

# On ne consomme pas pareil selon son âge et son sexe

À en croire un sondage Odoxa pour RTL et la FG2A (Fédération des garanties et assurances infinitaires), des tendances claires se dessinent en matière de consommation suivant l'âge des personnes interrogées. Les différences de comportement propres aux deux sexes s'estompent dans certains domaines, mais restent globalement très présents.

Les achats « plaisir » et la confiance envers les influenceurs sur Internet, un « truc de jeunes »

Interrogés sur leur motivation pour faire les achats, de manière générale, 67 % des Français disent les faire par besoin et 32 % par plaisir. Cette moyenne cache cependant une vraie tendance corrélée à l'âge des personnes interrogées : plus la personne est âgée, plus elle fait ses achats par besoin et moins par plaisir. La proportion de personnes qui disent faire des achats par plaisir est de 24 % chez les plus de 65 ans, 38 % chez les 35-49 ans, 39 % chez les 25-34 ans et 42 % chez les 18-24 ans.

Une courbe claire se dessine également concernant la confiance que les Français de différents âges accordent aux recommandations d'influenceurs sur Internet. Les 18-24 ans semblent y être le plus réceptifs, avec un taux de confiance de 67 %, alors même qu'il tombe à 42 % chez les 65 ans et plus. Cependant, dans leur ensemble et à l'échelle européenne, nos concitoyens ne sont pas les plus nombreux à avoir déjà acheté un produit suite à la recommandation d'un influenceur : la proportion des Français qui l'ont déjà fait s'établit à 43 %, contre 47 % des Allemands et 51 % des Britanniques.

Les vêtements, chasse gardée des femmes ; les voitures, celle des hommes

Lorsqu'elles achètent des produits cosmétiques et de bien-être pour elles, les femmes se disent seules décisionnaires dans 95 % des cas. Le pourcentage est d'ailleurs le même pour les achats de vêtements. Les hommes, lorsqu'ils ont les mêmes types de choix à faire, ont beaucoup moins de latitude : concernant les achats de produits cosmétiques, ils se disent seuls décisionnaires dans seulement 23 % des cas. Le pourcentage est à peine plus élevé lorsqu'il s'agit de choisir des vêtements (31 %).

Le jeu s'inverse dès que l'on évoque les voitures, qui restent la chasse gardée des hommes dans 9 couples sur 10, selon leur propre aveu. Les femmes ne voient cependant pas les choses de la même manière, puisque 28 % d'entre elles estiment être seules décisionnaires lorsqu'il s'agit d'acheter une voiture.