



# Revue de presse

Semaine du 18 au 24 septembre 2021

## GECO Food Service : quid de l'activité des fournisseurs en France ?

BRARESTAURATION 24/09/2021

En cette rentrée 2021, le GECO Food Service met en lumière la situation des fournisseurs du secteur en France depuis les six premiers mois de l'année. Comme les restaurateurs, les fournisseurs travaillent avec peu de visibilité. Les marchés ont repris depuis peu, la vision sur le court et long terme reste alors difficile.

⇒ **Le CHEF**

## LE MONDE DU SURGELES (prochain numéro d'octobre)

### MARCHÉ CONSO HORS DOMICILE

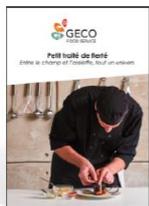
## Un traité pour faire la lumière sur le Food Service

Quelle belle initiative que celle du Geco Food Service ! À l'occasion du Sirha, l'association regroupant les entreprises fournisseurs des marchés de la consommation hors domicile est à l'origine d'une publication délivrant un joli coup de projecteur sur ce secteur ô combien essentiel pour le monde de la restauration mais trop souvent méconnu du grand public. L'ouvrage nommé « Petit traité de fierté », présente un condensé de témoignages de professionnels s'exprimant sur le quotidien de leur métier, réagissant aussi sur la période inédite qu'ils viennent de traverser. D'autres évoquent la mission dévolue à leur métier de fournisseur et les futurs défis auxquels sera confronté le monde de la restauration.



Mais à travers cet ouvrage, l'association entend aussi faire la lumière sur les valeurs qui prédominent chez les acteurs du Food Service. C'est vrai que depuis le premier confinement, on a beaucoup évoqué sur le petit écran, à la radio, comme dans les journaux, le désarroi des restaurateurs face à cette crise. Mais en revanche, peu se sont souciés des conséquences sur l'amont des restaurants, à savoir les fournisseurs, qu'ils soient grossistes comme industriels. « À travers ce guide, nous souhaitons montrer que derrière une assiette, il y a des milliers de femmes et d'hommes qui contribuent à permettre aux professionnels de la restauration hors domicile de nourrir et d'apporter du plaisir aux 67 millions de Français et à nos touristes » expliquait Roland Repelin dans un échange avec la presse à la veille du Sirha. Le président de l'association a bien raison de rappeler ce rôle essentiel. En d'autres termes, pas de restauration sans établissements ouverts, mais pas plus de restauration sans les fournisseurs pour les approvisionner.

■ Jean-François Aubry, rédacteur en chef



## [Fournisseurs] Le Géco Food Service met des mots derrière les chiffres

ZEPRO 22/09/2021

- ✓ A la veille du Sirha, le Géco Food Service a souhaité mettre en lumière l'amont de la restauration, entre « le champ et l'assiette du convive », à savoir ses fournisseurs agroalimentaires. Concernant la situation du marché, Laurent Repelin, président, et Frédérique Lehoux, directrice générale, évoquent une « rentrée sous haute tension » animée par trois sujets de vigilance pour les entreprises fournisseurs de la CHD
- ✓ Derrière ces chiffres, le Géco Food Service a donc voulu mettre des mots pour expliquer le rôle des entreprises agroalimentaires en amont de cette restauration, laquelle, au cours des 18 mois écoulés, avait été perçue comme essentielle aux yeux des Français. « L'objectif n'est pas de demander des aides ou des subventions, mais de mettre un coup de projecteur sur les femmes et les hommes qui écrivent l'histoire de ce qu'il y a dans nos assiettes », a expliqué Laurent Repelin.

Restauration

## Les fournisseurs de la restauration sous haute tension

Après avoir essuyé des pertes record au premier semestre 2021, les fournisseurs de la restauration souffrent du peu de visibilité à l'occasion de la rentrée.

Publié le 22 septembre 2021



Laurent Repelin, président du Geco Food Service  
© Geco Food Service

Le secteur de la **restauration** vit une rentrée 2021 sous **haute tension** pour plusieurs raisons, annonce Geco Food Service à l'occasion d'une conférence de presse le 21 septembre dernier.

En plus des soucis de **sous-effectif** qui touche les restaurants et leurs fournisseurs agroalimentaires ainsi que l'**augmentation des prix des matières premières**, le secteur souffre du **peu de visibilité** avec lequel il doit composer.

