

Les attentes des Français en matière de prospectus



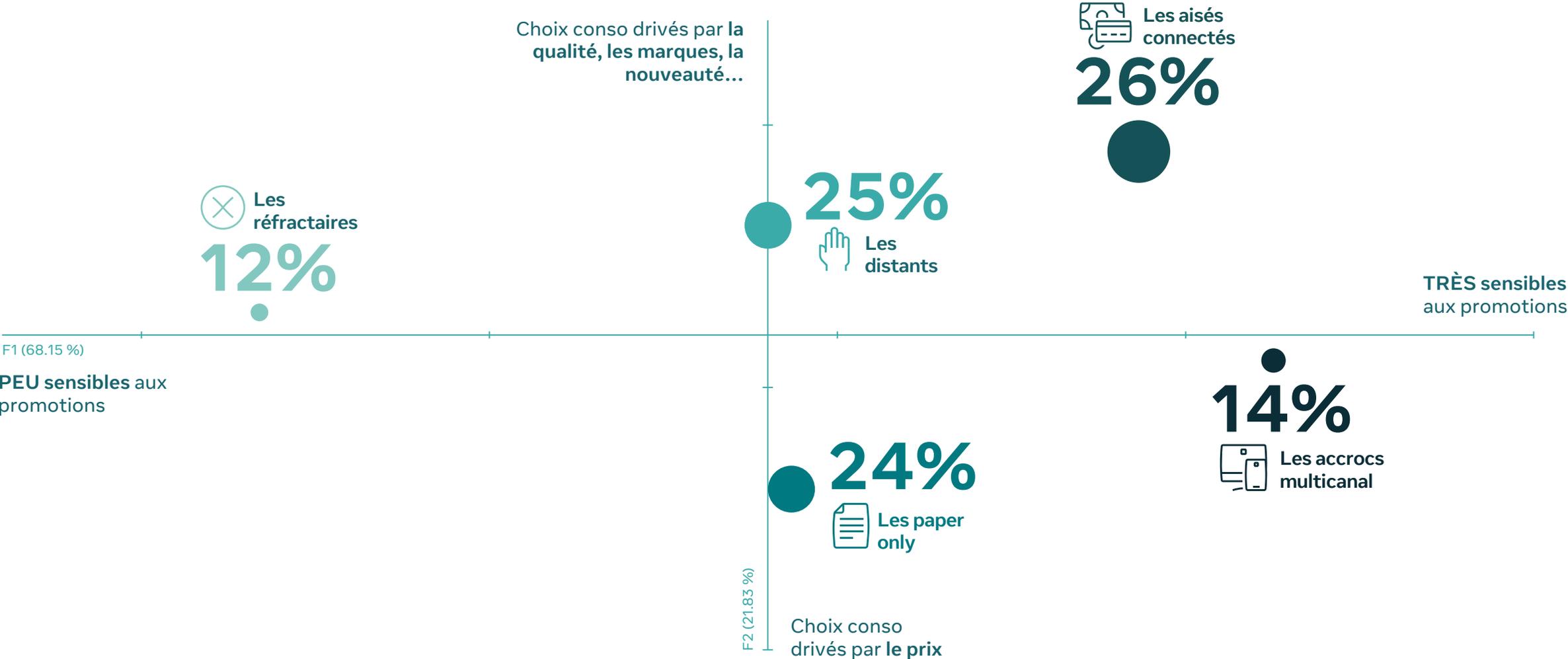
FACEBOOK



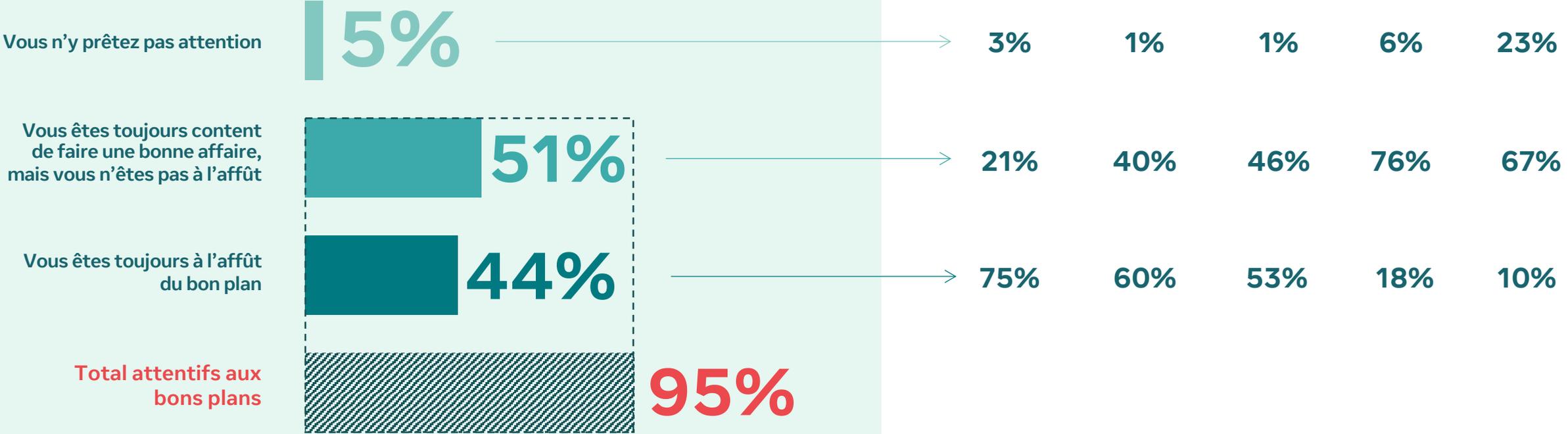
Une typologie de consommateurs, selon leur rapport aux prospectus et à leurs modes de consommation a permis de constituer 5 groupes :

	 Accro Multicanaux	 Aisés connectés	 Paper only	 Distants	 Réfractaires
Profil	Jeunes, CSP -, avec enfants	Familles avec enfants, plutôt CSP+	Plutôt âgés. Femmes & foyers à faible revenu sur-représentés	Hommes avec revenus moyen/haut sur-représentés	Plus âgés, vivant seuls
Appétence catalogue digital	Bonne notoriété fort intérêt	Bonne notoriété	Faible notoriété	Faible notoriété et intérêt	Faible intérêt
Appétence prospectus papier	Très sensibles aux IP, utilisation régulière	Très sensibles aux IP	Très attachés à l'IP papier	Peu sensibles aux IP qu'ils jettent le plus souvent.	Pas intéressés
Habitudes d'achat	Attentifs à la qualité des produits mais ne dépassent jamais le budget fixé	Accordent beaucoup d'importance aux marques et privilégient la qualité au prix.	Faible intérêt pour les marques, consomment des MDD.	Accordent de l'importance aux marques, privilégient la qualité et les produits français.	N'accordent pas d'importance aux marques

