FLORENT GAILLARD

Savoir booster son pouvoir d'achat

Le guide pour dépenser mieux et gagner plus

Flammarion

Extrait de la publication

Extrait de la publication

Savoir booster son pouvoir d’achat

Extrait de la publication

Cet ouvrage est publié
dans la collection dirigée par le Dr Jean-Michel Cohen.

Toutes les marques citées dans cet ouvrage sont des marques déposées.

Tous droits réservés pour les captures d'écran reproduites.

Avertissement :
Tout évolue très vite, surtout les prix ! Les informations délivrées peuvent ainsi connaître des variations : les chiffres donnés restent bien sûr indicatifs.

Extrait de la publication

Florent Gaillard

Savoir booster son pouvoir d'achat

Flammarion

Extrait de la publication

© Flammarion, 2009.
ISBN : 978-2-0812-2262-5

Extrait de la publication

Préambule

Pendant l'année 2007, le pouvoir d'achat s'est hissé pour la première fois en tête des préoccupations des Français devant le chômage et l'emploi, jusqu'à atteindre un pic en juin 2008, où, selon un sondage TNS Sofres pour *La Croix*, 64 % d'entre nous se disaient inquiets de son évolution.

Comment expliquer qu'une notion macroéconomique [1] qui a longtemps intéressé moins de 30 % des Français ait pu, en une année, devenir le symbole d'une insatisfaction ressentie par une majorité ?

La dernière campagne des présidentielles est loin d'être étrangère à ce phénomène. Les candidats du second tour, utilisant le mécontentement grandissant d'une partie de la population sur les prix et les salaires, ont usé de phrases chocs qui sont restées dans les mémoires. Nicolas Sarkozy a déclaré qu'il serait « le président du pouvoir d'achat » et Ségolène Royale que « la vie chère [était] une réalité vécue par une grande majorité de Français et pas seulement les plus modestes ».

1. Le pouvoir d'achat d'un revenu donné est la capacité d'achat en termes de biens et services que permet ce revenu.

Extrait de la publication

Édouard Leclerc a lui aussi surfé sur la vague. Avec les publicités « Du pouvoir d'achat pour vous tout de suite », il a largement participé à la popularisation du terme. Dans la foulée, les médias se sont emparés du mot et du sujet, en nous le servant à toutes les sauces.

Derrière cette notion macroéconomique calculée par l'INSEE et les promesses faites par les uns et les autres, il ne faut pas oublier que se cache la préoccupation quotidienne de nombreuses personnes. Les Français constatent que leur rémunération n'augmente pas au même rythme que les prix, qu'ils ont des difficultés en fin de mois, qu'ils ont parfois recours au crédit pour faire face à des dépenses de base et que leur niveau de vie baisse alors que le matraquage publicitaire, lui, ne faiblit pas. Conséquence : le *vouloir* d'achat augmente plus vite que le *pouvoir* d'achat. Une situation à l'origine de nombreuses frustrations…

Que faire alors, sachant que le climat de crise actuel et l'inflation rampante laissent peu de marge de manœuvre au gouvernement pour tenir ses engagements ? Il n'y a qu'une solution efficace : se débrouiller seul. En identifiant les bons plans tout en évitant les pièges, avec pour objectif de maintenir son niveau de vie, voire de l'augmenter. Ce guide va vous aider dans cette voie.

Extrait de la publication

Introduction

Démarrez une nouvelle vie moins chère, avec plus de petits plaisirs, en découvrant les solutions les plus efficaces pour booster votre pouvoir d'achat. Objectif : au moins 20 % de pouvoir d'achat en plus pour vous dans quelques mois !

Dans ce livre, vous découvrirez comment potentiellement gagner plus, sans forcément travailler plus, où se trouve le bon plan pour chaque achat et comment réduire vos dépenses sans se serrer la ceinture.

Mettez en place le plan d'action que nous vous proposons et vous aurez plus de pouvoir d'achat, plus de liquidité sur votre compte à la fin du mois. Vous pourrez enfin vous faire plaisir avec votre argent !

Gagner du temps

Aujourd'hui, pour savoir où dénicher les bons plans, il faut avoir des antennes partout, exploiter le moindre indice. Tâche laborieuse qui prend du temps. Ce livre va vous permettre d'en gagner en vous guidant vers les vrais bons plans, ceux qui vous permettront de « vivre plus ».

