition énergétique](#) risque d'être la grande perdante dans le débat 'écologie vs. économie'**. Le financement des retraites, la protection sociale, la sécurité et la défense nationale, etc., sont considérés comme prioritaires, mais sans investissement dans les énergies renouvelables, la France ne pourra pas décarboner son économie ni atteindre les objectifs européens pour 2030, et restera dépendante des importations de combustibles fossiles.



Ipsos utilise des cookies et autres traceurs afin d'optimiser les performances et les fonctionnalités du site, et de mesurer l'audience. Pour plus d'informations sur le traitement des données personnelles et vos droits, veuillez lire notre Politique relative aux cookies.

de profiter de la vie aujourd'hui, demain est un autre jour», une idée partagée par 68 % en 2024 (+10 points par rapport à 2013).

Partage d'expériences : une opportunité pour les marques

Contre la morosité aussi, **les gens ont soif d'expériences, de convivialité, de parenthèses enchantées**. Les [Jeux Olympiques de Paris](#) y ont répondu avec un véritable effet avant-après : alors que les Français se classaient 28^{ème} sur 33 pays en termes d'intérêt quelques semaines avant, 65 % ont ensuite exprimé une opinion positive des Jeux, et 66 % ont jugé positif leur impact sur l'image de la France dans le monde. **Les marques ont tout intérêt à parrainer plus de grands événements** (concerts, compétitions, e-sports...) à la fois pour être associées à des moments exceptionnels et pour se connecter avec les nouvelles générations.



Ipsos utilise des cookies et autres traceurs afin d'optimiser les performances et les fonctionnalités du site, et de mesurer l'audience. Pour plus d'informations sur le traitement des données personnelles et vos droits, veuillez lire notre Politique relative aux cookies.



Yves Bardon Directeur du programme Flair, Ipsos Knowledge Centre

How can we help you test?*

Société



Ipsos utilise des cookies et autres traceurs afin d'optimiser les performances et les fonctionnalités du site, et de mesurer l'audience. Pour plus d'informations sur le traitement des données personnelles et vos droits, veuillez lire notre Politique relative aux cookies.

10 janvier 2025

ÉVÉNEMENT - 14/01 | Ipsos partenaire de Médias en Seine 2025

Ipsos participe à la 7ème édition de Médias en Seine qui se tiendra le 14 jan...

9 janvier 2025



Citoyens

Consommateurs &
Marques

Clients & Employés

Médecins et Patients

À propos

Contact

Presse

Investisseurs

Recrutement

Webinar 14/11 | La révolution technologique dans la beauté : tendances et opportunités

"En direct d'Ipsos" est un programme de webinars sur les questions qui m...

6 novembre 2024



GAME CHANGERS



Ipsos utilise des cookies et autres traceurs afin d'optimiser les performances et les fonctionnalités du site, et de mesurer l'audience. Pour plus d'informations sur le traitement des données personnelles et vos droits, veuillez lire notre Politique relative aux cookies.

