

JUILLET
2024

Flash'Conso

·eNOV

L'ANALYSE DES TENDANCES CONSO EN CHIFFRES

#12

SPÉCIAL

PROSPECTUS

DES FRANÇAIS PARTAGÉS

ENTRE SAUVER LA PLANÈTE

OU LEURS FINS DE MOIS

Des Français encore **divisés** quant à la réduction des prospectus

UN **REGAIN D'INTÉRÊT POUR LE FORMAT PAPIER** DANS CE CONTEXTE INFLATIONNISTE, NOTAMMENT POUR LES **SÉNIORS**

Le sentiment des Français vis-à-vis de l'arrêt des prospectus

"Surtout pas !
Mais comment
je vais faire ?"

++ 65 ans et + 42%

+6pts

vs 2019

34%

30%

"Enfin, ce n'est
pas trop tôt !"

++ 18-34 ans 40%

-1pts

vs 2019

35%

"Ça m'est
complètement égal"

-6pts



La moitié reste **opposée à une obligation légale** d'arrêter les prospectus papier

++ 65 ans et + 59% / 18-34 ans 39%



2 Français sur 3 (3 seniors sur 4) souhaiteraient **être consultés par les enseignes** avant l'arrêt des prospectus

Le prospectus **impacte encore fortement** les comportements d'achat



83% **-1pts** vs 2019

des Français **consultent** les prospectus papier

++ Famille 87%

LA LECTURE EST TOUTEFOIS **MOINS « RITUELLE »** QU'AVANT, NOTAMMENT POUR LES + **JEUNES**

40%

-15pts

-- 18-34 ans 28%

Lu **systématiquement**

34%

+10pts

de temps en temps

10%

+5pts

rarement

17%

+1pts

jamais/ ne reçoit pas



76%

estiment qu'ils **ont une influence** sur leurs achats

Beaucoup

25%

++ Familles 32% / PCS- 32% / 18-34 ans 36%

Un peu

51%

Pas tellement

21%

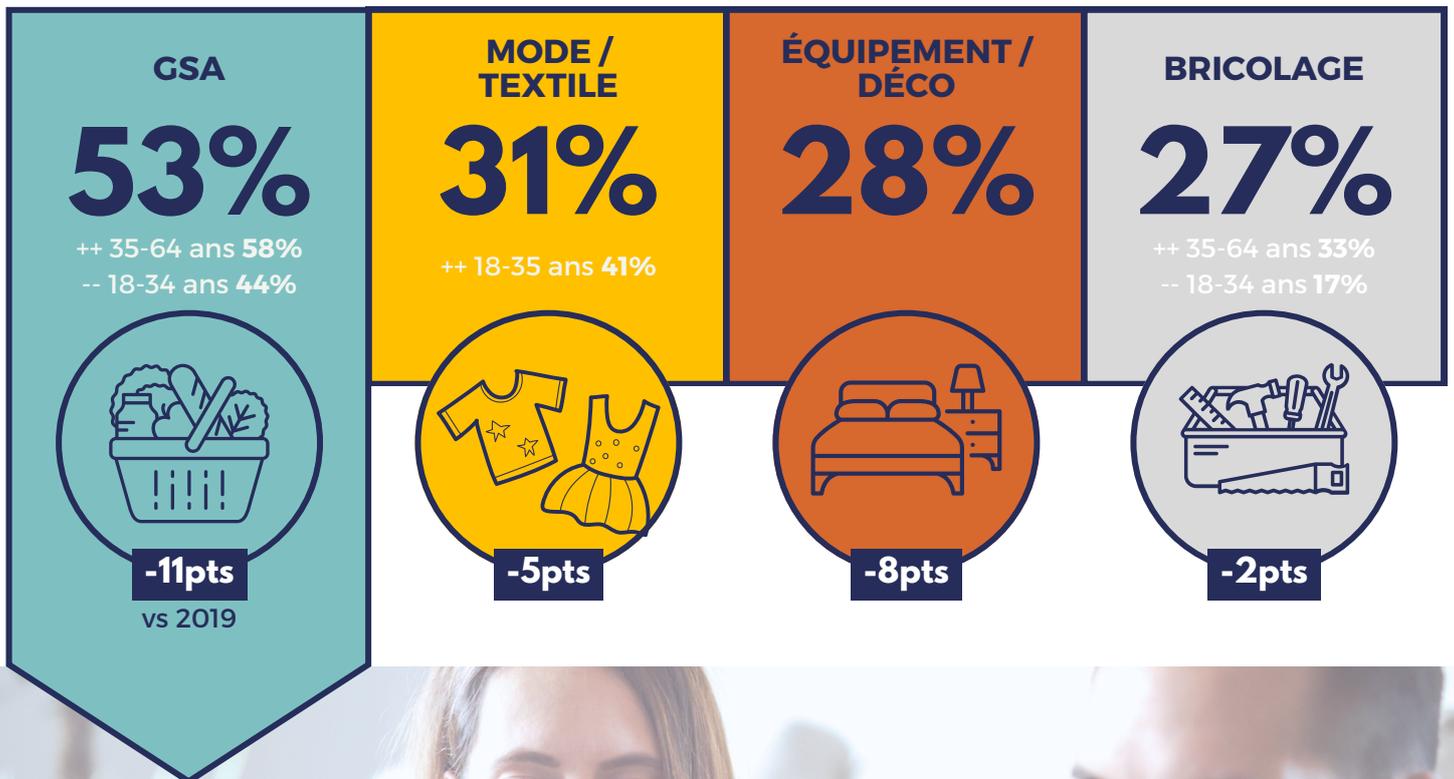
3%

Pas du tout

Base : lisent les prospectus (422 répondants)

