

LES FRANÇAIS ET LES CADEAUX DE NOËL EN PERIODE DE CONFINEMENT MOINS DE CADEAUX, MOINS DE BUDGET, PLUS DE STRESS

ETUDE OPINIONWAY POUR PROXIMIS

Comment la crise sanitaire et le reconfinement impactent-ils les Français dans leur budget cadeaux et leur organisation de Noël ? A quel moment pensent-ils acheter leurs cadeaux ? Comment l'annonce du confinement a-t-elle impacté leurs intentions d'achat ? Quels sont les plus grands motifs de stress ? En quelles proportions le mix achat magasin / e-commerce se fait-il ? Quelles évolutions notables peut-on noter depuis 2018 en termes de comportement d'achat ?

Proximis, le pionnier dans la mise en œuvre du commerce unifié et partenaire de longue date des distributeurs, a réalisé avec OpinionWay les 4 et 5 novembre derniers une étude mettant en lumière le ressenti des Français depuis la mise en place des nouvelles mesures liées au confinement.

EN BREF

NOËL 2020 : MOINS DE CADEAUX, MOINS DE BUDGET, PLUS DE STRESS

- 3 Français sur 4 (73%) ont déjà prévu de fréquenter moins de personnes à Noël
- 1 Français sur 2 (53%) ne fêtera pas Noël en famille par peur de la contamination
- La moitié des Français (53%) prévoit donc d'acheter moins de cadeaux de Noël que l'an dernier
- S'ils ne fêtent pas Noël en famille, 40% des Français attendront le début de l'année pour acheter des cadeaux à leurs proches
- 55% des Français auront acheté la majeure partie de leurs cadeaux de Noël avant fin novembre, 84% au moins 2 semaines avant Noël
- Les Français prévoient de dépenser en moyenne 241€, soit une baisse de 30% vs 2018
- En magasin 85€ (-58%) vs Internet 159€ (-16%)
- Depuis l'annonce du confinement, le budget global a baissé de 11% (-38% en magasin / +15% sur Internet)
- 73% des Français sont stressés par au moins un aspect de leurs achats de cadeaux de Noël
- 1 Français sur 2 stresse de ne pas pouvoir offrir ses cadeaux à ses proches en raison du confinement (47%)
- Le risque sanitaire à aller acheter ses cadeaux de Noël en magasin stresse 45% des Français

ACHATS EN CONFINEMENT : LE MIX MAGASIN / INTERNET EXPLOSE

- Avant l'annonce du confinement, 70% des Français comptaient acheter leurs cadeaux de Noël en magasin pour au moins un type d'enseigne : grandes surfaces (51%), petits commerces indépendants (47%), ou magasins spécialisés (46%)
- 1 Français sur 2 tient toujours à acheter ses cadeaux de Noël en magasin ; soit en attendant le plus longtemps possible qu'ils rouvrent, soit en se rendant dans des magasins qui ont le droit d'ouvrir
- Les cadeaux les plus achetés sur Internet seront les produits culturels, les jouets et les produits high-tech/électroménager
- En dehors des contraintes liées au confinement, les Français plébiscitent les magasins pour voir/essayer les produits (55%), avoir les produits immédiatement (54%) et être dans l'ambiance de Noël (39%)
- Les avantages de l'achat de cadeaux de Noël sur Internet : éviter le monde (55%), acheter à toute heure (52%) et bénéficier de meilleurs prix (41%)
- La gratuité des frais de livraison ou de retour inciterait les Français à acheter encore plus leurs cadeaux de Noël sur Internet