Extrait de la publication

Uniquement les meilleurs bons plans

Dans chaque chapitre, nous allons directement à l'essentiel. Nous présentons uniquement le meilleur bon plan de chaque catégorie : celui qui bat tous les autres, qui fait du bien au porte-monnaie, et surtout qui est réaliste.

Le plan d'action

Ce livre est construit autour d'un plan d'action qui vise un seul objectif : augmenter votre pouvoir d'achat d'au moins 20 %. À la fin de chaque chapitre, vous trouverez un mini-plan d'action avec un résumé des conseils à mettre en place. Certains d'entre eux auront un effet immédiat sur votre pouvoir d'achat, d'autres n'agiront qu'à moyen terme mais tous sont à mettre en place le plus tôt possible.

Un pack de mesures simples

Si vous lisez ce livre à la recherche de deux ou trois pépites qui vont à elles seules booster votre pouvoir d'achat, vous allez les trouver mais vous serez passé à côté de l'essentiel. Car ce guide n'a pas pour vocation première de vous fournir des bons plans introuvables ailleurs, mais plutôt de vous démontrer que vivre moins cher ne prend pas plus de temps et n'a rien de fastidieux, au contraire !

Le plan d'action contenu dans le livre fonctionne comme un pack. C'est la raison pour laquelle nous vous recommandons vivement de mettre en place au moins les trois quarts des mesures que nous préconisons afin d'obtenir une hausse tangible de votre pouvoir d'achat. Vous avez déjà entendu parler de beaucoup d'astuces qui sont dans ce livre, nous en avons conscience. Notre

valeur ajoutée sera alors de mettre en évidence les bénéfices que vous pouvez en obtenir mais aussi de vous expliquer comment les mettre en place rapidement et avec un minimum d'efforts.

Des conseils faciles à appliquer

Deux critères ont guidé le choix des conseils figurant dans ce livre : ils devaient être réalistes et aisément applicables. Dans beaucoup de chapitres, vous verrez que l'accent est mis sur la rapidité et la facilité pour trouver le prix le plus bas.

Cependant, l'augmentation de votre pouvoir d'achat ne pourra se faire sans quelques efforts de votre part et sans changer quelques-unes de vos habitudes. Le jeu en vaut la chandelle, vous verrez.

Pas de conseils spectaculaires, du concret

Régulièrement, dans les médias, les conseils sur le pouvoir d'achat flirtent avec le spectaculaire. On vous vend du rêve. Quelques exemples : « Vos vinyles valent de l'or » ou encore : « Il gagne 4 000 euros par mois avec son blog ! »

Effectivement, il y a quelques vinyles qui aujourd'hui se vendent très cher mais la plupart valent trois fois rien… et seule une poignée de bloggeurs arrive à gagner de l'argent grâce à leur site. Ces astuces ne concernent donc qu'une poignée de Français. De notre côté, nous avons veillé à ne pas jouer sur le spectaculaire mais à rester dans le concret et dans le réalisable.

Le discount online

La conclusion d'une enquête eBay/TNS Sofres montrait que 64 % des Français considéraient Internet

Extrait de la publication

comme un moyen de faire face à la baisse de leur pouvoir d'achat. Ce guide leur donne raison. Internet permet effectivement de bénéficier de prix introuvables ailleurs et surtout de comparer des milliers de produits en un clin d'œil. Si vous n'êtes pas encore connecté ou si vous n'achetez jamais sur Internet, nous vous recommandons vivement de vous y mettre au plus vite. Notre conseil : achetez un PC premier prix et consultez le guide des achats en ligne sur www.foruminternet.org/particuliers/guides/

Des travaux pratiques

Ces dernières années, l'acte d'achat s'est considérablement complexifié. Aujourd'hui, impossible de faire de bonnes affaires sans être un consommateur averti. Comme tout le monde, vous avez entendu parler de bons plans, mais les mettre en pratique n'a souvent rien d'évident, les pièges étant nombreux. Pour les éviter, nous vous guiderons : des travaux pratiques vous permettront de développer de nouvelles compétences, essentielles pour booster votre pouvoir d'achat.

