

Printemps des Etudes • Septembre 2021



Chasse à la promo et expérience utilisateur : quel est encore le rôle du prospectus papier en 2021 ?



Quels rôles jouent les prospectus dans le quotidien ? Quelle expérience procurent-ils ?

Est-ce que, finalement, le jeu en vaut la chandelle pour les marques et distributeurs ?

Découvrez pourquoi, en tant que média inclusif, ils nous touchent...

Une étude France-Allemagne autofinancée dans le cadre de notre

Marketing Espace

foerster & thelen
Teststudio GmbH

2 pays : France & Allemagne



20 participants au total
de 31 à 65 ans, 50% hommes - 50% femmes, CSP moyennes,
répartition urbains - ruraux

Utilisateurs de prospectus promotionnels
papier & en ligne

10 entretiens individuels en ligne
(5 par pays, 60 minutes)



10 devoirs à la maison (5 par pays)
Bricolage, carnet de bord,
découpage des faits marquants



Tour d'horizon du prospectus

1

La vie du prospectus
au foyer
(les pratiques,
les fonctions)

2

Le prospectus offre des
bénéfices émotionnels

3

Petit guide
des facteurs de succès

4

Quid du digital ?

1 a

La vie du prospectus au foyer

Les pratiques, le rituel

Le rituel des prospectus papier : une mise en place étudiée

1 Tri des différents prospectus reçus en boîte aux lettres

- ▶ les prospectus sont **passés en revus** et classés par **thème** et **enseigne** : ceux qu'on garde, ceux qu'on ne garde pas.
- ▶ Même quand ils ne les gardent **pas**, les consommateurs les gardent en **mémoire** !
- « j'ai mis de côté celui des voitures, j'ai commencé par Gifi/ s'il y a des prospectus déco, Gifi, Casa, Centrakor, j'aime la déco. Tous les prospectus de véhicules, Renault, Peugeot, je regarde pas

2 Installation confortable

- ▶ Un **moment pour soi** (sur le canapé, avec un café, aux toilettes !)
- « je me fais un café et je m'installe dans le canapé/ c'est ma lecture aux toilettes, comme un moment spa

3 Les prospectus sélectionnés sont passés en revue consciencieusement

- ▶ Les consommateurs en lisent **plusieurs** d'un coup
- ▶ Et ils **y passent du temps** ! 20 minutes, 30 minutes, 1h...
- « j'en ai sélectionné plusieurs/ on y a passé une bonne quarantaine de minutes, tranquillement/ je peux y passer des heures tellement j'aime mes prospectus

Le va-et-vient des prospectus papier au foyer

4 Les produits convoités sont sélectionnés

- ▶ Les pages sont **annotées, cochées, déchirées**, précieusement gardées sur le frigo, etc.
 - ▶ Les **dates** importantes sont notées
- « l'offre est sur mon frigo pour que je me rappelle d'aller au magasin le 8 septembre, c'est comme un post-it/ j'avais coché, fait une croix sur les produits que je veux acheter



5 Trafic de prospectus au sein du foyer

- ▶ Les membres de la famille les consultent à tour de rôle, se les « disputent », se les échangent
- « je dois me battre férocement avec mon mari qui a tendance à embarquer les prospectus/ j'ai de la chance quand je peux lire mon prospectus Penny sans que mon fils n'ait commencé à découper ou annoter des offres Adidas/ mon père vient me les piquer parce qu'il habite dans un autre département et ne reçoit pas les mêmes prospectus

1 b

La vie du prospectus au foyer

Les fonctions pratiques, utilitaires

Le prospectus pour se sentir à la page



En plus de sa fonction économique...

► Utiliser les promotions & les coupons de réduction

« la plupart des choses que j'achète viennent à 90% des prospectus, que des bonnes affaires/ certains prospectus ont des bons d'achat, je les découpe tout le temps et je m'en sers pour mes courses



... le prospectus est un moyen de se tenir à jour des nouveautés (lèche-vitrine)

► Nouveautés (produits & marques), mais aussi nouveaux magasins dans la région



Garder un lien avec le monde extérieur/ la civilisation particulièrement valable pour les personnes vivant en milieu rural, éloignées des villes (France)

« j'aime m'informer sur ce qu'il y a dans les magasins, pour moi c'est très utile. Un Darty vient d'ouvrir, on regarde ce qu'ils proposent en phase de lancement

