



Pour visualiser l'infographie

<http://purch.fr/infos/infographie-euro-2016-les-francais-et-leur-equipement-tv>

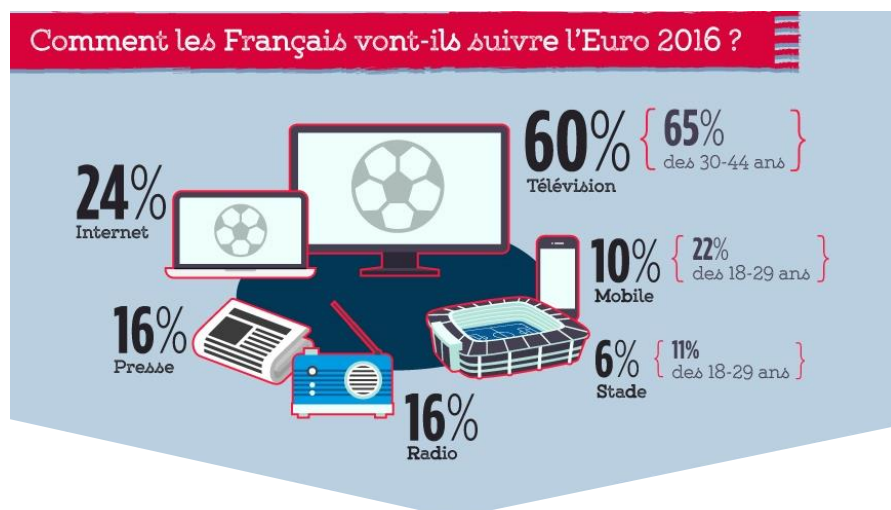
A l'occasion de l'Euro 2016, la régie premium des éditeurs high-tech du groupe Purch dévoile les résultats de son étude sur les Français et leurs équipements TV. Prévoient-ils de renouveler leur vieille télé pour visionner cet événement majeur qui se déroulera cette année en France, quelles marques se distinguent du peloton, quels critères choisissent-ils... cet événement sportif international va-t-il booster les ventes avant l'été ?

**Etude réalisée pour Purch, par l'institut d'études EasyPanel auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 1103 internautes âgés de 18 ans et plus – Fin mars 2016*

LES FRANÇAIS AIMENT LE FOOT... SURTOUT A LA TELEVISION !

Le Foot, l'un des sports préférés des Français, tout du moins à la télévision, est visiblement une activité qui se féminise : 75% de la population masculine regardera l'euro, quand plus de la moitié des Françaises déclarent aussi vouloir suivre cette grande compétition. Au total, 64% des Français envisagent de regarder l'Euro !

En tête, 70% des Français des Hauts-de-France (Nord/Picardie) seront devant leur téléviseur pour visionner les matchs.



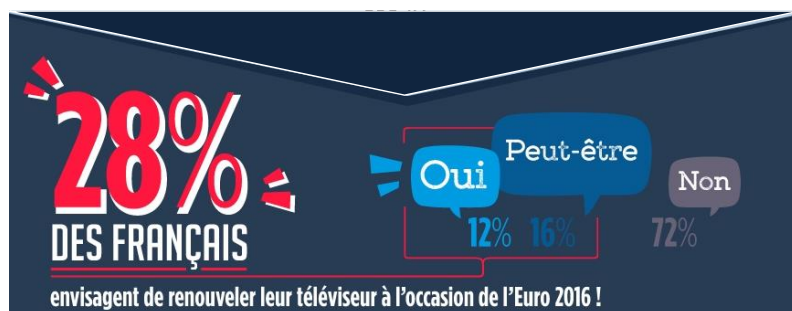
Quant au support, la digitalisation du sport est bien en marche. 60% des Français vont ainsi suivre la coupe de l'UEFA sur un téléviseur, 24% sur Internet et tout de même 10% sur mobile, en particulier chez les jeunes, plus adeptes des nouveaux usages (22% des 18/29 ans suivront l'Euro sur leur mobile).

Ils seront par ailleurs 6% à se déplacer dans les stades, dont 3 fois plus d'hommes que de femmes.

