

UN PARCOURS D'ACHAT DE PLUS EN PLUS IMPLIQUANT

1

Des acheteuses avides de nouveautés

86% des consommatrices déclarent aimer découvrir de nouvelles marques et de nouveaux produits*.

* Etude Harris Interactive

2

S'informer pour se rassurer

72% des 18-34 ans déclarent qu'ils pourraient payer plus pour des marques réellement transparentes*.

* Etude Disko, 2018

3

Consommer moins mais mieux

Près de **6 femmes sur 10** ont acheté au moins un produit bio l'an dernier, soit une proportion qui a presque doublé en huit ans*.

* Etude IFOP, 2018



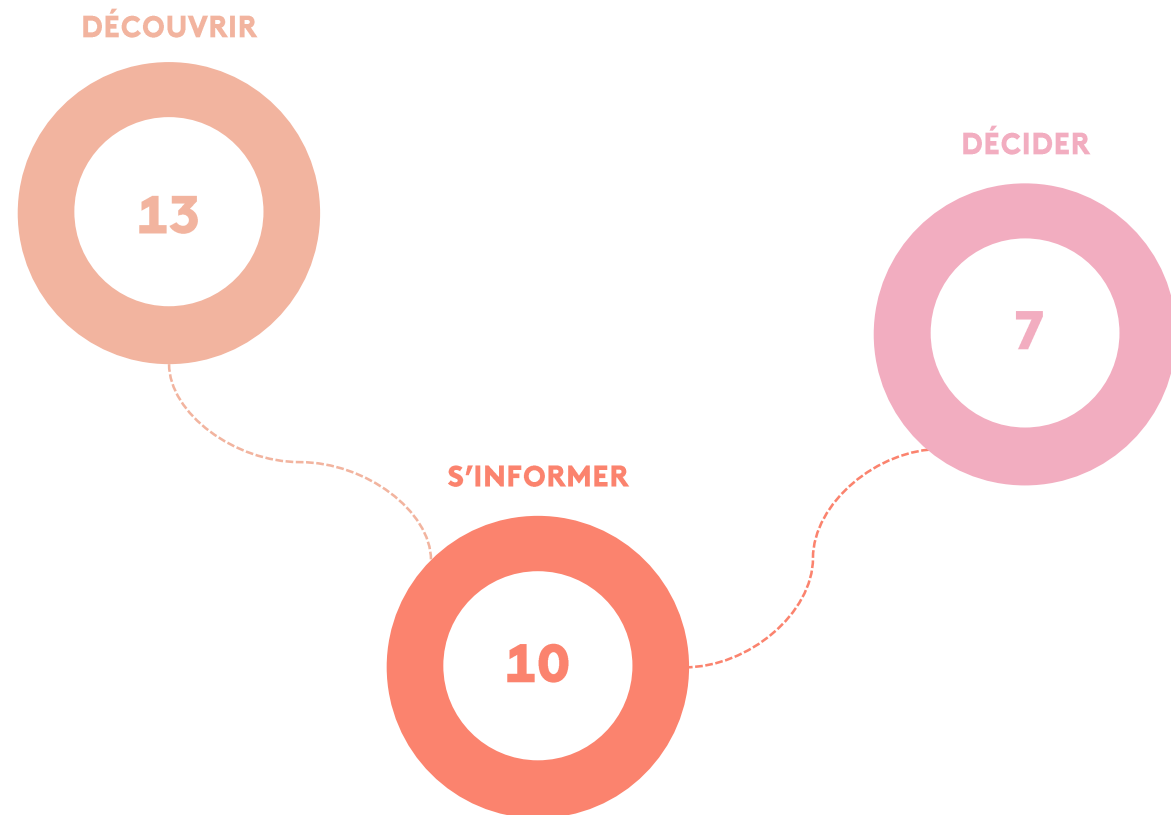
En moyenne

30

points de contact tout au long
du parcours d'achat

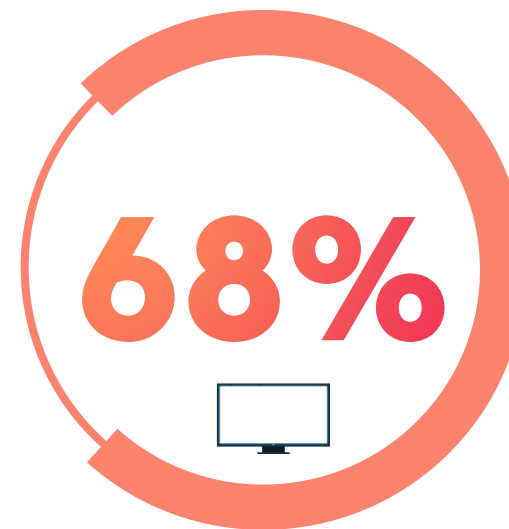
+7 pts vs la moyenne tous circuits de distribution

LE PARCOURS D'ACHAT



DÉCOUVRIR

LA PUB TV S'IMPOSE



découvrent grâce à la publicité TV.
2^{ème} point d'influence le plus utilisé après l'échantillon



66%



60%



56%

+22 pts
vs moyenne



46%



Pour l'acheteuse en e-commerce, la publicité sur les réseaux sociaux l'influence davantage que la publicité VOL.