Four out of five French have already saved money in store through coupons

Study reveals that only 7% of internet users have never used a coupon

Seuls 7% des internautes n'ont jamais utilisé de coupon

- A la recherche du coupon : 56% des internautes recherchent des coupons sur Internet ou mobile pour économiser en magasin. Utiliser son mobile pour trouver des coupons est plébiscité par les hommes (10% d'entre eux) et les moins de 35 ans (14%) [1]
- Un bon plan économie à faire connaître : 44% des internautes déclarent qu'ils ne cherchent jamais de coupons avant un achat en magasin. La principale raison invoquée est de ne pas y penser pour 39% d'entre eux
- Les bons de réduction en magasin qui intéressent le plus les Français : les coupons pour des produits High Tech arrivent en tête du classement (83%), suivi de près par l'alimentation (82%) et les produits culturels (81%)
- Se tenir au courant sur les réductions : la moitié des internautes (51%) préfère recevoir des coupons par email et près d'un quart (24%) sur leur mobile sous forme de SMS ou QR code
- Alerte, un coupon près de chez vous : être alerté sur mobile sur la disponibilité d'un coupon à utiliser dans une boutique de proximité intéresse plus d'un internaute sur deux (53%)
- A la recherche du bon plan : près d'un internaute sur deux (45%) cherche des codes promo sur Internet pour faire des économies, c'est la 3ème stratégie la plus utilisée pour faire des économies après les soldes (53%) et la comparaison des prix entre magasin et Internet (48%). Chez les 25-34 ans, c'est même la 1ère stratégie (55%) [2]

Paris, le 22 janvier 2014 – Chercher un bon de réduction sur internet pour l'utiliser en magasin, c'est l'opportunité d'économiser sur tous ses achats intelligemment. A l'occasion du lancement de sa nouvelle offre Web to Shop, Bons-de-Reduction.com, site de réduction en ligne, présente sa nouvelle étude sur le comportement et attentes des Français vis-à-vis des coupons utilisables en magasin - une enquête menée en collaboration avec l'institut de sondage CCM Benchmark Panel. Selon cette étude, plus de 9 internautes sur 10 (93%) déclarent avoir déjà utilisé un bon de réduction lors de leur shopping et plus d'un internaute sur deux (56%) a déjà cherché un coupon en ligne ou sur mobile pour l'utiliser en magasin.

A la recherche de l'économie

En période de crise, les consommateurs redoublent d'astuces pour moins dépenser dans leur vie de tous les jours. Ainsi, rechercher des codes promo sur Internet (45%) est la 3ème stratégie des internautes pour faire des économies, une astuce notamment prisée par les 25 - 35 ans (55%).[2]
La recherche de coupons sur Internet pour ensuite les utiliser en magasin séduit désormais plus d'un internaute sur 2 (54%). Si 7% des internautes déclarent utiliser leurs mobiles pour dénicher ce type de bon plan, ce sont notamment les hommes et les moins de 35 ans qui sont les plus actifs (respectivement 10% et 14%).

Cependant, cet usage en fort développement ne s'est pas encore complètement démocratisé puisque plus de 2 internautes sur 5 (44%) déclarent ne jamais avoir cherché un bon de réduction sur Internet pour réaliser des économies en magasin. Si le fait de ne pas y penser est la principale raison invoquée par les non utilisateurs (39%), près d'un tiers (30%) ignore l'existence de ces codes promo sur Internet et plus d'un sur 5 (22%) ne sait pas où les trouver. Parmi les non-utilisateurs, seulement 9% disent ne pas être intéressés par cette offre.

Les attentes des Français

Sur ces bons de réduction utilisables en magasin, les internautes se montrent particulièrement intéressés pour recevoir des réductions sur les produits High Tech (83%), suivi des produits alimentaires (82%), des produits culturels (80%), l'électroménager (79%) et sur des articles mode et chaussures (76%). A contrario, les réductions sur le chocolat (53%), le vin et les boissons alcoolisées (51%) ainsi que sur les articles de jardin (48%) et les jouets (48%) suscitent le moins d'intérêt.
Types de coupons préférés : les coupons en édition limitée avec une réduction très importante attirent 97% des internautes, suivis des coupons géolocalisés (89%) et des coupons valables sur de grandes marques et chaînes d'enseignes (87%).

L'envoi de coupon par email est le mode de réception préféré des internautes (51%), suivi par l'envoi sur mobile sous forme de SMS ou QR Code (24%) et de l'impression à partir du site Internet (16%). Enfin, 53% des internautes sont intéressés pour recevoir des alertes sur leur mobile présentant des coupons valables sur la

zone géographique où ils se trouvent.

« Dans un contexte où les Français tendent à privilégier les achats « utiles » (37%) aux achats plaisirs (13%) [2], il est devenu indispensable d'offrir aux consommateurs des services gratuits leur permettant de faire des économies à chacun de leurs achats, sur Internet comme en magasin. Selon notre étude, 56% des internautes ont déjà cherché un bon de réduction en ligne afin de l'utiliser par la suite en magasin physique [1]. Face à cette demande, il nous a semblé pertinent de développer un nouveau service gratuit, simple et facile d'utilisation et ainsi répondre aux attentes et besoins des consommateurs » commente Olivier David, Directeur Général de Bons-de-Reduction.com.

« Par impression ou présentation de l'offre via son mobile, grâce à l'application de Bons-de-Reduction.com disponible sur iPhone ou Android, le consommateur peut désormais profiter des offres du web dans ses boutiques physiques préférées. Cette nouvelle offre donne l'opportunité aux consommateurs de profiter du meilleur prix également dans leurs boutiques et ainsi conserver les avantages qu'apporte l'achat en magasin : bénéficier des conseils du vendeur, s'assurer de la bonne taille de vêtement par l'essayage, profiter de l'achat instantanément… » conclut Olivier David.

Télécharger le communiqué de presse en version pdf ici

Les résultats détaillés de l'enquête Bons-de-Reduction.com sont disponibles sur simple demande

[1] Sondage en ligne réalisé du 15 au 23 juillet 2013 par l'institut CCM Benchmark Panel auprès d'un échantillon de 1000 panélistes, représentatif de la population internaute française âgée de 18 ans et plus.

[2] Sondage en ligne réalisé du 2 au 4 décembre 2013 par l'institut LH2 auprès d'un échantillon de 1011 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

---

https://retailmenot.mediaroom.com/study-french-use-coupon-in-store