

NOËL 2021 : LE CHÈQUE CARBURANT AU PIED DU SAPIN ?

ETUDE OPINIONWAY-PROXIMIS

La hausse des prix du carburant, de l'énergie et des produits alimentaires va-t-elle impacter Noël 2021 ? Les Français achèteront-ils moins de cadeaux ? Réduiront-ils leurs dépenses pour organiser les fêtes ? Craignant des pénuries, anticiperont-ils leurs courses de Noël ? Sont-ils stressés à l'idée de réaliser ces achats, plus que les années précédentes ? Magasin ou internet, quel canal privilégieront-ils ? Depuis 2018, leurs comportements d'achat évoluent-ils ? Proximis, le pionnier dans la mise en œuvre du commerce unifié et partenaire de longue date des distributeurs, a réalisé avec OpinionWay les 27 et 28 octobre derniers une étude mettant en lumière la façon dont les Français abordent Noël alors que la hausse des prix impacte leur budget.

EN BREF

HAUSSE DES PRIX : MOINS DE CADEAUX, PLUS DE STRESS

- Plus d'1 Français sur 2 (58%) estime que ses dépenses de Noël 2021 seront fortement impactées par la hausse des prix du carburant, de l'énergie et des produits alimentaires.
- 1 tiers des Français utilisera toute ou partie de la prime inflation de 100 euros annoncée par Jean Castex pour ses cadeaux de Noël.
- Dans ce contexte difficile, plus de la moitié des Français achètera des cadeaux moins chers (56%), fera des repas plus économiques (52%) ou réduira le nombre de cadeaux (51%) et 45% n'achèteront pas de sapin.
- La hausse du prix de l'essence limitera les déplacements de 48% des Français.
- Un tiers des Français achètera moins de cadeaux que l'an dernier (61% autant, et seulement 5% plus).
- 1 Français sur 2 (47%) stresse en raison du budget à dépenser pour ses cadeaux de Noël (+8 points vs 2020).
- Les Français prévoient de dépenser en moyenne 282€ pour leurs cadeaux de Noël, un budget légèrement au-dessus de l'an dernier avant l'annonce du confinement mais inférieur de 20% au niveau d'avant crise.

LE MAGASIN REPEND DES COULEURS FACE À INTERNET

- 7 Français sur 10 (69%) comptent acheter leurs cadeaux en magasin (+20 points vs 2020), en particulier pour les articles de mode (41%) et les produits de beauté (38%).
- Les cadeaux les plus achetés sur Internet seront les produits culturels, les jouets et les produits high-tech/électroménager.
- Les achats magasin se feront prioritairement en grandes surfaces (63% vs 51% en 2020), puis dans les magasins spécialisés (54%), les petits commerces indépendants (48%) et les grands magasins (22%).
- Les Français prévoient de dépenser davantage en magasin (151€ en moyenne) que sur Internet (135€).
- Les magasins seront plébiscités pour voir/essayer les produits (60%), les avoir immédiatement (54%) et être dans l'ambiance de Noël (36%).
- La pression sur le pouvoir d'achat pousse à aller sur Internet pour bénéficier de meilleurs prix (47% / +6 pts), en complément d'éviter le monde (54%) et de pouvoir acheter à toute heure (49%).
- La gratuité des frais de livraison / retour inciterait à acheter encore plus les cadeaux de Noël sur Internet.

DES ACHATS ENCORE PLUS ANTICIPÉS

- 67% des Français auront acheté la majeure partie de leurs cadeaux de Noël avant fin novembre.
- 90% auront terminé leurs achats au moins 2 semaines avant Noël.
- Le 17 décembre est la date à partir de laquelle 83% des Français jugent plus prudent d'acheter leurs cadeaux en magasin plutôt que sur Internet pour être sûrs de les recevoir à temps (+6 pts vs 2020).