40% des consommateurs sont à la fois omnicanaux et très attachés aux promotions

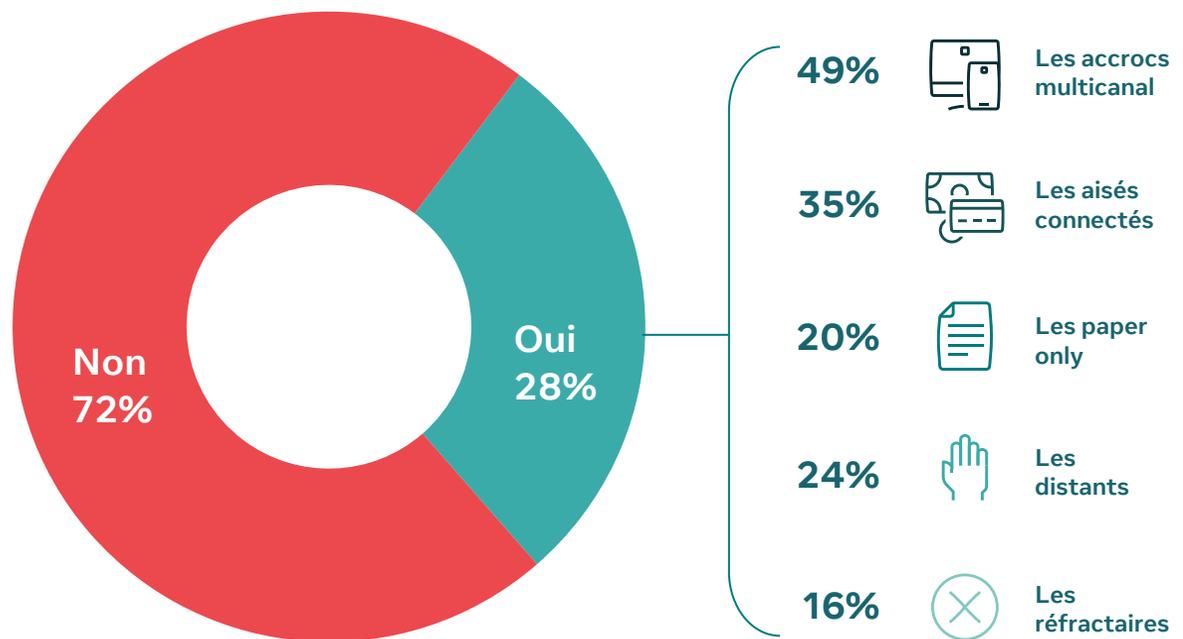


Les Français toujours accros aux promotions

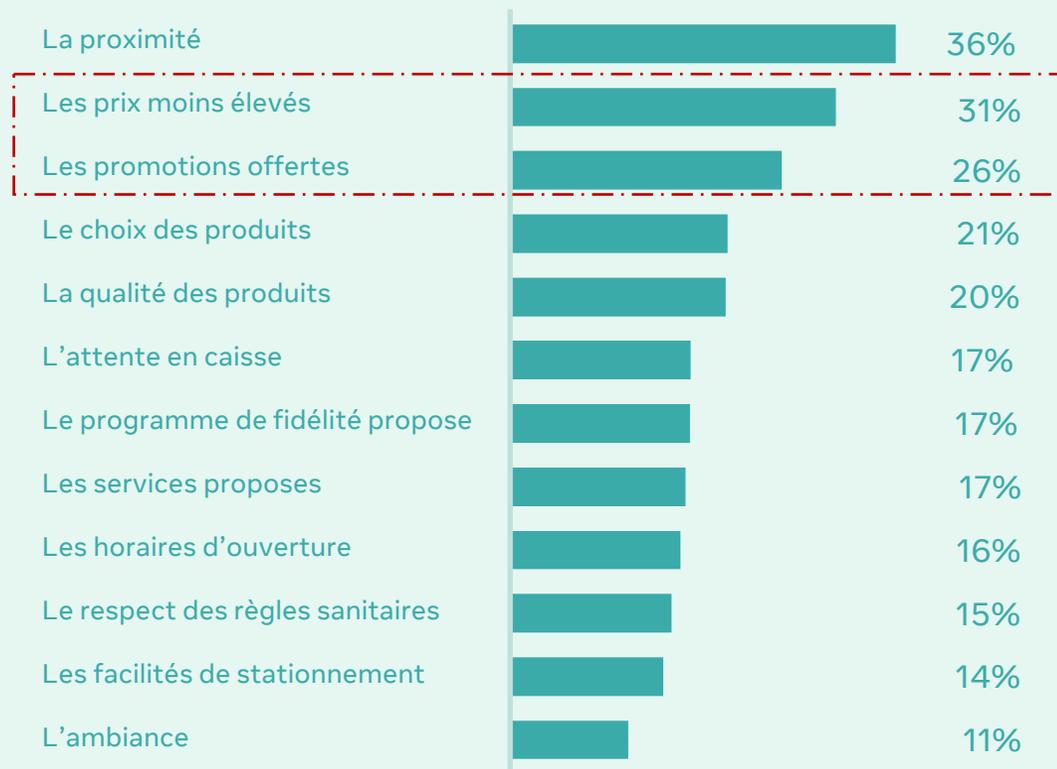


Base : 2006 / A7. Dans quelle mesure êtes-vous attentif.ve aux promotions ? (SA)

Plus d'1/4 des Français ont récemment changé d'enseigne



Raisons de changement de supermarché



Près de la moitié des Français prêts à parcourir des km en plus pour profiter de promotions attractives

