

Mars 2010



LES FEMMES ET LEURS COMPORTEMENTS D'ACHAT

METHODOLOGIE

Objectif & Méthodologie

Objectif de l'étude :

Identifier le comportement d'achat propre aux femmes

Période de l'étude :

- **Date de lancement : 09/02/2010**
- **Date des résultats : 28/02/2010**

Méthodologie :

- **Questionnaire auto-administré auprès des femmes du Panel Topannonces.fr.**
- **Redressement de l'échantillon par rapport à la population femme française selon des critères de CSP, âge et région**

Base: 300 répondantes

Méthodologie

Population féminine du panel Topannonces.fr



Panel Topannonces.fr



Questionnaire



Stockage de données



Redressement et analyse



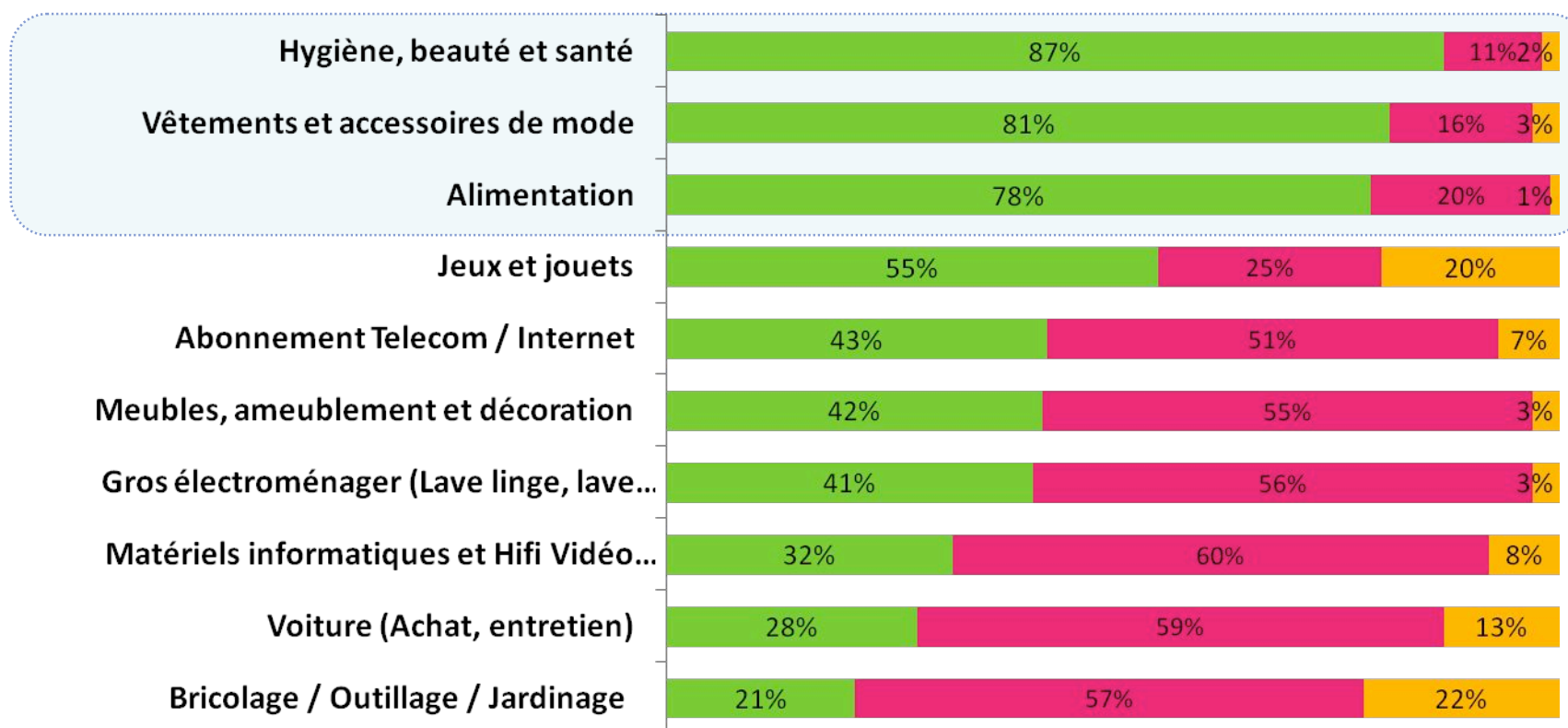


RESULTATS DETAILLES

Le rôle des femmes dans les achats pour la maison

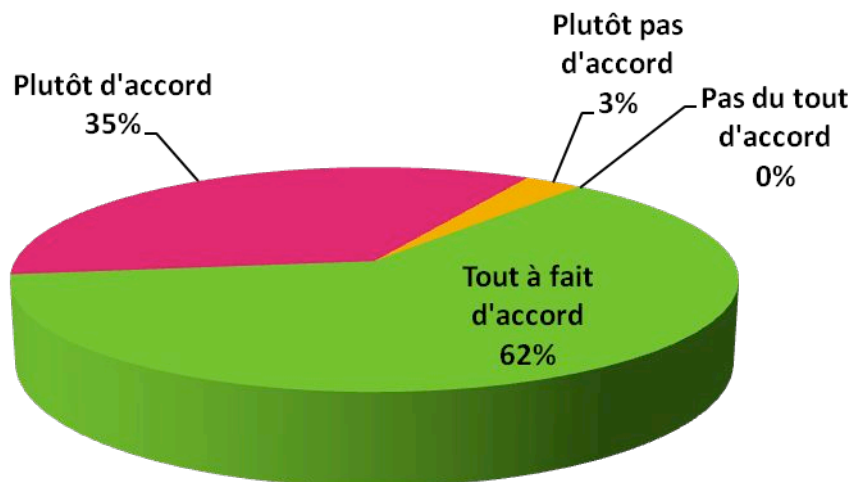
Au sein de votre foyer, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes responsable des décisions concernant les achats pour la maison :

