



COMMUNIQUE DE PRESSE

Les Clayes-Sous-Bois, le 28/06/2022

## Sondage Bureau Vallée / Opinion Way Rentrée Des Classes 2022

***Pour 84% des parents, la hausse des prix constatée depuis le début de l'année aura un impact sur leurs comportements d'achat de fournitures scolaires pour la rentrée.***

Cette année encore la crise impactera les achats de la rentrée scolaire ! Alors qu'en 2020 et en 2021 l'inquiétude des parents venait de la crise sanitaire, cette année c'est la crise économique qui va bouleverser la rentrée. C'est ce que démontre le sondage Bureau Vallée réalisé pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive par Opinion Way\*. Le leader français de la papeterie et des fournitures de bureau a souhaité interroger les Français sur leurs comportements d'achats en matière de fournitures scolaires pour la rentrée prochaine.

### Les 3 enseignements principaux :

- La hausse des prix observée depuis le début de l'année aura un fort impact sur les achats de fournitures scolaires.
- Les Français vont revoir leurs critères d'achat, la recherche de prix bas sera beaucoup plus importante, au détriment des critères environnementaux ou de lieu de production.
- Dans ce contexte, les enseignes discount tireront leur épingle du jeu, mais devront proposer des produits de qualité à des Français qui ne souhaitent pas sacrifier ce critère.

*« Comme le démontre notre étude, en cette période inflationniste, les parents ont trois préoccupations majeures : les prix bas, la qualité et l'impact environnemental. Nous nous battons depuis plus de 30 ans sur les prix pour préserver le pouvoir d'achat des familles, nous avons de solides relations avec nos fournisseurs pour sécuriser des produits de qualité et nous sommes précurseur en matière d'engagement pour réduire l'impact environnemental des produits que nous vendons. Cette année, nous avons constaté très tôt une forte inquiétude des familles en lien avec la forte inflation que connaît notre économie. Aussi, nous avons mis en œuvre tous les moyens en notre possession pour les rassurer et faire en sorte que la rentrée scolaire reste le moment de plaisir que partagent les parents et les enfants ! » explique Adrien Peyroles, Directeur Général France de Bureau Vallée.*

## La hausse des prix, un impact multifacette sur les achats de fournitures scolaires

Pour une large majorité de parents (84%), la hausse des prix constatée depuis le début de l'année va avoir un impact sur leurs comportements d'achat de fournitures scolaires pour la rentrée.

- 59% vont privilégier les promotions, les packs et les lots ;
- 23% comptent moins dépenser ;
- 18% comptent moins acheter.

### ZOOM SUR LES TYPES DE FAMILLES

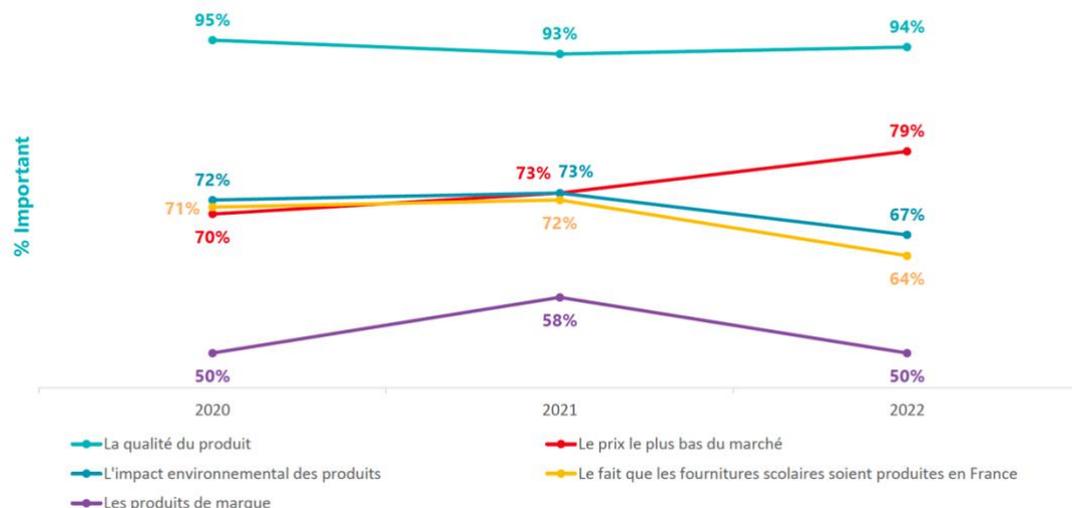
- Les foyers les plus modestes (moins de 2 000€ par mois)

