

13/04/2022, France

# appiniomètre

Insights & Tendances | Marques & Marchés

## 01

### Insights de la semaine

Cette semaine —

[Joyeuses Pâques — Traditions et comportement des consommateurs](#)

À la maison, au restaurant ou en voyage, comment les Français passent-ils leurs vacances de Pâques ? À qui offrent-ils des cadeaux ? Combien dépensent-ils et préfèrent-ils actuellement les achats en ligne ou hors ligne ?

Page 2

## 02

### Tracking de tendances

Le Hype Tracker est le rendez-vous privilégié des consommateurs pour connaître leur avis sur les sujets les plus populaires du moment.

Page 5

## 03

### Comportement des consommateurs

Produits, marques et passion – Que consomment les Français et quelles sont leurs principales préoccupations ? Ont-ils des marques préférées, et quelles sont-elles ? Jetez un coup d'œil à notre tracker bihebdomadaire.

Page 7

# 01

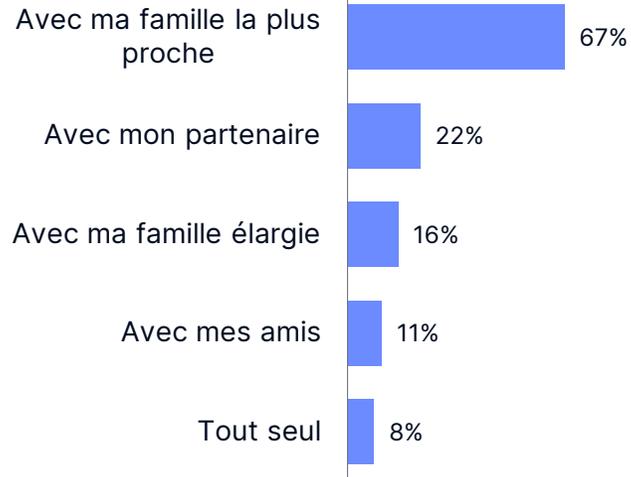
## Insights de la semaine

Cette semaine  
Joyeuses Pâques —  
Traditions et comportement  
des consommateurs



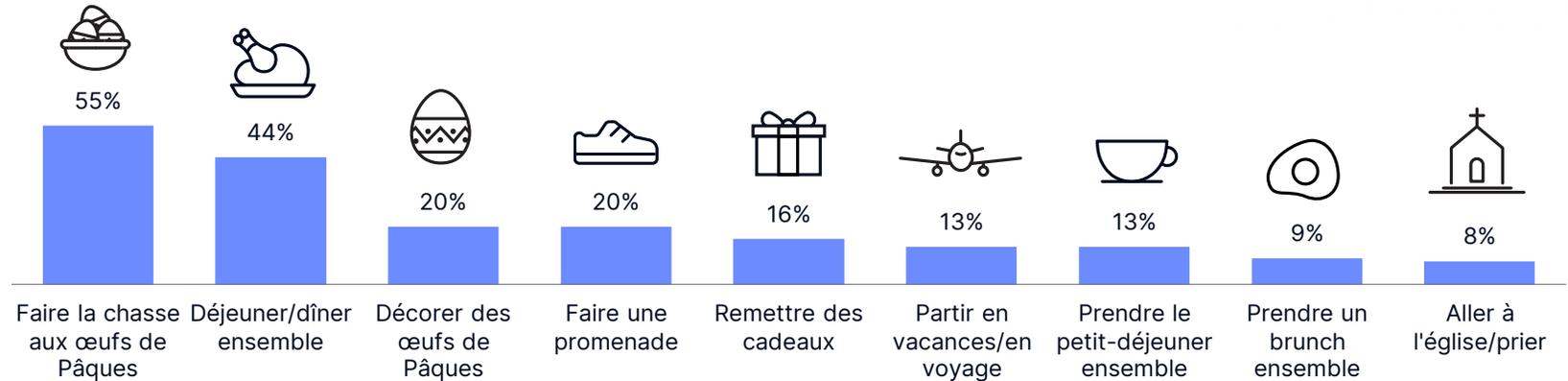
## Cette semaine — Joyeuses Pâques — Traditions et comportement des consommateurs

Avec qui passez-vous la période de Pâques ?