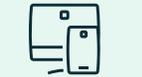
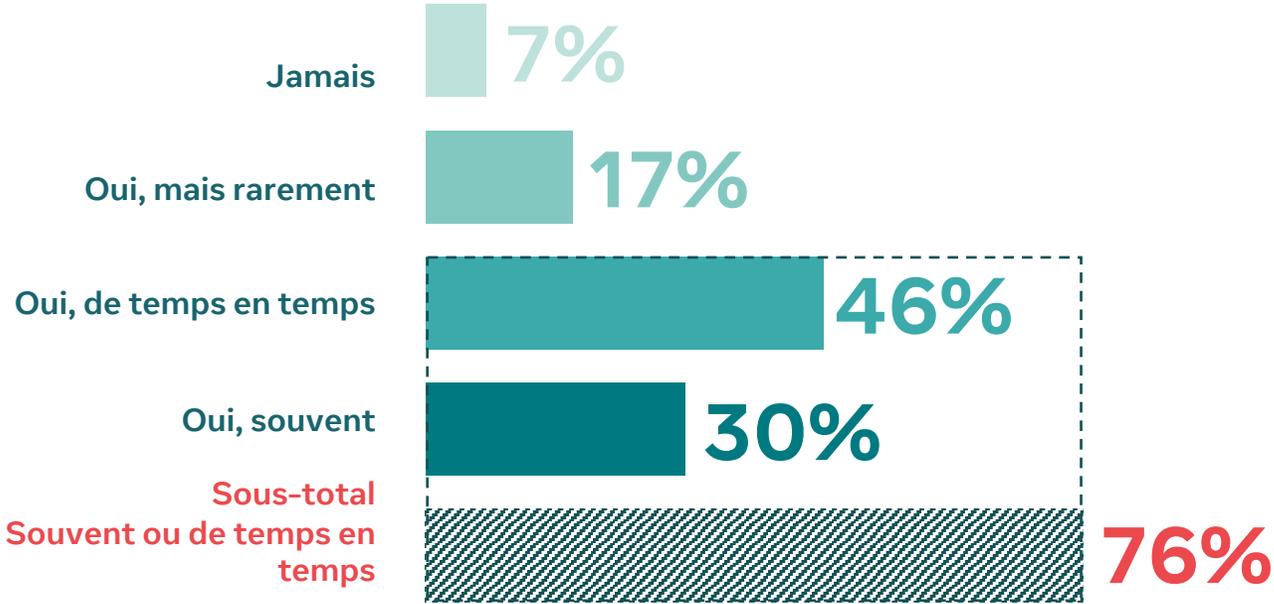
Prêts à parcourir plus de kilomètres pour des promotions attractives



- 73%  Les accros multicanal
- 66%  Les aisés connectés
- 47%  Les paper only
- 67%  Les distants
- 15%  Les réfractaires

Le prospectus papier ou digital est un driver de trafic en magasin

Incitation des prospectus (IP ou digital) à se rendre en magasin



Les accros multicanal

87%



Les aisés connectés

92%



Les paper only

79%



Les distants

65%



Les réfractaires

31%

Base : 1889 / C3. Est-ce que la lecture de ces prospectus (en format papier ou digital) vous pousse à vous rendre en magasin pour acheter les produits qui vous intéressent ? (SA)

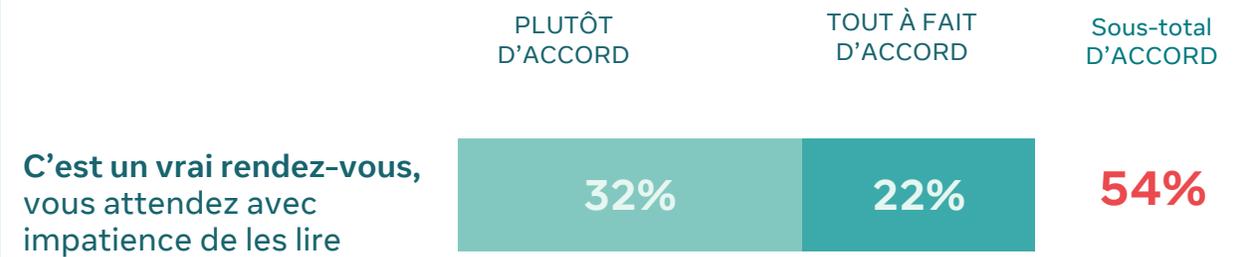
Papier ou digital, c'est un moment de plaisir pour les consommateurs

Lecture des IP



Base : 1832 / B7. Concernant les prospectus dans leur version papier, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? (SA)

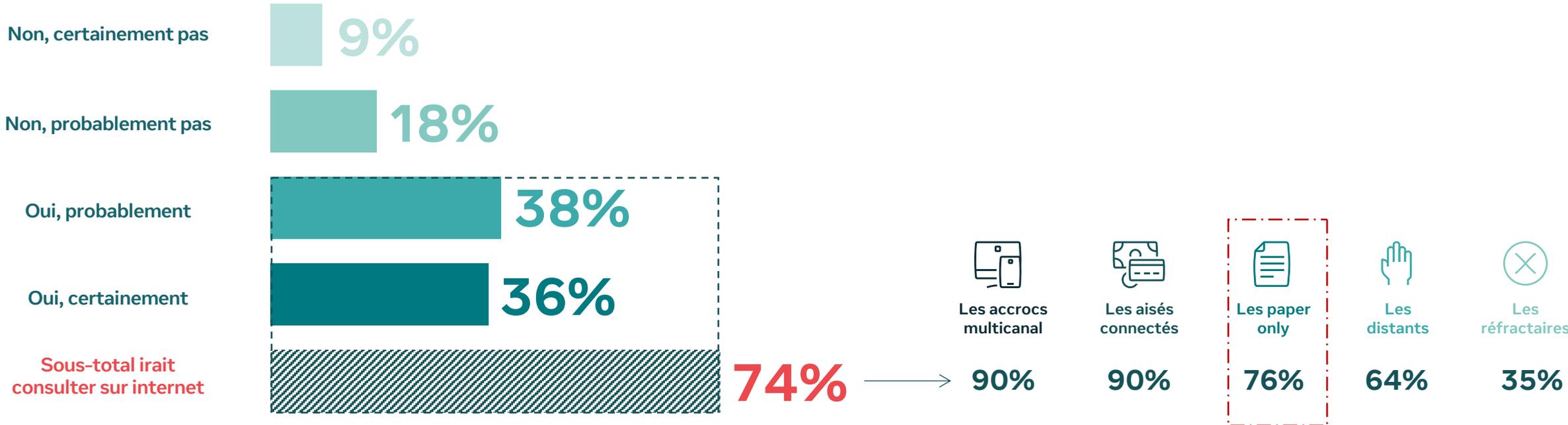
Lecture des e-catalogues



Base : 1432 / B10. Concernant l'e-catalogue, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? (SA)

