E-commerce is expected to support the growth of French commerce this Christmas

Research from Bons-de-Reduction.com reveals the impact of the Christmas period on the French retail industry

Si les ventes offline sont attendues à stagner (0,0%), les ventes sur Internet devraient afficher, quant à elles, une croissance de 14,8% sur la même période. Le mobile shopping devrait représenter 4,8% des achats en ligne [1]

- Les ventes de Noël en France devraient représenter 64,2 milliards d'euros en 2013, contre 63,3 milliards d'euros en 2012, soit une augmentation de 890 millions d'euros (+1,4%) [2]
- En dépit d'une croissance relativement faible du commerce de détail global (+1,4%), les ventes sur Internet devraient tirer le marché vers le haut et augmenter de 14,8% afin d'atteindre 7,0 milliards d'euros et représenter 10,9% des ventes totales de Noël [3]
- Au contraire, les ventes offline risquent de stagner et atteindront 57,2 milliards d'euros [3]
- Par rapport aux autres pays de l'étude, la France affiche une croissance globale relativement faible et occupe l'avant-dernière place du classement devant les Pays-Bas (+0,9%). Le Canada devrait connaître la plus forte croissance (+3,6%), suivi par l'Allemagne (+3,0%) et l'Australie (+2,8%) [3]
- Quant à la part du budget dépensé en ligne, la France se trouve au milieu du classement (+10,9%) devancée par le Royaume-Uni (+20,1%) les Etats-Unis (+15,9%) et l'Allemagne (+13,9%) [2]
- Les ventes sur les appareils mobiles devraient afficher une croissance de 200% par rapport à l'année dernière et représenter 330 millions d'euros. 60,6% des achats seront réalisés sur un smartphone, et 39,4% sur tablette [4]

Paris, le 7 novembre 2013 - Au moment où la plupart des indicateurs économiques en France et en Europe se stabilisent, les économistes tablent sur une accélération de l'activité en fin d'année. Ainsi, Noël 2013 devrait s'avérer crucial pour le rétablissement du secteur de la vente de détail. Les ventes de fin d'année représentent traditionnellement plus de 20% des ventes annuelles de détail en France. Néanmoins, la mauvaise santé de l'économie mondiale n'a pas épargné la France, et la confiance des consommateurs est toujours inférieure au niveau qu'elle avait atteint en début de cette année. Les Français réduisent leurs dépenses pour rétablir leurs finances et restent prudents dans leur consommation. Les ventes de Noël, cette année, seront un indicateur important alors que l'économie redémarre doucement.

Dépenses prévisionnelles de Noël 2013
Le portail de codes promo Bons-de-Reduction.com, site opéré par le leader mondial du couponing en ligne RetailMeNot, Inc, publie aujourd'hui une étude réalisée par le Centre For Retail Research qui établit des prévisions des ventes de détail en France et dans 6 autres pays dans le monde (Allemagne, Australie, Canda, Etats-Unis, Pays-Bas et Royaume-Uni) sur les six semaines cruciales de la période de Noël. [1] L'étude montre que malgré les premiers signes encourageants de reprise, les consommateurs restent rationnels dans leurs dépenses. Selon le rapport, les ventes de Noël en France devraient croître de 1,4% (soit 890 millions d'euros) par rapport à 2012 pour atteindre 64,2 milliards d'euros. C'est notamment l'e-commerce qui devrait tirer son épingle du jeu puisque les ventes online peuvent s'attendre à une hausse de 14,8% pour atteindre 7 milliards d'euros au total, contre 6,1 milliards d'euros en 2013. [3]

« La période de Noël est un moment déterminant pour les commerçants qui réalisent une partie importante de leur ventes annuelles pendant les fêtes de fin d'année. Le commerce est un pilier de l'économie française, et plus de 1,7 millions de salariés travaillent dans le commerce de détail », commente Olivier David, Directeur Général de Bons-de-Reduction.com. « Ce secteur est perçu par les spécialistes comme un indicateur fort des tendances économiques. Les recettes de cette fin d'année vont s'avérer cruciales pour la croissance du commerce et le redressement économique de la France au global ».

La croissance des ventes de détail devrait rester positive en France, mais moins importante que dans la majorité des autres marchés couverts par l'étude. Si les détaillants dans l'Hexagone peuvent s'attendre à une croissance à la hauteur de 1,4%, elle devrait atteindre 3,0% en Allemagne, pour une dépense globale de 71,1 milliards d'euros. [3] Depuis 2009, la croissance de nos voisins Outre-Rhin dépasse celle des autres pays en Europe et la confiance des consommateurs est revenue au niveau de 2009/2010. Au Royaume-Uni, les indicateurs sont également positifs et les ventes de Noël devraient croître de 2,1% pour atteindre 86,0 milliards d'euros. Quant aux Etats-Unis, première puissance économique dans le monde, les ventes devraient connaître une hausse de 1,8% pour générer au total 430,7 milliards d'euros pour le commerce de détail.