Le prospectus : un compagnon de la maison jusqu'au point de vente

1 Choisir son magasin...

- ▶ ... en fonction des promotions proposées
- « si je trouve plusieurs offres intéressantes, j'irai faire mon plein de courses là-bas/ la semaine dernière il y avait un bon d'achat du coup j'ai fait mes courses là-bas

2 Planifier son shopping trip et se souvenir de la promotion en magasin

- ▶ Certains consos apportent leurs prospectus en magasin
- ▶ Utilisation comme liste de courses, pense-bête
- « je barre sur le prospectus ce que j'ai acheté une fois que j'ai pris le produit et que je l'ai mis dans le caddie, comme une liste de courses lambda/ je prends le prospectus au magasin, ça m'évite de courir dans tous les sens et ça retrace les promotions

3 Une preuve de l'existence de la promotion à la caisse

- ▶ ...quand la promotion n'est pas passée à la caisse et que la caissière ne la connaît pas
- « les caissières ne sont pas toujours au courant des promotions, ca m'est arrivé que ce soit pas effectif en magasin mais quand j'arrive avec le prospectus, j'obtiens le remboursement

Mais attention : déceptions possibles

Déception : le produit n'est pas (ou plus) disponible en magasin

- « il me semble qu'il y avait des produits que j'avais cochés qui n'étaient pas en magasin, c'est une petite déception/ j'avais vu un coffre-fort pas cher chez Action, je suis allé dans Action, il n'y en avait plus

Déception car le produit avait l'air plus intéressant sur le prospectus

- « les vêtements de Lidl, il faut vraiment vérifier dans le magasin, moi qui porte des grandes tailles, les tissus ne tombent jamais comme sur la photo/ chez Stokomani, les bouées de piscine, je ne les ai finalement pas achetées, car en arrivant sur place, j'ai découvert qu'elles étaient trop petites, par rapport à la photo

2

Le prospectus offre des bénéfices émotionnels

Les bénéfices émotionnels : un moment ressourçant, divertissant, à soi

1 Le feuilletage des prospectus : un moment de détente, une bulle pour soi, un rituel plaisant

- ▶ Feuilletter les prospectus est un moyen de se détendre (**pas besoin d'effort cognitif**)
- ▶ Souvent feuilletés sur le canapé, en rentrant chez soi après le travail, le samedi matin, etc.

« je suis sur mon canapé, j'ai mes 20 minutes de décompression/ l'étape prospectus c'est souvent quand j'ai fini de travailler et que je rentre à la maison, je me pose dans mon canapé, seule

2 Un divertissement, un vrai plaisir dans le processus de consultation

- ▶ Le plaisir de feuilleter un beau magazine, se laisser tenter, allécher, admirer les photos
- ▶ Le plaisir de découvrir les nouvelles offres de la semaine, comme un feuilleton que l'on suit... il y vraiment un **amour** pour les prospectus

« j'ai hâte de découvrir ce que mes prospectus me réservent/ c'est comme un abonnement qu'on reçoit chaque semaine, c'est comme regarder une émission à la télé, ça nous manquerait si on ne l'avait plus/ c'est pas un hobby mais c'est un petit plaisir [...] même si je ne trouve rien, de me dire que je vais les feuilleter...

Les bénéfices émotionnels : une source d'inspiration

3

Fonction d'inspiration

- ▶ Le prospectus donne des idées de repas, de décoration ou d'achats de toutes sortes
- « je regarde les prospectus de déco, ça me donne envie, ça me donne des idées et ça m'incite à aller dans des magasins de déco/ ça nous donne des idées pour consommer différemment, tiens on va manger ça cette semaine, ça nous dynamise



Les bénéfices émotionnels : la chasse au trésor...

4 Le prospectus prend une dimension ludique : un jeu, une chasse au trésor

- ▶ Découvrir la promotion la plus intéressante et arriver le premier avant l'écoulement du stock limité
- « il faut être très actif parce que les trucs intéressants ne restent pas longtemps/ je me fais toujours un devoir d'être parmi les premiers à l'ouverture le jour-même de la promotion/ le Pouilly fumé, à 15€, là, il était à 7€ donc ça vaut le coup

5 Un sentiment gratifiant (vis-à-vis de soi-même et des membres de son foyer)

- ▶ La fierté de trouver la bonne affaire (le butin), de faire des économies
- ▶ L'économie légitime l'achat
- « mon mari me dit que je me suis bien débrouillée, il me dit « c'est bien, tu nous fais faire des petites économies »/ ça m'a coûté beaucoup moins cher que si j'avais été bêtement à l'aveugle dans un magasin