■ Principal responsable ou seul à prendre les décisions ■ Partiellement responsable ■ Pas responsable ou pas concerné



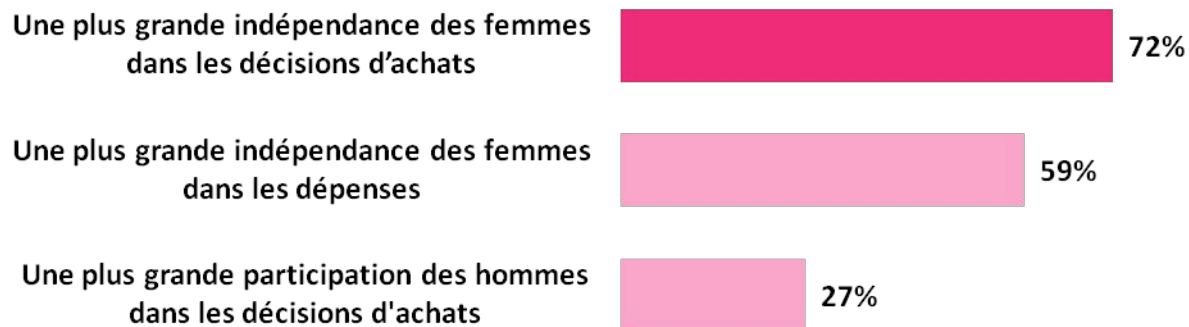
Une indépendance croissante des femmes

Etes-vous d'accord avec l'affirmation selon laquelle, concernant les achats courants du foyer, le rôle de la femme a évolué au cours des 30 dernières années?



Base : 300 répondants

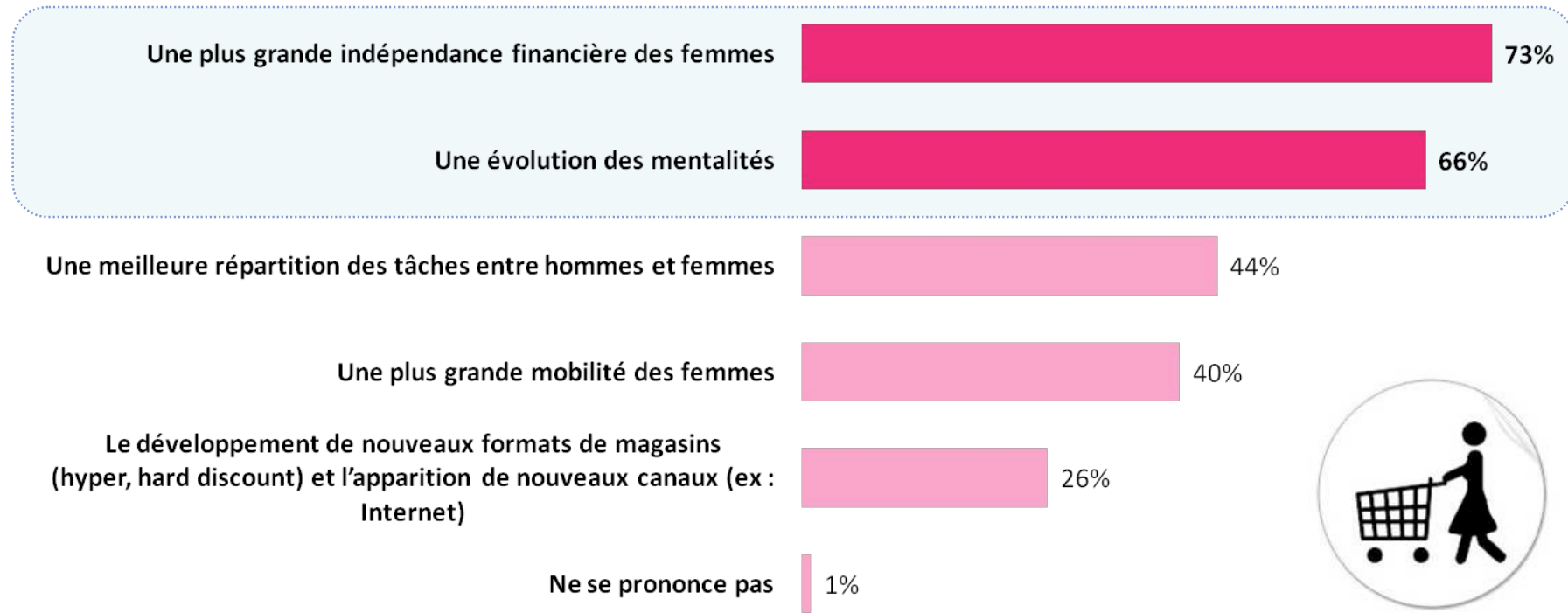
De quelle manière pensez-vous que le rôle de la femme a évolué ?



Base : 291 répondants

Une indépendance croissante des femmes

Selon vous, quelles sont les raisons de ces évolutions ?

