

## Négociations et marchandages, les Français discutent les prix

... Et les riches négocient plus et mieux que les autres

- **87% des Français négocient les prix... surtout les plus riches (90 %)**
- **13 à 15 % des moins favorisés ne négocient jamais, souvent de peur de paraître encore plus pauvres**
- **Subissant la crise économique et la peur du chômage, moins d'un Français sur trois ose négocier son salaire**
- **La voiture est le produit le plus souvent négocié (59 %) avant les meubles, l'immobilier et les crédits**
- **Les comparateurs de prix sont plébiscités par les Français mi-radins – mi-malins qui cherchent avant tout à ne pas payer le prix fort mais le meilleur prix.**

Paris, le 25 septembre 2014 - [KidiOui.fr](http://KidiOui.fr) et OpinionWay ont mené une étude concernant « Les Français et la négociation des prix ». Les résultats sont contre-intuitifs. Contre toute attente, on observe une corrélation entre le niveau de revenus et la pratique de la négociation : plus une personne est aisée financièrement, plus elle aura tendance à négocier. La négociation des prix n'est donc pas forcément liée à une nécessité économique. Les membres des catégories sociales supérieures sont les plus à l'aise pour se lancer dans le bras de fer de la négociation. Inversement, les catégories populaires déclarent une pratique de la négociation plus réticente. Elles se montrent davantage soumises à des barrières psychologiques, qui les empêchent d'oser négocier ou qui les font renoncer à la négociation pour ne pas donner à penser qu'elles sont en difficulté financière.

**Près de 9 Français sur 10 négocient... mais surtout les plus riches et les électeurs centre droite**

**87% des Français interrogés déclarent négocier les prix**, et 12% négocient de manière régulière. **Ces négociateurs** présentent un profil type : ce sont des hommes (90%), d'un âge supérieur à 35 ans (90%), au statut CSP + (90%) et avec des revenus supérieurs à 3 500 euros par mois (95%). Plutôt urbains (91% en Île-de-France), leur sensibilité politique est plutôt marquée à droite (95% Modem-UDI et 90% UMP).

## **Les freins à la négociation sont liés à l'apprentissage des codes de la négociation et à la confiance en soi**

**Contrairement aux idées reçues, les personnes disposant de faibles revenus sont celles qui négocient le moins** alors que cela leur permettrait significativement d'augmenter leur pouvoir d'achat. Les freins pour les Français qui négocient rarement ou jamais, sont « parce qu'ils ne savent pas négocier » (32 %) ou « parce qu'ils n'osent pas » (29 %).

**Ceux qui ne « savent pas négocier »** sont majoritairement les personnes âgées de 65 ans et plus (38%), on retrouve également les professions intermédiaires (45%) et les ouvriers (33%). Leurs opinions politiques sont plutôt ancrées à gauche (42% pour le parti socialiste).

**Les Français « qui n'osent pas négocier »** sont avant tout des jeunes de moins de 24 ans (45%), des personnes à faibles revenus (38% gagnent moins de 1 000 euros/mois) et beaucoup sont des employés (40%).

**Les Français qui ne négocient jamais** (13%), sont pour la plus part des ouvriers ou des employés (15%) et disposent de faibles revenus (36% moins de 2000 euros /mois). On constate également un clivage politique, puisqu'ils sont 21% à soutenir Europe Ecologie-Les Verts et 15% le Front de gauche.

Les freins à la négociation ne sont donc **pas liés à un tabou autour de l'argent**, puisque seulement 9% des personnes qui ne négocient pas sont retenues par l'idée que « ça ne se fait pas » (notamment les jeunes, 16%) et 4% par le fait qu'elles n'aiment pas parler d'argent, ce qui une nouvelle fois va en l'encontre des idées reçues sur les Français et leur rapport à l'argent.

## **Si les Français négocient davantage les produits de la vie quotidienne, le salaire reste le parent pauvre de la négociation**

**La voiture est le bien dont le prix est le plus souvent négocié** : 59% des personnes interrogées ont déjà négocié le prix d'une voiture. Elle est plébiscitée par 69% des hommes, 68% des personnes de 50 ans et plus et 75% des personnes dont les revenus mensuels du foyer sont équivalents ou supérieurs à 3500 €.

On retrouve des profils similaires dans les autres catégories de produits les plus négociés à savoir « **les meubles** » (47%), « **l'immobilier** » (45%) et « **le crédit** » (42%). Les faibles revenus et notamment les ouvriers (52%) négocient d'avantage les biens d'équipement (électroménager, hi-fi, informatique).

Globalement, parmi la liste de neuf biens et services dont le prix peut être négocié, **les hommes sont quasi systématiquement plus nombreux que les femmes à avoir déjà négocié au moins une fois** le prix de chaque item (ils sont à égalité en ce qui concerne les vêtements, 32% ont déjà négocié leur prix).

**Le « salaire » arrive seulement en septième position** avec 31% des Français qui négocient leur rémunération. . L'écart entre les hommes et les femmes est de 11 points (37% des hommes contre 26% des femmes). 38% des habitants d'Île-de-France ont déjà négocié leur salaire, contre seulement 29% des habitants des autres régions. Les partisans de gauche (24% pour le Front populaire et 29% pour le PS) et les faibles revenus sont les moins enclins à négocier leurs salaires.

Une forte majorité (62%) des personnes qui négocient au moins occasionnellement a davantage tendance à **négocier le prix d'un produit d'occasion que d'un produit neuf**. Dans le détail des résultats, il faut noter que 67% des femmes négocient plutôt des produits d'occasion, et 32% plutôt des produits neufs. 68% des jeunes de moins de 35 ans préfèrent négocier les produits d'occasion, et 32% des produits neufs. 71% des personnes dont le foyer gagne moins de 1000 € par mois négocient plutôt des produits d'occasion, contre 55% de celles dont les revenus du foyer sont égaux ou supérieurs à 3500 €.

