



Soldes d'été 2016 : Quel comportement pour les jeunes shoppers ?

Les soldes d'été 2016 commencent le 22 juin en France métropolitaine. Les 18-25 ans, avides de bons plans en tout genre, seront-ils au rendez-vous ? Une étude signée mareduc/Yougov nous en dit plus à ce sujet ! Au quotidien, la mission d'Air of melty est de vous aider à comprendre comment se comportent les jeunes dans leur rapport aux marques et à la consommation. Dans cette logique, la semaine passée, nous vous dévoilions les profils de jeunes consommateurs mis en lumière par la société d'études et de conseil en marketing **Promise Consulting**, du récessionniste au vigile. Voilà pour leur profil en général. Mais, il y a des périodes de l'année durant lesquelles les comportements des consommateurs peuvent changer, et c'est notamment le cas des soldes. En début d'année, nous vous avons fait savoir que les jeunes seraient de la partie pour les soldes d'hiver 2016, avec 7 jeunes sur 10 affirmant avoir l'intention de se laisser séduire par les promotions en tout genre à l'occasion des soldes d'hiver, contre 6 Français sur 10 en moyenne. En sera-t-il de même pour les soldes d'été, qui commencent le 22 juin prochain ? Une étude signée Mareduc/Yougov nous en dit plus... De façon générale, 58% des Français affirment aujourd'hui avoir l'intention de faire les soldes d'été, qui débiteront dans deux semaines. En moyenne, ils comptent dépenser 300 euros, soit 55 euros de plus qu'en 2015. Mais, du côté des jeunes, le budget sera plus limité: les 18-24 ans ont ainsi l'intention de dépenser 186 euros durant les soldes d'été, ce qui confirme une nouvelle fois les profils présentés il y a quelques jours, mettant en lumière une jeune génération dépensière mais très raisonnable dans ses dépenses. Nous vous en parlions il y a quelques temps, les Millennials se distinguent de leurs aînés par le fait qu'ils dépensent plus souvent mais moins, au final. Mais que vont acheter les jeunes pendant cette période de soldes au juste ? Des achats "coup de cœur", dès la première démarque, mais aussi des "achats utiles". Les "petits plaisirs" attendront en revanche la troisième démarque pour 35% des Français. L'étude signée mareduc/Yougov met aussi en lumière le fait les soldes ont tout de même aujourd'hui moins d'intérêt que les réductions et les promotions que l'on retrouve tout au long de l'année. "Un français sur deux le pense. Dans le détail, les hommes (43%) semblent plus sensibles aux promotions ponctuelles qu'aux soldes (39%), tandis que les femmes auront tendance à privilégier la période des soldes (52%) aux promotions en magasin (49%)". Et quelque chose nous dit que ce sujet parle beaucoup aux moins de 30 ans, largement adeptes des bons plans en tout genre.