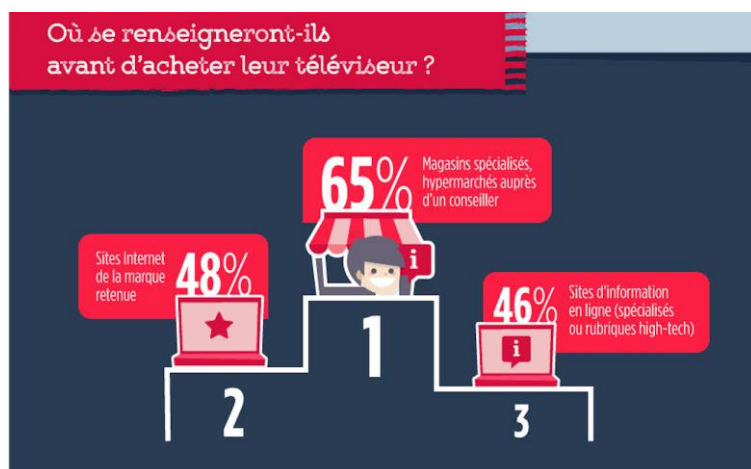
L'EURO 2016 VA-T-IL BOOSTER LES VENTES DE TELEVISEURS ?

Malgré un repli en 2015ⁱ, les ventes de téléviseurs risquent de repartir à la hausse, dopées par l'Euro 2016 et l'obsolescence programmée de certains équipements suite au passage à la TNT HD.

Ils sont ainsi 28% des Français à envisager un renouvellement de leur téléviseur à l'occasion de l'Euro 2016ⁱⁱ.



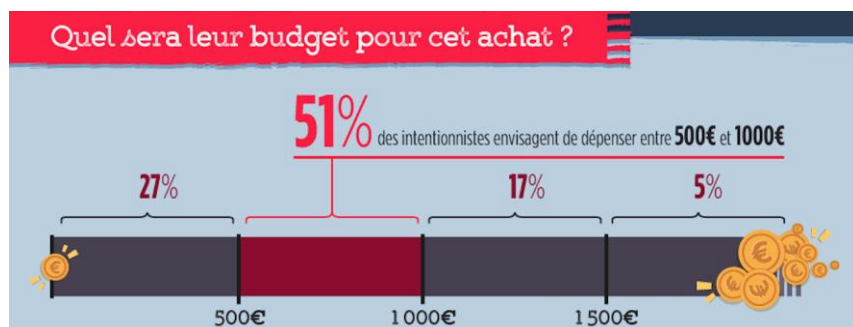
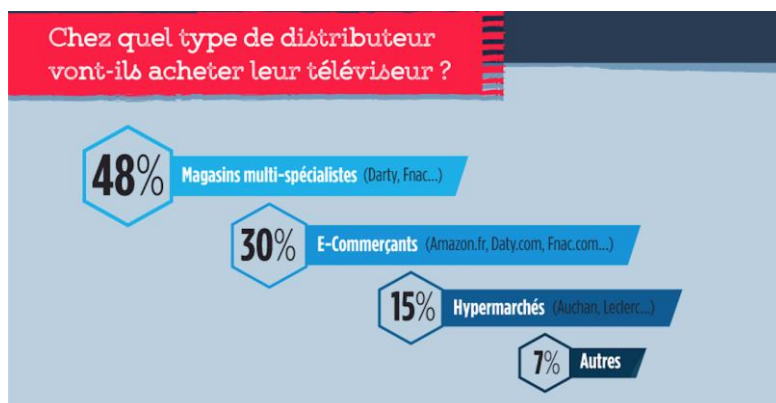
COMMENT LES FRANÇAIS CHOISIRONT-ILS LEUR TELEVISEUR ?



Pour acheter leur téléviseur, les Français combinent les modes d'information. D'abord, ils souhaitent voir le produit, l'écran et sa résolution, c'est pourquoi ils se renseigneront en premier lieu dans les magasins spécialisés ou hypermarchés auprès d'un conseiller, soit 65% des intentionnistes.

Ils iront ensuite sur Internet, sur les sites de marque pour 48% d'entre eux et les sites d'information en ligne (spécialisés ou rubriques high-tech) pour 46%. Les forums et réseaux sociaux arrivent en 7^{ème} place pour 19%, derrière les conseils des proches.

