

Baromètre de la consommation des Français

LA CONSOMMATION EN MUTATION : DE L'OBJET A L'EXPÉRIENCE

Institution emblématique depuis plus de 120 ans, Foire de Paris observe et accompagne l'évolution des modes de vie et de consommation des Français. Elle dévoile aujourd'hui la première édition de son Baromètre de la Consommation des Français, réalisé par L'ObSoCo, société d'études et de conseil spécialisée dans l'analyse des mutations de la société et de la consommation.

Préambule

Steven Abajoli

Directeur Foire de Paris



« Notre baromètre permet de mesurer un basculement concret de la consommation des Français : nous assistons à l'émergence d'un nouveau modèle, d'une logique d'acquisition à une logique d'expérience. Le phénomène de retailtainment fortement marqué sur Foire de Paris et plus largement observé en fort développement dans les commerces physiques illustre cette évolution : consommer devient une expérience à part entière, porteuse d'émotions et de sens. Le ralentissement de la consommation observé ces dernières années ne s'explique pas uniquement par des facteurs conjoncturels comme l'inflation ou la baisse du pouvoir d'achat mais révèle aussi une transformation structurelle des attentes. C'est donc vers l'expérientiel que se déplace le véritable réservoir de croissance des acteurs économiques de la consommation »

Agnès Crozet

Directrice Générale Adjointe, L'ObSoCo



« Les résultats de ce nouveau Baromètre résonnent avec les constats que l'on dresse à L'ObSoCo sur l'évolution du rapport des Français à la consommation : alors même que la contrainte financière se desserre, le désir de consommer reste atone. Certes, les incertitudes actuelles tant sur le plan national qu'international pèsent sur le moral et incitent à la prudence, mais on peut aussi y voir le signe d'une forme d'épuisement du modèle de consommation. Alors que deux générations se sont construites dans l'idée que consommer (et accumuler), c'était aussi se réaliser, cette équation semble aujourd'hui s'affaiblir. Les secteurs qui résistent le mieux sont ceux qui sont tournés vers l'immatériel (sorties, loisirs, voyages, etc.), signe peut-être d'un déplacement de la valeur, de l'accumulation d'objets vers ce qui nous permet de ressentir des émotions, créer du lien, éveiller notre curiosité, voire affirmer nos valeurs »

MÉTHODOLOGIE

Le Baromètre de la Consommation des Français par Foire de Paris a été réalisé par L'ObSoCo du **24 novembre au 2 décembre 2025** auprès d'un échantillon de **2000 personnes**, représentatif de la population de France métropolitaine âgée de **18 à 75 ans** (genre, âge, CSP, région, taille d'agglomération de résidence et niveau de diplôme).

Sommaire

- 1 Vers un déplacement de la consommation
- 2 La consommation plaisir
- 3 La consommation éthique & responsable
- 4 La consommation expérientielle

Quatre regards sur une consommation qui se réinvente, de l'objet possédé à l'expérience vécue.

1 Vers un déplacement de la consommation

Pour 6 Français sur 10, consommer c'est désormais vivre une expérience

89%

La consommation plaisir

84%

La consommation
éthique & responsable

98%

La consommation expérientielle

Les Français n'abandonnent pas la consommation, ils la réinventent.

Sous l'effet des contraintes économiques, ils privilégient des achats plus sélectifs mais plus riches en valeur émotionnelle, relationnelle et symbolique. Plaisir, engagement et expérience émergent comme les trois piliers d'une consommation en mutation, où l'usage du produit compte désormais autant que le sens et l'émotion qu'il procure.

2

La consommation plaisir

La consommation demeure un refuge émotionnel, nourri par le plaisir, le partage et la nostalgie



89%

Consommer, c'est se faire plaisir



77%

Partager des moments avec ses proches



71%

Gâter des proches



41%

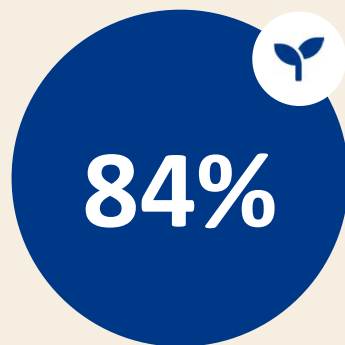
Retrouver les produits et marques de l'enfance

Loin de disparaître sous l'effet des contraintes budgétaires, la consommation plaisir se transforme.

