

# ÉTUDE BONSAI 2022 : C'EST AINSI QUE LES CONSOMMATEURS SOUHAITENT FAIRE LEURS ACHATS

En Allemagne, en Autriche et en Suisse (DACH)

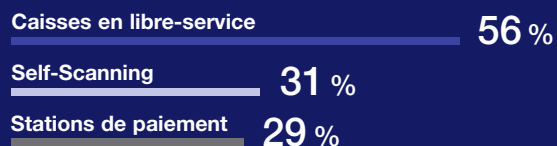
## LA FIN DE LA PANDÉMIE VA CHANGER LE COMPORTEMENT D'ACHAT

Un consommateur sur **deux** – en **D 45%**, **AT 46%** et **CH 50%** – souhaite à nouveau modifier son propre comportement d'achat.

Un consommateur sur **six** – en **D 14%**, **AT 19%** et **CH 15%** – a réduit sa consommation depuis la pandémie et souhaite conserver cette habitude.

## LES SUISSES AIMENT LE LIBRE SERVICE

Les consommateurs suisses sont plus affinitaires envers les systèmes de libre-service. Plus des **trois quarts** d'entre eux (77 %) utilisent actuellement l'une des possibilités offertes, dont



En Allemagne, **seuls 55%** utilisent de telles offres.

## SUPERMARCHÉ ENTIÈREMENT AUTOMATISÉ



## LE LIBRE-SERVICE FAIT GAGNER DU TEMPS

### Raisons de l'utilisation des offres en libre-service :

- + Va plus vite pour les petits achats
- + Réduit la file d'attente à la caisse



## CONCEPTS D'ACHAT INNOVANTS

**Auto-scanning** des articles dans le panier d'achat (environ 1/4 en AT et CH, D un peu moins) et le **paiement avec le smartphone** sans passer à la caisse est particulièrement bien accepté par les consommateurs.



## LE DÉSIR D'ANONYMITÉ EST UN FREIN À L'INNOVATION

Sur le smartphone, **les offres individualisées**, qui correspondent au comportement d'achat, sont bien accueillies.



Toutefois, un tiers d'entre eux **33%** **32%** **29%** préfèrent rester **anonymes**.