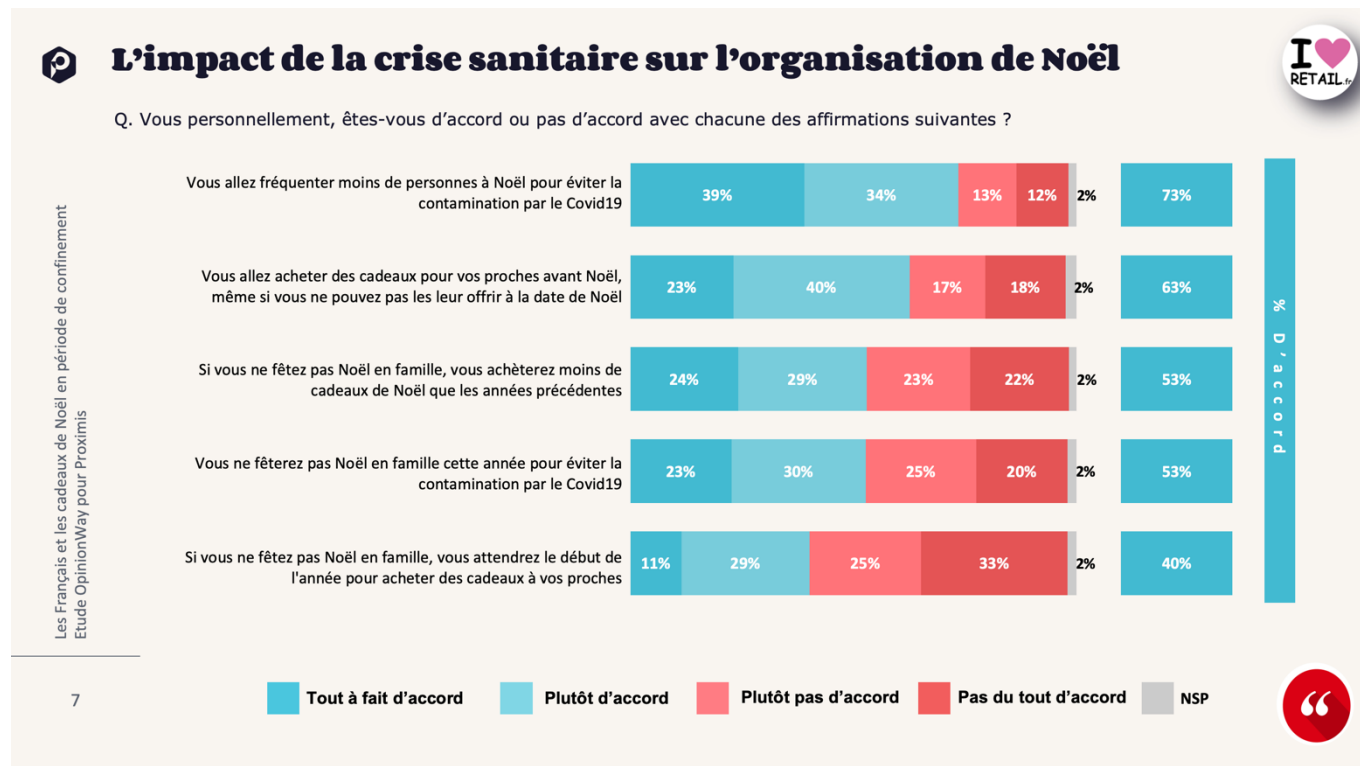
Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Sondage OpinionWay pour Proximis : les Français et les cadeaux de Noël en période de confinement – Novembre 2020 » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

L'ensemble des supports de cette étude est disponible en téléchargement ici : <https://hubs.ly/H0zwYIKO>

DES FRANÇAIS PRÊTS À NE PAS FÊTER NOËL EN FAMILLE

Cette année, **73%** des Français ont prévu de fréquenter moins de personnes à Noël pour éviter la contamination par la Covid-19 tandis que plus d'un Français sur deux (**53%**) ne fêtera pas Noël en famille.

Une décision qui impacte les intentions d'achat : **53%** déclarent qu'ils achèteront moins de cadeaux que les années précédentes s'ils ne sont pas en famille.



UNE FORTE ANTICIPATION DES ACHATS DE NOËL

55% des Français auront acheté la majeure partie de leurs cadeaux de Noël avant fin novembre. Deux semaines avant Noël, ils seront **84%**. Seul **1%** des Français attendra le dernier week-end avant Noël. 7% attendront que Noël soit passé pour réaliser leurs achats.

UN BUDGET CADEAUX EN BAISSSE DE 30% PAR RAPPORT A 2018

Avant l'annonce du reconfinement, un budget en baisse mais équilibré entre magasin et on-line

Avant l'annonce du reconfinement, les Français anticipaient déjà une baisse de budget cadeaux de 20% par rapport à 2018, prévoyant un montant de **272€** (342€ en 2018).

Ils pensaient cependant dépenser autant sur Internet (138€) qu'en magasin (137€)

Un reconfinement qui grève définitivement le budget cadeaux des Français

La fermeture imposée de certains magasins a clairement marqué la tendance. Désormais, les Français envisagent d'allouer un budget de **241€** à leurs cadeaux de Noël, soit une **baisse globale de 30%** par rapport à 2018 (-58% en magasin et -16% sur Internet).

En toute logique, c'est Internet qui sera privilégié avec un budget de 159€ (+15% par rapport à avant l'annonce du confinement) contre 85€ en magasin (-38%).