Les prospectus des **GSA** restent les plus incontournables

PLUS DE LA MOITIÉ DES PERSONNES QUI REÇOIVENT LES PROSPECTUS **GSA LES LISENT AVEC ATTENTION**



Une consultation tout au long de l'année et un impact sur le choix des enseignes

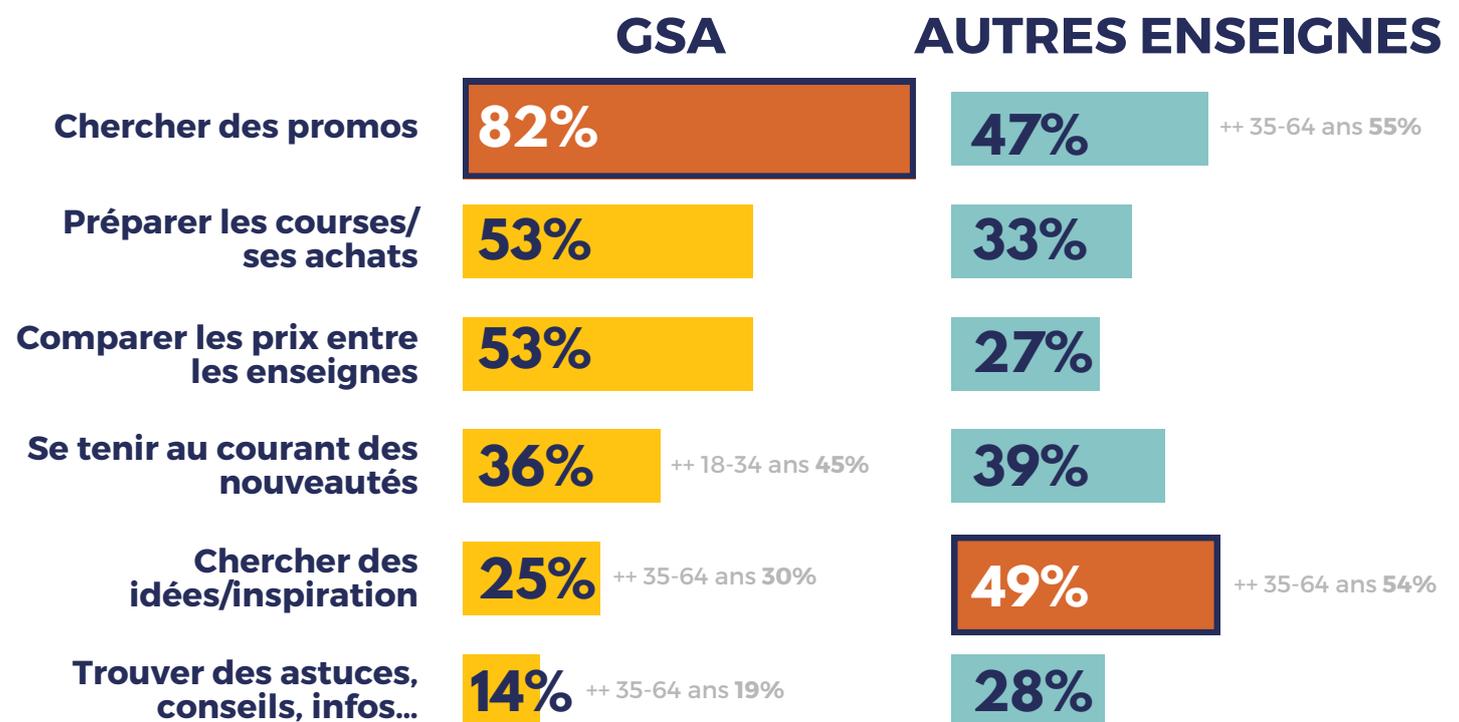
85% **-3pts**
consultent les prospectus GSA toute l'année

28% **-2pts**
changent de GSA en fonction des prix/promos

Prospectus de GSA : premiers points de contact avec l'offre promo

LES PROSPECTUS DES AUTRES SECTEURS SONT NOTAMMENT ATTENDUS SUR LEUR CAPACITÉ À INSPIRER

Les raisons de la consultation des prospectus



Base : consultent les prospectus (GSA : 404 rép./ Autres prospectus : 401 rép.)

UNE "CHASSE À LA PROMO" OMNISCANALE

Les moyens pour se tenir au courant des promotions



Un double enjeu pour les enseignes : trouver le bon mix com digitale & qualité de l'exécution promo en magasin



**RDV LE MOIS PROCHAIN
POUR UN NOUVEAU NUMÉRO**

Flash'Conso

enov

L'ANALYSE DES TENDANCES CONSO **EN CHIFFRES**



**En attendant,
si vous souhaitez en savoir +,
contactez nos experts !**

contact@enov.fr

Enquête réalisée par Enov auprès d'un échantillon représentatif de 515 Français (de plus de 18 ans et hors territoires OUI PUB) interrogés via un questionnaire online entre le 19 et le 25 juin 2024. Méthode des quotas et redressement sur les critères suivants : genre, âge, catégorie socioprofessionnelle, structure du foyer et région.