Vivre plus

Extrait de la publication

L'alimentation

Selon l'INSEE, l'alimentation – hors alcool – représente environ 15 % du budget des Français. Ce pourcentage va certainement augmenter en raison des hausses de prix observées sur les produits alimentaires, par ailleurs principale cause de l'impression de « vie chère » que ressentent les Français. Les distributeurs ont rapidement identifié ce problème et ont multiplié (selon eux) les opportunités de faire des économies. Cependant, entre les hard-discounters, les promotions, les produits premiers prix, les cartes de fidélité, il est devenu difficile de savoir où se trouvent les tarifs les moins chers.

Quelles enseignes proposent les meilleurs bons plans ? Comment déjouer le marketing des producteurs et le merchandising des hypermarchés ? Nous allons répondre à ces questions. Objectif : faire baisser le montant de votre ticket de caisse sans rogner sur la qualité et sans supprimer les petits plaisirs.

Devenez un consommateur très averti dans les supermarchés

Il faut bien comprendre que, pour survivre, les supermarchés doivent, tout en proposant des prix bas sur une

Extrait de la publication

sélection de produits, maintenir leur bonne rentabilité. En conséquence, la surface de vente s'organise quasi scientifiquement. C'est ce que l'on appelle le merchandising.

Une organisation stratégique de la surface de vente

Vous êtes-vous déjà demandé pourquoi il n'y a qu'une seule entrée dans un supermarché et pourquoi celle-ci se trouve souvent à l'opposé du rayon « lait », pourtant fréquenté par 97 % des clients d'un magasin ? Le but de cet agencement est en fait d'allonger votre chemin : plus la distance que vous allez parcourir dans le magasin sera longue, plus il y a de chances que vous achetiez des produits ne figurant pas sur votre liste. Ainsi, on positionnera toujours un rayon attractif et fréquenté à l'opposé de l'entrée du magasin et on éloignera les rayons les plus populaires les uns des autres. C'est la raison pour laquelle le rayon « lait » reste toujours un peu difficile à trouver, vous obligeant ainsi à traverser la surface de vente avant de l'atteindre enfin.

Pour augmenter les achats d'impulsion à l'intérieur du magasin, les produits susceptibles de les générer vont, eux, se situer dans les zones les plus fréquentées du magasin (on les appelle les « zones chaudes ») telles que les grandes allées. Car la taille des rayons vous influence également : une grande allée incite en effet le client à s'y engouffrer… Inconvénient, son champ de vision se limite alors à un seul côté du rayon. À l'inverse, une allée plus étroite génère moins de passage mais le client voit bien les deux côtés du rayon. Comprenez, au travers de ces exemples, que le merchandising ne laisse rien au hasard. Aussi, lorsque vous ferez des courses désormais, gardez à l'esprit qu'un « vendeur invisible » essaie de mettre dans votre chariot des produits dont vous n'avez

Extrait de la publication

pas vraiment besoin. Demandez-vous régulièrement au cours de vos emplettes, si vous n'êtes pas purement et simplement en train de céder à une astuce marketing… Car si les études affirment que les clients se montrent de plus en plus décidés dans leurs achats, plus de la moitié des décisions continuent de se faire sur le point de vente.

Bon à savoir

Les distributeurs testent en permanence de nouvelles techniques pour vous faire acheter plus, en modifiant, par exemple, la mise en rayon d'un produit pour voir si ce changement a un impact sur les ventes. Pour ces tests, Carrefour utilise notamment des magasins pilote. Dernièrement, le distributeur y expérimentait un agencement moins agressif privilégiant des couleurs blanches ou neutres, des allées plus larges, moins d'îlots promotionnels, afin d'accroître votre bien-être…

Astuce

Selon Ipsos, plus des trois quarts des parents européens estiment que leurs enfants influencent « souvent » ou « de temps en temps » leurs achats d'alimentation. Sachant que les enfants sont très réceptifs aux astuces marketing des grandes marques, évitez de les emmener faire des courses avec vous.