L'évolution du budget cadeaux de Noël depuis 2018



Les Français et les cadeaux de Noël en période de confinement
Etude OpinionWay pour Proximis

	En 2018	En 2020 Avant le confinement	En 2020 Durant le confinement
Moyenne totale	342 €	272 € ↓ -70 €	241 € ↓ -31 €
Sur Internet	189 €	138 € ↓ -51 €	159 € ↑ +21 €
En magasin	201 €	137 € ↓ -64 €	85 € ↓ -52 €

Dépenses prévues depuis l'annonce du confinement vs 2018 :



17



73 % DES FRANÇAIS STRESSÉS PAR LEURS ACHATS DE NOËL

Pour les Français, le plus gros facteur de stress pour Noël 2020 réside dans le fait de trouver la bonne idée cadeau pour faire plaisir (**51%**), une inquiétude sans lien donc avec la crise sanitaire.

Juste derrière vient l'impossibilité de pouvoir offrir les cadeaux à ses proches à la date de Noël en raison du confinement (**47%**) et le risque sanitaire d'aller chercher ses cadeaux en magasin (**45%**).

Facteurs de stress suivants : **39%** des Français déplorent le fait de ne pas pouvoir essayer ou voir les produits, **38%** déclarent avoir peur de ne pas être livrés à temps pour Noël ou d'avoir à gérer une rupture de stock du cadeau souhaité, **37%** sont rebutés par les frais de livraison.

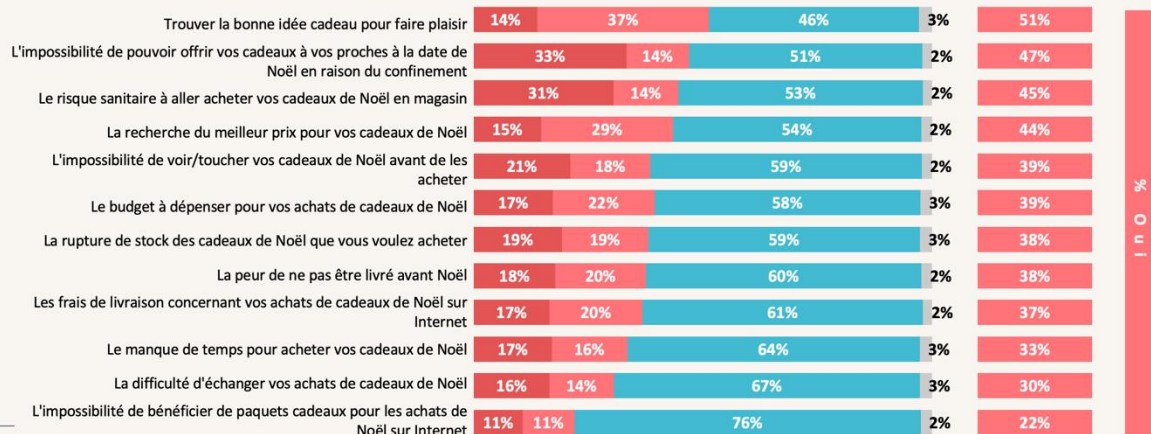


Le stress concernant les achats des cadeaux de Noël



Q. Actuellement, êtes-vous stressé ou pas par chacun des éléments suivants concernant vos achats de cadeaux de Noël ?

73% des Français sont stressés par au moins un aspect de leurs achats de cadeaux de Noël



Les Français et les cadeaux de Noël en période de confinement
Etude OpinionWay pour Proximis

100 %

18

■ Oui et plus que les années précédentes
 ■ Oui, autant que les années précédentes
 ■ Non
 ■ NSP