Les bénéfices émotionnels : la matérialité, la proximité, le « vrai » contact

6 Recevoir les prospectus dans sa boîte aux lettres : un sentiment (fantasmé) de proximité, de relation personnalisée/ privilégiée avec l'enseigne

- ▶ L'impression que le courrier nous est personnellement adressé
- « le fait de le recevoir chez soi, c'est un peu comme s'il nous était adressé personnellement même si c'est pas vrai

7 L'attachement au papier

- ▶ Le toucher du papier
- ▶ Déconnecter des écrans après une journée de travail
- « le papier, le papier quoi... ça se remplace pas, moi j'ai besoin du papier

3

Petit guide des facteurs de succès

Le prospectus idéal : Du pep, de la couleur

Couleurs vives, saturées, photos avec gros plans



Couleurs sombres, fades



« on aime Lidl pour le côté coloré, c'est très bien imagé, coloré, chaleureux, ensoleillé, on le cherche parce que la présentation est tellement bien faite

Le prospectus idéal : Un format agréable à feuilleter, càd ni trop petit, ni trop grand

Format A4, magazine avec des pages

« j'aime les formats A4, c'est comme les cahiers à l'école, ça on connaît



Trop grand, format à déplier



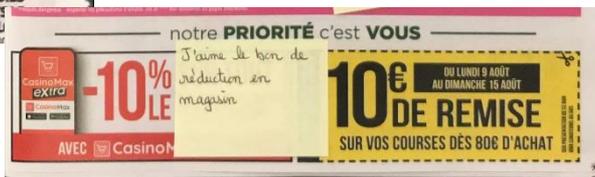
« je déteste les prospectus de Intermarché qu'il faut déplier comme un journal/ les grands prospectus à déplier m'énervent, je peux pas les consulter allongé dans mon canapé, il faut que j'aille m'asseoir à table

Le prospectus idéal : des promos bien visibles !

Des promotions visibles et claires



Des bons de réduction



Promotions uniquement avec la carte de fidélité



Peu d'intérêt : l'absence de promotions



Le prospectus idéal : prendre par les sentiments

✓ Mettre en avant des produits stars



« il faut que je passe chez Lidl, j'ai vu que c'était la semaine italienne

✓ Des titres accrocheurs

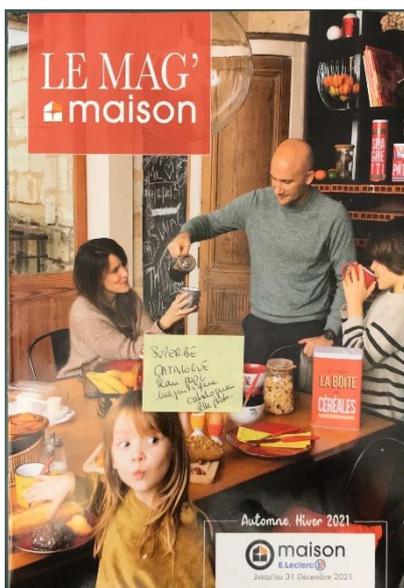


Le prospectus idéal : de la vie, des mises en scène et en situation

Des photos d'ambiance, mises en situation, du rêve...



« j'aime les mises en scène colorées et les décors autour des produits, ça donne envie



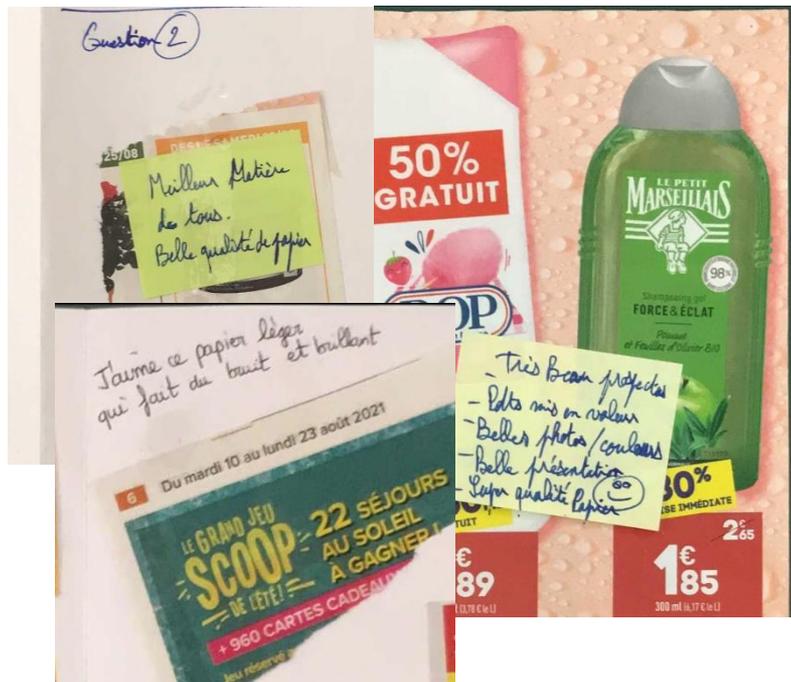
« superbe catalogue, beau papier, belles photos