« *La réouverture est encore récente, les opérateurs manquent de recul. Les établissements passent leurs commandes au dernier moment* », illustre Laurent Repelin, président du Geco Food Service, relayant les retours des adhérents de l'association.



**Lire aussi : [Les fournisseurs de la restauration dans la tourmente](#)**

« *Cela s'est particulièrement vu pour la rentrée scolaire. Les collectivités ont passé leurs commandes le lundi pour une rentrée le jeudi* », ajoute Frédérique Lehoux, directrice générale du Geco Food Service.

### Des pertes record sur le premier semestre 2021

Le secteur de la restauration a subi de **très lourdes pertes** entre début janvier et fin mai 2021 par rapport à la même période en 2020, à cause de la fermeture, à **-17,6 milliards d'euros**.

Le chiffre d'affaires du marché global de la RHD et de la distribution automatique est en baisse de **-50 %** en valeur par rapport à 2019.

« *Si le développement de la vente à emporter et de la livraison à domicile ont permis aux établissements des leviers contre la fermeture de la restauration assise, cela a provoqué une diminution de 13 % du prix du ticket moyen* », précise Laurent Repelin.

La restauration et ses fournisseurs doivent aujourd'hui trouver un **juste équilibre** entre la qualité des produits, leur juste prix et leurs disponibilités.

Le Geco Food Service rappelle par ailleurs qu'il sera **très difficile pour les collectivités d'appliquer la loi Egalim au 1<sup>er</sup> janvier 2022 concernant la montée en gamme** et l'arrêt de l'utilisation du plastique. « *Nous parlons d'investissements conséquents pour changer certains outils industriels. Nous en sommes incapables aujourd'hui, pas après deux années de crise à -50 %* », regrette Laurent Repelin.

### **Les fournisseurs n'ont pas retrouvé leur activité de 2019. Ils s'adaptent aux nouveaux modes de consommation.**

Quatre mois après la réouverture des restaurants, les industriels de l'agroalimentaire qui fournissent cantines, restaurants d'entreprise, bars, bistrot et grands chefs ne sont toujours pas sortis de la crise. Sur les cinq premiers mois de 2021, l'activité du secteur est toujours à la moitié de son niveau de 2019, selon le cabinet NPD. *«Sur la période, le ticket moyen est inférieur de 13 % par rapport à 2019»,* ajoute Laurent Repelin, président du Geco Food Service, association regroupant une centaine d'industriels. *«Et alors que le food service pèse désormais moins de 10 % du chiffre d'affaires de l'ensemble de l'agroalimentaire français, cette activité n'est plus stratégique pour certains groupes agro-industriels. Le risque, c'est que les entreprises se désengagent.»*

Pourtant, la frénésie de consommation des Français depuis le déconfinement a relancé la prise de repas hors de chez soi. Mais avec le Covid, les habitudes ont évolué. *«La livraison à domicile et la vente à emporter ont raflé la mise, précise le dirigeant. Avec près de 62 % de la restauration globale, c'est le segment qui s'est le plus rapidement développé.»* Désormais, sur le milliard de visites comptabilisées par an dans la restauration commerciale, près des trois quarts (74 %) se sont achevées par une vente à emporter. Or, pour les restaurateurs comme pour leurs fournisseurs, ces repas express offrent des marges sensiblement plus serrées que celles de la restauration à table. Un challenge, pour des entreprises qui réalisent jusqu'à 80 % de leur activité avec les acteurs du hors-domicile.

### **Offres passerelles**

Si ces tendances préexistaient à la crise du Covid, les confinements et l'explosion du télétravail ont dopé ces nouvelles façons de se restaurer hors de chez soi. *«Cela incite les fournisseurs à revoir leurs offres pour s'adapter à de nouveaux usages liés à la restauration rapide»,* appuie Frédérique Lehoux, directrice générale du syndicat. Les fournisseurs,

habitué à faire des gros formats pour les cantines ou les restaurants, jouent aussi la carte de la «distri-ration», avec des offres passerelles pour les deux débouchés des restaurants et de la grande distribution. Chez McCain par exemple, les frites type «bistrot», inventées pour alimenter les bars et restaurants, commencent à s'inviter dans les linéaires des supermarchés.