## **Si les Français négocient pour faire des économies, c'est aussi pour obtenir le prix normal, « le bon prix »**

**Un Français sur deux négocie évidemment « pour faire des économies »**. C'est notamment le cas des femmes (58%, contre 42% des hommes), des jeunes (62% des moins de 35 ans, contre 44% des plus de 35 ans), des habitants des zones rurales (60%), des catégories populaires (61%) et des personnes dont les revenus du foyer sont inférieurs à 1000 € (59%). Leurs sensibilités politiques varient d'Europe Ecologie-Les Verts (56%) au Front National (52%).

**Mais pour plus d'un Français sur deux (58%)** cette pratique permet **d'obtenir une réduction sur le prix normal, un bon prix**. C'est notamment le cas de 65% des femmes de moins de 35 ans. Une personne sur quatre (26%) estime plutôt qu'elle aurait payé trop cher si elle n'avait pas négocié et que cette pratique lui permet donc de payer le prix normal ; cet avis est plus souvent partagé par les personnes qui négocient rarement (33%). Enfin 16% semblent particulièrement confiants dans leurs talents de négociateurs et considèrent que la négociation leur permet d'obtenir le meilleur prix du marché, opinion partagée par 34% des personnes qui négocient régulièrement.

En revanche, la négociation **« pour le plaisir »** est davantage partagée par les artisans, commerçants et chefs d'entreprise : 14% d'entre eux négocient par plaisir, tout comme 12% des hommes de moins de 35 ans, contre seulement 4% de la population française.

## **Les comparateurs en ligne : outils les plus efficaces pour payer le meilleur prix du marché pour 81% des Français**

**Les personnes qui négocient le plus souvent sont celles qui ont le plus utilisé les comparateurs de prix en ligne** pour chacun des produits et services testés. Les utilisateurs

des comparateurs en ligne ont donc globalement le même profil que les négociateurs : il s'agit plus souvent des hommes, des personnes de 50 ans et plus, et des personnes aux revenus élevés.

**Les biens et services les plus souvent comparés en ligne** sont les équipements électroniques (59%), les chambres d'hôtel et les billets d'avion (49% respectivement), les assurances (42%) et les voitures (36%, dont 44% parmi les hommes de 35 ans et plus et 48% parmi les personnes dont le foyer gagne 3500 € ou plus par mois).

Lorsqu'elles utilisent un comparateur de prix en ligne pour un achat, 81% des personnes interrogées estiment que cela peut leur permettre de payer le meilleur prix du marché.

**92% des personnes de profession intermédiaire font confiance aux comparateurs en ligne pour payer le meilleur prix du marché.** C'est le cas également de 84% des habitants de communes rurales, contre 77% des habitants d'Île-de-France. 88% des personnes vivant dans un foyer aux revenus équivalents ou supérieurs à 2000 € par mois leur font également confiance, contre 70% des personnes dont les revenus du foyer sont inférieurs à 1000€ par mois.

**La voiture est le produit qui fait l'objet des négociations les plus fréquentes** : 59% des personnes interrogées en ont déjà négocié le prix, notamment les hommes (69%). En revanche, ce n'est pas le bien dont le prix est le plus souvent comparé en ligne : les équipements électroniques, les chambres d'hôtel, les billets d'avion et les assurances arrivent devant. La diversité des types de biens et services dont les prix sont comparés sur Internet montre que les comparateurs de prix sont devenus des outils d'utilisation fréquente et sont désormais considérés comme efficaces pour obtenir les meilleurs prix du marché.

*« Historiquement, on négocie davantage sur l'occasion que sur le neuf, or, les marges de négociation sont plus importantes dans le neuf ! On le constate tous les jours avec les offres de véhicule que nous proposons sur notre site »,* déclare Ouri Stopek, fondateur du comparateur d'offres automobiles KiDiOui.fr.

Ouri Stopek ajoute : *« L'intérêt pour les particuliers de s'appuyer sur un comparateur de prix est la garantie d'obtenir le bon prix. C'est en quelque sorte comme si nous effectuons le travail de négociation pour eux. »*

Retrouvez l'intégralité de l'étude sur simple demande

Cette étude a été réalisée du 27 au 29 août 2014 auprès de 1038 personnes issues d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

#### **A propos de KiDiOui**

Créé en 2007 par Ouri Stopek et Alexis Vioux, le site [Kidioui.fr](http://Kidioui.fr) est le 1<sup>er</sup> comparateur français d'offres automobiles pour les véhicules neufs et d'occasions. [Kidioui.fr](http://Kidioui.fr) c'est la garantie pour les internautes de payer moins cher : un minimum de 20% de remise moyenne constatés et jusqu'à 45% de remise sur le tarif

constructeur. Plus de 25 000 offres automobiles sont mises à jour quotidiennement et dénichées parmi les meilleures offres des 1 000 vendeurs professionnels agréés.

Pas besoin de chercher, de négocier, de se déplacer, les prix les plus bas sont disponibles immédiatement et gratuitement. [kidioui.fr](http://kidioui.fr) propose le bon prix sans négocier !

**Contacts Presse :**

Agence Rumeur Publique

Anne-Lise Ibrahimoff – Benjamin Mampuya – Camille Penven

01.55.74.52.00 / [kidioui@rumeurpublique.fr](mailto:kidioui@rumeurpublique.fr)