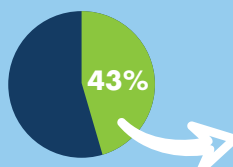


## DES NOUVEAUX USAGES DÉJÀ BIEN INSTALLÉS



50%

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



43%

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



52%

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



14%

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



60%

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.

61%



44%

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

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