

20% of the French are worried about their Christmas holiday spend

4% of shoppers are planning to do their Christmas shopping after the holidays to save money

4% des Français prévoient de commencer leurs achats après les Fêtes pour faire des économies [1]

- Un budget Noël « maîtrisé » : si près de la moitié des Français (48%) prévoit de dépenser à peu près autant que l'année dernière pour leurs achats de Noël, plus d'un consommateur sur 3 (35%) va se serrer la ceinture et dépenser moins [2]
- Un esprit de Noël partagé : alors qu'un Français sur cinq (20%) s'inquiète sur les dépenses liées aux Fêtes de Fin d'Année, seulement 14% déclarent qu'elles ne leur posent aucun souci.
- Achat en avance ou de dernière minute ? Si plus d'un Français sur 10 (11%) opte pour une répartition de ses achats sur l'année afin d'étaler les dépenses, près d'un tiers (31%) ne prévoit pas de commencer son shopping de Noël avant le mois de décembre et 4% ont même l'intention d'attendre le lendemain des Fêtes pour profiter de promotions.
- La tendance cyber-Noël : en France, 78% des consommateurs prévoient d'effectuer des achats de Noël sur Internet, contre 90% aux Etats-Unis, 94% en Allemagne et 95% au Royaume-Uni. De plus, un Français sur 6 (17%) prévoit de réaliser au moins la moitié des achats de Noël sur Internet.

Paris, le 18/11/2013 – Shopping de Noël : à chacun sa stratégie pour faire ses achats de fin d'année. A l'heure où le climat économique semble peu favorable aux dépenses et les Français se montrent attentifs à leur budget, Poulpeo.com, en collaboration avec Ipsos Public Affairs, fait le point sur les intentions et comportements d'achat des consommateurs à l'approche de Noël. Cette étude, réalisée dans 11 pays, indique, entre autre, que plus de 8 consommateurs sur 10 (83%) dans le monde ont l'intention de faire des achats à l'occasion des Fêtes de Fin d'année. [1]

Cette année, parmi les Français qui effectuent des achats de Noël, seulement 14% affirment que ce n'est pas un souci pour eux et un Français sur cinq (20%) déclare même être inquiet par les coûts infligés par les Fêtes. Côté prévision de dépenses, alors que près de la moitié des consommateurs (48%) ont l'intention de consacrer à peu près le même budget que l'année dernière, plus d'un tiers des Français (35%) comptent se serrer la ceinture et réduire leurs dépenses, une tendance qui se confirme en Italie (45%), en Australie (37%), au Royaume-Uni (36%) ainsi qu'aux Etats-Unis (35%).

Inversement, 29% des Chinois et 27% des Indiens prévoient de dépenser plus que l'année dernière, presque 10 fois plus nombreux que les Français (3%).

Courses de Noël : à chacun son rythme

Globalement, plus de la moitié des consommateurs (52%) dans le monde ont l'intention de commencer leurs achats de fin d'année entre novembre et décembre, en France c'est le cas de 60% des consommateurs.

Shopping de Noël en avance : si 11% des Français choisissent de répartir leurs achats de Noël tout au long de l'année pour étaler les dépenses, près d'un consommateur sur cinq (19%) prévoit de les commencer avant le mois d'octobre. Dans le monde, les pays qui anticipent leurs achats avant le mois d'octobre sont notamment l'Australie (42%), l'Inde (41%) et les Etats-Unis (40%). [2]

Shopping de Noël de dernière minute : attendre le lendemain de Noël pour effectuer ses achats est une astuce « économie » choisie par 5% des consommateurs dans le monde. Prisée majoritairement par les Italiens (18%), la France, quant à elle, dénombre 4% d'adeptes au shopping « après Noël », deux fois plus nombreux qu'au Royaume-Uni (2%) et quatre fois plus qu'en Allemagne (1%).

Shopping de Noël connecté

Cette année, plus de 8 consommateurs sur 10 (84%) ont l'intention d'acheter une partie de leurs achats de Noël en ligne, 21% d'entre eux y commanderont la majorité de leurs achats (50% et plus). [2] Les Chinois (99%), les Britanniques (95%) et les Allemands (94%) devraient être les plus dépensiers sur Internet. A contrario, les Pays-Bas (69%), l'Italie (71%) et le Canada (73%) se montrent les moins enclins à l'achat en ligne durant cette période de festivité.

En France, 78% des consommateurs ont l'intention d'effectuer leurs achats sur la toile. Plus d'un tiers des Français (36%) ont l'intention d'y commander plus d'un quart d'entre eux, et 17% y commanderont plus de la moitié, chiffre, cependant, deux fois moins important comparé à leurs voisins allemands (33%) et britanniques (44%).

« Noël est très certainement une des périodes préférées des Français mais également un moment clé dans le secteur du commerce. A travers cette étude, nous constatons que, malgré une situation économique peu favorable aux dépenses, près de la moitié des consommateurs Français (48%) dépenseront le même budget pour leurs achats de fin d'année qu'en 2012, et 3%

comptent même consacrer un budget Noël plus important. », déclare Olivier David, Directeur Général de Poulpeo.com

"Cette année, le cyber shopping de Noël séduira près de 8 Français sur 10 (78%), et 17% d'entre eux y commanderont plus de la moitié de leurs achats de fin d'année, de belles prévisions pour le secteur du e-commerce", conclut Olivier David.

[Télécharger le communiqué de presse en version pdf ici](#)

Les résultats détaillés de l'enquête Poulpeo.com réalisée par Ipsos Public Affairs sont disponibles sur simple demande.

Notes aux éditeurs

[1] Sondage en ligne réalisé par Ipsos Public Affairs entre le 10 et le 24 juin 2013, auprès de 10 009 adultes dans 11 pays. L'étude comprenait environ 1 000 répondants dans chacun des pays suivants : Australie, France, Allemagne, Italie, États-Unis, Canada, Grande-Bretagne, Inde et Chine, et 500 en Suède et aux Pays-Bas respectivement. Les résultats sont pondérés en fonction de l'ensemble de la population adulte (16 à 64 ans) dans chaque pays (18 à 64 ans pour les États-Unis et du Canada).

[2] Données relatives aux consommateurs qui ont l'intention de faire des achats sur la période de Noël, soit 90% des sondés en France.

<https://retailmenot.mediaroom.com/study-french-people-shopping-christmas>