→ À LIRE AUSSI : **Le passe sanitaire vide-t-il les restaurants?** 🍴

«La restauration a toujours été un terrain d'expérimentation des pratiques et des usages alimentaires, appuie Laurent Repelin. C'est pour cela aussi qu'il est crucial de préserver le tissu de ceux qui la fournissent en France.» Dans ce contexte, «où nous n'avons aucune photo stable de ce que seront nos marchés à moyen et long terme, nous n'attendons pas de retour à l'avant-Covid avant 2024», conclut le dirigeant. Avec un vrai enjeu autour de la restauration d'entreprise. Parmi les rares quasi-certitudes: le nombre de repas pris à l'extérieur, en hausse régulière de 3 % avant la pandémie, devrait repartir à la hausse. Avec des nouveaux relais de croissance, comme celui du petit-déjeuner, que les Français prennent encore plus chez eux que leurs voisins européens.

## **Le FoodTweet #18, ce qu'il ne fallait (vraiment) pas manquer sur Twitter !**

### SNACKING

- #1 | Avec son portefeuille numérique, PayPal veut devenir un acteur financier incontournable et la super app' du quotidien
- #2 | La SNCF abandonne son grand projet commercial à la Gare du Nord
- #3 | À quoi ressemblera la restauration dans 20 ans ?
- #4 | La food fonctionnelle veut faire manger mieux pour travailler plus !
- #5 | Fintech : La startup française Skello a levé un tour de table de 40 millions d'€
- #6 | Comment La Pataterie s'est retrouvée star de Twitter grâce à un touriste américain ?
- #7 | #Shopper : quatre profils post-pandémie identifiés selon l'étude Kantar
- #8 | Comment et pourquoi profiter de l'UGC ?
- #9 | C'est déjà Noël ?!!! Instagram publie guide #ecommerce de fête de fin d'année 2021
- #10 | Uber Eats continue de "parler bouffe" avec les Français en misant sur l'humour



## **HABITUDES DE CONSOMMATION / FILIERE / AGRICULTURE**

### **Comment répondre à la hausse des coûts de production dans l'alimentation ?**

L'HUMANITE 22/09/2021

Tandis que les syndicats de retraités et de salariés ont programmé deux journées d'actions revendicatives le 1<sup>er</sup> et le 5 octobre prochain, les syndicats paysans ont le regard tourné vers le passage de la loi Egalim 2 au Sénat après avoir été modifiée par l'Assemblée nationale. Car beaucoup de paysans, dont les producteurs de lait et de viandes bovines, porcines et de volailles, sont désormais confrontés à des coûts de production en forte hausse, ce que les grandes surfaces refusent de prendre en compte.

## Comment gagner la nouvelle bataille du déjeuner post-Covid ?

SNACKING 21/09/2021

Fortement touchés par les confinements successifs et l'explosion du télétravail, les protagonistes du déjeuner hors-domicile doivent aujourd'hui livrer une nouvelle bataille pour repenser leurs approches et méthodes, jusqu'à même réinventer, parfois, leur business models. De leurs analyses croisées et partagées au travers d'un livre blanc, le fondateur du cabinet Food Service Vision, François Blouin, et l'expert britannique en Food Service, Peter Backman, se sont livrés à un travail d'analyses des marchés français et anglais visant à dresser une liste prospective des prochaines étapes pour tous les acteurs de la restauration : chaînés, opérateurs, distributeurs ou investisseurs...

## Malgré le pass sanitaire, la restauration poursuit sa reprise avec des prévisions optimistes

SNACKING 21/09/2021

Le cabinet spécialisé Food Service Vision publie les résultats de sa 8e Revue Stratégique « Food service & Covid-19 qui dresse un bilan de la période estivale. Même si la profession continue d'évoluer dans un environnement souffrant de restrictions, avec notamment l'introduction du pass sanitaire, l'activité revient progressivement vers les niveaux d'avant crise et la conjoncture du quatrième trimestre s'annonce positive. Au global, l'étude projette une baisse d'activité contenue à - 26 % sur l'année 2021 par rapport à 2019, en hausse de 6 points par rapport à 2020.

## Restauration hors domicile : The NPD Group publie le bilan de janvier-août 2021 et prédit un retour à la normale pour 2023

**Paris, le 27 Septembre 2021** — The NPD Group, l'un des leaders mondiaux des études de marché, dresse un état des lieux du marché de la restauration bousculé par une année en dents de scie, entre confinement, reprise et évolutions futures.