Les hommes (16 %) sont plus susceptibles de dire qu'ils passent leurs vacances de Pâques avec des amis, que les femmes (5 %).

Pâques approche à grands pas. Quelles sont les traditions les plus importantes pour vous et votre famille, ou vos amis pour cette fête ?



Cuisinez-vous vous-même ou allez-vous au restaurant ?

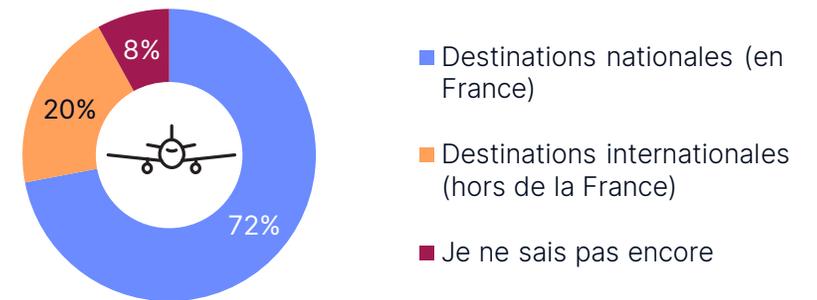
*Parmi les répondants ayant déclaré que manger ensemble est une tradition pour eux/leur famille*



8 Français sur 10 cuisinent eux-mêmes à la maison. En parallèle, 14 % vont au restaurant et 9 % commandent des plats à emporter.

Où les Français vont-ils voyager ?

*Les répondants ayant déclaré qu'ils partiraient en voyage pour Pâques*

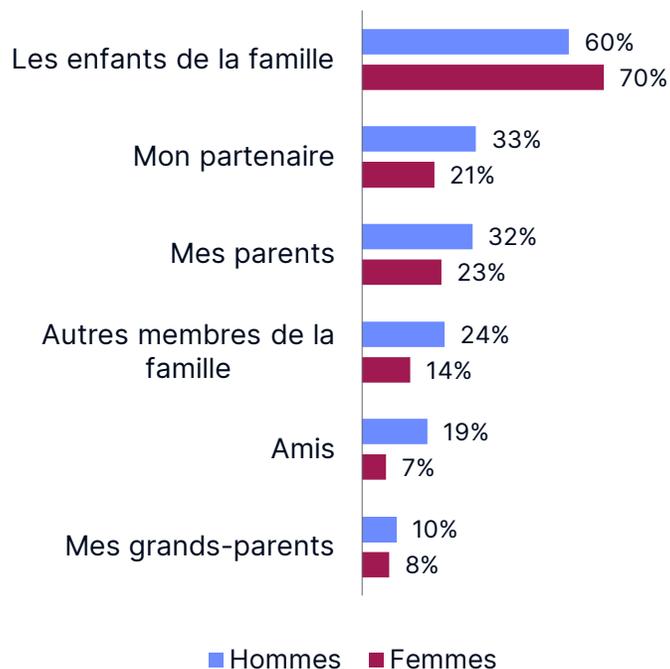


## 16 % des Français ont l'intention d'offrir des cadeaux pour les fêtes de Pâques :

72 % achètent leur(s) cadeau(x), 12 % les fabriquent eux-mêmes.