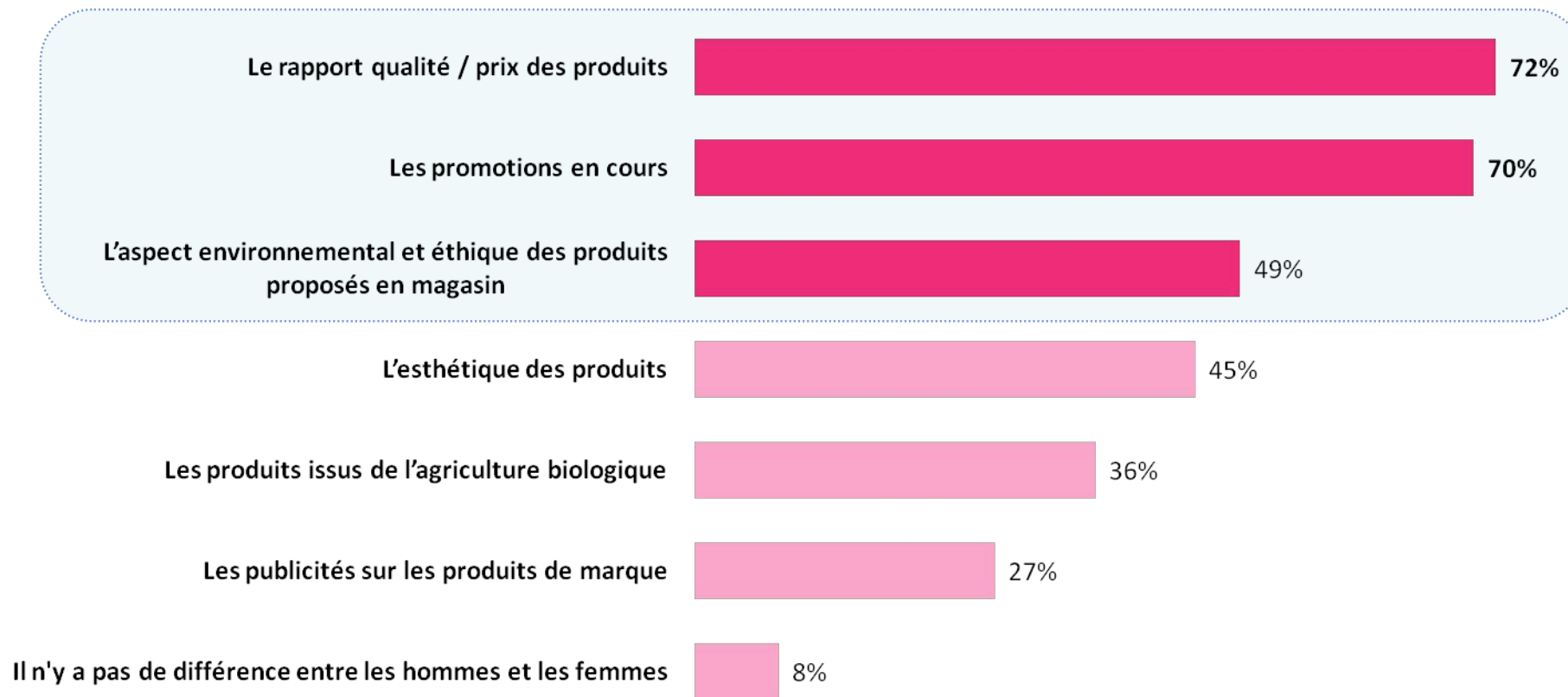


Les femmes sont de plus en plus décisionnaires du fait de leur indépendance financière (de plus en plus de femmes travaillent) et de l'évolution des mentalités.

Base : 291 répondants

Des acheteuses plus sensibles au rapport qualité/prix et aux offres promotionnelles

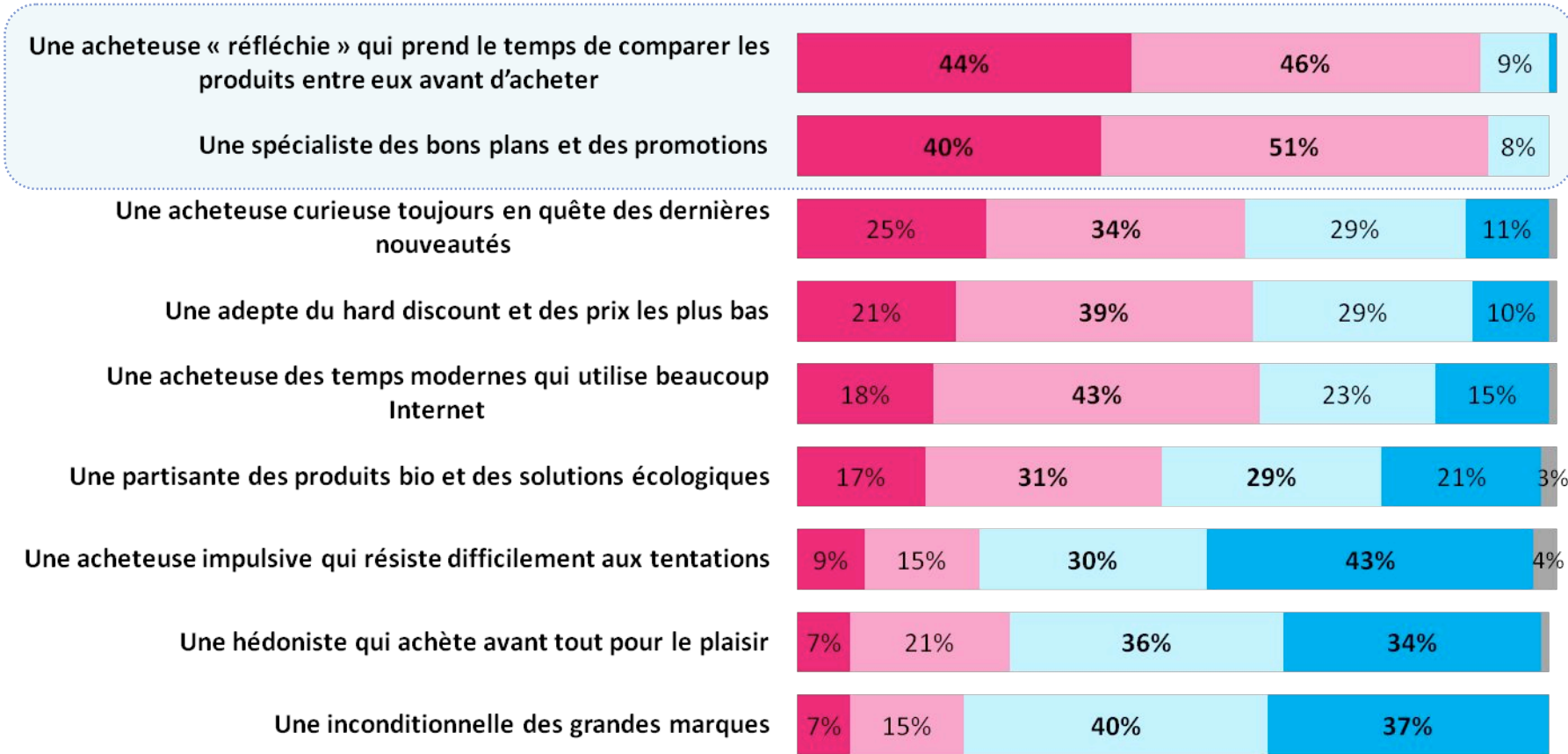
En général, diriez-vous que les femmes sont plus sensibles que les hommes aux thèmes ci-dessous :