« on voit bien le tombé du tutu, les décors sont jolis et donnent envie de passer à l'achat

Le prospectus idéal : dimension tactile satisfaisante

Beau papier de qualité



Papier de mauvaise qualité: trop fin, pas brillant, recyclé



« le papier recyclé est tout jaune et terne, ça fait pas qualité

Le prospectus idéal : de la clarté

Belle mise en page: visibilité et clarté, page aérée, pas trop chargée, organisée

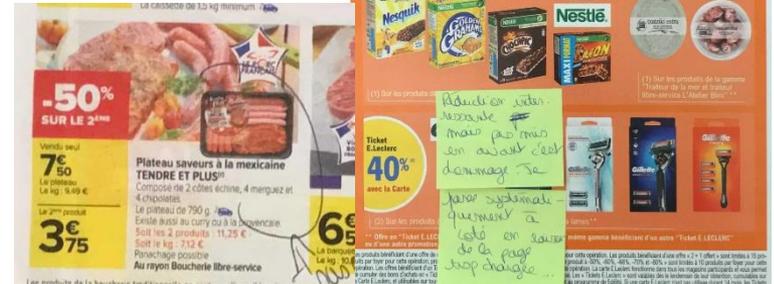
Dates de promotions bien visibles



Pages trop chargées, lecture difficile et confuse



Police et photos trop petites



« les catalogues Real et Netto sont surchargés, il y a trop de contenu sur une page

Le prospectus idéal : proposer des idées de recettes de cuisine



« chouette, l'idée des recettes

Retrouvez plus de **3 600** recettes sur www.lidl-recettes.fr

Offres Spéciales MER 11 AOÛT

Je découpe et je garde les recettes qui me plaisent

Partagez vos photos ! avec le #lidlrecettes et en mentionnant @lidlfrance

PAIN PERDU ROULÉ CHOCO-NOISETTE

Préparation :

1. Couper la banane en fines tranches et réserver.
2. À l'aide d'un rouleau à pâtisserie, couvrir les tranches de bruschetta. Étaler sur un côté de chaque rouleau entre elles 1-2-3-4 de pâte à tartiner et 3 tranches de banane puis rouler les tranches sur elles-mêmes.
3. Dans une casserole creuse, placer le lait, les œufs et les graines de la gouasse de vanille. Fouetter énergiquement.
4. Imbiber les tranches de bruschetta rouillées dans le lait chaud puis les faire dorer dans une poêle bien chauffée avec le beurre.
5. Découper de fines tranches de crêpes dentelles et déposer encore chaud.

Laissez-vous tenter !

La recette dans le prospectus avec les produits du magasin !

« je découpe et je garde les recettes qui me plaisent

Salade de poulet au quinoa

4 pers. 15min 15min Difficulté: ●○○○

Préparation

1. Rincer le quinoa et frotter le couvercle de la casserole pendant environ 10 minutes. Egouttez et laissez refroidir.
2. Coupez les blancs de poulet en lamelles et saupoudrez de curry. Faites dorer dans une poêle chaude huilée pendant environ 10 minutes. Réservez.
3. Rincez les pois chiches, puis coupez-les en dés. Rincez et égouttez le quinoa dans un saladier, ajoutez le vinaigre de poivron, les tomates, les pois chiches, les noisettes décorticquées, le jus de citron et le restant de curry. Mélangez bien et servez.

Pour équilibrer votre repas, terminez-le avec un fruit ou un légume cru (poisson frais, mince, mirabelle, pêche etc) dans un produit laitier ou un yaourt (yaourt blanc, fromage blanc, crème fraîche).

