



**PROMISE
CONSULTING^{INC}**

COMMUNIQUE DE PRESSE

#COVID-19 Chine Vague 2 du 06/04 au 10/04

Vague 2 en Chine d'un tracking international appelé "*#Covid-19: Measuring the Return to Normalization*" mené conjointement par les sociétés Promise Consulting | Panel On The Web et Alliance Bernstein. Résultats portant sur 600 personnes interrogées entre le 06 Avril et le 10 Avril 2020, de catégories professionnelles supérieures dans les plus grandes villes de Chine.

Pour des informations concernant des vagues antérieures et pour d'autres pays, dont la France, contacter :

Valerie Jourdan, CEO
valerie.jourdan@promiseconsultinginc.com



PAROLE D'EXPERTS



Philippe Jourdan et Jean-Claude Pacitto, les auteurs du tracking livrent ici leur décryptage sur les principaux enseignements de la deuxième vague menée en Chine. Les résultats de la vague 2 confirment les tendances observées dans la vague 1 : l'utilitaire prime les autres dépenses.

Les résultats de la première vague avaient révélé une reprise de la consommation focalisée sur les dépenses alimentaires ou utilitaires (vêtements, achats domestiques courants), et une forte contrainte sur les dépenses de luxe, en raison en particulier de la limitation sur les déplacements à l'intérieur et à l'extérieur de la Chine.

Les résultats de la deuxième vague confirment cette tendance : le retour à la normalité pour les achats alimentaires s'accroît, avec une reprise des visites des centres commerciaux et des déplacements en centres villes. En revanche, pour les autres postes (déplacements entre régions, à l'extérieur de la Chine et achats de luxe), la tendance est à un retrait prononcé sans espoir de reprise à court terme.

D'un point de vue économique global, la reprise des dépenses en Chine se focalise donc sur des achats domestiques, à ce niveau peu susceptible de stimuler la demande mondiale.

Finalement, les indices de ralentissement demeurent élevés sur l'ensemble des postes de consommation : une amélioration est peut-être en cours, mais elle est fragile, et la Chine en l'état actuel est au mieux un amortisseur de la crise mondiale, et en aucun cas à ce stade le moteur d'une reprise vigoureuse.

Au fur et à mesure de la levée des contraintes, nous pourrons évaluer si les tendances observées sont d'ordre conjoncturel ou structurel.



Sondage réalisé en ligne entre le Lundi 06 Avril 2020 et le Vendredi 10 Avril 2020 dans les plus grandes villes chinoises (liste à disposition)



Echantillon de 600 personnes appartenant aux 10% des foyers les plus riches en Chine.



Interrogation depuis un panel de citoyens et de consommateurs en ligne, échantillonnés selon la méthode des quotas avec redressement sur les variables suivantes : genre, âge, profession, taille d'agglomération et région d'habitation de l'interviewé.



Possibilité de répondre depuis un PC, une tablette ou un mobile grâce à une technologie propriétaire de diffusion en temps réels de questionnaires aux formats ajustés aux caractéristiques des différents supports (Simplexity©).

Pour télécharger le communiqué de presse en FRANCAIS :

[\[CLIQUER ICI\]](#)

Pour publier ces résultats sur les réseaux sociaux :

#Promiseconsulting #Panelontheweb #PublicOpinionLab

Pour contacter les auteurs de l'étude :

(Interviews, témoignages, directs, analyses)

[Promise Consulting](#), société de conseil, et [Panel On The Web](#), institut d'études marketing, de consommation et d'opinion, ont interrogé 600 Chinois vivant en milieu urbain et appartenant aux 10% de foyers aux revenus les plus élevés entre le 06 et le 10 avril 2020. Trois questions ont été posées dans le cadre d'un tracking international sur les perspectives de rebond de la consommation des ménages dans le Monde, à l'issue de la crise du #Covid-19 :

- Fréquence de pratiques sociales, culturelles et économiques.
- Ralentissement des activités à la suite du #COVID-19.
- Anticipation d'un retour à la normale dans les 15 prochains jours.

Ces trois indicateurs sont mesurés à l'aide d'échelles normées permettant une comparaison des résultats d'une vague bimensuelle à l'autre et le suivi d'un indicateur global par pays et par vague appelé « Indice de rebond ». Il s'agit ici de la deuxième vague pour la Chine.



Pr Philippe Jourdan
CEO, professeur des Universités
Promise Consulting

Téléphone : +33 6 62 66 09 27

Mail : philippe.jourdan5@promiseconsultinginc.com



Jean-Claude Pacitto
Directeur de recherche, maître de conférences
Promise Consulting

Téléphone : +33 6 13 85 92 74

Mail : jean-claude.pacitto@orange.fr

A PROPOS DE PROMISE CONSULTING

Promise Consulting est une société d'études marketing, spécialiste de la sociologie de la consommation et des stratégies de marques. La société est structurée autour de trois pôles d'expertise :

- **Luxury Lab** : axé sur les secteurs du luxe, de la beauté et de la distribution sélective
- **Conso Lab** : structuré autour des problématiques des marques alimentaire, grande consommation et biens durables
- **Opinion Lab** : spécialiste des études d'opinion, ou des phénomènes structurants des évolutions sociologiques ou sociétales

Promise Consulting est issu de la fusion de deux cabinets, **Panel On The Web**, pionnier des études en ligne, et **Promise Consulting Inc.**, société américaine de conseil marketing.

Promise Consulting a été récompensé 7 fois en 10 ans par la profession pour ses innovations. Elle accompagne les plus grandes marques de luxe, de cosmétiques et de distribution dans leur développement sur le marché national et les marchés étrangers. Elle intervient également dans de nombreux secteurs d'activité, chaque fois que les marques souhaitent disposer d'une stratégie de croissance éclairée pour mieux comprendre leur marché, s'adresser à leurs consommateurs, séduire et fidéliser leurs clients.

Philippe Jourdan est associé fondateur de Promise Consulting. Il publie dans des revues académiques de niveau international sur la valorisation des marques dans les secteurs du luxe, de la beauté et de la distribution sélective. Il publie également dans la presse économique et spécialisée (Le Monde, Les Echos, Le Figaro, l'Opinion, La Revue des Marques, etc.) sur le comportement du consommateur, l'impact des communications publicitaires et l'avenir du retail. Il est également professeur des universités, chercheur à l'IRG (CNRS) et lauréat du Meilleur Article de Recherche AFM 2000. Il a enfin une Certification Social Media.

Il est l'auteur de nombreux ouvrages sur la consommation dont le dernier en date, le Marketing de la Grenouille publié aux éditions KAWA a été précurseur dans l'étude des changements de comportement de consommation liés à la digitalisation et à la paupérisation des classes moyennes ([cliquer pour en savoir plus](#))

En matière d'études d'opinion, il a co-signé avec Mr Jean-Claude Pacitto des études récentes sur les Gilets Jaunes, les forces de sécurité, l'université française, la privatisation d'ADP, les relations franco-chinoises, etc.

Jean-Claude Pacitto, est diplômé de Paris-Dauphine (DEA en management) et de l'IEP Paris (DEA études politiques). Il est maître de conférences à l'Université Paris-Est (UPEC). Il est un spécialiste reconnu des stratégies internationales, et de leur impact sur les relations entre entreprises multinationales. Depuis quelques années, il centre son activité de recherche et de publication sur l'impact de l'environnement politique sur les relations d'affaires entre sociétés privées, dans un monde global et sur un marché mondial. Il développe une expertise pointue sur la Chine et la Russie. Il collabore régulièrement avec Promise Consulting | Panel On The Web.