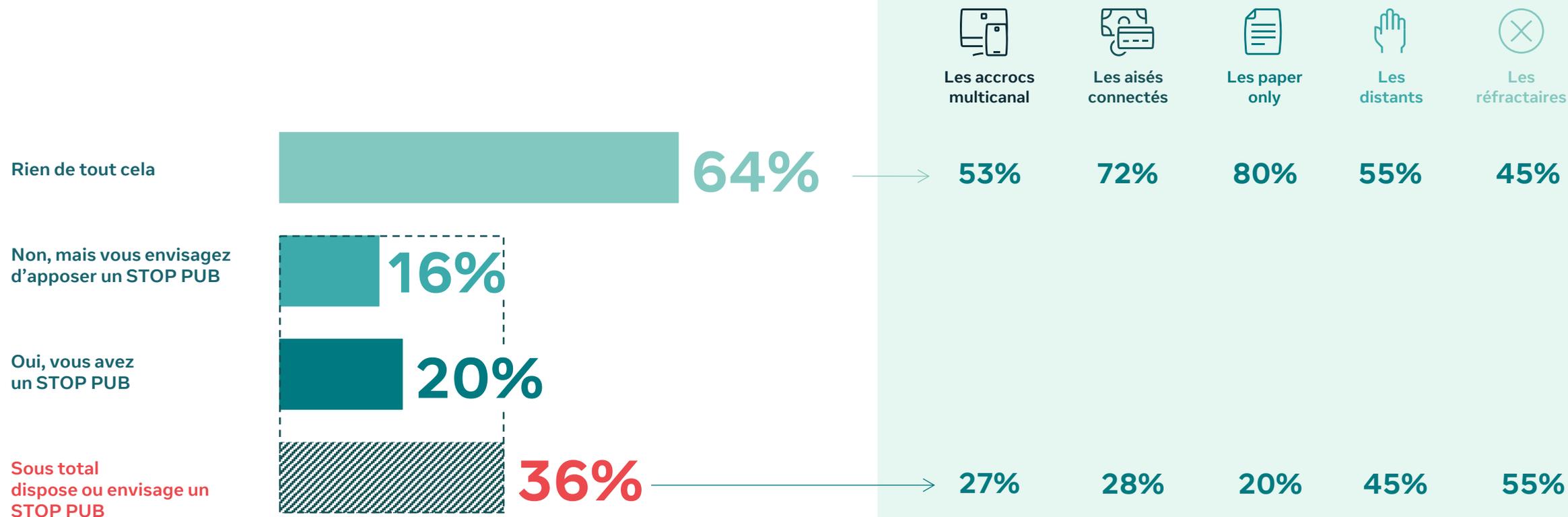
Malgré l'ancrage historique du papier, les Français sont prêts à passer au format digital pour consulter des promotions

Consultation digitale si disparition du papier



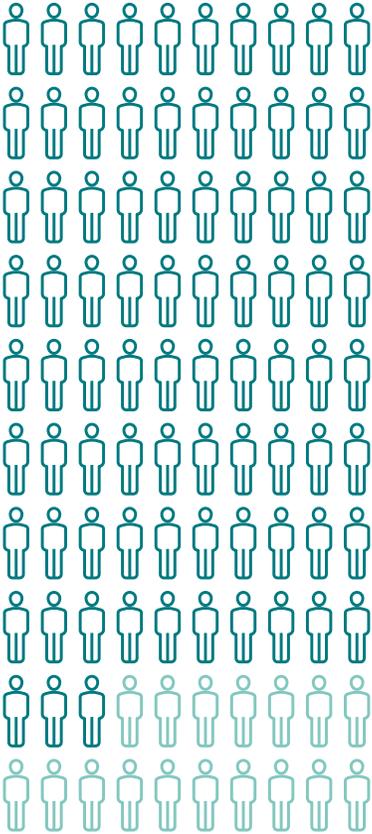
Base : 2006 / B11. Si demain les prospectus publicitaires en format papier n'étaient plus distribués dans les boîtes aux lettres, iriez-vous consulter les prix et promotions des enseignes sur Internet ?(SA)

Stop pub : 1 Français sur 3 rejette la publicité en boîte aux lettres ou envisage de le faire.



Base : 2006 / A8. Y a-t-il sur votre boîte aux lettres un autocollant indiquant ce que vous souhaitez concernant la publicité ? (SA)

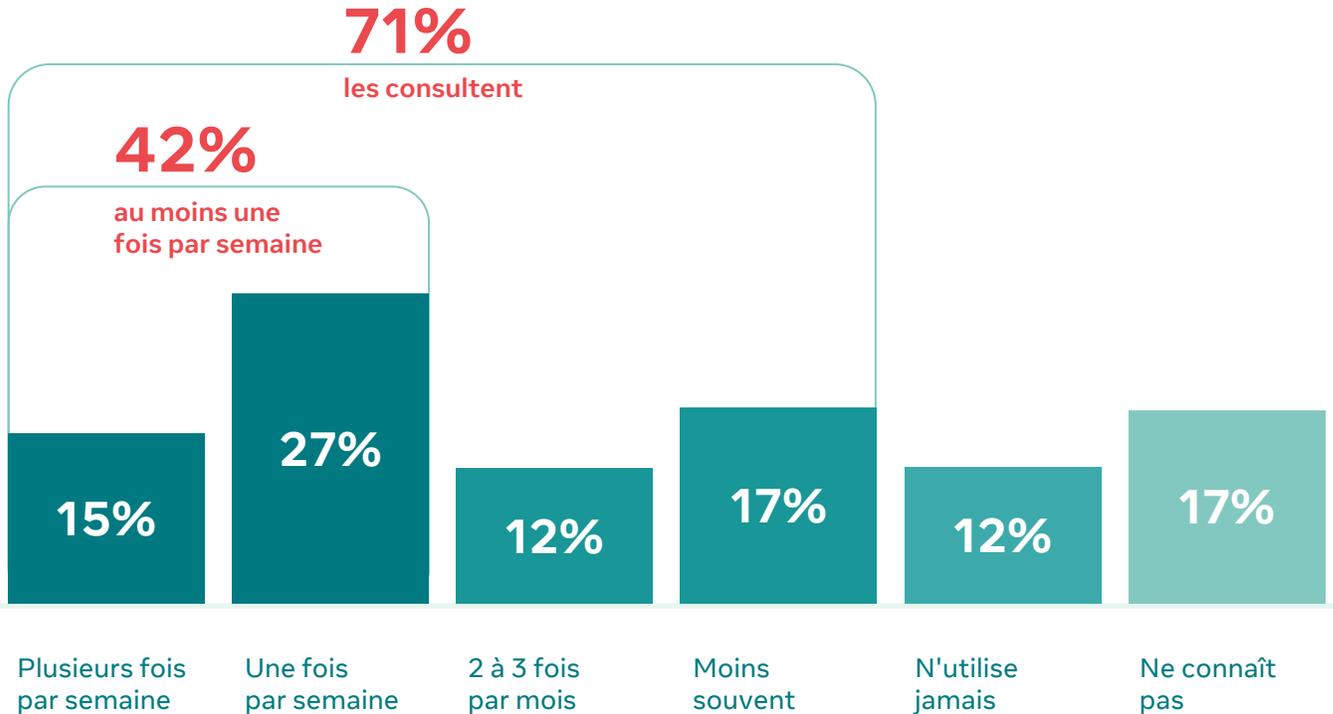
Les alternatives digitales sont connues et déjà utilisées par une majorité de Français