Des rayons habilement construits

« Mon rayon volaille est-il vendeur ? » « Faut-il implanter les biscuits du petit déjeuner au rayon biscuit ou au rayon petit déjeuner ? » « Dois-je relooker mon espace camembert ? » Voici le genre de questions que se pose un distributeur, sachant qu'un client reste seulement une minute et onze secondes dans un rayon et que 76 % des actes d'achat s'effectuent en moins de dix secondes. La construction d'un rayon prend en compte

Extrait de la publication

ces données afin d'influencer vos choix. Ainsi, dans le but d'optimiser le chiffre d'affaires, on place les produits les plus chers à hauteur des yeux et les plus économiques en bas des étals – là où les consommateurs regardent moins. On distingue ainsi quatre niveaux :

— celui des pieds (jusqu'à 0,60 m), le moins propice à la vente, où l'on place donc les produits en gros conditionnement et les petits prix ;

— celui des mains (entre 0,60 m et 1,10 m), lui aussi assez peu favorable, où on dispose les produits spontanément demandés par les clients ;

— celui des yeux (entre 1,10 m et 1,70 m), regroupant les articles des grandes marques qui vont générer une forte marge ;

— et enfin celui du « chapeau », correspondant aux produits se trouvant à plus de 1,70 m. On y met des éléments facilement identifiables de façon à ce qu'ils attirent l'œil du client.

Dans un rayon, on va également jouer sur les volumes visuels pour vous orienter vers un produit plutôt qu'un autre. Souvenez-vous, il faut réussir à vous influencer en moins de dix secondes et la technique utilisée pour y parvenir s'avère des plus simples : plus un produit est présent (on parle de facing), plus on est tenté de l'acheter. De fait, si un rayon propose soixante produits de marque A et cinq produits de marque B, il y a de fortes chances pour que vous choisissiez le produit A.

Autre astuce utilisée par tous les supermarchés, cette fois afin de limiter les pertes en produits avariés : au rayon frais, les produits les plus proches de la date limite de consommation (DLC) seront placés devants et ceux qui en ont une plus éloignée, derrière. Si vous ne le faites pas déjà, vérifiez systématiquement les DLC disponibles et prenez les plus lointaines : vous éviterez d'avoir dans votre frigo des produits trop vite périmés.

Méfiez-vous des têtes de gondoles

Les as du marketing savent que les consommateurs français recherchent de plus en plus les bonnes affaires, mais aussi qu'ils ont tendance à assimiler produits en tête de gondole et promotion. Ainsi, en y regardant de plus près, vous constaterez qu'un produit mis ainsi en avant ne correspond pas forcément à une offre avantageuse. Ces produits sont là pour vous tenter et affichent des prix souvent plus élevés que d'autres articles équivalents se trouvant en rayon. Indispensable donc de comparer avant d'acheter quelque chose en tête de gondole !

Astuce

L'euro a d'autant plus brouillé les pistes. Il y a quelques années, on considérait un produit à 9,95 F comme nettement moins cher qu'un autre à 12,10 F. Aujourd'hui face à un article à 1,52 € (soit 9,95 F) et un autre à 1,85 € (12,10 F), on a tendance, à tort, à considérer que leurs prix, séparés de quelques centimes, sont quasiment identiques. Voici notre astuce : au supermarché, prenez l'habitude de comparer les tarifs en centimes. Ainsi, le premier produit à 1,52 € équivaut à 152 cents et le second à 185 cents. Les différences de prix vous apparaîtront alors beaucoup plus clairement. Au final, additionnées, ces économies de centimes d'euros feront une vraie différence sur votre ticket de caisse et votre budget alimentation.

Attention

« Prix choc » ou encore « format familial » renvoient à des dénominations qui n'engagent à rien. Méfiez-vous-en !

Extrait de la publication

N'oubliez pas les vide-greniers 288
Vendre sur eBay : je passe à l'action 291

Gagner de l'argent sur Internet 293
Payé par la publicité, un bon plan ? 293
Les panels consommateurs en ligne 297
Gagner avec les jeux, c'est possible ? 299
Les escroqueries 301
Gagner de l'argent sur Internet : je passe à l'action 304

Du cash, vite ! 305
Faites sauter les banques en ligne 305
Combien gagne un client mystère ? 308
Les tests consommateurs, un bon plan ? 310
Les tests de médicaments, quels revenus possibles ? 311

Augmenter votre salaire 313
Comment réussir son entretien annuel ? 313
Comment négocier votre salaire ? 316
Les avantages annexes 319
Postuler ailleurs 322
Augmenter son salaire : je passe à l'action 324

ANNEXE

Plan d'action 325

Composition et mise en page

NORD COMPO
multimédia

N° d'édition : L01ELKN000200N001
Dépôt légal : janvier 2009

Extrait de la publication