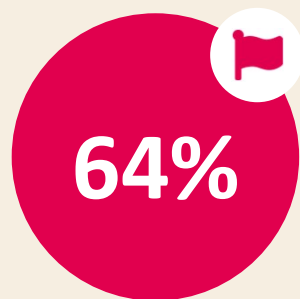
Elle se déplace progressivement de la possession vers l'émotion, le partage et l'expérience. Se faire plaisir, offrir, vivre des moments avec ses proches ou retrouver les sensations de son enfance sont autant de dimensions qui continuent de donner du sens à l'acte de consommer.

3 La consommation éthique & responsable

La consommation devient un acte d'engagement, guidé par la recherche de sens, de proximité et d'impact positif



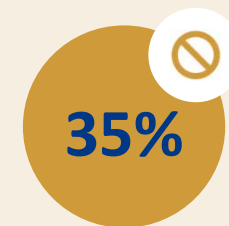
Consommer c'est soutenir
l'économie locale et les
producteurs



Le Made in France
chez les 65-75 ans



Intégration du Made in France
dans la consommation



Renoncement à un achat
faute d'option Made in France

Pour les Français, consommer ne se limite pas à satisfaire un besoin ou à se faire plaisir : c'est aussi une manière d'agir.

Derrière les arbitrages de consommation se dessine une volonté de soutenir l'économie, les producteurs et les territoires. Cette aspiration se traduit notamment par une attention croissante portée au Made in France, devenu un critère de choix important pour une majorité de consommateurs, quitte parfois à renoncer à un achat lorsqu'aucune alternative satisfaisante n'est disponible.

4

La consommation physique

La consommation s'enrichit d'une dimension expérientielle où l'émotion, la découverte et les interactions humaines créent davantage de valeur que l'achat seul.



98%

Fréquentent les magasins
physiques



63%

Ont participé à un événement
de consommation en 2025



30%

Viennent toucher, manipuler
et essayer les produits



23%

Viennent d'abord pour la
la sortie et le plaisir

Au-delà de l'achat, les Français recherchent désormais des expériences.

Foires, salons, marchés ou commerces physiques répondent à un besoin de découverte, de convivialité et de stimulation sensorielle. Toucher, goûter, rencontrer, s'inspirer ou partager un moment avec ses proches : la valeur de la consommation se construit de plus en plus dans l'expérience vécue, l'authenticité des échanges et le contact humain.

Trois regards décalés sur la consommation

La valeur se déplace du "quoi acheter" vers le "pourquoi", "avec qui" et "comment c'est fait"

L'usage d'une rentrée d'argent inattendue

1. Épargne
2. Vacances & voyages
3. Sorties & loisirs
4. Remboursement de crédits & dettes
5. Travaux dans la maison

Ce qui rend un achat extraordinaire

1. La qualité du produit / service
2. L'histoire et le savoir-faire
3. L'humain : la rencontre, l'échange

Passer une journée avec un artisan

93% des Français intéressés

1. Chocolatier, confiseur, confiturier
2. Chef cuisinier
3. Boulanger
4. Fromager
5. Parfumeur

Derrière des arbitrages budgétaires plus stricts, les Français expriment une aspiration commune : donner davantage de sens à leur consommation. Ils privilégient les expériences aux possessions, l'authenticité aux discours marketing, et les savoir-faire aux produits standardisés. Le plaisir de consommer demeure, mais il se nourrit désormais de qualité, d'émotions, de transmission et de rencontres humaines.

Pour aller plus loin

Retrouvez l'intégralité des résultats et échangeons sur les enseignements du Baromètre.

TÉLÉCHARGER

Le Baromètre complet

Accédez à l'ensemble des résultats sur notre espace professionnel :

pro.foiredeparis.fr/fr-FR/Barometre-consommation

CONTACT

Nous contacter

Pour toute demande d'information :

info.fdp@comexposium.com

Merci de votre attention.

Rendez vous très prochainement pour la 2nd édition du baromètre de la consommation de Foire de Paris