83%

des Français
connaissent les
e-catalogues

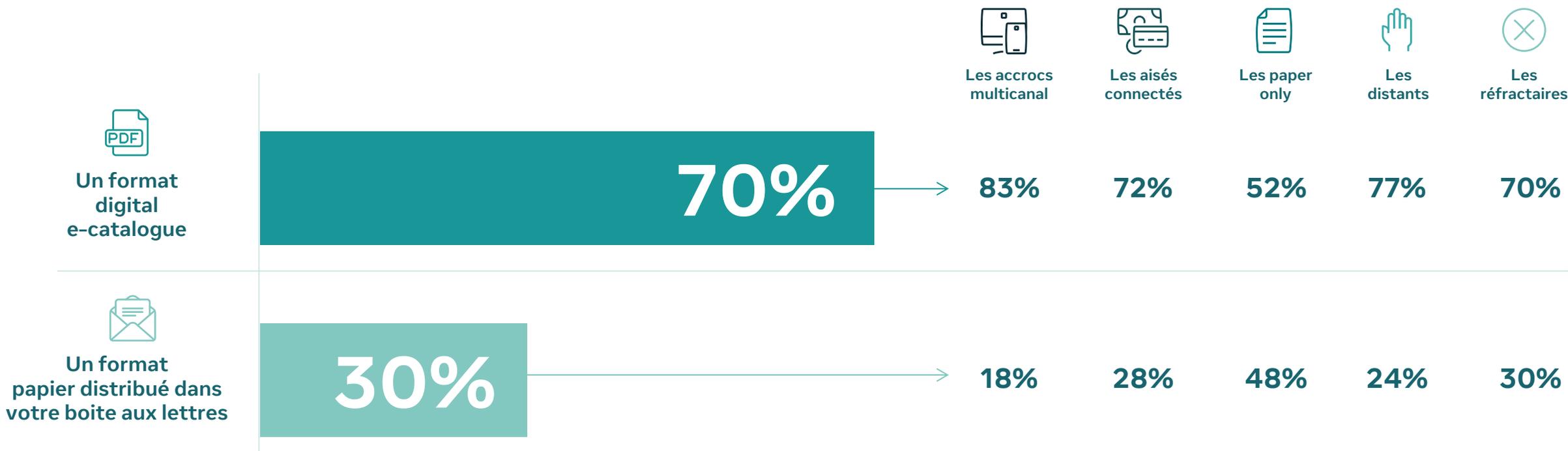
Consultation des e-catalogues



Base : 2006 / B3. Savez-vous que les catalogues que vous recevez dans votre boîte aux lettres sont la plupart du temps aussi disponibles en ligne sur internet sous la forme de e-catalogue ? (SA) / B4. Vous les consultez... (SA)

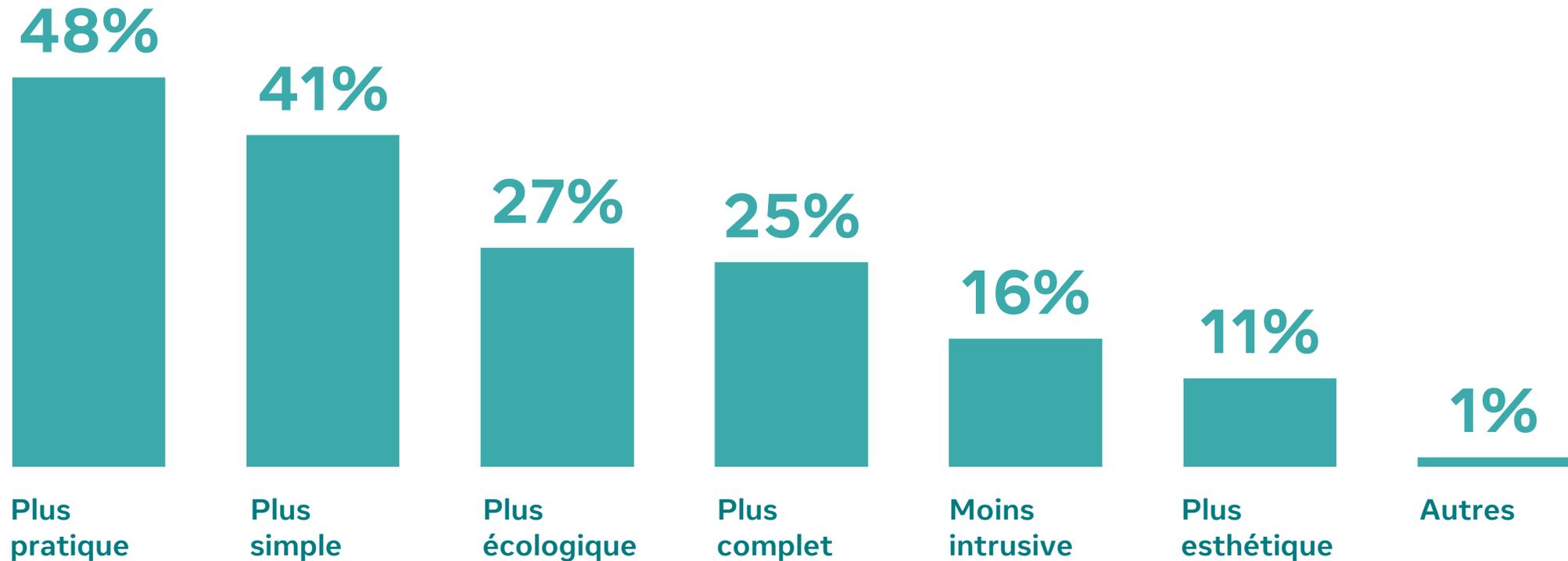
70% des Français préfèrent d'ailleurs le format digital au format papier