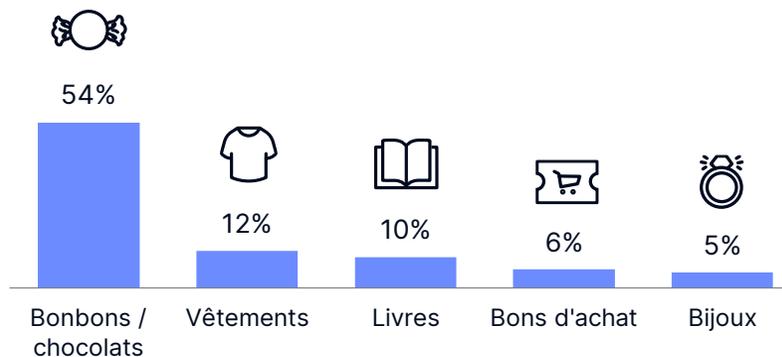
### A qui offrez-vous un cadeau à Pâques ?

Les répondants ayant indiqué qu'ils offriraient des cadeaux pour Pâques\*



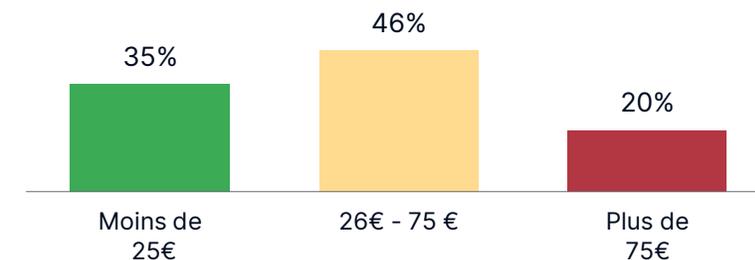
### 5 principaux cadeaux de Pâques

Les répondants ayant indiqué qu'ils offriraient des cadeaux pour Pâques\*



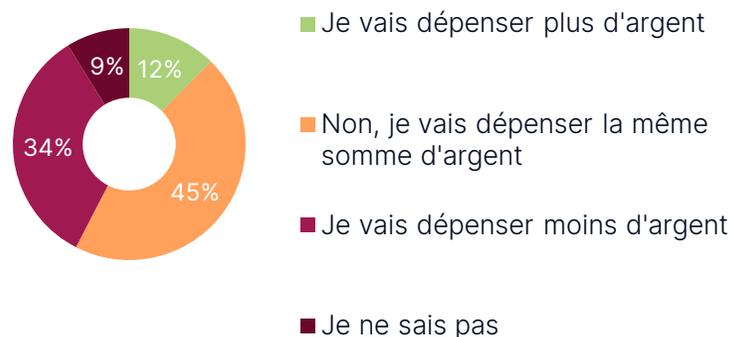
### Dépenses (planifiées) pour les cadeaux de Pâques

Les répondants ayant indiqué qu'ils achèteraient des cadeaux pour Pâques\*



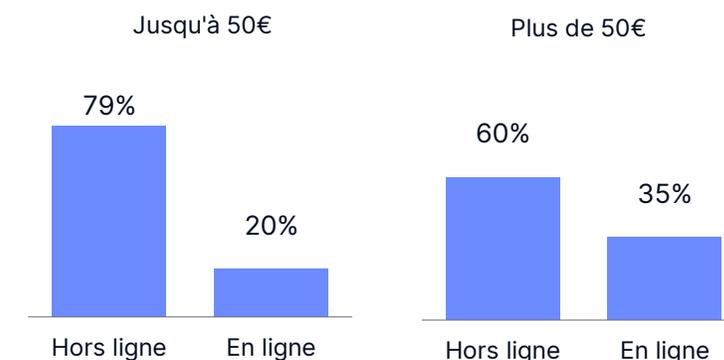
### Pensez-vous que vos dépenses pour les cadeaux de Pâques changent cette année par rapport à l'année dernière ?