Les typologies d'acheteuses

Vous, personnellement, quel type d'acheteuse êtes-vous ?

■ Tout à fait d'accord
 ■ Plutôt d'accord
 ■ Plutôt pas d'accord
 ■ Pas d'accord du tout
 ■ Ne se prononce pas



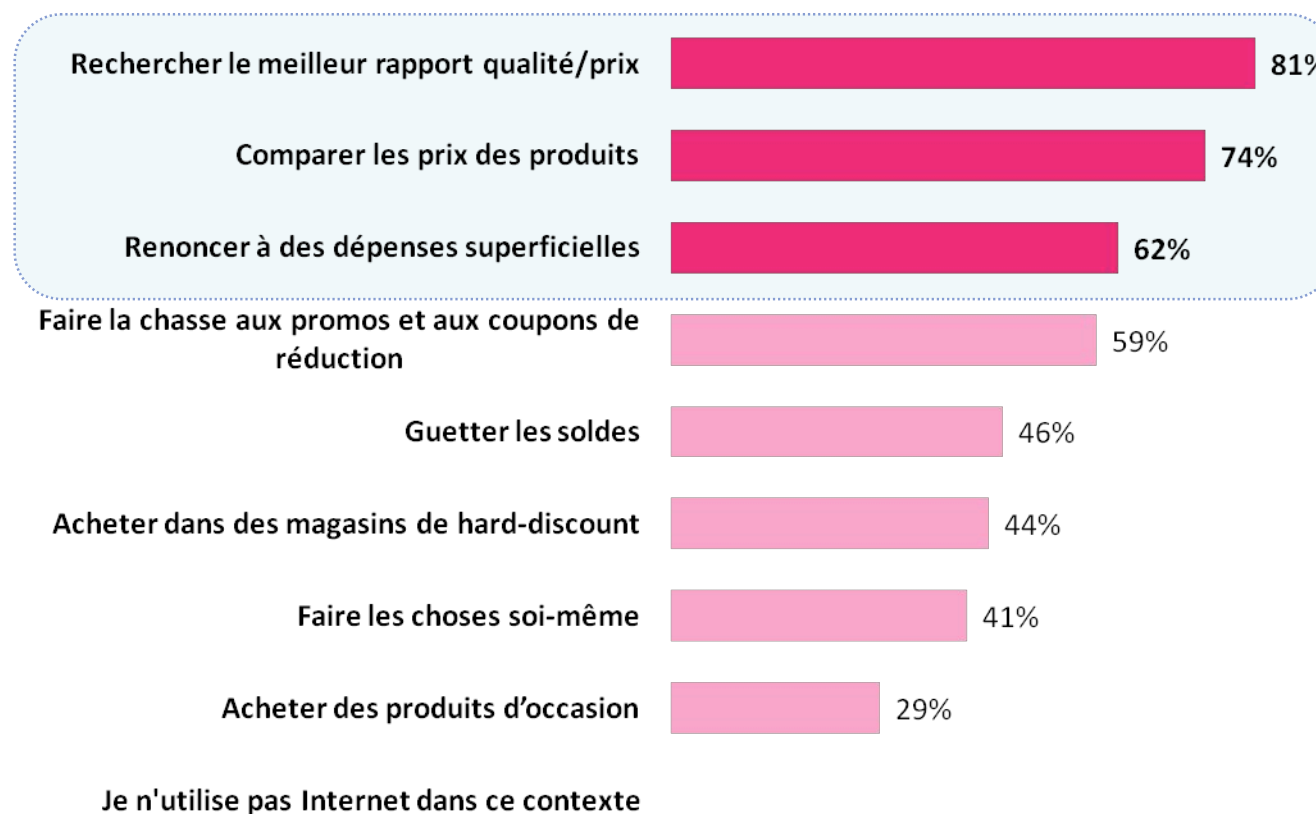
Base : 300 répondants



Baisse du pouvoir d'achat = consommer moins cher

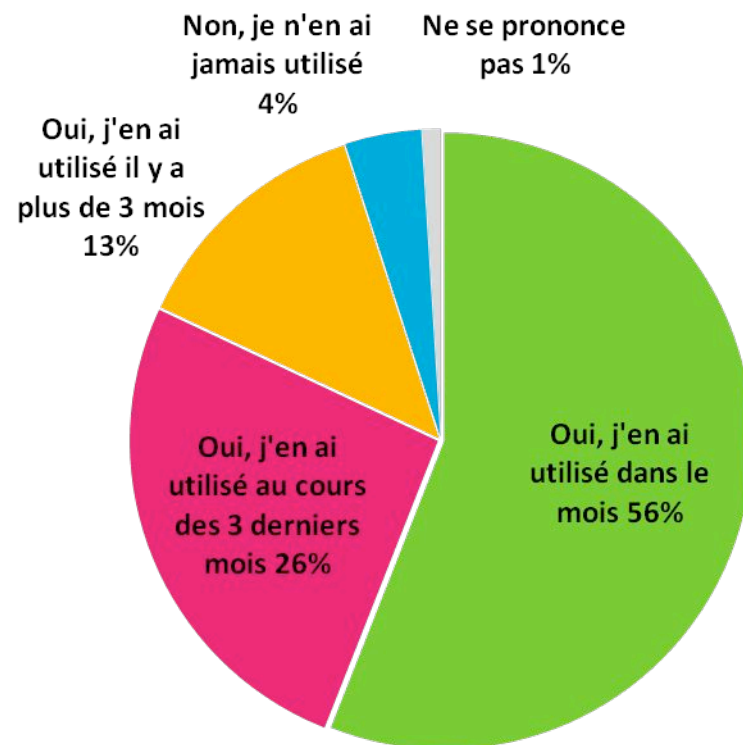
88% pensent que les **comportements d'achat ont changé** et que les consommateurs sont devenus **experts pour « consommer moins cher »**.

