

DES NOUVEAUX USAGES DÉJÀ BIEN INSTALLÉS



des foyers consommateurs ont déclaré cette année, éplucher les prospectus et collecter les coupons en amont de leurs achats en magasin.



des foyers français déclarent que le digital va leur permettre de gagner en confort d'achat des produits du quotidien.

Sources : Nielsen Global E-Commerce and The New Retail Report April 2015 / Panel View Homescan Nielsen France – Q1 2016

LES FRANÇAIS & LES COUPONS ONLINE



des foyers français sont prêts à recourir aux coupons de réductions online...



des foyers français collectent déjà des coupons online pour les dépenser en magasin pour leurs achats alimentaires.



Le search sur les bons de réduction a augmenté de 60%* depuis 3 ans. Le réseau digital de Catalina augmente son audience de 57% en 1 an.



Les foyers français réalisent en moyenne **22 euros**** d'économie/an grâce aux coupons de réduction online.

Sources : Nielsen Global E-Commerce and The New Retail Report April 2015 / *Google Trends, 01/14 – 01/17 / **Économies réalisées sur le réseau digital

LES MILLENNIALS ADOPTENT LE DIGITAL POUR LEURS COURSES

3 X PLUS
que les + de 50 ans



1,5 X PLUS
que les 35-49 ans.

Dans le monde, les millennials (21-34 ans) et la génération Z (15-20 ans) sont déjà **3 fois plus** utilisateurs des solutions digitales pour leurs achats alimentaires que **les plus de 50 ans** et **1,5 fois plus** que les 35-49 ans.

Sources : Catalina - Juillet 2016, utilisateurs coupon network, 67 campagnes

LE COUPON DIGITAL LEVIER DE FIDÉLISATION ET DE RECRUTEMENT

61%
des utilisateurs de coupons online n'étaient pas acheteurs du produit avant.



44%
des utilisateurs de coupons online rachètent le produit par la suite.

Sources : Catalina - Juillet 2016, utilisateurs coupon network, 67 campagnes