Les répondants ayant indiqué qu'ils achèteraient des cadeaux pour Pâques\*



### Dépenses (planifiées) pour les cadeaux par canal

Les répondants ayant indiqué qu'ils achèteraient des cadeaux pour Pâques\*



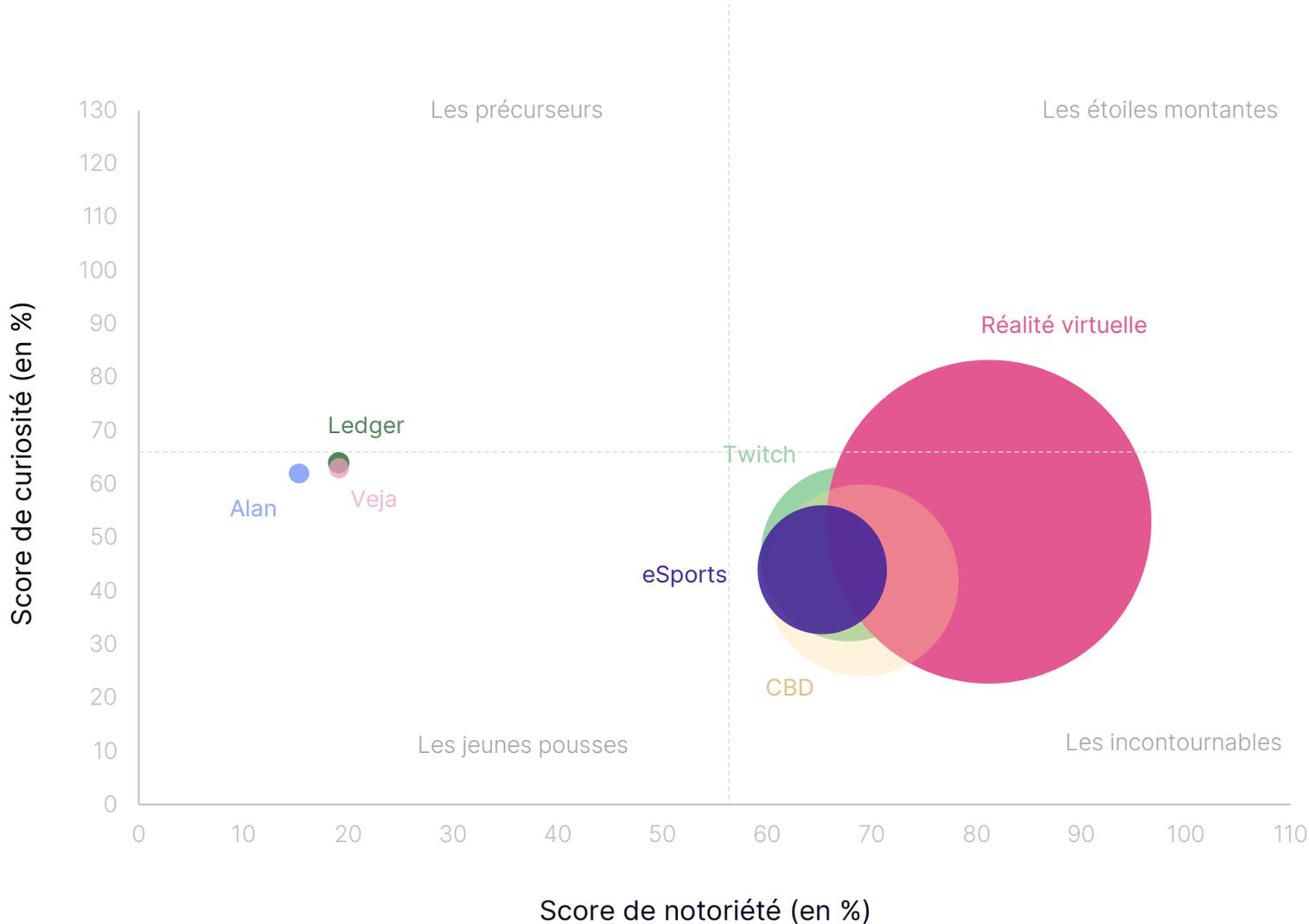
# 02

## Tracking de tendances

Le Hype Tracker vous donne un accès privilégié aux opinions des consommateurs sur les sujets les plus brûlants du moment. Découvrez une sélection de sujets tendance proposés par nos experts du secteur.

