

*Andrea Gröppel-Klein et Kenya-Maria Kirsch*

„Nous sommes en guerre“ – Les effets de la pandémie de Covid-19 sur le comportement des consommateurs en France et en Allemagne.

Dans le présent article nous nous concentrerons sur les impacts de la pandémie de Covid-19 sur le comportement des consommateur·rice·s en poursuivant les questions suivantes : la crise a-t-elle fondamentalement modifié nos habitudes de consommation ? Les schémas comportementaux d'avant la crise se sont-ils dissous au profit de nouvelles tendances de consommation, ou les consommateur·rice·s sont-ils·elles revenu·e·s à leurs anciennes habitudes ? Il s'agira d'analyser, tout particulièrement, l'évolution des motivations d'achat des consommateur·trice·s qu'elles soient hédonistes ou utilitaires, ainsi que leur comportement d'achat en ligne au cours de la pandémie. Seront aussi considérés la tendance à se tourner vers ce qui est durable et les critères selon lesquels ils·elles font leur choix, tels que la qualité et le prix des produits. Nous nous intéresserons également au protocole sanitaire mis en place dans le commerce de détail, que nous examinerons notamment quant à son acceptation auprès de la population. L'article s'inscrit dans une démarche comparative entre la France et l'Allemagne, prenant pour base une enquête en ligne réalisée en avril 2022 auprès de 1 238 personnes (613 en Allemagne et 625 en France).