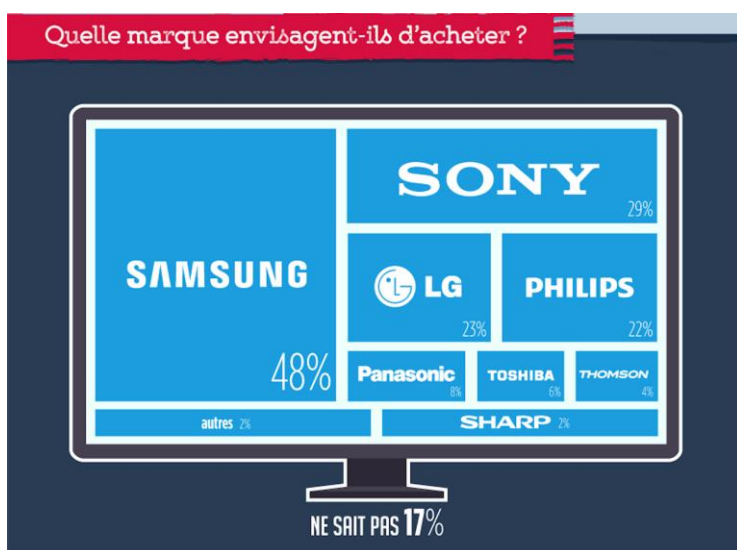
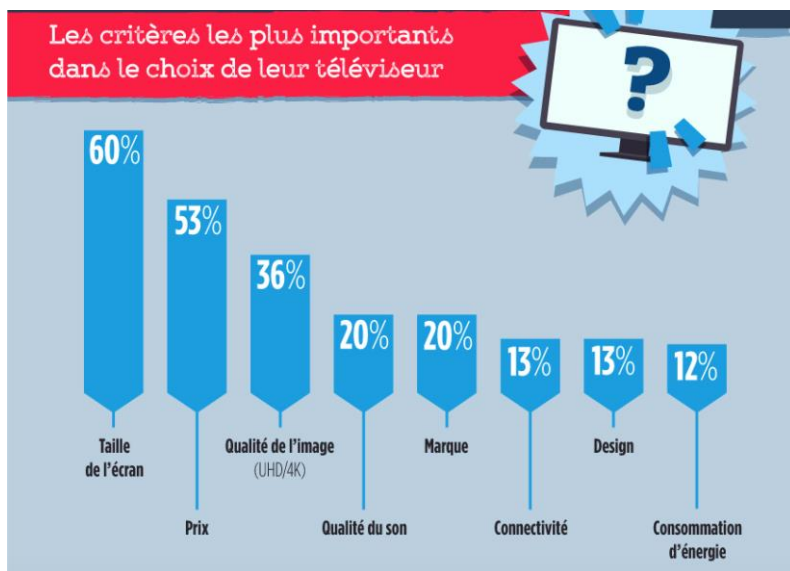
Quant à leurs achats, les magasins multi-spécialistes arrivent en tête avec 48% des réponses des intentionnistes, suivi par les e-commerçants pour 30%. Les supermarchés ne récoltant que 15% des intentions d'achat.



Et pour une majeure partie d'entre eux (51%), leurs dépenses oscilleront entre 500€ et 1000€.

Ils sont donc près d'un tiers des Français à envisager un changement de TV pour la coupe d'Europe 2016.

Parmi eux, 60% privilégieront la taille de l'écran comme critère d'achat, 53% le prix et 36% la qualité de l'image Ultra Haute Définition.



La marque arrive quant à elle en 5^{ème} position, derrière le son, soit seulement 20% des intentionnistes.

Samsung tirant encore son épingle du jeu avec 48% des réponses, suivi par Sony (29%) puis LG (23%), Philips (22%) et Panasonic (8%) dans le top 5 des marques les plus citées.

A propos du groupe Purch

Un point d'entrée unique vers une offre regroupant les principaux éditeurs High-Tech Français : généralistes, spécialistes et blogueurs reconnus et influents.

Purch gère un portefeuille de marques numériques qui facilite la prise de décision d'achat de 8 millions de visiteurs uniques par mois en France. Avec plus de 1000 catégories de produits, nous aidons les consommateurs à prendre des décisions plus éclairées avant, pendant et après un achat important. Via sa régie intégrée, Purch permet aux annonceurs d'atteindre leurs objectifs de branding et de performance dans un environnement de qualité qui garantit la protection de la marque.

Purch est une société non cotée en forte croissance, qui emploie plus de 350 personnes et possède des bureaux aux États-Unis et en Europe. Pour plus d'informations sur Purch, veuillez visiter les sites www.purch.fr et www.purch.com.

Samia Debeine Bounoua
01 40 22 61 90
s.debeine-bounoua@village-rp.com

Contacts presse
VILLAGE RP

Claire Maynadier
01 75 44 98 84
c.maynadier@village-rp.com

ⁱ Etude Référence des Equipements Connectés GFK 2016

ⁱⁱ Personnes ayant répondu oui ou peut-être à la question « Souhaiteriez-vous acheter ou renouveler votre téléviseur à l'occasion de l'Euro 2016 ? »