Effet de mode ou tendance sur le long terme ? Nous analysons l'état des lieux des catégories établies et émergentes pour déterminer la portée de certains des plus importants buzz du moment.





### Score de notoriété

Combien de consommateurs ont entendu parler de cette tendance ?

### Score de curiosité

Parmi ceux qui en ont entendu parler, quelle est la part de ceux qui la trouvent intéressante ?

### Le Buzz Appinio (Taille de la bulle)

Plus la taille de la bulle est grande, plus le produit est populaire auprès du grand public. Par conséquent, plus la bulle est petite, plus le produit est niche. Le buzz est calculé par la proportion de personnes qui ont entendu parler d'un sujet particulier par rapport aux personnes qui n'en ont jamais entendu parler.

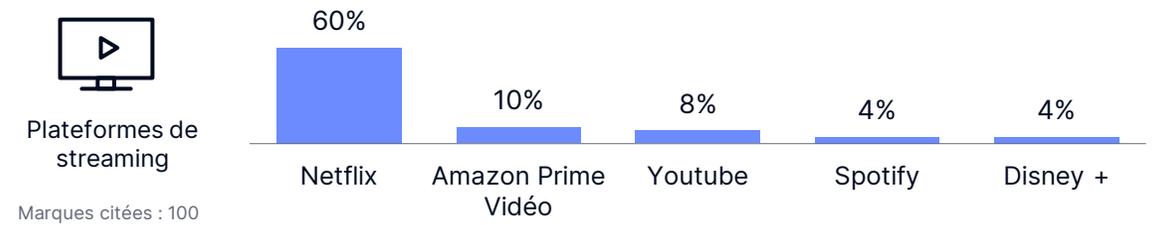
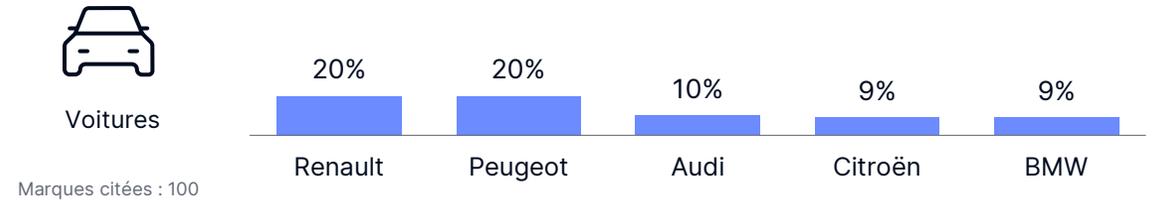
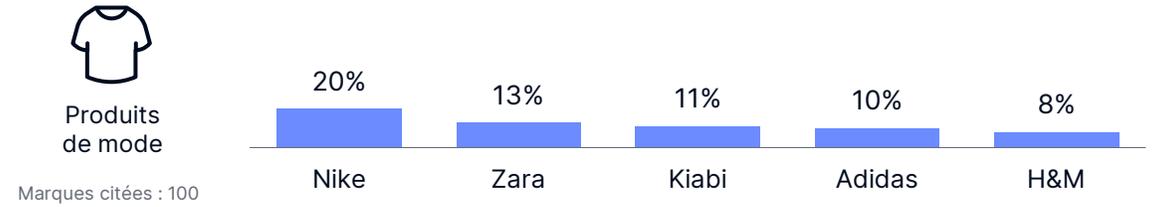
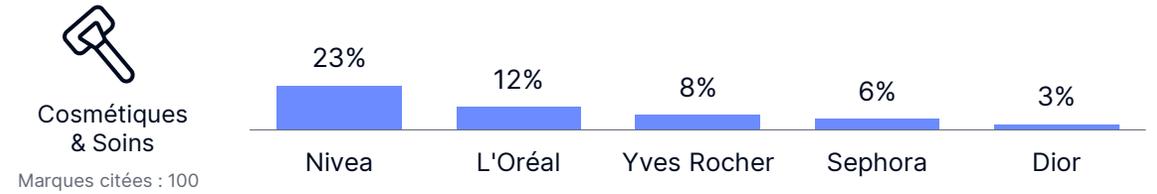
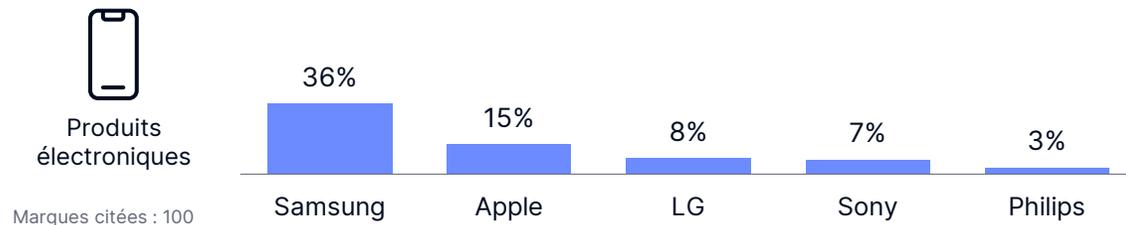
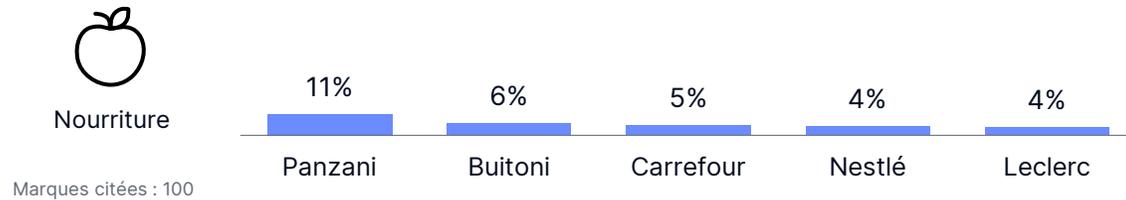
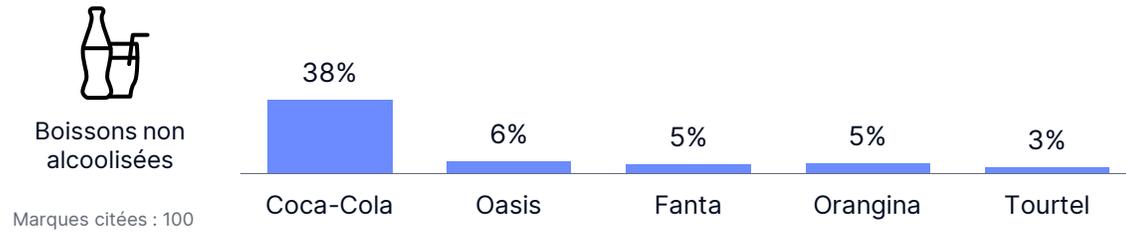
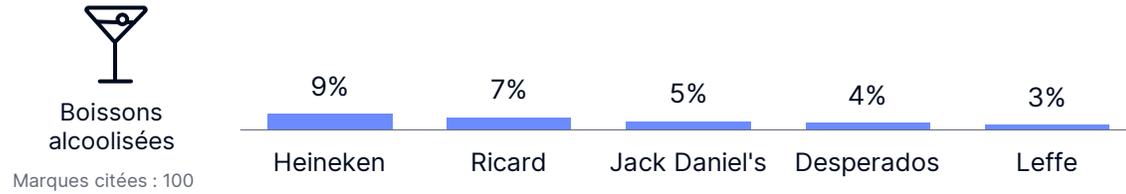
# 03

## Comportement des consommateurs



# Marques Top of Mind

Voici les premières marques auxquelles les consommateurs pensent en fonction des différentes catégories :



