



Communiqué de presse

L'expérience des Soldes : une enquête en temps réel, tout au long du 1^{er} Samedi des Soldes

Une enquête réalisée grâce à la plateforme d'interrogation sur mobile mobiligo

Samedi 12 janvier, 52% des répondants envisageaient d'effectuer des achats à l'occasion de ce premier samedi des Soldes

Samedi 12 Janvier, tout au long de ce premier samedi des Soldes, un panel de 206 individus équipés Smartphone a répondu à un questionnaire depuis la plateforme mobiligo, la solution d'interrogation sur mobile développée par iligo. L'objectif de cette enquête était de recueillir, à vif, leur avis et leur expérience de cet événement. La moitié d'entre eux a répondu à ce questionnaire directement depuis son Smartphone, en situation de mobilité.

Comptaient-ils effectuer des achats au cours de cette journée ? Où avaient-ils entendu parler des Soldes ? Comment jugeaient-ils l'expérience d'achat au moment des Soldes ? Appréciaient-ils ce moment ? Comment évaluaient-ils l'évolution de leur budget « Soldes » par rapport à l'année dernière ?

Les soldes : un rituel ancré dans les habitudes de consommation

Le premier samedi des soldes est généralement synonyme d'affluence dans les magasins A en croire notre panel, les soldes d'hiver 2013 ne semblaient pas déroger à la règle puisque 52% des répondants envisageaient d'effectuer des achats lors de cette journée.

Une motivation encore plus grande pour ceux d'entre eux qui avaient anticipé ce moment, faisant notamment des repérages en boutique avant le top départ des Soldes. 20% des répondants déclaraient ainsi avoir attendu le début des Soldes avec impatience.

« J'aime me faire plaisir en payant moins cher des articles que j'ai repéré au préalable. Par contre, il ne faut pas tarder car ça part très vite. Tout se joue souvent les premiers jours ! »

Un rite d'achat largement présent dans les médias, notamment à la télévision et sur Internet

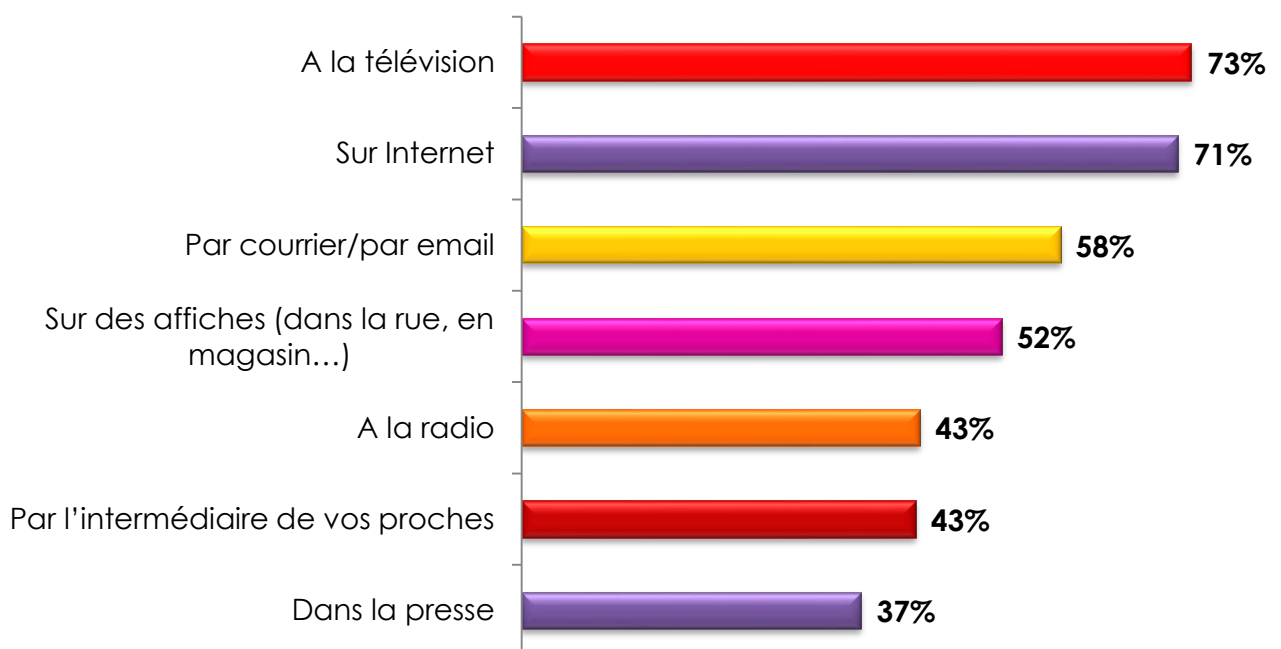
Véritable temps fort semestriel, cet événement l'est d'autant plus qu'il est largement relayé par les grands médias. Ainsi, au cours des jours précédents, les répondants ont pour la plupart entendu parler des Soldes dans les médias.