Pour vous, « consommer moins cher » signifie...



Une fréquente utilisation des bons de réduction

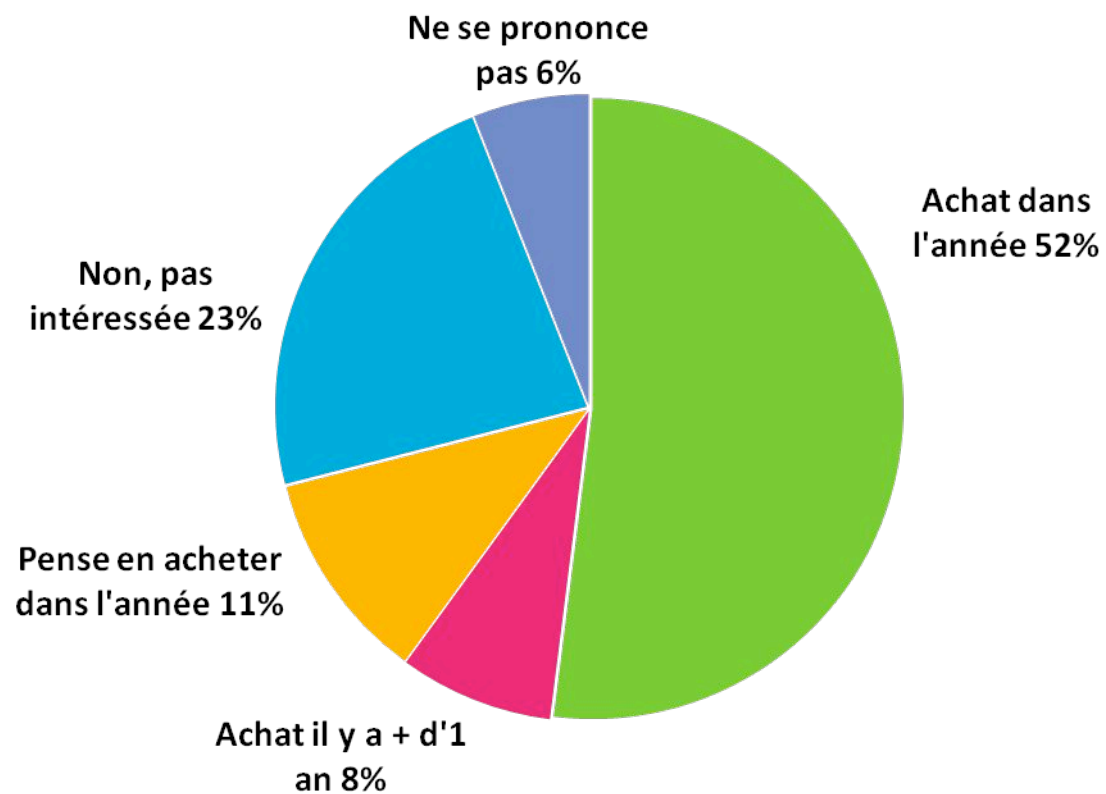
Vous, personnellement, avez-vous utilisé des bons de réduction pour les achats de la maison (alimentation, hygiène/beauté, décoration, électroménager, etc.) ?



74% prévoient d'utiliser des bons de réduction plus souvent dans les 6 prochains mois

Un intérêt certain pour l'achat de produits d'occasion

Vous personnellement, êtes-vous globalement intéressée par l'achat de produits d'occasion ?