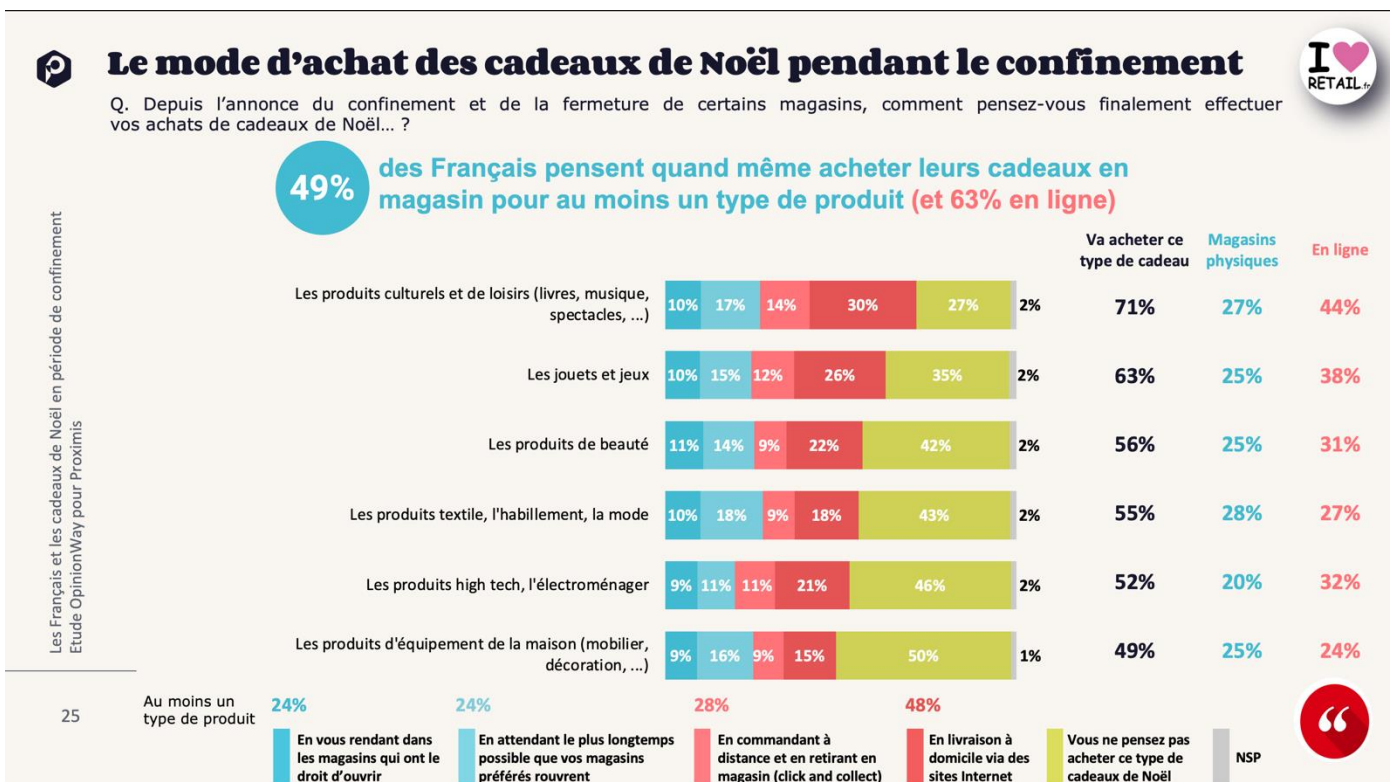


ACHATS EN CONFINEMENT : LE MIX MAGASIN / INTERNET EXPLOSE

Avant le reconfinement, des magasins plébiscités par les Français pour les achats de Noël

Avant l'annonce du reconfinement, 70% des Français comptaient acheter leurs cadeaux de Noël en magasin pour au moins un type d'enseigne, que ce soit en grandes surfaces (51%), dans les petits commerces indépendants (47%), ou en magasins spécialisés (46%). Pour ces catégories, le point de vente surpassait largement le web, les Français optant pour le e-commerce pour commander sur des sites n'ayant pas de magasin physique, type Amazon, Zalando ou Cdiscount (61%).

Dans le nouveau contexte, environ 1 Français sur 2 tient quand même à acheter ses cadeaux de Noël en magasin pour au moins un type de produit ; soit en attendant le plus longtemps possible qu'ils rouvrent (24%), soit en se rendant dans des magasins qui ont encore le droit d'ouvrir (24%). Sur Internet, les cadeaux les plus achetés seront les produits culturels (44%), les jouets et jeux (38%) et les produits high-tech/électroménager (32%).



SHOPPING IDEAL : LE MAGASIN A TOUJOURS DE BEAUX ATOUTS FACE À INTERNET

Magasins ou e-commerce : à chacun ses avantages !

En dehors des contraintes liées au confinement, lorsque l'on interroge les Français sur les avantages de l'achat de cadeaux de Noël sur Internet et en magasin, les deux canaux sont plébiscités. Parmi les atouts des magasins, la possibilité de voir et d'essayer les produits remporte 55% des suffrages, suivi par le fait d'avoir les produits immédiatement (54%) et d'être immergé dans l'ambiance de Noël (39%). Pour ce qui est des avantages de l'e-commerce : éviter le monde (58%), pouvoir acheter à toute heure (52%), bénéficier de meilleurs prix (41%).