### Fort ralentissement en début d'année

Considérablement impacté par la crise de la Covid-19, le marché de la restauration hors domicile affiche des pertes de 39 % en visites et de 45 % en dépenses sur les sept premiers mois de l'année 2021 (par comparaison avec la même période de l'année de référence 2019).

Sans surprise, la restauration à table, qui a fonctionné à 15 % seulement de sa capacité normale en dépenses entre janvier et mai, est le secteur le plus impacté, avec une chute de près de 70 % en visites et en valeur par rapport à 2019.

Le recul est moindre pour la restauration rapide, avec des pertes d'environ 17 % sur la même période. En effet, trois segments de ce circuit ont su s'adapter et limiter leurs pertes en misant notamment sur la vente à emporter : les fast-foods spécialisés burger, les boulangeries et les pizzas livrées. La vente à emporter et la livraison ont ainsi permis à la restauration rapide de maintenir une activité, la consommation nomade passant de près de 70 % des visites en 2019 à 90 % en 2021.

**Maria Bertoch, experte Foodservice France au sein de The NPD Group**, commente : « Covid oblige, tout le marché de la RHD s'est mis à l'heure nomade : sur les sept mois de référence, la livraison a doublé en visites tandis que le drive progressait de 75 %. Cette tendance a naturellement profité à la restauration rapide dont les bons chiffres s'expliquent par le fait que des chaînes ont continué à ouvrir des points de vente malgré la crise. »

### Une reprise estivale qui profite à la restauration rapide (juin-juillet 2021)

Sur les deux premiers mois de réouverture des restaurants (juin et juillet 2021), le marché global a atteint seulement 77 % de sa valeur par rapport à l'été 2019. Affichant une reprise beaucoup plus nette, la restauration rapide a perdu seulement 8 % en comparaison de l'été 2019. Les options rapides et nomades, plébiscitées par un public jeune, portent le dynamisme du marché. Notamment, les segments « pizza à emporter » et « burger » ont fait une remontée fulgurante, retrouvant le niveau de l'été 2019. La reprise est plus lente pour la restauration à table : le circuit ne retrouve que 70 % de la valeur de l'année de référence 2019. Côté profils, les chiffres estivaux révèlent clairement une fracture générationnelle : les « plus de 55 ans » sont moins retournés au restaurant (-30 % en visites par comparaison avec l'été 2019) que les plus jeunes (-20 %).

### Les premiers effets du pass sanitaire

Introduit à partir du 9 août dans les établissements de restauration, le pass sanitaire a temporisé le dynamisme de la période estivale, puisque le marché enregistre sur ce dernier mois des résultats quasiment identiques à ceux d'août 2020, en visites (+1 %) comme en dépenses (-1 %). Un coup de frein à la reprise amorcée précédemment, puisque entre juin et août 2021, on observe une croissance de 10 % en dépenses par rapport à 2020, alors que le marché a bondi de 17 % entre juin et juillet 2021.

**Maria Bertoch, experte Foodservice France au sein de The NPD Group, analyse :** « *Parallèlement à ce coup de frein, on constate que le ticket moyen a reculé de 2 % en août, avec un marché qui a basculé vers la restauration rapide, moins impactée par l'introduction du pass sanitaire grâce à la vente à emporter et à la livraison. Ce ralentissement devrait cependant s'atténuer à mesure que la vaccination avance* ».

### **Retour à la normale d'ici deux ans : prévisions du marché de la RHD à l'horizon 2023**

The NPD Group prévoit [\[1\]](#) une année 2021 tournée vers la sortie de crise, avec une progression totale projetée à 14 % en visites par rapport à 2020. Dans les années à venir, le marché global reprendra sa croissance, qui devrait atteindre son maximum en 2022, avec +19 % en visites et +21 % en valeur par rapport à 2021. En 2023, le marché de la RDH devrait s'approcher au plus près de son niveau de 2019.

[1] « *Rapport sur les prévisions du marché de la restauration hors domicile 2021-2022-2023* » basé sur les données historiques du panel CREST. The NPD Group s'appuie sur celui-ci pour élaborer ses études ainsi que sur son expertise sectorielle du domaine de la restauration en France depuis 2004. Plus d'informations sur demande.

### **Milkshakes protéinés, eau minérale dopée en potassium... La food fonctionnelle veut faire manger mieux pour travailler plus**

L ADN 13/09/2021

Sous couvert de nous faire du bien sans nous faire perdre de temps, la food fonctionnelle nous propose un rapport très mécaniste à notre alimentation. Mais cette vision répond-elle aux enjeux collectifs d'aujourd'hui ? Pas vraiment. Interview de Nora Bouazzouni.

