

# LES FRANÇAIS & LES PROMOTIONS

Chiffres clés CSA

## UNE APPÉTENCE DES FRANÇAIS POUR LES PROMOTIONS

**52%** DES FRANÇAIS ONT PROFITÉ D'UNE PROMOTION AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS.

★ Dans les secteurs étudiés : transports, hébergement payant, parcs de loisirs, télécom et TV payante.

## #TOURISME LA PROMO POUR ATTIRER ET FIDELISER



TRANSPORTS

**20%**



HEBERGEMENT PAYANT

**18%**



PARC DE LOISIRS

**12%**

...ont profité d'une promotion ces 12 derniers mois

**40%**

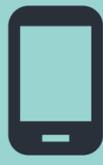
Recrutements purs ou pris sur la concurrence



**60%**

effet d'aubaine, anticipation des achats ou montée en gamme

## #TELECOM #TVPAYANTE LA PROMO POUR CONQUERIR



TELECOM

**28%**

...ont profité d'une promotion ces 12 derniers mois



**28%**

Recrutements pris à la concurrence



TV PAYANTE

**22%**

...ont profité d'une promotion ces 12 derniers mois



**47%**

N'auraient pas souscrit/acheté sans la promo

## QUI SONT CES PROMOPHILES ?



PLUS SOUVENT UN HOMME, - DE 50 ANS, EN RÉGION PARISIENNE, PLUTÔT CSP+ POUR LES PARCS DE LOISIRS ET L'HÉBERGEMENT PAYANT, TANDIS QUE LES CATÉGORIES PLUS MOYENNES SE CONCENTRENT SUR LA TV PAYANTE ET LES TÉLÉCOM.

LES PROMOS DANS LE SECTEUR TRANSPORTS ATTIRENT TOUTES LES CATÉGORIES DE POPULATION.

CSA Promotion Optimizer analyse l'impact des dispositifs promotionnels en mesurant la part de ventes incrémentales, en distinguant le recrutement pur et celui pris à la concurrence, et la part de ventes cannibalisées, en distinguant ce qui relève du pur effet d'aubaine, de l'anticipation temporelle ou de la montée en gamme.

**Méthodologie :** étude CSA online réalisée du 16 au 19 avril 2020 auprès d'un échantillon national représentatif de 1000 Français (d'après la méthode des quotas)