- 91% ressentent un impact direct sur leurs comportements d'achats ;
- Ils vont tenter de remédier à cela en réduisant leurs dépenses (26%) ou leurs achats (22%).
- Pour les familles monoparentales :
  - Trois parents seuls sur dix vont dépenser moins (31% contre 22% des familles classiques ou recomposées).
- Les habitants de province seront plus enclins à changer leurs comportements d'achat pour cette rentrée 2022 (23% ont prévu de les changer contre 17% des Franciliens).

## Le prix bas seront privilégiés mais sans sacrifier la qualité des produits

Dans ce contexte d'inflation, les parents ont revu leurs priorités.

- Les parents français ne souhaitent pas sacrifier la qualité des produits, qui restera le critère numéro un pour les achats de fournitures 2022 (94%, +1 point) ;
- La recherche des prix les plus bas notamment sera un comportement beaucoup plus fréquent qu'en 2021 : 79% des parents considèrent cette année que le prix le plus bas sera un critère d'achat important (29% très important), contre 73% en 2021 et 70% en 2020.
- Alors que l'an dernier l'impact environnemental et la production locale étaient des critères équivalents au prix, ils sont aujourd'hui largement distancés pour les achats 2022 (respectivement - 6 points et -8 points d'importance cette année). Le fait que les fournitures scolaires soient de marque est un critère également en baisse (-8 points).



Les changements de comportement d'achat pour la rentrée 2022 auront notamment un impact sur le type d'enseignes fréquentées.

- 75% des parents sont d'accord pour privilégier les enseignes proposant des prix discount (dont 30% tout à fait d'accord) ;
- Un parent sur deux (51%) privilégiera les enseignes de proximité, une proportion en baisse de 3 points et à son plus bas niveau depuis le lancement du baromètre en 2020 ;
- Les achats sur Internet resteront stables (50%), et les achats sans contact seront logiquement moins privilégiés compte tenu du contexte sanitaire plus favorable (48%, -6 points par rapport à 2020).

## ZOOM SUR LES TYPES DE FAMILLES

- Pour les familles monoparentales, la qualité est plus secondaire.

- 91% d'entre eux considèrent la qualité comme importante, seulement 29% la déclarent « très importante » (contre 41% sur l'ensemble de la population).
- Les Parisiens accordent davantage d'importance à l'impact environnemental des produits (73%, stable) et à la production locale (71%, -7 points). Malgré la hausse des prix, l'environnement reste un critère à ne pas négliger pour autant selon eux.

---

*\*Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Sondage OpinionWay pour Bureau Vallée » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.*

#### **Méthodologie de l'enquête**

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de **1051 personnes**, représentatif de la population française des parents ayant des enfants âgés de 7 à 17 ans, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. L'échantillon a été interrogé en ligne sur système **Cawi** (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées **du 10 au 17 juin 2022**. OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.

#### **A PROPOS DE BUREAU VALLEE**

Bruno Peyroles crée en 1990 le 1<sup>er</sup> magasin Bureau Vallée et introduit en France le 1<sup>er</sup> concept de « superstore » de papeterie et de fournitures de bureau, dont les valeurs concilient discount de marques et développement durable, sous le nom de « discount durable ». Qualité, choix, conseil, services, vrac libre services ... Bureau Vallée vend les grandes marques dont beaucoup produisent en France et en Europe. L'enseigne compte aujourd'hui 330 magasins répartis en France et à l'étranger.

#### **Contacts Presse :**

Rachel Aline Diot – 07 77 92 35 65 – [rachelalinediot@shadowcommunication.fr](mailto:rachelalinediot@shadowcommunication.fr)

Karima Doukkali – 07 77 36 64 10 – [karimadoukkali@shadowcommunication.fr](mailto:karimadoukkali@shadowcommunication.fr)

Aurélie Vinzent – 06 58 66 80 49 – [aurelievinzent@shadowcommunication.fr](mailto:aurelievinzent@shadowcommunication.fr)