

**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%).

# 10 chOses que je ne savais pas sur le premium

**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.