



Freedom to meet again and do what we want

JCDecaux fait une enquête sur ce que signifie être à nouveau libre de sortir

Lorsque le déconfinement progressif a eu lieu à la mi-avril JCDecaux a souhaité savoir précisément ce que les gens ressentent, ce à quoi ils aspirent et comment ils voient l'avenir. Un questionnaire en ligne a été diffusé et 400 personnes représentatives de la population adulte belge et luxembourgeoise y ont participé. Les réponses ont été obtenues entre le 17 et le 26 avril alors que nous étions déjà en quarantaine depuis un mois.

La semaine dernière vous avez reçu le premier volet des résultats. Découvrez maintenant le deuxième volet de cette enquête.



3/4 des répondants veulent en priorité revoir leur famille et

leurs amis

Qu'envisagent les gens de faire sans attendre dès la levée du confinement ?

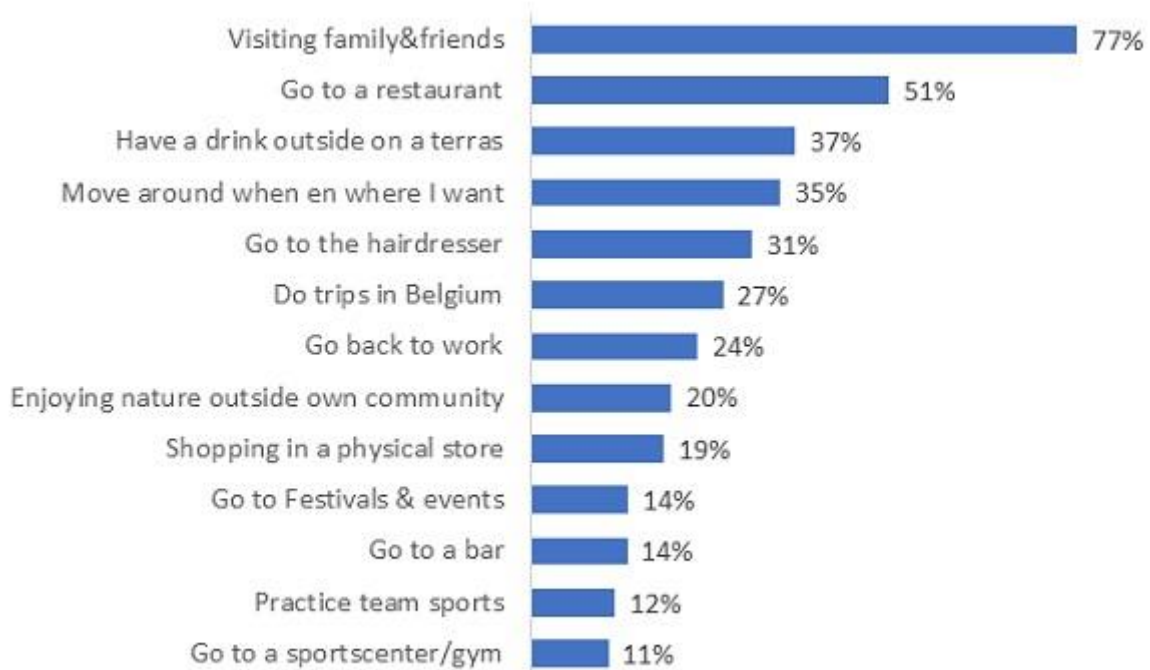
Près de 3 répondants sur 4 ont spontanément indiqué qu'ils aimeraient rendre visite à leur famille et à leurs amis, être à nouveau ensemble lors de fêtes, organiser des dîners, des barbecues et des apéros. Ce souhait est encore plus prononcé chez les femmes (84%).

Nous avons d'autre part, suggéré une liste d'activités à notre échantillon. Derrière l'activité liée à la famille et aux amis suivent la fréquentation des **restaurants et des cafés en plein air**; ceci étant particulièrement marqué chez les 18-24 ans (50%). Mais les voyages ont également un score élevé.

Et bien sûr, les femmes principalement aspirent à se rendre chez le **coiffeur**. **1 personne sur 4** déclare être impatiente de **retourner au bureau**.

Ce résultat est plus prononcé chez les 45-55 ans (40%), et les familles avec enfants (31%), pour lesquelles la combinaison des enfants et du travail à domicile pèse lourdement. Sans surprise, les jeunes attendent avec impatience les festivals et la vie nocturne. Malheureusement, ils devront encore attendre un petit peu...

Il est clair que les gens sont impatients **de sortir de chez eux**, de se déplacer, d'avoir des liens sociaux.

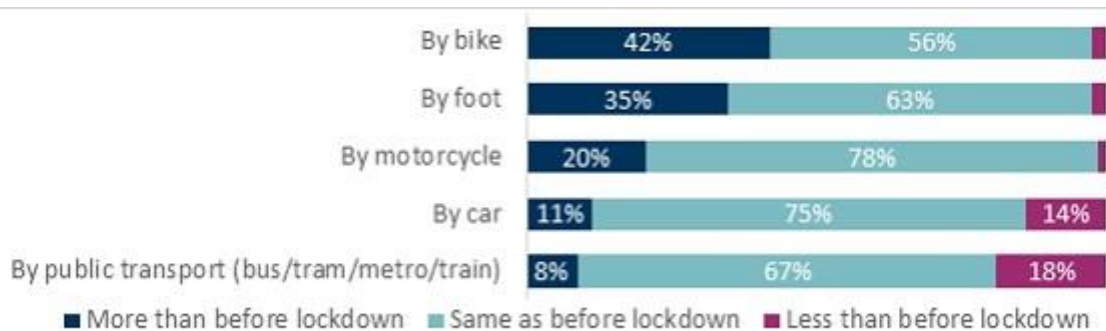


Désir accru de marcher et de faire du vélo

Afin de continuer à bouger pendant le confinement, les gens ont recouru à la marche et au vélo et ils y ont pris goût ! En effet, **35% prévoient de se déplacer davantage à pied et 42% davantage à vélo**. La moto va aussi gagner en popularité.