Base : 300 répondants

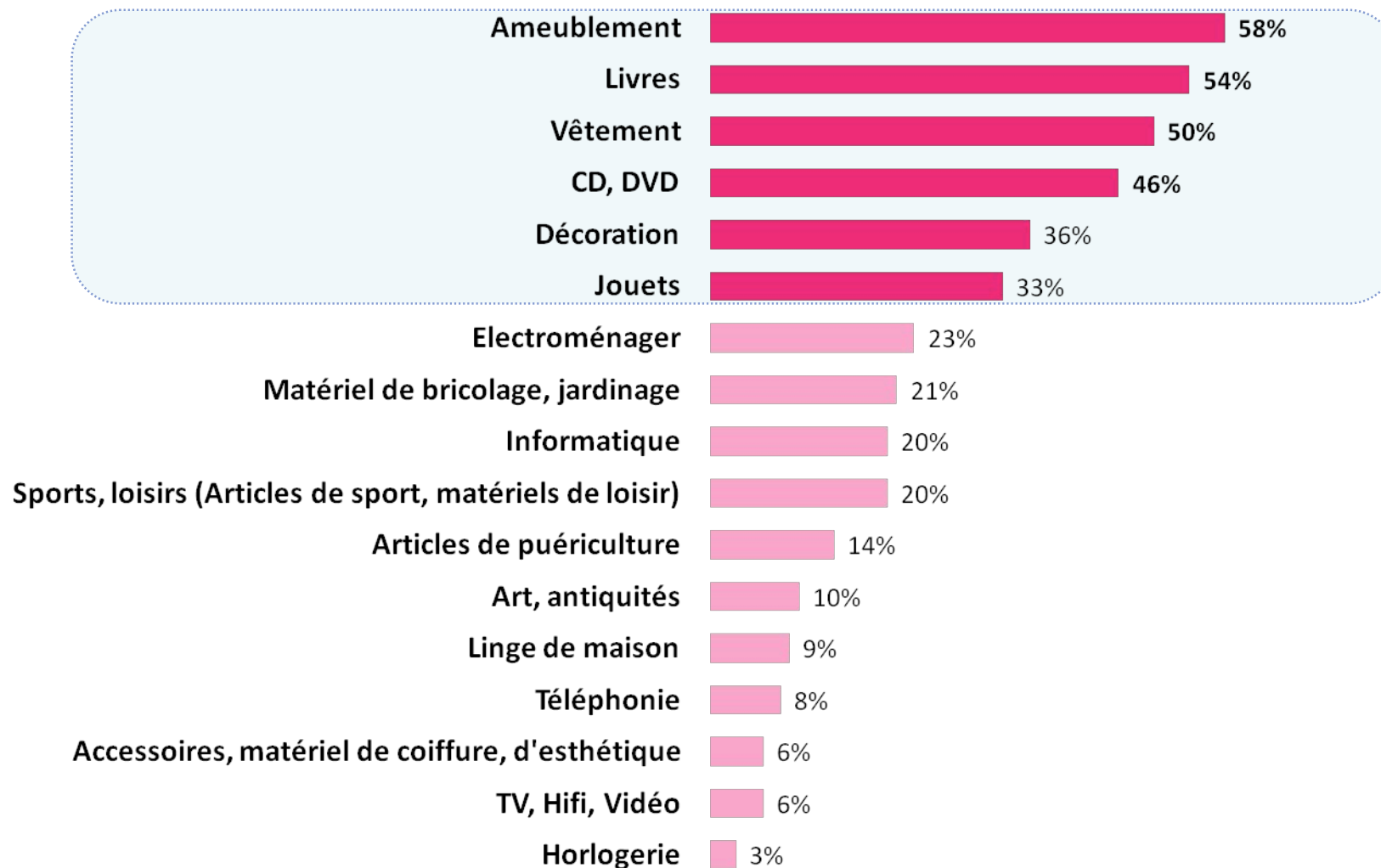
L'achat de produits d'occasion: un bon moyen pour économiser

Pour quelles raisons êtes vous intéressée par l'achat de produits d'occasion ?



