

INFLATION : COMMENT LES MARCHANDS ENVISAGENT 2024 ?

Afin de proposer aux marchands **un outil clé en main pour aborder au mieux l'année 2024**, Oney, acteur majeur du financement de la consommation, et lesBigBoss, leader de la mise en relation business, publient en partenariat avec l'institut YouGov leur second livre blanc.

Ce cahier de tendances met en lumière **l'impact de l'inflation sur les comportements des consommateurs** et **les solutions envisagées par les marchands** pour s'adapter et soutenir la consommation des ménages et leur activité.

Intitulé **Inflation : Impacts et perspectives - le paiement au cœur des enjeux**, ce cahier de tendances comprend **une étude menée auprès de 202 décideurs**, issus d'entreprises réalisant plus de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires. On y trouve également une analyse des résultats de l'enquête illustrée par des graphiques, ainsi que des témoignages de directeurs (retail, tourisme, santé, etc.).

NOUVEAUX COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS : ENTRE COURSE À LA PROMOTION, ANTICIPATION D'ACHAT ET FRACTIONNEMENT DU PAIEMENT



“ Force est de constater que les comportements des consommateurs ont changé. Ils sont plus opportunistes et moins fidèles à une marque. ”

Jérôme Connac, Product Manager Paiement, **Maisons du Monde**

Depuis plusieurs mois, l'inflation a émergé comme un nouveau défi, entraînant des changements significatifs dans les comportements et les attentes des consommateurs. En effet, **44% des décideurs constatent une attention plus forte accordée aux promotions** ces 12 derniers mois, **35% observent une plus grande anticipation d'achat**, et **32% constatent un recours plus fréquent au paiement fractionné**. D'ailleurs, 44% des décideurs observent une demande des consommateurs d'étaler leurs paiements sur des durées plus longues pour diminuer leurs mensualités.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Janvier 2024

“

Le recours au paiement en 3X et au 4X a baissé au profit du 10X et du 12X. Le panier de vente moyen sur le 12X est plus élevé de 15% que sur le 3X et le 4X.

”

Benoît Delporte, Cofondateur, **Belong**



LES MARCHANDS S'ADAPTENT À L'INFLATION ET AUX CHANGEMENTS DE COMPORTEMENTS



“

Aujourd'hui, on se prive d'opérations marketing qu'on pourrait faire dans une période économique plus sereine.

”

Moris Giroletti, Directeur, **La Plagne Resort**

La baisse de la consommation des ménages est la 2ème préoccupation des marchands, après la hausse des coûts. Les décideurs ajustent ainsi leur stratégie pour résister aux fluctuations et aux arbitrages liés au pouvoir d'achat : **ils renforcent leur programme de fidélité (50%), améliorent la connaissance client (48%),** ou encore **mettent en place une solution de paiement fractionné (48%).**

“

Nous avons repensé l'expérience du programme de fidélité en identifiant des avantages tout au long du parcours client.

”

Stefano Pinzani, Consumer Marketing Director, **Costa Croisières**



LES SOLUTIONS DE PAIEMENT S'IMPOSENT COMME UN ALLIÉ DU POUVOIR D'ACHAT



“ Nous avons répondu à une demande de la part de nos clients qui souhaitent étaler leurs paiements. C'est pourquoi, nous avons récemment introduit la possibilité de paiement en 4 fois sans frais, en plus du 3 fois déjà existant. ”

Béatrice Mariton, Directrice Marketing & Digital, **Vanessa Bruno**

C'est dans ce contexte que l'expérience de paiement est un excellent terrain d'innovation et devient un levier clé du soutien de la consommation des ménages et de l'activité des entreprises. **69% des décideurs se disent convaincus par la capacité du paiement fractionné à soutenir le besoin de trésorerie des ménages.** En effet, ce dernier n'est plus considéré uniquement comme un moyen de conversion, mais bien comme **un véritable levier de satisfaction et d'engagement.** Plus encore, dans un contexte où le développement d'une offre plus responsable apparaît comme un chantier prioritaire pour 37% des marchands, le paiement fractionné s'impose comme **un must-have pour rendre accessibles des produits plus durables.**

“ En optant pour le paiement fractionné, nous voulons démocratiser notre démarche de rendre des vêtements à la fois made in France et durables accessibles au plus grand nombre. ”

Flavien Thouroude, Fondateur, **Bomolet**



“ Les clients attendent à présent une offre de solutions de financement plus complète, afin de couvrir tous leurs besoins et ainsi mieux faire face au contexte inflationniste. Cette démocratisation et ces attentes font donc du financement de la consommation une activité stratégique pour les commerçants qui n'est plus seulement un levier de conversion mais aussi un critère de préférence de marque, donc d'acquisition et de fidélisation client. ”



Yvan Allio, Directeur du Recrutement Clients & Partenaires, **Oney France**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Janvier 2024

Au sommaire de cette publication exclusive :

- Une préface rédigée par **Frank Rosenthal**, expert en marketing du commerce.
- Une étude quantitative qui regroupe un échantillon de **202 décideurs**.
- Une analyse poussée des données de l'enquête sur près de **45 pages**, à travers des infographies, des diagrammes, des synthèses, des focus.
- **Les témoignages** et partages **d'expériences de décideurs**, dressant une analyse approfondie des modifications comportementales des consommateurs, des impacts et des perspectives résultant de l'inflation : La Plagne Resort, Maisons du Monde, Magimix, Costa Croisières, Misterfly, Audika, Belong, Vanessa Bruno, Bomolet.

A propos des BigBoss :

- **lesBigBoss**, une marque du groupe Business & Co, filiale d'European Digital Group et adossée aux fonds Montefiore Investment et Latour Capital.
- Un savoir-faire unique dans la mise en relation business **depuis 2011**.
- Un facilitateur de business pour les décideurs et leurs prestataires.
- Un accélérateur digital pour les entreprises du CAC 40, SBF et Grands Comptes.
- **850 prestataires sponsors**.
- Plus de 210 événements réalisés.
- **9 600** décideurs porteurs de projets invités.
- Plus de **230M€** de volume d'affaires généré par les sponsors depuis le début de l'aventure.
- **1 plateforme communautaire** et affinitaire de mise en relation business, BigBoss365, associée à 4 journées hybrides pour près de **2000 rendez-vous one-to-one** online annuels
- Des services de coaching business et de performance.
- Une offre de production de contenus sur mesure pour le compte de tiers.

À propos de Oney :

Oney est **une banque différente**, unique, issue du commerce. Partenaire de la transformation du commerce **depuis 40 ans**, Oney conçoit des solutions de paiement, de financement et d'assurances innovantes. **Créateur du paiement fractionné**, Oney est aujourd'hui acteur majeur du marché du paiement fractionné et du financement de la consommation en Europe en proposant une expérience d'achat digitale, simple, rapide, fluide et sécurisée. Aux côtés de **6 500 partenaires** commerçants et e-commerçants dans près de **17 000 points de vente physiques ou virtuels**, Oney accompagne la réalisation des projets de plus de **7,2 millions de clients** en Europe.

Chaque jour, leurs 2 100 talents en Europe mobilisent leurs expertises afin de donner à chacun le pouvoir d'améliorer son quotidien et de mieux consommer.

CONTACTS :

Frédéric Tancrez, Responsable Communication Externe, **Oney**
ftancrez@oney.fr / +33 (0)7 60 88 55 03

Sarah Mahfoud, Responsable du Pôle Contenus & Médias, **lesBigBoss**
sarahmahfoud@lesbigboss.fr / +33 (0)6 17 83 12 71

oney
YOUR MONEY YOUR WAY

lesBigBoss
Business as it should be