

1

TOUTES CATÉGORIES CONFONDUES, LE PREMIUM N'OBSERVE QUE 3 POINTS DE PÉNÉTRATION SUPPLÉMENTAIRES CHEZ LES CSP+ (25%) COMPARÉ AUX CSP- (22%).

2

LE TOP 3 DES MARQUES PREMIUM SELON LES FRANÇAIS SONT NESPRESSO (53%), FAUCHON (47%) ET SONY (43%).

3

LA FIDÉLITÉ AUX MARQUES EST LE TRAIT DE CARACTÈRE QUI FAIT LE PLUS CONSENSUS CHEZ LES ACHETEURS DE PREMIUM EN FRANCE.

4

AVEC 53% DES SUFFRAGES, LA MARQUE EST LE PREMIER LEVIER DE TRANSFORMATION D'UN ACHETEUR D'AUTOMOBILE PREMIUM, DEVANT LA QUALITÉ (50%) ET LES PROMOTIONS (43%).

5

LA CATÉGORIE PRODUITS DU QUOTIDIEN (ALIMENTATION, PRODUITS ENTRETIEN...) EST LA CATÉGORIE OÙ LA PERCEPTION DE DIFFÉRENCE ENTRE PREMIUM ET NON-PREMIUM EST LA PLUS PRÉGNANTE.

L'AUTOMOBILE EST CELLE QUI SOUFFRE LE PLUS DU MANQUE DE DISTINCTION.

6

LES PRODUITS DU QUOTIDIEN SONT LA CATÉGORIE PREMIUM LA PLUS POPULAIRE (33% DE PÉNÉTRATION TOUTES CSP CONFONDUES) DEVANT LE HIGH-TECH (28%) ET LA MODE / HABILLEMENT (25%).

7

NE PAS VOIR LA DIFFÉRENCE ENTRE LE PREMIUM ET LE NON-PREMIUM EST L'ITEM LE PLUS POLARISANT PARMIS LES CATÉGORIES ÉTUDIÉES : PRODUITS DU QUOTIDIEN (ALIMENTATION, PRODUITS D'ENTRETIEN...), HIGH TECH (HI-FI, TÉLÉPHONIE, INFORMATIQUE...), AUTOMOBILE, SERVICES (BANQUES, ASSURANCES...), MODE / HABILLEMENT, MAISON / DÉCORATION, LOISIRS / SPORTS.

8

LE HIGH-TECH EST LA CATÉGORIE OBSERVANT LA PLUS FORTE DIFFÉRENCE DE CONSOMMATION ENTRE CSP+ (33%) ET CSP- (25%).

LA CATÉGORIE MODE / HABILLEMENT ADMET UN PHÉNOMÈNE INVERSE : 27% DE CSP- EN ONT ACHETÉ CES 12 DERNIÈRES MOIS, CONTRE 26% DE CSP+.

9

LA MODE EST LA CATÉGORIE PREMIUM LA PLUS GÉNÉRATRICE DE PLAISIR CHEZ LES FRANÇAIS (45%), DEVANT LE HIGH-TECH (34%) ET LES PRODUITS DU QUOTIDIEN (29%).

10

C'EST SUR LES SECTEURS DE LA BANQUE ET DE L'ASSURANCE QUE LES CATÉGORIES PREMIUM SONT LES MOINS COMPRISSES ET LES MOINS SOLlicitÉES.

10 chOses que je ne savais pas sur le premium