## **DEVELOPEMENT DURABLE**

### **L'Inox est moins impactant dans la restauration scolaire, mais...**

EMBALLAGES MAGAZINE 21/09/2021

Le groupe de travail Reclim publie les résultats d'une étude d'impact environnemental sur les contenants en plastique et ceux en métal, réemployables.

## **RESTAURATION COMMERCIALE**

### **Le bilan de l'été : un fort rebond en juillet mais toujours à la traîne par rapport à l'avant-covid**

L'HOTELLERIE RESTAURATION 22/09/2021

Sur l'ensemble de la période estivale, le chiffre d'affaires de la restauration s'est redressé très fortement pour se situer à -14 % par rapport à la même période de 2019, avec un point culminant atteint en juillet à -10 %, mois record depuis le début de la crise. Un constat établi par Food Service Vision lors de son étude réalisée pour sa Revue stratégique « Food service & Covid-19 ».

### **« L'été de la reprise » : un retour progressif à l'activité décrypté par Food Service Vision**

BRA RESTAURATION 21/09/2021

Food Service Vision livre sa 8ème Revue Stratégique dédiée à la crise du Covid-19, comptant 45 interviews réalisées entre août et septembre 2021. Décideurs, leaders d'opinion, experts : près de 500 convives et 400 professionnels de la restauration indépendante ont été interrogés. L'objectif : éclairer le secteur sur les conséquences économiques de la crise sanitaire... tout en apportant des pistes de réponses quant à la reprise de l'activité.

## **RESTAURATION COLLECTIVE**

### **Améliorations, initiatives, impact social : quelle vision de la cantine par les Français**

LE CUISINIER 20/09/2021

Sodexo dévoile les résultats d'une étude réalisée du 24 au 29 juin 2021 par Elabe, révélant quel regard portent aujourd'hui les Français sur la cantine scolaire.

# **INFOS INTERNES**

## **Sodexo veut accélérer dans l'évènementiel**

CAPITAL 23/09/2021

(AOF) - Sodexo vient d'annoncer le lancement de sa nouvelle marque, Sodexo Live !, qui regroupe toute l'expertise du Groupe dans le sport, l'évènementiel et les loisirs. Le spécialiste des services de restauration collective "affirme ainsi sa confiance dans ce marché et dans son potentiel de rebond. Le public a en effet besoin de se retrouver et de créer du lien".

## **Agromousquetaires lance une nouvelle marque pour le hors-domicile**

LSA - 21/09/2021 :

Le pôle agro-industriel du groupement des Mousquetaires va présenter une nouvelle marque commerciale. Il s'agit d'Agromousquetaires Professionnels. En structurant ainsi son offre, Agromousquetaires entend ainsi affirmer ses ambitions dans le circuit de la consommation hors-domicile, sur le marché BtoB en GMS et à l'export.

## **Newrest étoffe son segment médico-social avec le rachat de Biomega Restauration**

NEORESTAURATION 22/09/2021

Avec la création de son offre Essential, Newrest s'est positionné sur le segment médico-social de la restauration collective en France. Ce marché en pleine croissance attire les intérêts des équipes de restauration collective du Groupe. En effet, ce marché demande de nombreuses compétences dont dispose Newrest pour s'y imposer. L'acquisition de Biomega Restauration par le Groupe lui permet d'étendre sa couverture nationale sur cette offre.

## **Crêpe Touch, un storytelling pointu autour du duo crêpe-gaufre pour conquérir la France**

SNACKING 21/09/2021

5 ans après la naissance de la première unité et après avoir installé un modèle rentable, le concept de restauration spécialisé dans la crêpe et gaufre avec service à table de Mickaël Lipari, passe en mode développement. Fort d'un décor remasterisé au sein du retail park Shopping Promenade de Claye-Souilly, et d'un premier food truck, la chaîne vise 40 unités à 2025.

## **i-lunch déploie le nutriscore sur ses 600 recettes**

SNACKING 21/09/2021

La société i-lunch, déjà présente dans une centaine d'entreprises clientes en propre ou via son partenariat avec le groupe Elicor, ouvre une dizaine de nouvelles cantines sur le mois de septembre. Pour accompagner ce développement, la startup va appliquer le nutri-score pour l'ensemble de ses recettes et renforcer ses engagements pour lutter contre le gaspillage alimentaire en rachetant les invendus.