Perspectives des ventes en ligne
Tandis que les ventes de détail offline sur la période de Noël sont attendues à stagner cette année, les ventes sur Internet devraient maintenir une croissance élevée à 14,8%, renforçant l'importance de l'e-commerce en tant que moteur de croissance pour le commerce de détail. [4] Les ventes en ligne devraient ainsi représenter 10,9% (7 milliards d'euros) des dépenses de Noël, contre 9,6% en 2012 (6,1 milliards d'euros.)

Cependant, la France reste loin derrière le Royaume-Uni, où cette année 20,1% des dépenses de Noël devraient se faire sur Internet pour un budget global de 17,3 milliards d'euros. Les Etats-Unis suivent avec 15,9% (68,5 milliards d'euros) et l'Allemagne avec 13,9% (9,9 milliards d'euros).

Les ventes sur mobiles
Alors que les Français utilisent de plus en plus leurs smartphones et leurs tablettes pour accéder à Internet, les ventes de Noël effectuées sur des appareils mobiles devraient se réjouir d'une augmentation de 200% par rapport à 2012. 4,8% des achats de Noël en ligne devraient être effectués sur un support mobile, soit 330 000 millions d'euros. On observe notamment une forte augmentation de l'utilisation des tablettes, qui devraient représenter 39,4% des ventes mobiles, contre 60,6% pour des achats effectués sur un smartphone. En 2012, le poids des tablettes ne représentait que 21,1%.

Pour l'instant, l'utilisation du canal mobile reste relativement faible en France par rapport aux autres pays observés. Aux Etats-Unis, le taux du mobile dans les ventes online devrait atteindre un taux de 9% (6,2 milliards d'euros) pendant la période de Noël et au Royaume-Uni un taux de 8,9% (1,5 milliards d'euros). Dans ces deux marchés, les commerçants ont fortement investi dans des solutions multicanales et ont développé des solutions mobiles pour amener des clients en magasin, une stratégie qui commence à s'inscrire dans le comportement d'achat des consommateurs.

« Dans le contexte économique actuelle, les prévisions de Noël restent mitigées. Les incertitudes concernant le redémarrage de l'économie pèsent sur le moral des Français qui restent, quant à eux, très prudents dans leurs dépenses et font particulièrement attention à ne pas gaspiller leur argent », souligne Olivier David. « Cependant l'étude prévoit une légère hausse des dépenses de 1,4%, soit 890 millions d'euros de plus par rapport à 2012, et ce sont notamment les ventes en ligne qui vont croître à un rythme accéléré, +14,8% par rapport à l'année dernière, et qui jouent encore une fois un rôle moteur dans la croissance totale. Plus que jamais, les consommateurs vont chercher des réductions et des bonnes affaires pour leurs achats de Noël et ils vont multiplier leurs efforts pour trouver les meilleurs prix. »

Télécharger le communiqué de presse en version pdf ici

Notes aux éditeurs
[1] Toutes les données sont extraites de l'étude « Holiday Shopping for Christmas 2013 : A Survey of Retail Prospects of the Holiday Season », commissionnée par RetailMeNot et réalisée par le Centre for Retail Reasearch en Octobre 2013. Cette étude traite de l'importance de la période de Noël pour les commerçants en France et 6 autres pays (Allemagne, Australie, Canda, Etats-Unis, Pays-Bas et Royaume-Uni) et propose des prévisions établies à partir de données émanant d'autorités statistiques nationales, de cabinets d'étude indépendants et d'une enquête menée auprès de 50 grandes enseignes de détails dans chaque marché et respectivement 1,000 interviews consommateurs aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Allemagne. La « période de Noël » couvre les ventes réalisées en France pendant les six semaines allant de la mi-novembre à la fin de l'année. Toutes les données tiennent compte des prix courants et n'ont pas été ajustées en fonction de la saison, sauf quand précisé. Les chiffres dans les tableaux sont présentés avec un chiffre décimal après la virgule pour faciliter la lecture, mais ont été calculés sur la base de 2 décimales ce qui peut engendrer de légères différences avec les totaux compte tenu des arrondissements

https://retailmenot.mediaroom.com/study-christmas