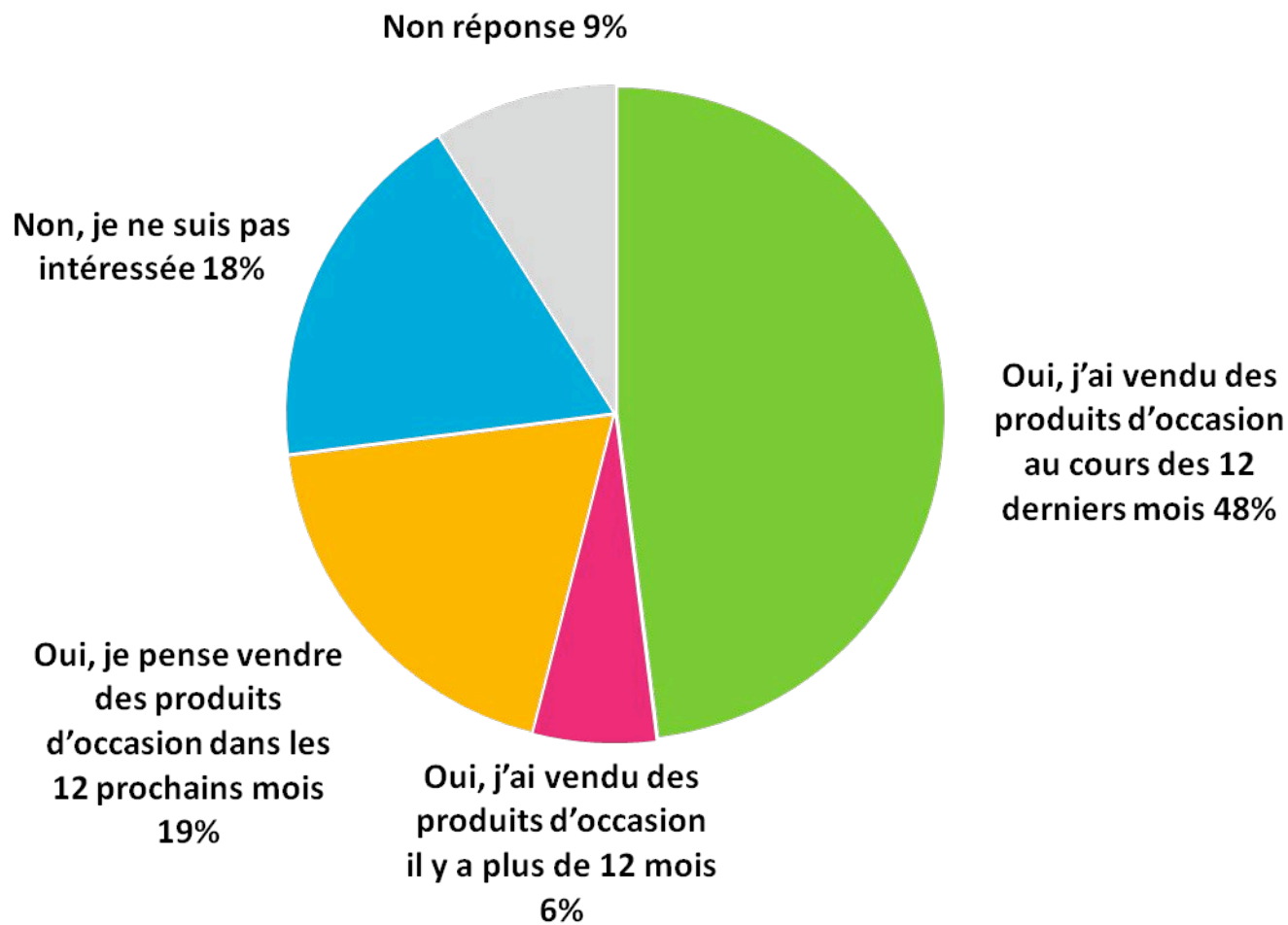
Les achats d'occasion...

Dans quelles catégories avez-vous acheté un/des produits d'occasion ?



Les ventes d'occasion

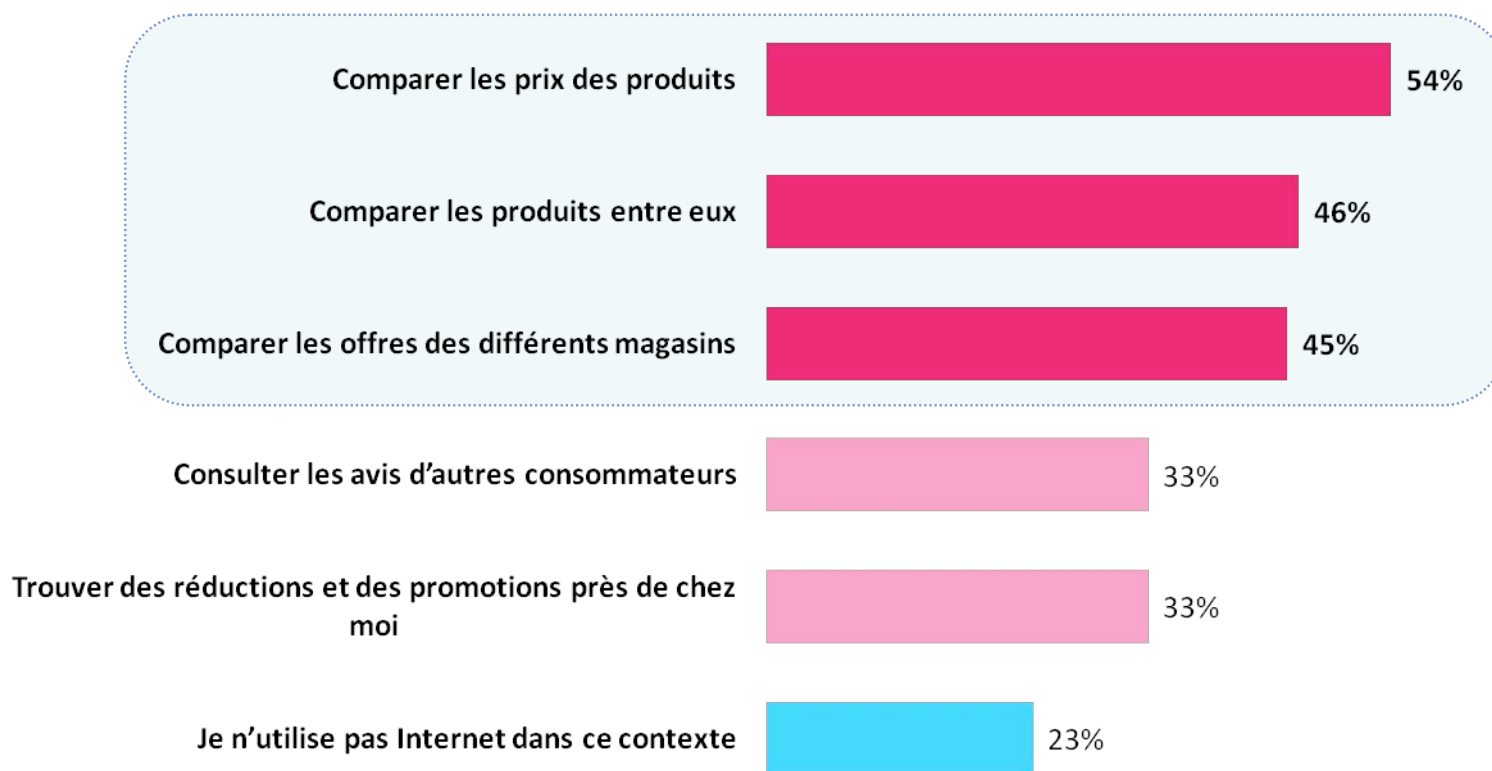
En ce qui concerne la vente de produits d'occasion, êtes-vous globalement intéressée ?



