

LES CONSOMMATEURS SONT MOINS SENSIBLES AUX PROMOTIONS

LES OFFRES SE MULTIPLIENT MAIS SÉDUISENT MOINS

en 2005



74%

des consommateurs disaient profiter «souvent» ou «de temps en temps» des promotions

en 2016



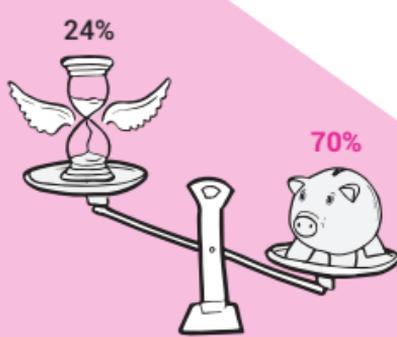
67%

des consommateurs en profitaient



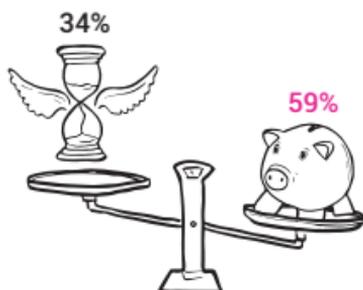
la multiplication des promotions tout au long de l'année génère une perte de visibilité des offres intéressantes

BAISSE DE LA SENSIBILITÉ AU PRIX DANS UN CLIMAT PLUS OPTIMISTE ?



2013

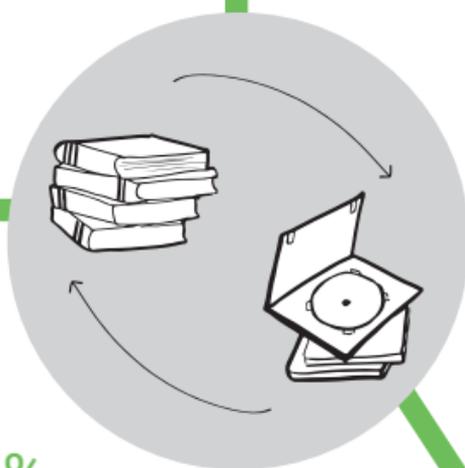
70% souhaitent avoir plus d'argent
24% plus de temps libre



2016

59% souhaitent avoir plus d'argent
34% plus de temps libre

DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION ALTERNATIFS



mise en place d'une économie sociale et solidaire avec par exemple :

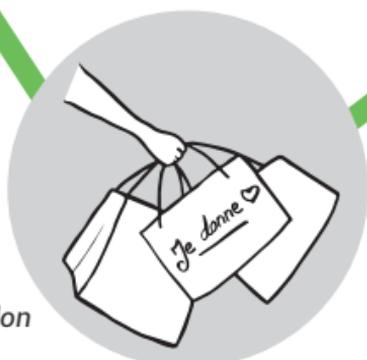
le troc - la location

76%

des consommateurs jugent l'usage d'un produit plus important que sa propriété en 2016



les collectes - le recyclage



le don