

## Quelques-unes des valeurs et cordes sensibles des consommateurs les plus forts sur le « plaisir de consommer »

---

Un besoin de fierté, une attention particulière à son identité sociale. On veut être admiré aux yeux des autres. On achète des produits et des marques pour se convaincre qu'on est quelqu'un dans la société et pour le montrer aux autres.

Des personnalités hautement hédonistes. Des gens qui recherchent le plaisir avant tout, qui veulent s'amuser, vivre intensément, qui investissent cette quête de plaisir dans la consommation. Les marchés sont de véritables terrains de jeu pour eux.

Mais une sensibilité écoresponsable! On aspire à une consommation durable. On veut utiliser des produits et services qui respectent des normes éthiques élevées sur les plans social et écologique. On veut faire affaire avec de bons citoyens corporatifs.

CONSOMMATION OSTENTATOIRE	212
SOUCI DE L'APPARENCE	173
IMPORTANCE DE LA MARQUE	147
BESOIN DE CONSIDERATION	141
IMPORTANCE DE LA BEAUTE DU CORPS	115
RECHERCHE DE LA NOUVEAUTE	166
LUDIFICATION	148
GADGETISME	145
INTENSITE EXPERIENCES EMOTIONNELLES	137
BONHEUR AVANT DEVOIR	124
BESOIN D'EVASION	118
PERMISSIVITE SEXUELLE	110
ALARMISME ECOLOGIQUE	150
ENTRAIDE	128
CONSOMMATION ETHIQUE	125
STYLE DE VIE ECOLOGIQUE	123
EXPRESSION CITOYENNE	119

- Très forts
  - Forts
  - Faibles
  - Très faibles
-