

Le monde d'après peut-il s'envisager sans les prospectus papier ?

Face à la flambée des prix, le pouvoir d'achat est aujourd'hui l'une des préoccupations majeures des consommateurs. A quelles solutions ont-ils alors recours pour y faire face dans leur quotidien ?

74%

des consommateurs jugent utiles les prospectus reçus dans leurs boîtes aux lettres

42%

les utilisent toutes les semaines

Près des ¾ des répondant.e.s déclarent aujourd'hui recevoir des prospectus promotionnels dans leurs boîtes aux lettres. Parmi eux, 74% les jugent utiles, voir même très utiles pour 28% d'entre eux. En effet, ces prospectus promotionnels papier jouent un rôle central dans le quotidien d'achats pour une majorité de Français.e.s : ils sont utilisés tous les mois par 63% d'entre eux et 42% déclarent même les utiliser toutes les semaines.



Lorsqu'il s'agit de définir les critères de choix d'un magasin pour faire ses courses, un arbitrage est fait par les consommateurs entre habitude, proximité et attractivité promotionnelle.

La fidélité reste en effet le premier critère de sélection d'un magasin pour y faire ses courses avec 45% des Français.e.s déclarant faire toujours leurs courses dans le même magasin. Vient ensuite la proximité du domicile qui est également prise en compte par 40% des personnes. Les promotions proposées en magasins n'arrivent qu'en troisième position (31% des réponses).

Pour se tenir informés des offres promotionnelles des enseignes, les catalogues et prospectus papier restent la méthode préférée des Français.e.s puisqu'ils sont 39% à les citer, juste devant les e-mails (38%).

Les sites Internet ou applications des enseignes sont également des moyens de contact privilégiés par les répondant.e.s (36%). Ainsi, deux attitudes pour accéder aux offres promotionnelles marquent une évolution des comportements : recevoir les offres (en boîtes aux lettres ou par mail) ou aller à la chasse aux offres (sur les sites Internet ou applications mobiles).

Les prospectus papier reçus dans les boîtes aux lettres sont également considérés par près d'un.e Français.e sur deux (45%) comme le premier outil pour améliorer leur pouvoir d'achat.

Malgré la préoccupation écologique et les nombreuses questions que peuvent soulever la consommation de papier, les prospectus papier reçus dans les boîtes aux lettres restent incontestablement le principal moyen pour booster le pouvoir d'achat des Français.e.s selon eux (45%). C'est d'autant plus vrai pour les retraités (61%) et les ouvriers (53%).



”