Les attentes des Français en matière d'e-commerce

Un certain nombre de services inciteraient davantage les Français à faire leurs emplettes sur Internet. Ainsi, 73% attendent la gratuité des frais de livraison (ils étaient 82% en 2018) et 67% la gratuité des frais de port en cas d'échange ou de remboursement (vs 80% en 2018) La garantie de livraison en 24h n'est attendue que par 57% des Français (vs 68% en 2018). Le click and collect, qui permet l'achat en ligne et le retrait en magasin, est choisi par 60% des Français.

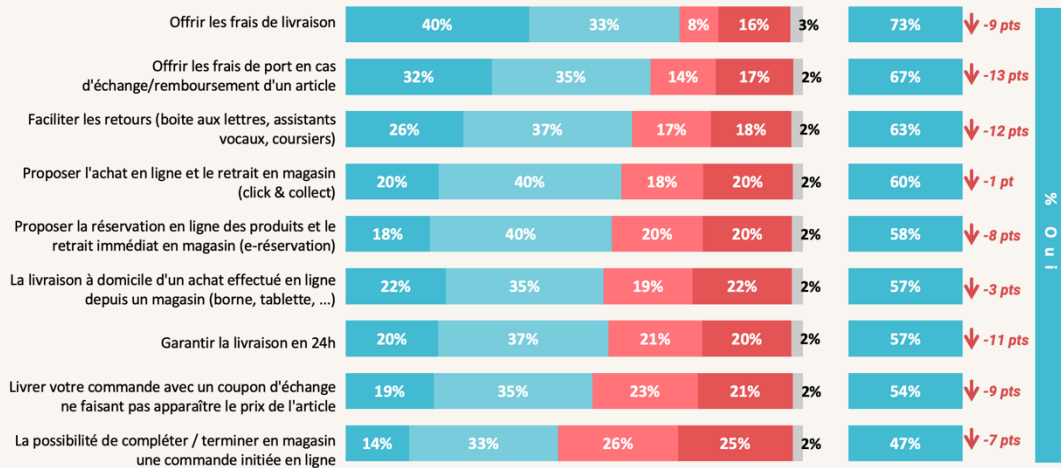


Les services qui inciteraient le plus à effectuer les achats de cadeaux de Noël sur Internet



Q. Si les sites Internet proposaient chacune des options suivantes, cela vous inciterait-il à faire davantage vos achats de cadeaux de Noël sur Internet ?

Les Français et les cadeaux de Noël en période de confinement
Etude OpinionWay pour Proximis



32

■ Oui, certainement
 ■ Oui, probablement
 ■ Non, certainement pas
 ■ Non, probablement pas
 ■ NSP

▲ Evolution par rapport à Octobre 2018. Etude Proximis
▼ « Les Français et les achats de Noël 2018 »



CONTACT PRESSE

Agence Presse @ Cie

Laetitia Munoz : 06 20 49 90 39

lmunoz@presse-cie.com

iloveretail.fr

Mike Hadjadj : 06 27 30 52 08

mike@iloveretail.fr

Méthodologie :

Cette étude a été réalisée sur un échantillon de 1006 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI. Enquête réalisée les 4 et 5 novembre 2020.

A propos de Proximis :

Lancée en 2016, Proximis Unified Commerce est la seule solution native de Commerce Unifié permettant aux marques et aux enseignes d'harmoniser l'ensemble des parcours consommateurs sans friction dans un panier unifié.

Proximis Unified Commerce réconcilie avec une grande agilité l'e-commerce, la gestion intelligente des commandes ainsi que les stocks associés et les ventes en magasin. De nombreux distributeurs et marques, issus de différents secteurs d'activité, utilisent la solution parmi lesquels : JouéClub, agnès b., Agatha, La Grande Récré, le Groupe Krys, Dugas, Armor-Lux, V and B, Autobacs, Emova (Monceau Fleurs, Au nom de la rose...), Gémo, Ladurée, Phyto, Lierac, Jowae, Stokomani, Mise au Green, Jeff de Bruges, Maxi Bazar, la Fédération Française de Tennis. www.proximis.com

A propos d'Opinionway :

Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay est un acteur majeur de l'innovation dans les études marketing et opinion. Sa vocation consiste à rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. La société intervient dans de nombreux domaines comme la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services, etc. auprès de cibles BtoB ou BtoC pour des clients à forte notoriété. OpinionWay est membre actif d'Esomar et développe une politique RSE depuis 2007. Il est certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR et membre de CroissancePlus. www.Opinion-Way.com