



Les Français et leurs attentes vis-à-vis des enseignes de distribution

Avril 2014



“opinionway



15 place de la République
75003 Paris

Luc Balleroy
Directeur Général



LE SALON DU RETAIL,
DE LA DISTRIBUTION ET DU POINT DE VENTE

16-18 SEPTEMBRE 2014

Paris expo Porte de Versailles





- ✓ Echantillon de **1008 Français** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.
- ✓ L'échantillon a été 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.

Pour cette taille d'échantillon, la marge d'incertitude est de 2 à 3 points



- ✓ **Echantillon interrogé en ligne sur système CAWI** (Computer Assistance for Web Interview)



- ✓ Le terrain a été réalisé du **23 au 24 avril 2014**



- ✓ OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :
« Sondage OpinionWay pour SoonSoonSoon ».



Résultats

“opinionway



La sincérité et la simplicité des enseignes sont de loin les deux premiers facteurs qui séduisent les français.



1008
individus

Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous séduisent le plus chez une enseigne ?
(en 1^{er}, en 2^{ème} et en 3^{ème} ?)

Sa sincérité, je peux lui faire confiance

35%

80%

Sa simplicité, elle optimise mon temps et mon argent

32%

79%

Son souci du local et de l'environnement, elle s'engage

14%

55%

Son originalité, elle me fait vivre de bons moments

12%

45%

Son sens de l'innovation, elle m'aide à être à l'avant-garde

7%

40%

En 1^{er}

Cité au global



Sincérité et simplicité restent les top 2 des atouts de séduction des enseignes, quel que soit le profil des répondants. Néanmoins on remarque une plus forte importance de l'originalité chez les 18-34 ans.



1008
individus

Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous séduisent le plus chez une enseigne ?

GLOBAL

	Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
<i>Base</i> 1008		480	528	110	162	275	250	211	188	820	288	319	401
Sa sincérité , je peux lui faire confiance	80%	81%	79%	72%	73%	77%	84%	87%	77%	80%	75%	79%	84%
Sa simplicité , elle optimise mon temps et mon argent	79%	76%	81%	71%	81%	77%	82%	80%	82%	78%	76%	77%	82%
Son souci du local et de l'environnement , elle s'engage	55%	52%	58%	54%	46%	54%	58%	61%	57%	55%	54%	50%	59%
Son originalité , elle me fait vivre de bons moments	45%	45%	45%	60%	55%	47%	38%	35%	44%	45%	48%	51%	38%
Son sens de l'innovation , elle m'aide à être à l'avant-garde	40%	44%	36%	43%	42%	44%	38%	33%	39%	40%	44%	41%	35%

Les coups de cœur shopping restent assez rares, mais quand ils se produisent, l'effet 'WOW' en est la 1^{ère} cause. La qualité/labélisation du produit est également un élément déclencheur.



1008
individus

En général, quand vous avez un coup de cœur shopping c'est du... ?

(en 1^{er}, en 2^{ème} et en 3^{ème} ?)

En 1^{er} Au global

à un besoin en particulier, vous avez rarement de coup de coeur shopping

46%

74%

à la qualité ou la labélisation du produit

13%

67%

à l'aspect très innovant du produit

11%

58%

à l'origine locale, artisanale du produit

9%

51%

à l'effet « WOW » que le produit vous a procuré

21%

46%

L'effet WOW plus présent chez les jeunes et les femmes. Les populations plus âgées sont aussi plus sensibles à l'origine locale du produit.