# Fréquence d'achat des catégories de produits suivantes :

● Total ● En ligne ● En magasin

Rang	Catégorie de produits	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril
1.	 Nourriture	91 %	90 %	90 %	91 %	92 %	91 %	92 %	91 %	90 %	93 %	94 %	93 % (-1)
		11 %	10 %	10 %	9 %	9 %	10 %	10 %	12 %	11 %	9 %	9 %	10 %
		69 %	70 %	69 %	72 %	74 %	70 %	71 %	67 %	67 %	69 %	67 %	66 %
2.	 Boissons non alcoolisées	77 %	77 %	77 %	78 %	77 %	77 %	77 %	76 %	76 %	78 %	80 %	81 % (+1)
		10 %	8 %	9 %	7 %	7 %	8 %	8 %	10 %	9 %	9 %	8 %	7 %
		61 %	62 %	62 %	65 %	65 %	62 %	62 %	59 %	58 %	61 %	61 %	60 %
3.	 Produits d'hygiène	74 %	70 %	70 %	70 %	72 %	70 %	72 %	73 %	74 %	77 %	80 %	77 % (-3)
		15 %	13 %	13 %	11 %	11 %	12 %	13 %	15 %	13 %	13 %	12 %	11 %
		51 %	50 %	49 %	52 %	53 %	51 %	50 %	49 %	52 %	54 %	55 %	54 %
4.	 Vêtements	45 %	58 %	63 %	57 %	57 %	60 %	62 %	62 %	67 %	66 %	63 %	67 % (+4)
		31 %	24 %	24 %	20 %	19 %	24 %	24 %	25 %	25 %	26 %	16 %	20 %
		10 %	25 %	29 %	29 %	29 %	27 %	28 %	27 %	30 %	30 %	31 %	30 %
5.	 Médicaments	54 %	54 %	53 %	52 %	56 %	58 %	60 %	61 %	64 %	64 %	55 %	57 % (+2)
		5 %	6 %	5 %	4 %	4 %	6 %	4 %	7 %	7 %	5 %	7 %	6 %
		46 %	46 %	43 %	45 %	49 %	49 %	51 %	49 %	51 %	53 %	39 %	42 %
6.	 Boissons alcoolisées	53 %	54 %	51 %	55 %	54 %	54 %	52 %	52 %	50 %	53 %	56 %	55 % (-1)
		7 %	6 %	7 %	6 %	5 %	7 %	5 %	8 %	7 %	6 %	6 %	6 %
		40 %	42 %	41 %	45 %	46 %	43 %	43 %	38 %	37 %	42 %	42 %	40 %