Préférence pour accéder aux promotions



Un format jugé plus pratique, simple et écologique

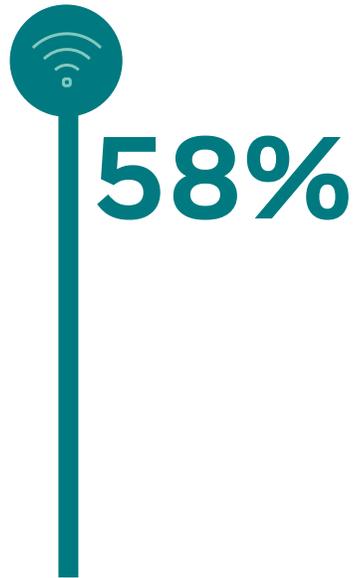
Format digital



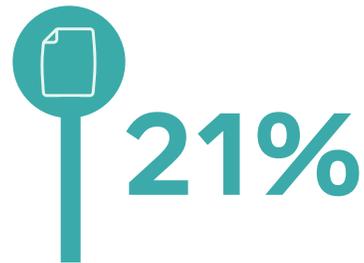
Les Français considèrent les e-catalogues plus écologiques que le papier

Format le plus écologique

Les e-catalogues
accessibles via internet



Les imprimés
publicitaires sur papier

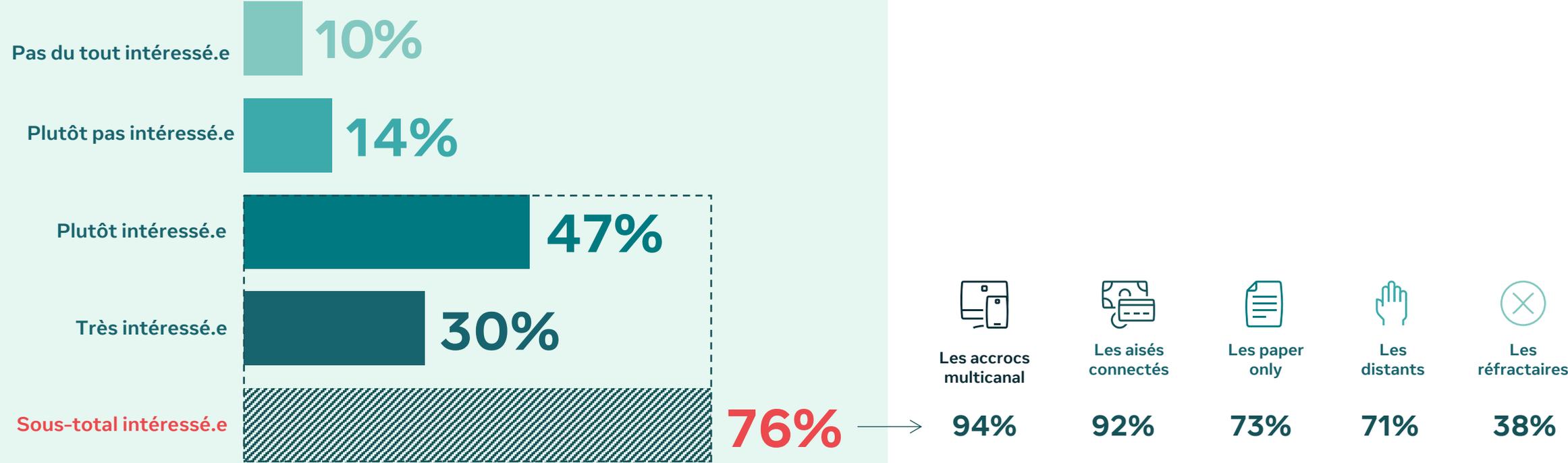


Ni l'un, ni l'autre



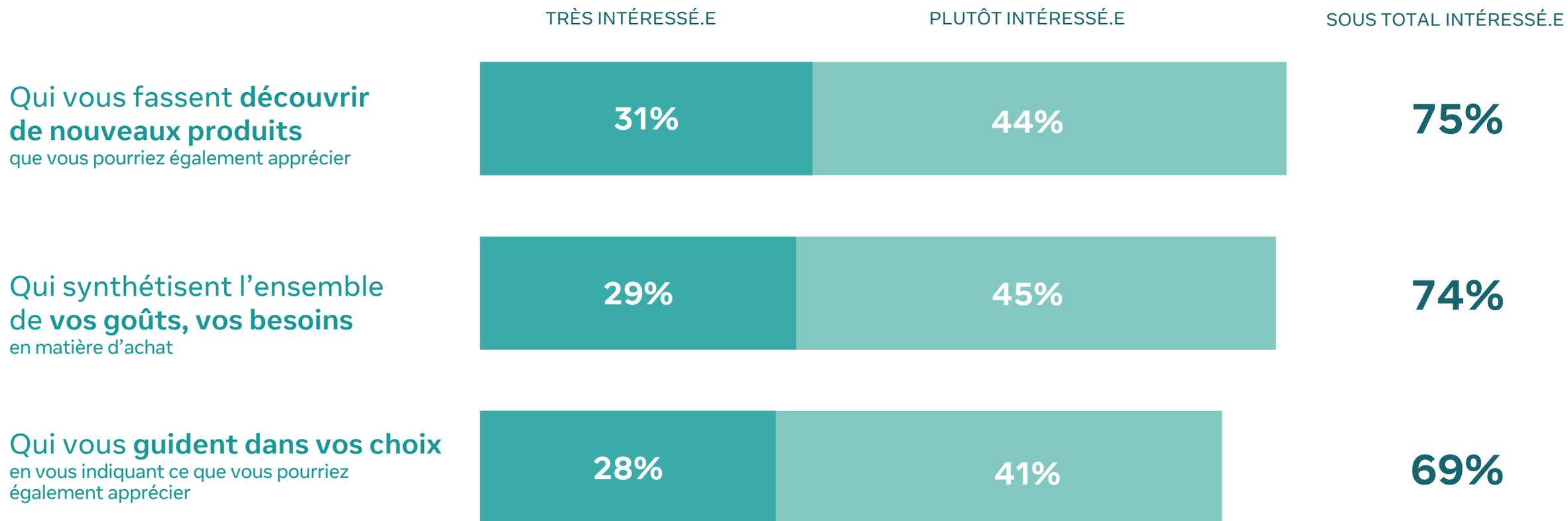
De fortes attentes des Français en termes de personnalisation

Intérêt pour les promotions personnalisées



Base : 2006 / E1. Dans quelle mesure seriez-vous intéressé.e pour qu'on vous propose des promotions personnalisées, qui correspondent à vos goûts, vos centres d'intérêt ? (SA)

