French people and brands

Study on the behaviour of French people regarding to brands, and specially in the sectors of fashion, beauty and tech.

Plus de 2 Français sur 3 sont prêts à dépenser plus pour un produit de marque selon l'étude LH2-ma-reduc.com

6 Français sur 10 sont fidèles aux produits de marque dans les secteurs de la beauté et du High-Tech selon l'étude LH2-ma-reduc.com

- **Le top 3 des critères d'achat :** Les Français déclarent prendre avant tout en compte le prix, la qualité et la bonne adaptation à leurs besoins, lors de leurs achats de produits dans les secteurs de la mode, de la beauté et du High-Tech.
- **Une fidélité aux marques sans équivoque :** Les Français reconnaissent être fidèles aux marques pour 61% d'entre eux pour les cosmétiques et la beauté, 60% pour les produits High-Tech et enfin 47% pour la mode et accessoires.
- **Les marques… Oui, par attachement et par habitude :** Les motivations des Français à se procurer des produits de marque sont assez variées, mais La première raison est qu'ils aiment la marque et qu'ils y sont habitués pour 60% des Français, et dans un second temps qu'ils estiment que les produits de marque sont de meilleure qualité (pour 27% d'entre eux).
- **Les Français prêts à dépenser plus :** Les Français restent attachés aux produits de marque puisque 76% d'entre eux admettent être prêts à dépenser plus pour des produits High-Tech de marque que pour des produits d'autres marques moins chers. C'est également le cas pour les produits de beauté (71%) et pour la mode et les accessoires (65%).

Paris le 29 octobre 2014 - Le premier site communautaire de coupons de réduction et de bons plans, ma-reduc.com, a souhaité comprendre la fidélité des Français aux marques, leurs critères de sélection ainsi que leurs motivations à les acheter plutôt que des produits d'autres marques meilleur marché.
ma-reduc.com, avec le soutien de l'institut de sondage LH2, s'est donc intéressé à 3 secteurs appréciés des consommateurs français : la mode et les accessoires, la cosmétique et la beauté, et pour finir les produits High-Tech.

Des critères d'achat précis

D'après le sondage, les Français privilégient principalement le prix, la qualité ainsi que le fait que le produit soit adapté à leurs besoins. Plus précisément, dans le secteur de la mode et des accessoires, les Français regardent à 65% le prix, à 64% la qualité du produit et à 58% s'il répond à leurs besoins. Pour les produits de beauté et les cosmétiques, c'est avant tout la qualité du produit qu'ils surveillent pour 72%, puis la bonne adaptation aux besoins pour 68%, le prix vient après pour 58% ! Pour les produits High-Tech, ils recherchent à 70% si le produit répond à leurs besoins, vient ensuite le critère de la qualité pour 69% et le prix pour 64% d'entre eux.

La marque est également un des critères de choix important aux yeux des Français, mais qui n'a pas la même importance selon la gamme de produits. Pour plus d'un Français sur 4 dans le secteur du High-Tech (27%) et de la beauté (26%), elle arrive en 4ème position, alors que pour la mode et les accessoires, elle se place en 6ème position avec seulement 15% des consommateurs qui en tiennent compte lors de leurs achats.

Une fidélité variée selon les types de produits et les catégories socio-professionnelles.

L'étude révèle, entre autres, que 18% des hommes (contre 13% des femmes), 21% des 25-34 ans et 21% des CSP- (contre 14% des CSP+) citent la marque comme principal critère de choix.
Dans le secteur du High-Tech, la marque est un critère de choix pour 29% des femmes (contre 25% des hommes), 35% des 18-24 ans et 32% des CSP- (contre 24% des CSP+).

Le goût pour la marque : principal argument de leur fidélité, en

particulier pour les femmes et les jeunes.

Les consommateurs français sont plus de 60% à être fidèles à un produit de marque parce qu'ils aiment le produit ou la marque et qu'ils s'y sont habitués. La seconde raison citée : pour 27% d'entre eux ces produits sont de meilleure qualité. L'étude révèle également que ce sont avant tout les femmes (64%) qui assument acheter des produits de marque par goût, tandis que les hommes ne sont que 56%. C'est également le cas, majoritairement, pour les jeunes de 18/24 ans (77%).

Dépenser plus, oui ... mais pour un produit de marque !

L'étude révèle également que les Français, pour plus de deux tiers d'entre eux, sont prêts à payer plus cher pour un produit de marque plutôt qu'un autre produit de marque moins cher : Ils sont 65% pour le secteur de la mode et des accessoires, plus de 71% pour celui de la beauté et des cosmétiques, et près de 76% pour les produits High-Tech.

"Malgré la crise et la situation économique de notre pays, il est très intéressant de constater que les Français sont prêts à payer plus cher pour se procurer des produits de marque, car pour eux c'est une garantie de qualité et parce qu'ils aiment s'identifier à l'image de celles-ci. Les Français ont de plus en plus d'attente concernant leurs produits de marque, et c'est notre travail chez ma-reduc.com de pouvoir les accompagner dans leur quête de trouver leurs marques préférées au meilleur prix" commente Anne-Marie Schwab, Directrice Générale de ma-reduc.com qui conclut par "Ayez le réflexe des coupons de réduction, car il est fort probable que vous le trouviez sur ma-reduc.com pour vos marques préférées!"

Les résultats détaillés de l'enquête ma-reduc.com réalisée par LH2 sont disponibles sur simple demande.

Téléchargez le communiqué de presse au format pdf »

Note de l'éditeur
Sondage en ligne réalisé du 7 au 8 octobre 2014 par l'institut LH2 auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, profession de l'interviewé, après stratification par région.

---

https://retailmenot.mediaroom.com/Frech-people-and-brands