Le saviez-vous ?

Le quinoa fait partie des céréales et apporte de la bonne énergie. Préférez le quinoa complet, de couleur rouge, qui est plus riche en vitamines, en minéraux et en fibres.

Mieux manger, c'est facile. Institut Pasteur de Lille

Handwritten note: + + quinoa + + d'anti-oxydants des recettes

Devenez le meilleur pizzaiolo du quartier.

Pizza cœurs d'artichauts-chorizo

2 pers. 20 min. Décongélation: pâte à pizza

1€50 3ème le kg

LES ÉTAPES DE PRÉPARATION

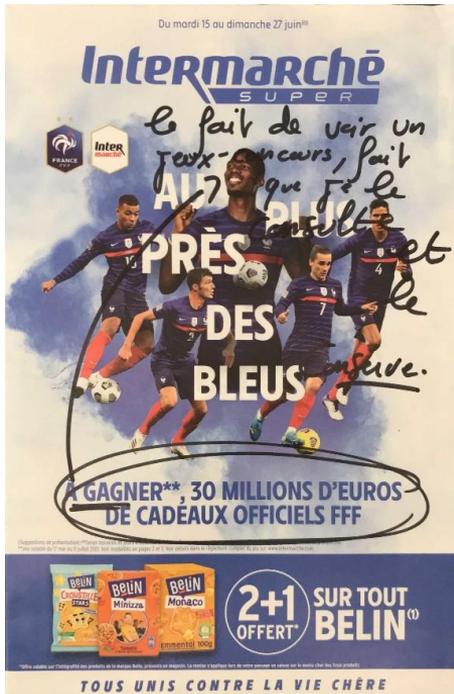
1. Faites lever la pâte à pizza et préchauffez le four à 210°C (th. 7).
2. Dans une casserole, faites réduire la sauce tomate pour l'épaisir légèrement puis laissez refroidir. Pendant ce temps, poêlez les cœurs d'artichauts, égouttez-les et laissez refroidir.
3. Étalez la pâte à pizza, répartissez la sauce tomate par-dessus, saiez et poivez puis parsemez de cœurs d'artichauts. Disposez les tranches de chorizo, saupoudrez de basilic, de câpres, d'olives et de mozzarella, puis enfournez pendant 8 à 10 min.

2 pâtes à pizza le sachet de 470 g

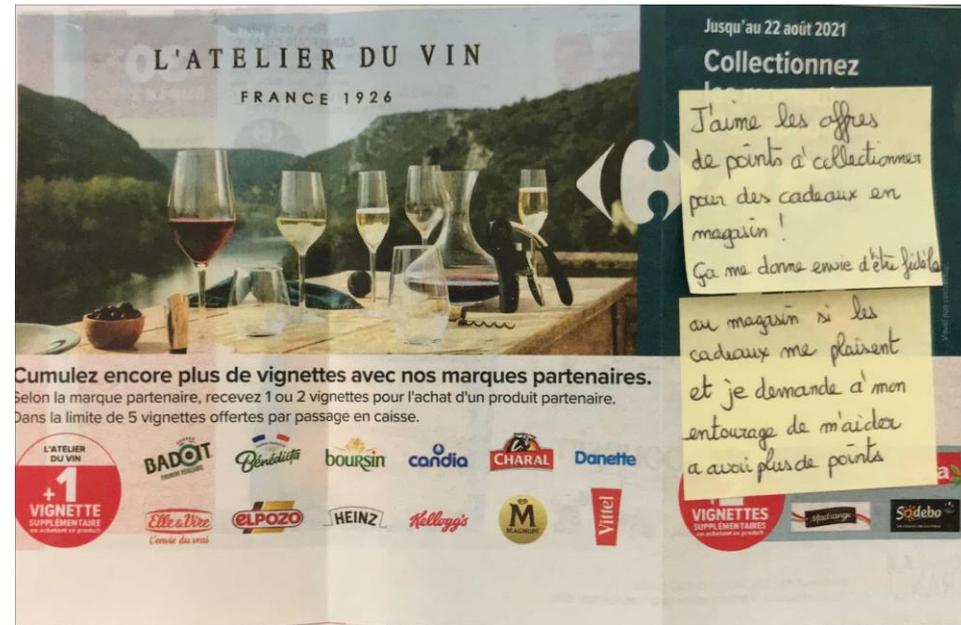
1€50 3ème le kg

Pour plus d'inspiration.