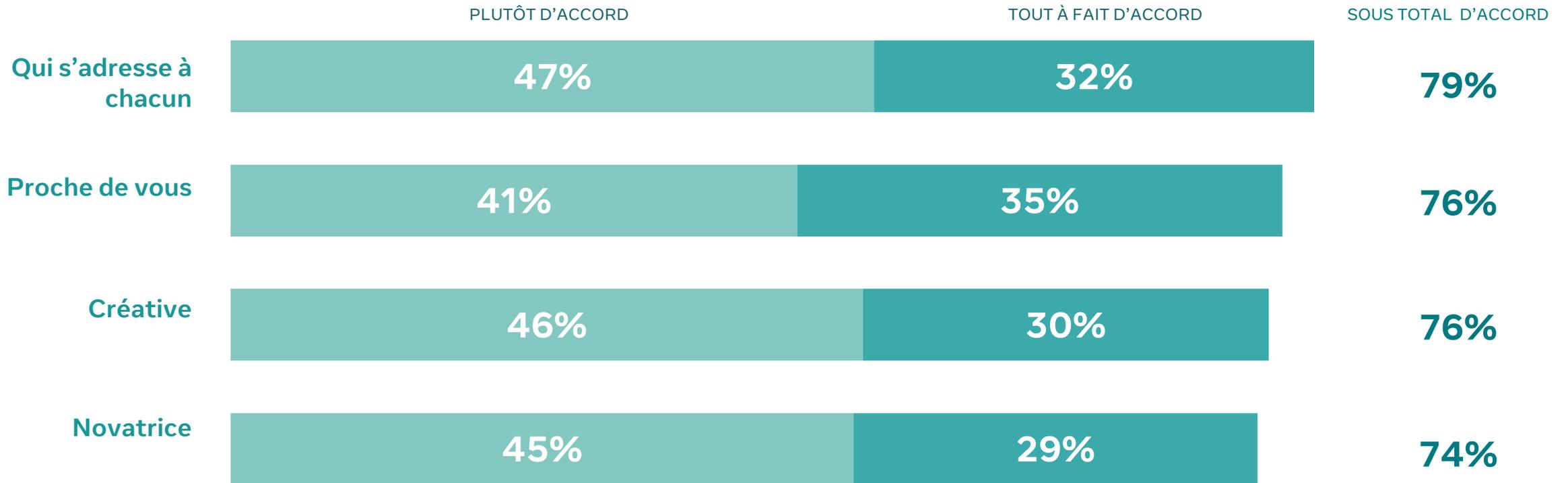
Des promotions personnalisées pour guider les consommateurs dans leurs achats



Base : 2006 / E2. Plus précisément, dans quelle mesure seriez-vous intéressé.e par des promotions personnalisées... (SA) / E3. Dans quelle mesure seriez-vous intéressé.e de vous voir proposer des promotions personnalisées...? (SA)

Des promotions personnalisées à même de nourrir l'image des enseignes

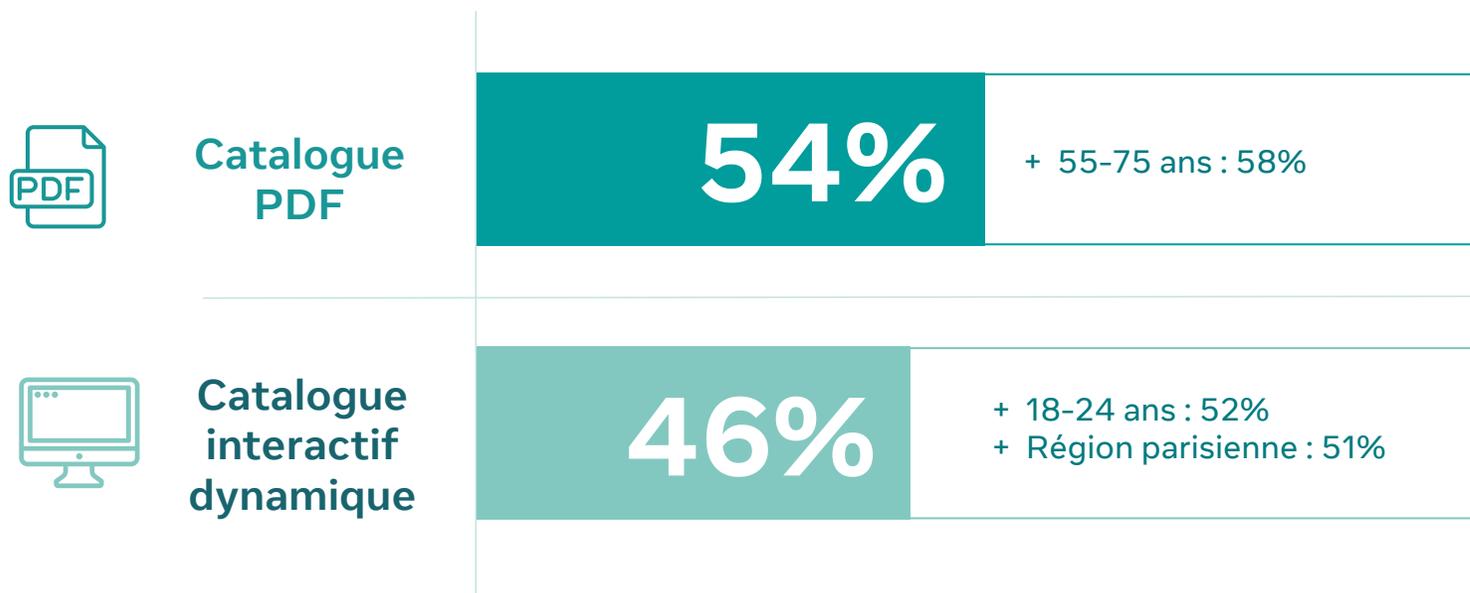
Image des enseignes qui proposent des promotions personnalisées



Base : 2006 / E4. Dans quelle mesure, êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes, une enseigne qui vous adresse des promotions personnalisées...C'est une enseigne... (SA)

