

Communiqué de presse

Paris le 24 juin 2020

Coupon de réduction digital : 3 shoppers français sur 4 le plébiscitent selon une étude HighCo Data/Ipsos

D'après une récente étude* réalisée par HighCo Data en partenariat avec Ipsos, 74 % des français se déclarent prêts à utiliser le coupon de réduction digital sur leur smartphone. Un chiffre qui témoigne donc d'une très forte attente des consommateurs, que les industriels et la distribution vont devoir rapidement prendre en considération.

Comment évolue le comportement des consommateurs à l'ère du digital et dans un contexte de crise ? C'est à cette question que répond l'étude réalisée par Ipsos et HighCo Data - filiale du Groupe HighCo expert en data marketing et en communication - auprès d'un échantillon représentatif de Français.

Un élément majeur s'en dégage : accros à leur mobile et gourmands en promotions, 3 consommateurs français sur 4 utiliseraient un coupon de réduction 100 % digital et totalement sécurisé, valable dans tous les magasins, via leur smartphone.

Plus précisément, l'étude révèle que les shoppers sont attachés à leur smartphone (3 possesseurs sur 5 s'en servent durant leurs achats pour comparer les prix ou scanner des produits). De plus, elle confirme que les consommateurs demeurent très gourmands en promotion. Ainsi, le prix (94 %) et les promotions (71 %) constituent les principaux drivers du choix de magasins pour les courses du quotidien, devant le critère de la qualité du produit. Et ce, tout particulièrement pour les Millenials (82 %).

Parmi le type d'offres promotionnelles proposées, le coupon de réduction immédiat apparaît largement favori (37 %, devançant les avantages liés aux cartes de fidélité et autres options) pour sa simplicité d'utilisation, le service qu'il procure et les réelles économies générées.

A l'ère du digital et des fortes attentes du consommateur en matière environnemental, le coupon dématérialisé apparaît ainsi comme le successeur naturel du coupon papier : disponible via un mobile, il suffit de le présenter en caisse pour bénéficier d'une réduction immédiate.

Plus rapide que son prédécesseur, plus écologique, plus innovant, il modernise en outre l'image des enseignes (pour 70 % des personnes interrogées) et des marques (57 %), offrant à ces dernières davantage de souplesse et d'opportunités de personnalisation.

Au regard de ces constats, une vingtaine d'annonceurs a d'ores et déjà fait part à HighCo Data de son vif intérêt pour sa démarche. Un nombre qui, au regard du contexte social et économique, devrait augmenter rapidement et séduire de nombreux retailers.

« Le coupon digital est l'alternative fluide et efficace attendue par les consommateurs, les marques et les distributeurs. Il permettra de répondre à l'évolution de la digitalisation du commerce et de la promotion et d'apporter un accroissement des performances. Nous sommes prêts sur l'ensemble de la chaîne et lancerons les premiers tests dès cette année pour un déploiement croissant sur 2021. »

Olivier Hublau, Directeur Général HighCo Data.

**Etude réalisée online par Ipsos, du 19 au 25 février 2020, auprès d'un échantillon représentatif des Français âgés de 18 ans 65 ans*

A propos de HighCo Data

Offrir le meilleur de l'activation shopper pour les marques et les retailers en connectant nos savoir-faire interne, nos offres partenaires et les innovations afin de vous faire la meilleure réponse à votre brief d'activation.

A propos de HighCo

Expert en data marketing et communication, HighCo innove en permanence pour relever avec les marques et retailers les challenges du commerce de demain.

Cotée sur le compartiment C d'Euronext Paris, et éligible au dispositif « PEA-PME », HighCo compte plus de 750 collaborateurs et fait partie depuis 2010 du Gaïa Index, sélection de 70 PME-ETI responsables.

Contacts

Presse : Sandra Jaudel s.jaudel@highco.fr

HighCo Data : Chloé Albert c.albert@highco-data.fr