

## Étude d'IBM : La finalité et la provenance des biens de consommation font augmenter les profits en 2020

Paris, France - 10 janv. 2020:

**NEW YORK, NY 10 janvier 2020** - IBM (NYSE : IBM) a publié une nouvelle étude sur les tendances de consommation mondiales. Celle-ci révèle que maintenant, l'objectif de marque revêt d'une importance supérieure pour les acheteurs. Cette étude, développée en partenariat avec la [National Retail Federation](#) (NRF), a sondé près de 19 000 consommateurs de 28 pays, provenant de toutes les catégories démographiques et générations, en passant de la génération Z aux baby-boomers (18-73 ans). Elle permet de comprendre comment les décisions d'achat individuelles évoluent et d'aider les entreprises d'aujourd'hui à naviguer dans les complexités du commerce et des échanges.

Un tiers de tous les consommateurs d'aujourd'hui cesseront d'acheter leurs produits préférés s'ils perdent confiance dans la marque tandis qu'un tiers des consommateurs ont déjà cessé d'acheter leurs marques préférées en 2019. C'est pourquoi les consommateurs donnent la priorité à celles qui sont durables, transparentes et conformes à leurs valeurs fondamentales. Ils sont prêts à payer plus cher, et même à changer leurs habitudes d'achat, pour des marques qui font bien les choses.

En même temps, les comportements d'achat ont radicalement changé. Les consommateurs font leurs achats quand et où bon leur semble - généralement en faisant autre chose. Alors que les achats impulsifs étaient autrefois la norme, c'est le shopping impulsif qui l'est aujourd'hui, 7 consommateurs sur 10 font aujourd'hui leurs achats dans des " micro-moments " - ou font leurs achats simultanément tout en accomplissant leurs tâches quotidiennes.

Etude complète disponible sur demande.

Vous trouverez plus d'informations dans le communiqué de presse complet (en anglais) ci-dessous.

Contact(s) relations externes

Sandrine Durupt

External Communication Lead IBM France + 33 (0)6 70 21 82 10 [sandrine-durupt@fr.ibm.com](mailto:sandrine-durupt@fr.ibm.com)

Victor Duchemin / Morad Salehi

Weber Shandwick pour IBM France + 33 (0) 7 60 80 63 50 [ibmfrance@webershandwick.com](mailto:ibmfrance@webershandwick.com)

---