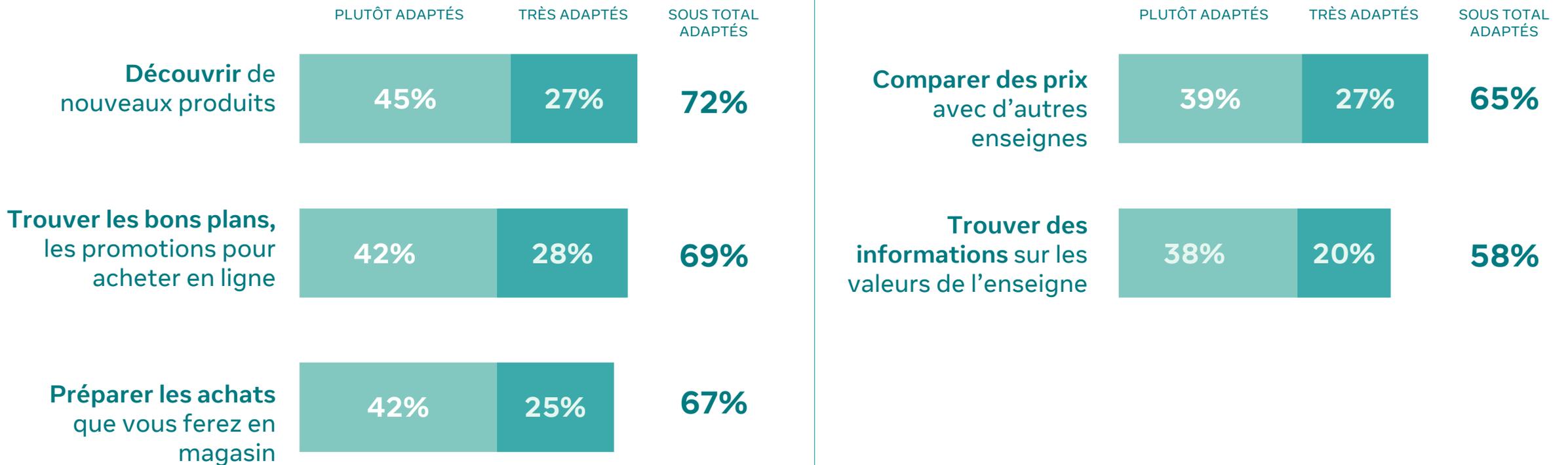
Des Français partagés quant au format du e-catalogue: les lecteurs habituels penchent pour le PDF, alors que les plus jeunes attendent davantage de contenus dynamiques

Préférence pour les alternatives au format papier



Les réseaux sociaux : un canal relationnel légitime entre les enseignes et les consommateurs

Bénéfices des contenus publiés par les enseignes sur les réseaux sociaux

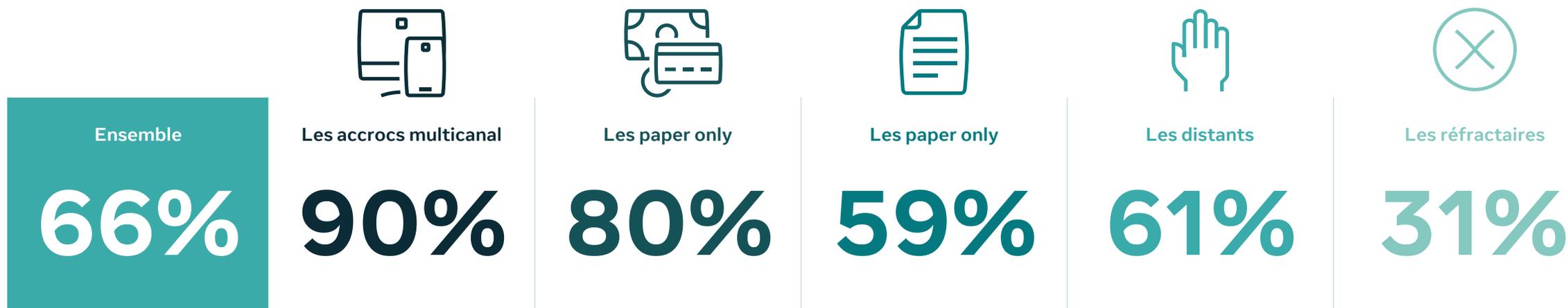


Les omnicanaux et les aisés connectés plébiscitent les réseaux sociaux

Sous-total – Les réseaux sociaux adaptés pour ...

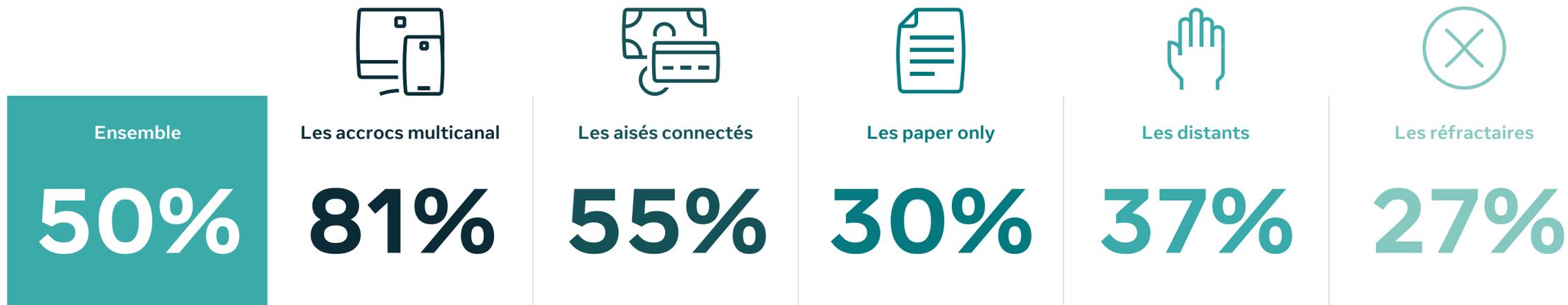
(Moyenne des 7 items)

- ...découvrir de nouveaux produits
- ...trouver les **bons plans** pour acheter en ligne
- ...préparer les achats en magasin
- ...vous donner des envies pour vos achats quotidiens
- ...comparer des prix avec d'autres enseignes
- ...trouver des **conseils / astuces** sur les produits
- ...trouver des **infos sur les valeurs de l'enseigne**



Une dynamique très positive de consultation des promotions sur les réseaux sociaux

Pensent consulter davantage les promotions sur les réseaux sociaux à l'avenir (sous total oui)



En synthèse

76%

des Français sont incités à se rendre en magasin suite à la lecture d'un prospectus (papier ou digital)

58%

des Français prennent plaisir à lire des prospectus papier ou PDF, c'est un vrai rendez-vous

74%

des Français consulteraient les prospectus sur internet si le papier disparaissait

70%

des Français préfèrent le format digital au format papier

60%

des Français considèrent les réseaux sociaux adaptés pour découvrir des produits, trouver des bons plans, préparer des achats ou comparer les prix