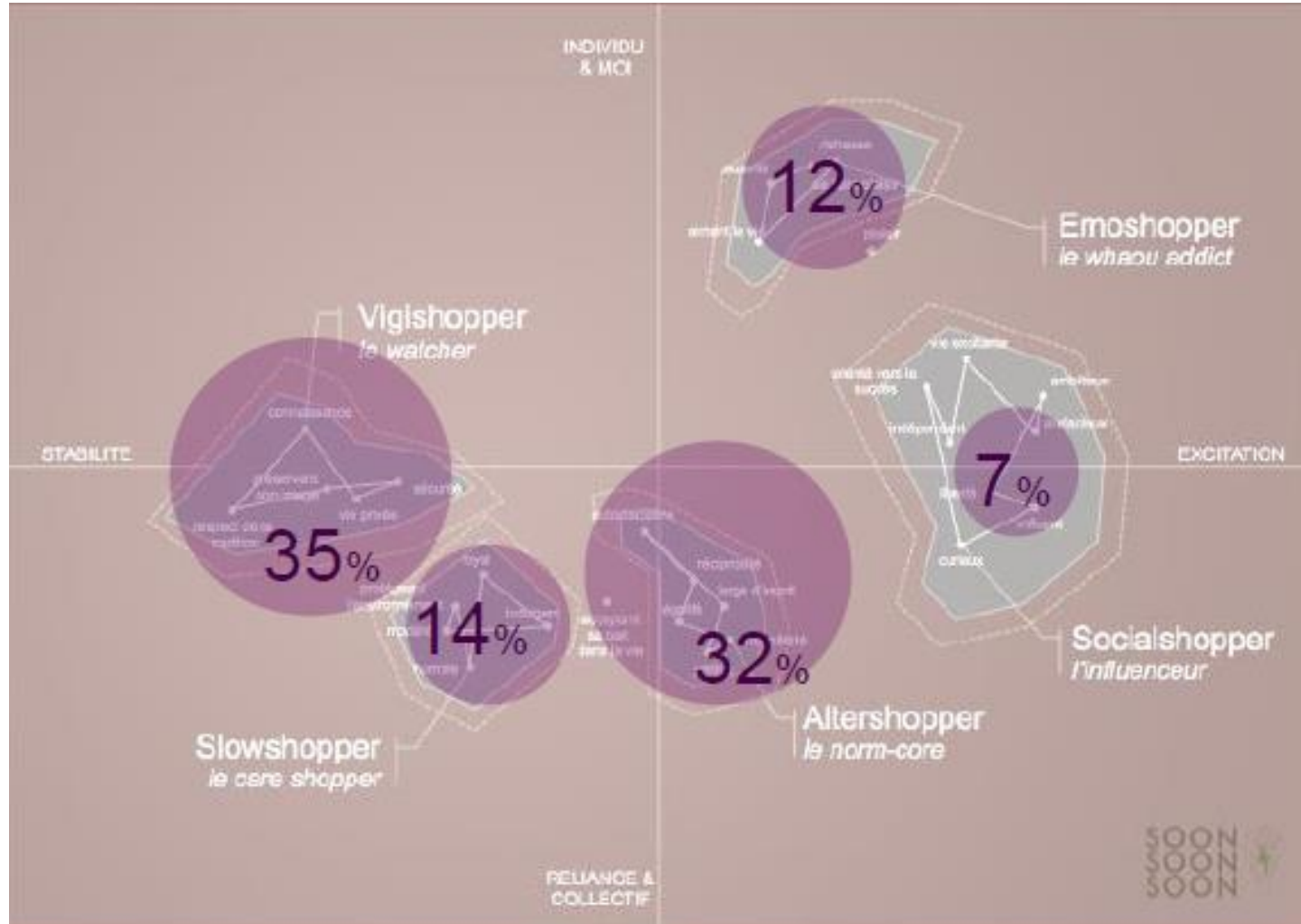
1008
individus

En général, quand vous avez un coup de cœur shopping c'est du... ?

GLOBAL

	Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Base	1008	480	528	110	162	275	250	211	188	820	288	319	401
à un besoin en particulier, vous avez rarement de coup de cœur shopping	74%	75%	73%	68%	76%	68%	76%	83%	77%	74%	75%	69%	77%
à la qualité ou la labélisation du produit	67%	70%	64%	60%	64%	64%	69%	73%	69%	66%	69%	65%	67%
à l'aspect très innovant du produit	58%	63%	54%	63%	53%	62%	57%	55%	50%	60%	58%	60%	56%
à l'origine locale, artisanale du produit	51%	52%	51%	40%	31%	52%	57%	64%	51%	51%	50%	46%	56%
à l'effet « WOW » que le produit vous a procuré	46%	37%	55%	69%	71%	50%	36%	23%	49%	46%	45%	55%	40%

Projection des attentes saillantes (cité comme 1^{er} critère de séduction) sur les archétypes de la typologie de Soon Soon Soon



SOON
SOON
SOON

