

Communiqué de presse

Sondage Opinion Way pour Click2Buy / De nouvelles pratiques de consommation mises en lumière, en particulier chez les 18/24 ans

Paris, le 18 septembre 2020. Click2Buy, entreprise pionnière du Where to Buy en Europe, a souhaité s'intéresser aux nouveaux modes de consommations des Français dans un contexte post confinement. Dans cette étude, réalisée par OpinionWay pour Click2Buy¹, Click2Buy s'est concentré sur 3 secteurs d'activité clés que sont les équipements de santé, l'électrodomestique ainsi que la rénovation de l'habitat en se concentrant principalement sur des biens pouvant apporter un certain confort quotidien.

Les enjeux de l'étude portaient sur les moyens qu'utilisent les Français pour se renseigner sur un produit avant d'en faire l'acquisition, les informations qu'ils recherchent sur le produit, les critères d'importance qu'ils prennent en compte avant de passer à l'acte d'achat et enfin ceux qui demain pourraient accélérer leur décision. 4 phénomènes majeurs en ressortent.

Un intérêt certain pour le bien-être et la santé

En matière d'équipements de santé, on constate un fort intérêt de la part des jeunes avec **près d'un tiers des 18/24 ans qui déclarent avoir acheté des produits de santé** dans les 12 derniers mois. L'acquisition d'objets connectés ainsi que les nouveaux outils à visée thérapeutique et/ou de suivi médical explique en partie cet attrait des jeunes pour ce secteur. Les CSP+ représentent une pénétration du marché plus importante sur le secteur de la santé puisque 19% des Français de CSP+ déclarent avoir investi dans ce type de produits, contre 15% pour les CSP- et 11% pour les inactifs.

¹ Sondage réalisé en ligne le 26 et 27 août auprès d'un échantillon de 1007 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, 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.

Le prix et la fiabilité : deux critères importants dans l'achat d'un produit

On constate par ailleurs que **le prix ainsi que la fiabilité sont les deux éléments déterminants dans l'achat d'un produit tous secteurs confondus pour respectivement 92% et 93% des répondants, sans distinction d'âge ou de revenu** - avec un intérêt particulier pour la consommation d'énergie, la facilité ou non à se procurer les pièces détachées et la durée de la garantie. Ces éléments prennent tout leur sens à la lumière des préoccupations que l'on voit émerger actuellement à savoir la lutte contre l'obsolescence programmée ainsi qu'une certaine prise de conscience écologique quant à l'impact de nos modes de consommation sur l'environnement.

Un besoin de retour d'expérience et de proximité

Concernant les moyens de se renseigner sur le produit avant de procéder à l'acte d'achat, **l'avis de ses proches** occupe une place importante, puisque, toutes catégories confondues, c'est **la source privilégiée d'informations** pour 59% des répondants en moyenne dans le secteur des équipements santé, 63% pour le secteur de l'électrodomestique et 62% pour le secteur de la rénovation de l'habitat. Chez les jeunes de 18 à 24 ans, ce chiffre s'élève respectivement à 68% pour le secteur des équipements santé, 73% pour l'électrodomestique et 63% pour la rénovation de l'habitat.

Ces chiffres témoignent d'un changement dans les pratiques de consommation avec une importance accordée à l'avis des communautés sur les réseaux sociaux, des influenceurs, ainsi que le bouche à oreille. Pour toutes les tranches d'âge, le besoin de se renseigner est très important et montre également un besoin de contact humain dans la recherche du produit idéal. Ainsi, la proximité d'un point de vente pour se renseigner sur le produit est une attente forte pour près de 80% des Français. Sachant également que 55% des Français vont aussi favoriser l'échange physique avec un conseiller, y compris la génération Amazon représentée par les moins de 25 ans.

Les sites web des marques gardent une place de choix dans l'esprit des consommateurs mais sont utilisés principalement pour obtenir des informations sur les caractéristiques techniques du produit, les perspectives d'usage étant plus facilement perçues en consultant un proche, les avis d'experts ou en échangeant en physique voire en ligne avec les distributeurs.

Les services, la durabilité et l'innovation deviennent des axes stratégiques

Pour une majorité de Français, la capacité des marques à leur proposer des offres de services

qui permettent une meilleure gestion des ressources et des matières premières devient inévitable. Ils sont 70% à penser que des conseils d'entretiens pour optimiser la durée de vie de leurs équipements les aideraient à acheter plus rapidement un produit. 57% considèrent que des offres reconditionnées avec une bonne garantie serait également un facteur permettant de s'équiper plus vite. A nouvelle époque, nouveaux modes de consommation, puisque 40% se décideraient plus rapidement si l'enseigne ou la marque leur proposait une offre de location ou d'abonnement, offre qui séduirait plus d'une personne sur deux chez les 25-34 ans. Et dans cette mouvance de l'usage, pouvoir tester son produit en condition réelle avant de l'acheter est une attente très forte soulevée par cette étude.

Grâce à ses services de Where to Buy, Click2Buy s'inscrit pleinement dans cette mouvance et participe activement à la fluidification du parcours d'achat pour le consommateur. Le consommateur peut facilement et rapidement trouver les informations nécessaires concernant un produit, sa disponibilité, auprès de quel commerçant (physique ou en ligne), le délai de livraison, ses services associés, tout cela au même endroit.

A propos de Click2Buy

Click2Buy est une entreprise française dont le siège social est situé à Euratechnologies à Lille. Pionnière et leader européen du « Where to Buy », Click2Buy emploie aujourd'hui une équipe de 20 personnes. Click2Buy est notamment à l'initiative des coupons digitaux dématérialisés, une première mondiale qui a vu le jour en 2016. Membre de la French Tech depuis 2017, l'entreprise édite et commercialise aujourd'hui sa solution auprès de 450 marques et compte plus de 400 distributeurs partenaires dans le monde. Plus d'informations sur le [site web de Click2Buy](#).

Contacts presse :

Agence Oxygen

Marion Thérage - marion.t@oxygen-rp.com - 03 74 02 03 83

Sophie Lussiez - sophie.l@oxygen-rp.com - 03 74 02 02 55