OFFREMEDIA.com
CLES UNE COMMUNAUTÉ INFLUENTE DE LECTEURS ET DE MARQUES

RECHERCHE
Mots-clés | Tous les mots | Recherche | Nouvelle recherche

IDENTIFICATION
Cliquez ici pour vous inscrire gratuitement et bénéficier de tous nos avantages.
Inscrivez-vous
Connexion
Mot de passe oublié ?

Tous les espaces pubs | Dernières offres | Outils médias | Qui fait Quoi | Emplois & formations | Galerie vidéo

> Accueil > Article > «Les Européens ont-ils encore envie de luxe ?», septième édition de l'observatoire d'Ipsos

«LES EUROPÉENS ONT-ILS ENCORE ENVIE DE LUXE ?», SEPTIÈME ÉDITION DE L'OBSERVATOIRE D'IPSOS

Le 25/09/2013

Ipsos publie la 7ème édition de son Observatoire mondial du luxe. L'institut pose la question «Les Européens ont-ils encore envie de luxe ?» dans un extrait de l'étude présentée mardi en partenariat avec l'Association des Professionnels du Luxe. Cinq pays sont analysés et comparés : la France, la Grande-Bretagne, l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie.

Ipsos distingue quatre groupes de consommateurs de luxe selon l'évolution de leur envie depuis 5 ans : les «fans» (10%) sont ceux qui ont de plus en plus envie de luxe, les «fidèles» (45%) ont autant envie qu'avant, les «refroidis» (36%) en ont moins envie et les «abandonnistes» (9%) n'en ont plus du tout envie.

Selon Ipsos, la priorité du secteur luxe est de travailler sur les trop nombreux «refroidis», une cible qui se sent délaissée. C'est en Italie qu'ils sont le plus nombreux (36%). Ils expriment un doute sur le rapport qualité prix, ils ont le sentiment que l'on ne s'adresse plus à eux et que les touristes sont prioritaires.

54% des «fans» sont des femmes et 50% ont moins de 35 ans. On les rencontre davantage en Allemagne et en Angleterre. C'est en France (49%) et en Allemagne (50%) que les «fidèles» sont plus nombreux. La pénétration des «abandonnistes» est surtout élevée en Espagne (18%), devant l'Italie (10%).

	Europe	France	GB	Italie	Espagne	Allemagne
FANS	10%	11%	**14%**	8%	7%	**13%**
FIDÈLES	45%	**49%**	46%	38%	41%	**50%**
REFROIDIS	36%	34%	36%	**45%**	34%	30%
ABANDONNISTES	9%	6%	4%	10%	**18%**	7%

Observatoire des Clientèles du Luxe, Ipsos, 2013.

Globalement, de plus en plus de personnes considèrent que le luxe est un monde inaccessible pour eux : un constat qui se vérifie dans chacun des 5 pays. Ils sont 74% en Espagne (+11 points vs 2007) et 76% en France (+6 pts). 65% des Européens interrogés ont le sentiment que les prix des produits de luxe ont sensiblement augmenté depuis cinq ans.

Parallèlement, de plus en plus d'Européens sont «attirés par les produits de luxe même s'ils ne peuvent pas s'en offrir» (25% en Espagne, 23% en France...).

33% des Français de 18 à 35 ans se disent «prêts à se serrer la ceinture pendant plusieurs semaines pour pouvoir s'acheter des produits chers, qui leur font vraiment plaisir».

Enfin, Ipsos considère «qu'Internet est une arme dans la panoplie pour convaincre les «refroidis»». L'institut a récemment réalisé une étude avec Google sur «le parcours d'achat des produits de luxe par les affluent shoppers» (voir archive). Google fait 4 recommandations aux annonceurs : être là où les shoppers sont ; adopter une approche multi-écrans ; lier le offline et le online ; utiliser des formats engageants.

L'Observatoire Ipsos des Clientèles du Luxe (World Luxury Tracking) concerne 13 pays : France, Allemagne, Italie, Grande-Bretagne, Espagne, USA, Japon, Chine, Brésil, Inde, Russie, Hong Kong et Corée du Sud. Dans chaque pays, un échantillon national représentatif (entre 800 et 2 000 personnes par pays) des classes moyennes et aisées est interrogé sur leur perception du luxe en général, leurs comportements d'achat, leurs marques préférées, etc.

Détails

> Voir l'article dans la newsletter

Partager

> Voir toute la newsletter

FOCUS INVESTISSEMENTS MEDIAS by KANTAR MEDIA & OFFREMEDIA

NEWSLETTER 100% MEDIA RSS

Qobuz s'associe au Figaro pour mettre en...
Le Figaro et le service de musique en ligne Qobuz signent un partenariat exclusif qui permet à Qobuz de bénéficier d'un dispositif...

Michèle Benzeno quitterait Yahoo! France...
Michèle Benzeno, directrice commerciale de Yahoo! France (voir archive) et directrice de Yahoo! Studio, pourrait rejoindre prochainement, selon...

La Place Media s'ouvre aux annonceurs sans...
Un an après sa création, La Place Media qui commercialise aux enchères et en temps réel l'audience digitale qualifiée...

Toutes les archives

Société
> Contact
> Qui sommes-nous

Tous les espaces pubs
> Presse
> TV

Dernières offres

Outils médias
> Focus investissements médias

Qui fait Quoi
> Régies publicitaires
> Médias hors France

Emplois & formations
> Offres d'emploi
> Formations