Mais les voitures aussi vont bientôt massivement reprendre la route: **75% des répondants se déplaceront autant en voiture qu'avant** la crise; **11% déclarent même en faire un plus grand usage**.

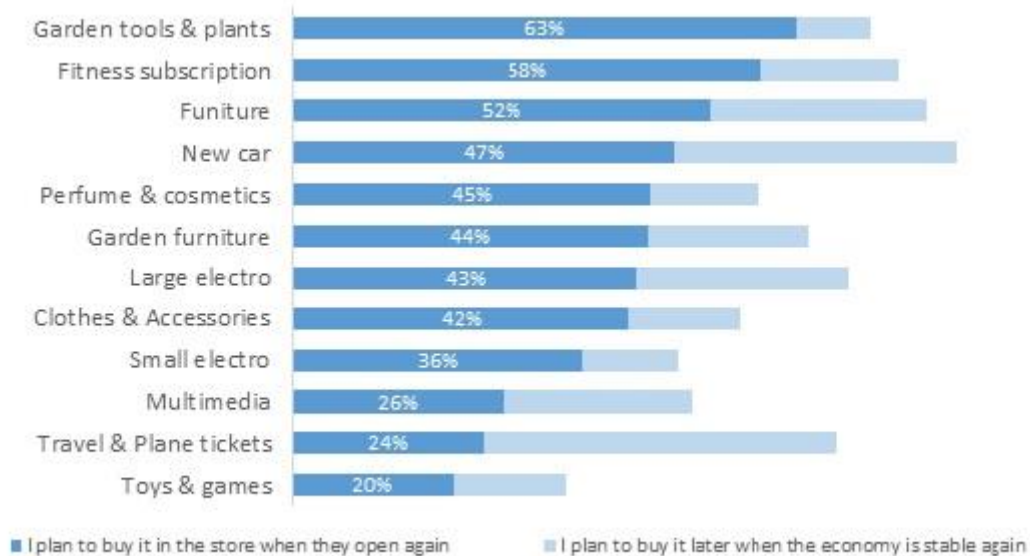
Une chose est sûre : vos prochaines campagnes out-of-home jouiront d'une grande audience !



Report des achats jusqu'à la réouverture des magasins

Bien que les achats en ligne ont explosés ces dernières semaines, il s'avère que nombreux sont ceux qui attendent que nous puissions physiquement retourner au magasin afin d'effectuer des achats. Cela n'est pas seulement vrai pour les achats conséquents comme une voiture, du mobilier ou du gros électroménager. **Près de la moitié des répondants attendent de pouvoir retourner au magasin pour acheter leurs marques préférées de vêtements, de parfums et de cosmétiques.**

L'intention de reporter des achats suite à l'incertitude sur la santé de l'économie n'est pas particulièrement marquée à l'exception des voyages à l'étranger.



Il est frappant de constater que les **hommes** attendent plus que les femmes l'ouverture des magasins de **vêtements** et d'**accessoires** (50%).

L'explication est que les femmes ont fait plus d'emplettes de vêtements en ligne pendant la période de confinement(45%).

Le groupe des **25-34 ans** semble être pétri de bonnes intentions car 71% d'entre eux prévoit de souscrire à un abonnement de **fitness** dès que les centres rouvriront. .

Les résultats de notre enquête convergent avec ceux d'autres organisations comme celle de Bpost par exemple qui indique que les ventes en ligne dans le secteur du bricolage ont atteint un sommet pendant la fermeture, mais dès la réouverture des magasins de bricolage le 20 avril, les ventes en ligne ont drastiquement diminué.

Vous aurez probablement vu les images de longues files d'attente devant les magasins Veritas lors de leur réouverture le 4 Mai. Bien que l'enseigne vende ses produits également en ligne, beaucoup de gens préfèrent opérer des achats physiques.

S'il est incontestable selon l'enquête de Gondola que l'e-Commerce a progressé et que, parallèlement le nombre de boutiques en ligne a augmenté de façon exponentielle pendant ce confinement, **il est toutefois essentiel que les marques, quels que soient leurs canaux de vente, restent visibles**, se positionnent et maintiennent ainsi la confiance des consommateurs.

Gardez un œil sur notre prochain courrier concernant la 'freedom survey'! Nous

examinerons à la loupe les projets de nos répondants pour cet été !

Vous voulez en savoir plus ? Alors demandez notre dossier complet.

Vous êtes convaincu que l'Out of Home est le bon canal de communication particulièrement de nos jours ? Alors, contactez rapidement notre équipe commerciale. Des propositions intéressantes vous attendent.

info@jcdecaux.be ou info@jcdecaux.lu

JCDecaux

JCDecaux Belgium-Luxembourg
www.jcdecaux-belux.com