- A la télévision : 73% des répondants avaient entendu parler des Soldes à la télévision.
- Sur Internet : 71% des répondants y avaient entendu parler des Soldes.

Sur cette thématique, Internet se révèle un relai aussi puissant que la télévision. Son rôle hybride peut certainement expliquer cette émergence : Internet étant à la fois un lieu où l'on parle des Soldes et un lieu où il est possible de faire les Soldes.

Un peu plus en retrait, mais cités tout de même par une majorité de notre panel, viennent les courriers envoyés par les marques ou les enseignes (58% des répondants) et les affiches présentes dans la rue ou en magasin (52% d'entre eux).

Question : Ces derniers jours, où avez-vous entendu parler des soldes ? (Plusieurs réponses sont possibles).



Une motivation financière en premier lieu, mais également un moment de plaisir

Si 69% des répondants déclarent que les soldes sont une occasion de faire de bonnes affaires, cet événement ne reste pas moins synonyme de plaisir personnel. 41% des répondants considèrent les soldes comme un moyen de se faire plaisir.

« J'aime faire les soldes car j'adore faire du shopping et cette période est un prétexte idéal ! »

Un plaisir qui, pour près d'un tiers d'entre eux, est lié à la possibilité de réaliser des achats non planifiés, de céder à l'impulsion. 28% des répondants déclarent que les Soldes sont un moment où les tentations sont nombreuses.

« Les soldes représentent un agréable moment de tentations »

Un plaisir légèrement assombri par un pouvoir d'achat en berne

Le contexte économique semble tout de même grever le budget « Soldes » des répondants 55% des répondants estiment que leur budget a diminué par rapport à l'année précédente (30% le considèrent stable et seulement 8% le jugent en hausse).

Internet comme alternative pour éviter la foule et les files d'attentes interminables... Mais aussi pour accompagner l'achat en magasin

Faire les Soldes en magasin demeure un exercice fatigant et parfois stressant. A cet égard, Internet se révèle une alternative particulièrement valorisée par les répondants. Acheter en ligne rendrait ainsi les soldes plus rapides (pour 66% des répondants) et plus reposantes (pour 60% des répondants).

Le petit hic pendant les soldes : la foule, avec les bousculades, les crêpages de chignon assurés et les pieds écrasés, ce n'est pas ma journée de la gentillesse...

Par ailleurs, Internet semble se révéler un outil de plus en plus utile au moment même des achats en magasin. 54% des répondants déclarent ainsi être intéressés par le fait



de comparer le prix d'un article sur leur Smartphone pendant leurs achats en boutique.

Méthodologie

Terrain réalisé le samedi 12 janvier 2013 auprès d'un échantillon de 206 individus équipés smartphone.

A propos de mobiligo

Mobiligo permet de recueillir l'avis des individus à chaud et in situ, rapprochant ainsi le moment d'interrogation de l'expérience consommateur. Sur le lieu d'un achat, au moment où un contenu média est consommé, en direct d'un événement... Mobiligo permet aux études d'entrer dans des moments d'expérience et de consommation auxquels le online n'avait jamais accédé.

Disponible sur toutes les plateformes smartphone et les mobiles disposant d'un navigateur internet, mobiligo est prêt à l'emploi et ne nécessite aucune installation de la part du consommateur.

Découvrez notre plateforme en ligne : <http://www.mobiligo.fr/>

A propos d'iligo

iligo est une société d'études et de conseil spécialisée dans les nouveaux comportements des individus, notamment en liaison avec les nouvelles technologies. iligo privilégie une démarche transversale, articulée autour de trois expertises :

- Consumer Research
- Media Research
- Communication Research

Pour en savoir plus : <http://www.iligo.fr>

Contact

Pauline Lermigeaux

01 53 00 92 89

Pauline.lermigeaux@iligo.fr