Internet s'impose dans les décisions d'achats off-line

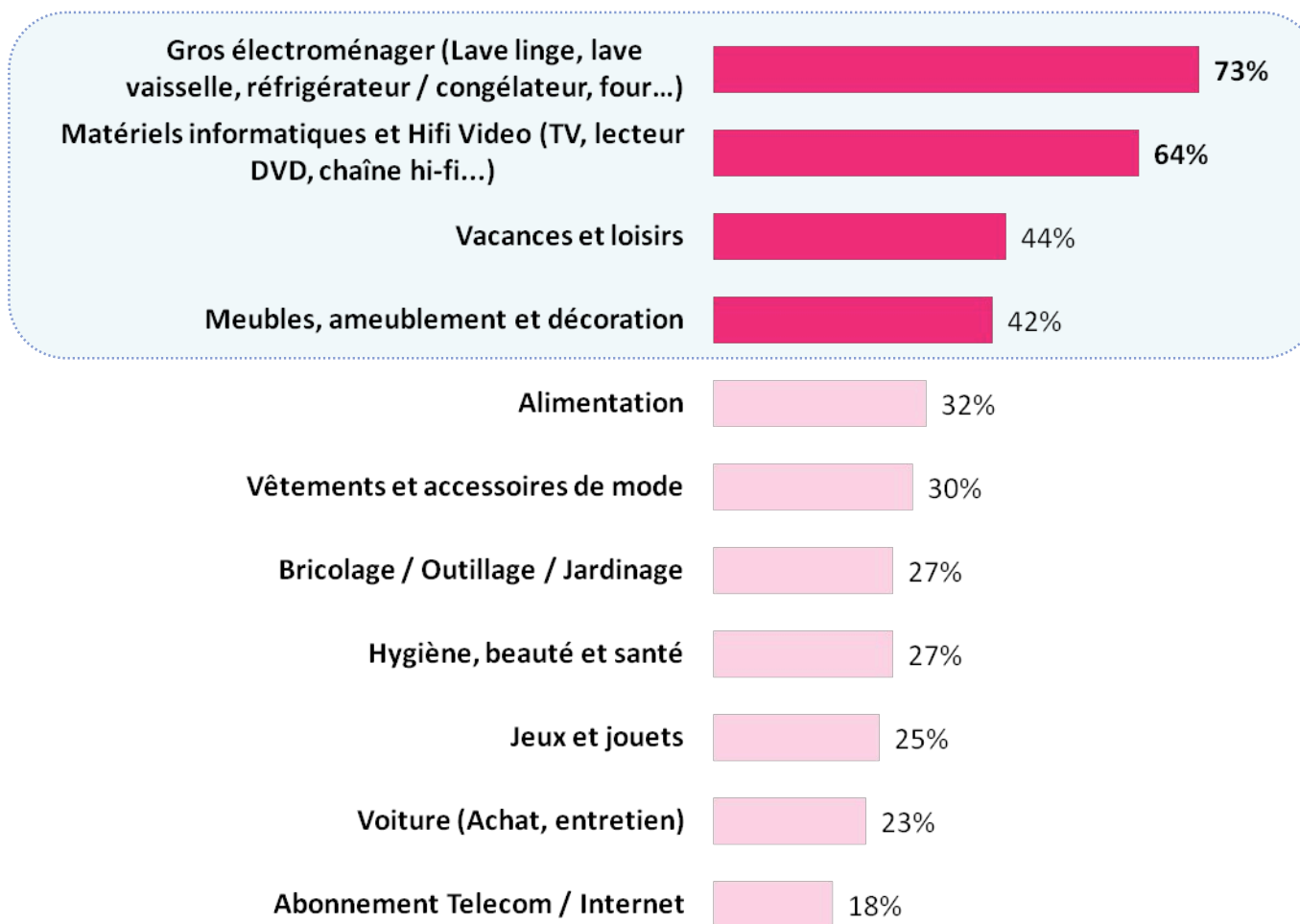


Avant de vous rendre en magasin, vous arrive-t-il d'utiliser Internet pour :



Internet s'impose dans les décisions d'achats off-line

Plus précisément, pour quel type d'achat utilisez-vous Internet pour préparer vos achats en magasin ?



Base : 181 répondants

Un usage d'Internet amené à se développer

- **54%** envisagent d'utiliser Internet plus souvent dans la préparation de leurs achats dans les 6 prochains mois
- **70%** pensent que globalement l'Internet va, dans les 12 prochains mois, jouer un rôle croissant pour aider les ménages français à maintenir leur pouvoir d'achat

ECHANTILLON

ECHANTILLON : profil des répondants

100% de femmes