# Fréquence d'achat des catégories de produits suivantes :

● Total ● En ligne ● En magasin

Rang	Catégorie de produits	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril
7.	 Chaussures	35 %	42 %	46 %	42 %	42 %	43 %	45 %	45 %	50 %	49 %	51 %	53 % (+2)
		20 %	17 %	17 %	16 %	15 %	17 %	16 %	17 %	17 %	16 %	14 %	15 %
		10 %	20 %	23 %	22 %	21 %	22 %	23 %	22 %	24 %	25 %	25 %	26 %
8.	 Produits de beauté / maquillage	38 %	41 %	42 %	37 %	40 %	44 %	43 %	46 %	45 %	49 %	49 %	51 % (+2)
		15 %	13 %	13 %	10 %	11 %	13 %	14 %	17 %	13 %	13 %	10 %	10 %
		22 %	23 %	23 %	22 %	24 %	25 %	24 %	23 %	24 %	28 %	29 %	28 %
9.	 Livres	37 %	41 %	39 %	39 %	43 %	42 %	42 %	44 %	44 %	47 %	49 %	49 % (=)
		14 %	14 %	13 %	10 %	13 %	14 %	13 %	15 %	15 %	14 %	13 %	12 %
		19 %	22 %	21 %	24 %	24 %	24 %	22 %	24 %	23 %	25 %	26 %	25 %
10.	 Jouets	21 %	28 %	27 %	25 %	28 %	31 %	31 %	37 %	32 %	35 %	43 %	45 % (+2)
		10 %	9 %	9 %	8 %	9 %	10 %	9 %	11 %	9 %	9 %	13 %	13 %
		10 %	14 %	14 %	14 %	16 %	16 %	17 %	20 %	17 %	19 %	20 %	20 %
11.	 Equipement de cuisine	20 %	24 %	25 %	21 %	25 %	27 %	27 %	29 %	33 %	33 %	39 %	39 % (=)
		6 %	7 %	8 %	5 %	6 %	7 %	6 %	8 %	8 %	7 %	8 %	7 %
		12 %	14 %	14 %	13 %	16 %	16 %	17 %	17 %	20 %	20 %	24 %	23 %
12.	 Décoration	28 %	32 %	35 %	35 %	34 %	38 %	43 %	52 %	42 %	42 %	39 %	38 % (-1)
		15 %	14 %	14 %	13 %	13 %	14 %	16 %	22 %	14 %	14 %	9 %	7 %
		10 %	14 %	16 %	17 %	16 %	17 %	19 %	21 %	19 %	20 %	21 %	20 %

# Fréquence d'achat des catégories de produits suivantes :

● Total ● En ligne ● En magasin

Rang	Catégorie de produits	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril
13.	 Equipement électrique	23 %	25 %	28 %	21 %	23 %	27 %	27 %	31 %	30 %	30 %	37 %	37 % (=)
		11 %	10 %	10 %	9 %	10 %	12 %	10 %	13 %	12 %	10 %	11 %	10 %
		8 %	10 %	10 %	9 %	10 %	12 %	12 %	13 %	13 %	14 %	19 %	17 %
14.	 Appareils ménagers	21 %	24 %	20 %	21 %	24 %	26 %	26 %	30 %	30 %	32 %	37 %	35 % (-2)
		10 %	10 %	10 %	9 %	9 %	9 %	9 %	12 %	11 %	10 %	7 %	8 %
		9 %	11 %	12 %	10 %	10 %	13 %	12 %	13 %	14 %	15 %	20 %	17 %
15.	 Meubles	17 %	22 %	21 %	19 %	21 %	24 %	24 %	25 %	27 %	30 %	34 %	33 % (-1)
		10 %	8 %	8 %	7 %	8 %	8 %	8 %	10 %	8 %	9 %	8 %	8 %
		7 %	10 %	10 %	9 %	11 %	12 %	12 %	11 %	15 %	15 %	16 %	15 %
16.	 Matériel de sport / fitness	18 %	22 %	23 %	19 %	22 %	23 %	22 %	23 %	27 %	27 %	33 %	32 % (-1)
		10 %	9 %	7 %	7 %	7 %	9 %	7 %	9 %	9 %	8 %	8 %	7 %
		7 %	10 %	13 %	10 %	11 %	10 %	11 %	11 %	12 %	13 %	17 %	15 %
17.	 Bijoux	16 %	21 %	22 %	18 %	18 %	21 %	23 %	28 %	29 %	30 %	31 %	31 % (=)
		9 %	9 %	9 %	6 %	7 %	7 %	7 %	12 %	9 %	9 %	7 %	8 %
		7 %	9 %	11 %	9 %	9 %	11 %	11 %	12 %	14 %	15 %	16 %	13 %

## Méthode et collecte des données

Echantillon	1000 Français
Pays	France
Âge	16 à 65 ans
Date de l'étude	6 au 11 Avril 2022

Représentativité nationale en termes d'âge et de sexe.

## Contacts



**Jean-Yves Laffon**  
Country Manager France

Téléphone +49 15 2320 52 909  
E-Mail [jean-yves.laffon@appinio.com](mailto:jean-yves.laffon@appinio.com)