## **Exclu. L'omnicanalité au menu d'Exki depuis les frigos connectés en entreprises jusqu'à ceux des consommateurs**

SNACKING 21/09/2021

La mise en RJ de sa filiale française est de l'histoire ancienne pour la chaîne qui repart de plus belle avec un foisonnement d'initiatives. En même temps qu'elle reprend son développement avec 10 projets d'ouvertures, elle lance notamment en France, les frigos connectés en entreprises avec Exki Fridge et, dès décembre, la livraison de produits bruts aux consommateurs pour poursuivre l'expérience de la marque à domicile. Mais chez Exki, on reste « jeunes et fous », comme le clame le nouveau slogan anniversaire de ses 20 ans.

## INFOS DIVERS

### **Le Monde - 19/09/2021 : Les prix de l'alimentation dans une spirale haussière Le Monde - 19/09/2021**

La flambée des tarifs des matières premières agricoles, des emballages et de l'énergie pourraient accélérer des hausses déjà visibles sur les produits de première nécessité. Alors que les négociations annuelles entre industriels et grande distribution pour déterminer les prix des produits à marque vont débuter début octobre pour s'achever le 1er mars 2022, le bras de fer débute. **« Il y a forcément besoin de hausses de prix. Ne pas le dire, c'est nier la réalité économique » martèle Jean-Philippe André, nouveau président de l'ANIA.** Alors que certains distributeurs, comme Leclerc, qui s'opposait à la loi EGalim, brandissaient le spectre de l'inflation, il n'en a rien été. **« Nous perdons de la valeur, nous cumulons une déflation depuis plus de sept ans », affirme M. André.** La guerre des prix entre les enseignes de grande distribution n'a pas faibli. D'ailleurs, selon l'institut d'études IRI, **la déflation sur les produits alimentaires dans la distribution a encore été de 0,46 % sur les huit premiers mois de l'année 2021, dont le mois d'août.**

### **LSA - 22/09/2021 : Julien Denormandie: « Avec EGalim 2, nous voulons sortir de la guerre des prix pour aller vers plus de transparence »**

*On évoque souvent des risques d'augmenter les importations ? Elles n'ont jamais été aussi importantes qu'aujourd'hui. Par ailleurs, le consommateur est de plus en plus attaché à l'origine, ce qui vient tempérer ce risque, pour peu que la transparence sur l'origine soit effective, ce que prévoit la loi. **Le risque ce serait donc de ne rien faire et de laisser les importations s'accroître d'année en année.***

*On dit que le Sénat a apporté un certain nombre de changements et a simplifié le texte ? Oui, le Sénat a joué son rôle en faisant des propositions par exemple sur les marques de distributeurs ou sur les pénalités logistiques. **Nous partageons la vision du Sénat sur certains points et, à l'inverse, nous pensons sur d'autres points qu'il s'agit de reculs.** Ne perdons pas de vue notre objectif qui est, notamment, la non-négociabilité du prix des matières premières afin de préserver les revenus des agriculteurs. **Quant à la simplification, je vous le redis, la loi EGalim 2 n'est pas complexe. Elle régule. Et ceux qui la disent complexe sont peut-être ceux qui ne veulent pas de régulation....** Cette loi est essentielle pour notre souveraineté alimentaire. C'est cela qu'il ne faut pas perdre de vue.*

### **AFP - 23/09/2021 : Rémunération des agriculteurs: le Sénat adopte un texte sensiblement modifié**

### **Les Echos - 20/09/2021 : Les Français estiment que leur pouvoir d'achat a baissé**

Selon un sondage OpinionWay-Square pour « Les Echos » et Radio Classique, 58 % des Français jugent négative l'action économique d'Emmanuel Macron depuis 2017. Ce jugement global négatif sur l'action économique d'Emmanuel Macron s'explique en partie, selon Frédéric Micheau, par la perception de l'évolution du pouvoir d'achat par les Français. Car quand bien même celui-ci a pu, en moyenne, augmenter, et a été soutenu pendant la crise sanitaire, 56 % des Français jugent que leur pouvoir d'achat a plutôt diminué pendant le quinquennat d'Emmanuel Macron. Un tiers pense qu'il est resté plutôt stable et seuls 8 % jugent qu'il a plutôt augmenté.

