

PLACE DE LA LOC', Stratégie financière

Le saviez-vous ? Chaque français pourrait économiser 4 000 € par an en louant seulement 5 objets (la voiture, le vélo, la perceuse, le parking, et les déguisements). Place de la Loc' s'est intéressée aux objets et aux différents moyens de transport en étudiant la rentabilité d'achat et de location. Les français cherchent à réaliser des économies, mais ils oublient que les nombreux objets qu'ils possèdent, en bon état, pourraient leur rapporter de l'argent tout au long de l'année. Place de la Loc' propose de réfléchir à ces trois questions : Mon voisin possède-t-il forcément ce que je recherche ? Pourquoi stocker inutilement ? Enfin, le plaisir provient de la possession ou de l'usage du bien ? ■

Place de la Loc'
www.placedelaloc.com

LES OBJETS EN MODE COLLABORATIF
NOVEMBRE 2014

1. contexte

Taux d'usage faible
"Une perceuse visible en moyenne 10 minutes par an, une voiture 1h par jour, une caméra numérique 3 fois par an, une paire de ski une seule fois..."

Un voisin possède forcément le bien que je recherche

Pourquoi stocker inutilement ?

Le plaisir provient-il de la possession ou de l'usage du bien ?
"Je souhaite écouter la musique et non posséder son CD. Je désire utiliser la voiture adaptée à mon besoin du moment : week-end en amoureux, départ en famille, sortie en 4x4..."

2. Etat D'esprit

- Augmenter le taux d'usage
- Utiliser à bon escient
- Avoir le choix
- Créer la confiance

3. Chiffres clés

Voiture + 2.000€/an	Vélo + 700€/an	Perceuse + 500€/an	Parking + 400€/an	Déguisements + 400€/an
------------------------	-------------------	-----------------------	----------------------	---------------------------

Avec 5 biens seulement ...
+ 4.000€/an

Chaque Français pourrait **gagner 8.000€/an** en mettant ses objets en **location!**

Rejoignez l'esprit
www.placedelaloc.com

Sources : "Nouvelles consommations, nouvelle confiance, les Français et la consommation collaborative" - TNS Infravision 2014, L'Esprit, novembre 2013

Enquête mondiale sur les Marques De Distributeurs

Les résultats de l'enquête sur les **Marques De Distributeurs (MDD)**, menée du 17 février au 7 mars 2014, auprès de 30 000 internautes, dans 60 pays d'Asie Pacifique, d'Europe, d'Amérique Latine, d'Europe de l'Est, d'Afrique et d'Amérique du Nord, ont récemment été révélés. L'enquête a montré une amélioration de la perception des Marques De Distributeurs par les consommateurs, même si leur poids varie considérablement à travers le globe. 71 % des consommateurs dans le monde estiment que la qualité des Marques De Distributeurs s'est améliorée au fil du temps, le prix et la qualité constituant les premiers moteurs des intentions d'achat. En effet, 3 consommateurs sur 4 ont déclaré être davantage satisfaits qu'auparavant. Le but de l'enquête, menée par Nielsen, était aussi de comprendre l'impact qu'a la perception des Marques De Distributeurs sur les actes d'achat des consommateurs. Si les avis recueillis sont majoritairement positifs, il faut tout de même souligner le fait que les MDD se développent de manière assez disparate selon les pays, mais également selon les marchés. ■

CODINF et ses enquêtes sectorielles de paiement

Codinf est un groupement associatif spécialisé dans la maîtrise du risque client par secteur professionnel. De 2010 à 2014 Codinf s'organise de façon stratégique en établissant des études sur : la répartition de réponse de différents secteurs, le délai de paiement de clients français (perception des variations des retards, évolution des retards), l'étude de dédommagement des retards de paiement clients (le taux des pénalités de retard, l'encaissement des pénalités de retard, l'indemnité forfaitaire de recouvrement), le délai de paiement des fournisseurs, et l'étude sur la répercussion du solde commercial. En 2015 Codinf s'organise différemment. Le collectif propose aux fournisseurs d'opter pour des pénalités de retard, et une médiation inter-entreprises. ■

