

## Ça ne s'invente pas : les hétéros, les LGBT et la crise

**Author :** Jeanne Smits

**Categories :** [Divers Jeanne smits](#)

**Date :** 8 décembre 2009

C'est une très sérieuse [étude marketing](#) réalisée par l'institut Harris-Interactive avec Witeck-Combs Communications qui nous le dit : alors que les informations sur la crise économique continuent de faire la une des informations, 34 % des foyers « lesbiennes-bi-gay-trans » estiment que la situation financière de leur foyer va s'améliorer dans les six prochains mois, contre 17 % des couples « hétérosexuels ». En mars, les pourcentages étaient de 25 % pour les LGBT, contre 19 % pour les « hétéros ».

Pour les courses de Noël, c'est bingo encore pour les LGBT qui sont 29 % à prévoir des dépenses en augmentation par rapport à l'année dernière contre 9 % des adultes « hétérosexuels ». 35 % des LGBT espèrent faire des économies grâce aux soldes et promotions, contre 65 % des « hétéros ». Plus radins, ces derniers ? Je n'y crois pas...

Qu'est-ce que tout cela veut dire, alors ? Pas grand-chose, bien sûr, si ce n'est que les couples LGBT sont considérés comme une cible de marketing intéressante du fait de leur pouvoir d'achat plus élevé. Quoique... Wesley Combs, président de Witeck Combs a fait observer que sa société « reconnaît évidemment que les foyers LGBT ne sont pas plus aisés que les autres » – mais il encourage les partisans du « marketing intelligent » qui savent répondre au « pouvoir d'achat LGBT » à profiter de leur optimisme pour être aux premières places devant leurs concurrents à la fin de cette saison des fêtes.

© [leblogdejeannesmits](#).