Le prospectus idéal : des concours, des jeux, des cadeaux



« le fait de voir un jeu concours fait que je le consulte et le conserve



« j'aime les offres de points à collectionner pour des cadeaux en magasin ! Ça me donne envie d'être fidèle

4

Quid du digital ?

Le digital : une approche moins émotionnelle, plus pratique et utilitaire

Les consommateurs considèrent comme prospectus en ligne :

- ▶ Les catalogues des enseignes en ligne & les sites de coupons de réduction : **approche proactive**
- ▶ Les newsletters des enseignes reçues par mail : **approche passive**

Les catalogues en lignes et sites de réduction nécessitent **plus d'efforts**

- ▶ **Connaître** les sites et **y aller proactivement** (vs le prospectus qui vient à nous dans la boîte aux lettres) : parfois à cause d'un besoin ciblé ou d'une occasion particulière
- ▶ Nécessite parfois **d'avoir une imprimante** pour pouvoir imprimer les bons de réduction
- « ça va être en fonction d'un besoin ciblé, j'ai besoin d'un ordinateur donc je regarde Conforama, Darty ou But, mais c'est très ponctuel/ je sais que je vais à Monoprix cette semaine donc je vais sur internet et je tape catalogue Monoprix. Je dois faire plusieurs liens pour tomber sur le bon catalogue
- ▶ Généralement ils passent **moins de temps en ligne** et consultent **moins d'enseignes**
- « je trie mes mails le matin, ça prend 5 minutes, il faut vraiment qu'un mail m'interpelle pour que je clique sur le site de Carrefour [...], ça ne prend pas très longtemps, si ça m'intéresse, je prends note, j'y reste 2-3 minutes et parfois j'imprime un bon de réduction

Certains consommateurs ont des comportements hybrides (papier + digital), mais certains restent très attachés au support papier

Les hybrides : utilisent les deux sans préférence marquée

- Pour autant, peu d'émotion dans leur récit d'utilisation des épisodes digitaux
- « j'ai eu envie de consulter les différents sites internet, comme *enviedeplus* et *labelleadresse*, [...] j'ai consulté les différentes pages pour voir les promos sur les produits alimentaires, ménagers [...], j'ai imprimé le bon de réduction sur le site de labelleadresse et j'ai utilisé ce bon de 3€

Les amoureux du papier :

- Ils consultent en ligne par nécessité mais le **plaisir** et la **praticité** de l'expérience papier **leur manque** (le toucher, tourner les pages, pouvoir annoter, etc.)
- « **ce que j'aime bien avec les prospectus en ligne, c'est que c'est comme si on l'avait dans la main comme il y a le bruit du papier en ligne. Ça le rend un peu plus vivant, c'est un plus. Ce serait bien qu'ils fassent un système où on peut prendre des notes. J'ai pas d'imprimante donc il faudrait une fonction pour pouvoir se faire une liste et mettre les choses en favoris** (j'aime bien le faire avec des prospectus physiques). Et puis recevoir une alerte aussi. Dès fois je me réveille et zut, je me dis que j'ai raté la promo

Le prospectus papier continue d'avoir de l'avenir

Les consommateurs passent davantage de temps sur les prospectus papier...

... pour le plaisir de feuilleter minutieusement, s'attarder

« c'est comme un livre, on sent l'odeur du papier/ moi j'ai besoin de toucher mon catalogue

► Ils restent attachés à l'expérience sensorielle que procure le papier

ils aiment le toucher du papier, tourner les pages, les écorner, les annoter...

► Le papier offre du temps loin des écrans...

et répond au besoin de s'en couper, après une journée passée devant l'ordinateur au travail

« je travaille sur ordi et le soir, j'ai pas envie

► Le papier offre une meilleure visibilité qu'une page web et augmente le plaisir de lecture

... pas de problème d'ergonomie (devoir zoomer, devoir cliquer, etc.)

« je préfère le papier, en plus sur mon téléphone c'est trop petit, je passe une heure à grossir, je déteste, je tombe jamais sur ce que je veux/ tout est compacté sur un seul écran, ça manque de visibilité/ en zoomant je clique sur un lien sans le vouloir

Vos questions sont les bienvenues !



Contactez-nous



pour obtenir le document de présentation



Natacha Dagneud
dagneud@seissmo.com