



Communiqué de presse
Paris, le 25 août 2008

La baisse du pouvoir d'achat, quelle baisse du pouvoir d'achat ?

Une étude menée par Avail va à l'encontre de la morosité économique ambiante mais montre que les dépenses de première nécessité sont toujours une source d'inquiétude pour les consommateurs

Avail Intelligence, fournisseur suédois de solutions d'Intelligence Collective pour l'optimisation des sites de e-commerce, annonce les résultats de sa dernière étude sur le pouvoir d'achat des consommateurs en écho à la morosité économique actuelle. Il apparaît que ces derniers ne sont nullement prêts à renoncer à leur style de vie et certains augmentent même leurs dépenses... en profitant des bons plans mis à disposition des acheteurs en ligne, évidemment...

Selon la dernière étude menée par Avail Intelligence, près de $\frac{3}{4}$ des consommateurs (**74%**) refusent de laisser la baisse du pouvoir d'achat gâcher leurs vacances.

57% des personnes sondées ont avoué que leurs choix de vacances ne changeraient en aucun cas à cause du ralentissement économique actuel. Près d'un quart d'entre eux ont même avoué que leurs dépenses estivales allaient augmenter cette année.

Cette étude, met l'accent sur le fait que très peu de consommateurs sont actuellement prêts à réduire leurs dépenses superflues : seulement **17%** des personnes interrogées affirment se résoudre à dépenser moins pour des achats dits secondaires tels que les vacances, les livres, les CD, les achats électroménagers et les vêtements.

« Tellement de choses ont été dites au sujet des dépenses des consommateurs et de la baisse du pouvoir d'achat, que c'est intéressant de voir à quel point les achats secondaires sont toujours une priorité pour les ménages. Cependant, la hausse des taux financiers et du prix de la nourriture, et plus récemment la hausse du prix de l'énergie, ont affecté la confiance des consommateurs. », commente Rolf Elmer, CEO d'Avail Intelligence.

L'étude se penche également sur les principaux moyens choisis par les consommateurs pour maintenir leur niveau de vie au sein de ce climat économique restrictif et tendu.

Le top 5 des bons plans :

1. Tous sur eBay !

Les vieilleries d'une personne font le bonheur d'une autre. En partant de cette vérité, il est possible de vendre ce dont on n'a plus l'utilité pour une mise aux enchères en ligne.

2. On recycle sur « FreeCycle »

Le site www.freecycle.com contient des tas d'objets dont les gens se débarrassent. Il suffit d'un clic pour faire des affaires !

3. La hausse du pouvoir d'achat même à l'heure du déjeuner

Acheter son repas le midi représente un budget important. Se préparer à manger chez soi permet de faire de réelles économies. Si vraiment l'envie de déjeuner à l'extérieur est plus forte, il est également possible de profiter des offres de réduction présentées sous forme de carte de fidélité.

4. « Shopper malin »

Mettre au placard tous les achats compulsifs et devenir un pro des soldes !

5. Remplir sa tirelire

Garder et mettre de côté les centimes : il est surprenant de voir ce qui peut-être économisé après un certain temps.

A propos d'Avail Intelligence

Fournisseur de logiciels et de services Web d'origine Scandinave, Avail est connu pour être le leader international de l'optimisation des recettes et de la satisfaction client grâce à l'intégration de l'Intelligence Collective à toute interaction avec la clientèle des sites de e-commerce.

Avail eMarketing Suite™ G7 d'Avail Intelligence est la solution comportementale de marketing et de découverte la plus complète du marché pour l'e-Commerce. C'est une application Web-service intelligente, qui utilise des algorithmes mathématiques pour exploiter l'intelligence collective de tous les visiteurs d'un site, en vue d'améliorer la pertinence du marketing et de la communication avec les clients qui visitent individuellement tout le Customer Interaction Cycle™, un seul site e-Commerce ou bien une multitude de sites Web. Les résultats apportent des améliorations significatives, immédiates et mesurables aux taux de conversion et aux fréquences moyennes de commande, et valorisent par conséquent tous les visiteurs on-line attirés sur les sites.

Le siège d'Avail Intelligence est situé en Suède, et ses principaux marchés sont la Scandinavie, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France.

Pour en savoir plus : www.avail.net

Contacts Presse :

LEWIS PR

Barbara Govaerts – barbarag@lewispr.com

Karim Rhalimi – karimr@lewispr.com

Tél.: 01 55 31 98 15 – Fax.: 01 55 31 98 09