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 « maitrisé » : 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