

«SELON VOUS, L'AFFAIRE DES BIJOUX DE KIM KARDASHIAN VA-T-ELLE FAIRE CHUTER L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE A PARIS ?»

Le dimanche 2 octobre au soir, Kim Kardashian a été victime, dans son hôtel à Paris, d'un vol à main armée. Plus de 10 millions d'euros de bijoux auraient été dérobés.

Suite à ce fait divers retentissant, **Promise Consulting Inc.** (groupe de conseil et d'études marketing réunissant les sociétés Promise Consulting Inc., JPL Consulting et Panel On The Web) qui accompagne les plus grandes marques de luxe, de cosmétiques et de distribution dans leur développement sur le marché national et international, a réalisé une étude sur la base de cette question : « **Selon vous, l'affaire des bijoux de Kim Kardashian va-t-elle faire chuter l'activité touristique à Paris ?** ».

Au regard de l'étude, voici quelques résultats que nous souhaitons mettre en exergue :

Selon vous, l'affaire des bijoux de Kim Kardashian va-t-elle faire chuter l'activité touristique à Paris ? »

- **36%** des possesseurs des produits de luxe ont répondu «**oui**».
- **42%** des revenus mensuels bruts par foyers supérieurs à 5000€ brut ont répondu «**oui**».
- **34%** des personnes âgées de 35 à 55 ans ont répondu «**oui**».
- **36%** des hommes ont répondu «**oui**».
- **35%** des Parisiens et des habitants de l'Île-de-France ont répondu «**oui**».

Retrouvez l'intégralité des résultats en page 2.

Philippe JOURDAN, Associé Promise Consulting, professeur des Universités et membre de l'American Marketing Association (AMA) :



"Au vu des résultats, il apparaît que la population française dans son ensemble est inquiète des retombées sur une activité touristique déjà en berne cette année. Ceci est plus vrai encore des résidents en Île de France, des hommes, des possesseurs de produits de luxe, des plus âgés et logiquement des plus fortunés. Que faut-il en déduire ? Certes inquiétude ne vaut pas nécessairement prévision et nul n'est Pythie en la matière ! Mais il ne faut pas négliger le poids des facteurs psychologiques dans le choix de ses destinations de vacances, ou bien encore dans l'usage et partant l'envie d'acheter ou de posséder des biens de consommation de luxe. Au-delà de la crise économique, l'envie d'acheter Avenue Montaigne ou Rue du Faubourg Honoré ou bien encore Rive Gauche est dépendant d'un sentiment de sécurité, qui pour subjectif qu'il soit, devrait plus fortement retenir l'attention des autorités en charge de la sécurité. L'achat de produits de luxe est fragile car il n'est nullement nécessaire mais tout juste désiré. C'est à maintenir ce désir qu'il faut s'attacher".

TOTAL REpondANTS	REGION		GENRE		POSSESSION PRODUITS DE LUXE		REVENU MENSUEL BRUT DU FOYER		TRANCHES D'ÂGE	
	PARIS ET ILE DE France	PROVINCE	HOMMES	FEMMES	POSSESSEURS PRODUITS DE LUXE	NON POSSESSEURS PRODUITS DE LUXE	< 5.000 € PAR MOIS	> 5.000 € PAR MOIS	18-34 ANS	35-55+

Selon vous, l'affaire des bijoux de Kim Kardashian va-t-elle faire chuter l'activité touristique à Paris ?

Base :	1 050	680	372	504	546	572	358	737	315	315	735
Oui, certainement	8%	9%	5%	10%	6%	12%	2%	7%	11%	8%	8%
Oui, probablement	23%	26%	17%	26%	20%	23%	23%	19%	30%	13%	27%
Non, probablement pas	38%	34%	47%	39%	37%	28%	48%	37%	41%	27%	43%
Non, certainement pas	31%	31%	31%	25%	37%	36%	27%	37%	17%	52%	23%
Total Oui	30%	35%	22%	36%	26%	36%	25%	26%	42%	21%	34%
Total Non	69%	65%	78%	65%	74%	64%	75%	75%	58%	79%	66%

Bleu : différences significatives entre les sous-cibles (seuil : 95%)

A PROPOS DE PROMISE CONSULTING INC.

Promise Consulting est un groupe de conseil et d'études marketing réunissant les sociétés Promise Consulting Inc., JPL Consulting et Panel On The Web. Promise Consulting intègre des prestations de conseil et d'études à forte valeur ajoutée. Elle a créé une méthodologie innovante de mesure de la performance de marque et du ROI des investissements centrés sur la marque : Monitoring Brand Assets®. Cette méthodologie a été déployée dans près de 50 pays à date, porte sur l'étude de 250 marques dans les secteurs les plus divers et totalise plus de 1.000.000 questionnaires administrés en ligne dans le monde.

Etabli à Paris, New-York et Casablanca, le groupe mène des études et des prestations de conseil dans le monde entier. Il est plus particulièrement reconnu pour son expertise en matière de mesure de la valeur de marque (brand value) du point de vue des clients.

Promise Consulting a su développer des méthodes et des modèles innovants, récompensés 8 fois en 10 ans, par la profession au plan national et international. Il accompagne les plus grandes marques de luxe, de cosmétiques et de distribution dans leur développement sur le marché national et les marchés étrangers. Il intervient également dans de nombreux secteurs d'activité, chaque fois que les marques souhaitent disposer d'une stratégie de croissance éclairée pour mieux comprendre leur marché, s'adresser à leurs consommateurs, séduire et fidéliser leurs clients.
<http://www.promiseconsultinginc.com/>

A PROPOS DE PHILIPPE JOURDAN

Diplômé d'HEC, docteur en sciences de gestion et professeur agrégé des Universités, Philippe Jourdan a exercé le métier de directeur d'études marketing au sein du cabinet GfK avant de fonder les sociétés Panel On The Web en 2000 et Promise Consulting en 2008. C'est un spécialiste reconnu des méthodes d'évaluation et de valorisation des marques du point de vue du consommateur. Il a publié dans des revues académiques internationales sur le sujet, et est l'auteur d'ouvrages marketing et conseille de nombreuses entreprises sur le sujet.

CONTACTS PRESSE

AGENCE79

Dimitri HOMMEL-VIKTOROVITCH

Tel : 01 41 10 21 57

Mobile : 06 98 20 77 12

dhommel@agence79.com

AGENCE79

Apolline GILLIOT

Tel : 01 46 20 59 08

Mobile : 06 60 92 62 28

agilliot@agence79.com