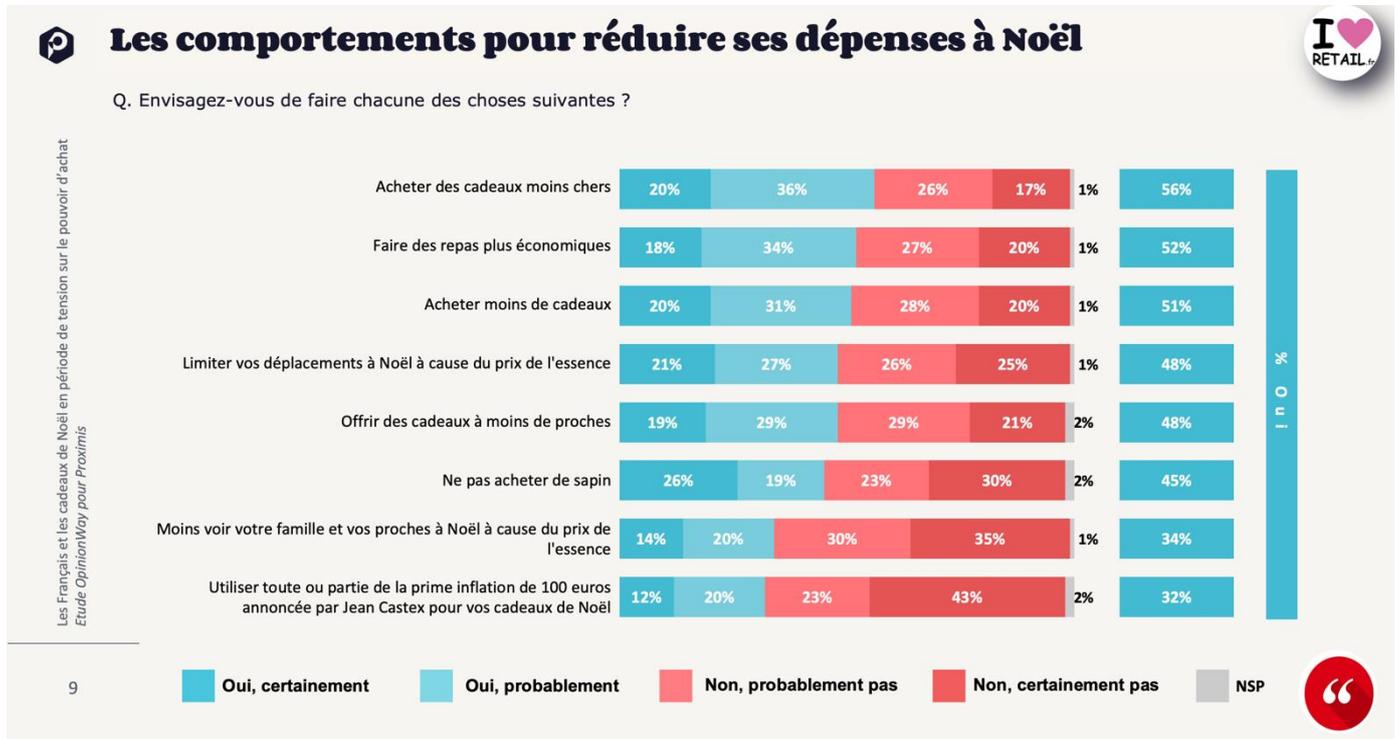
L'ensemble des supports de cette étude est disponible en téléchargement ici :

<https://contenus.proximis.com/fr/iloveretail-etude-opinion-way-pour-proximis-les-francais-et-les-cadeaux-de-noel-2021>

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :
« **Sondage OpinionWay pour Proximis : les Français et les cadeaux de Noël – Novembre 2021** »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

LA HAUSSE DES PRIX IMPACTERA NOËL 2021 : MOINS DE CADEAUX ET L'IMPASSE SUR LE SAPIN POUR PRÈS D'1 FRANÇAIS SUR 2

Plus de **1 Français sur 2 (58%)** estime que la **hausse des prix** du carburant, de l'énergie et des produits alimentaires **impactera fortement ses dépenses de Noël**. L'impact est encore plus fort parmi les parents d'enfants de moins de 18 ans (72%). Ajoutons que **22%** des Français anticipent un **impact très fort**.



Pour réduire ses dépenses de Noël, **1 Français sur 3 (32%)** envisage utiliser toute ou partie de la prime inflation pour ses cadeaux de Noël. **56%** achèteront des cadeaux moins chers, **52%** feront des repas plus économiques et **51%** réduiront le nombre de cadeaux.

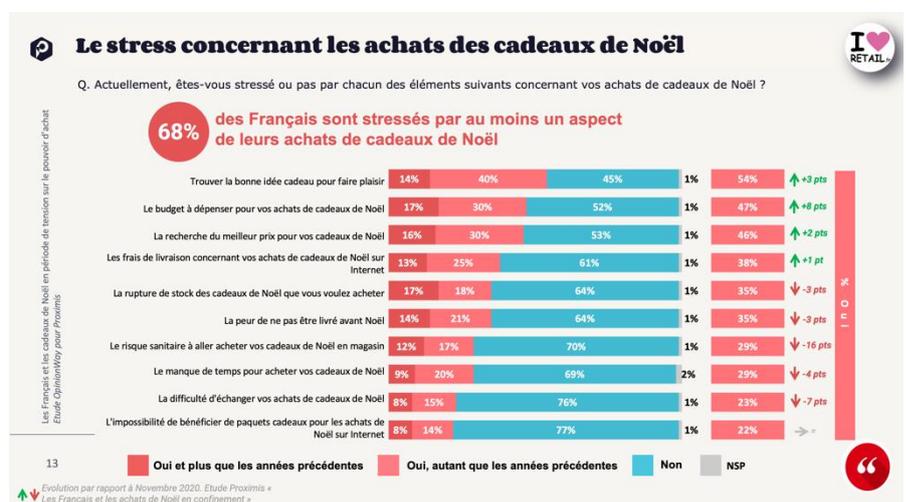
48% des Français se disent également prêts à limiter leurs déplacements à cause du prix de l'essence ou à offrir des cadeaux à moins de proches.

Près de **la moitié des Français (45%)** est prêt à ne pas acheter de sapin et pour **un tiers des personnes interrogées (32%)**, le prix de l'essence les amènera peut-être à moins voir leur famille et leurs proches à Noël.

68% DES FRANÇAIS STRESSÉS PAR LES ACHATS DE NOËL

68% des Français se déclarent stressés par au moins un aspect de leurs achats de Noël. En 2021, **les questions liées au budget cadeaux s'invitent dans le trio de tête des facteurs de stress**. **1 Français sur 2 (47%, +8 points vs 2020)** stresse en raison du budget à dépenser pour ses cadeaux de Noël et **46%** pour la recherche du meilleur du prix (+2 points vs 2020).

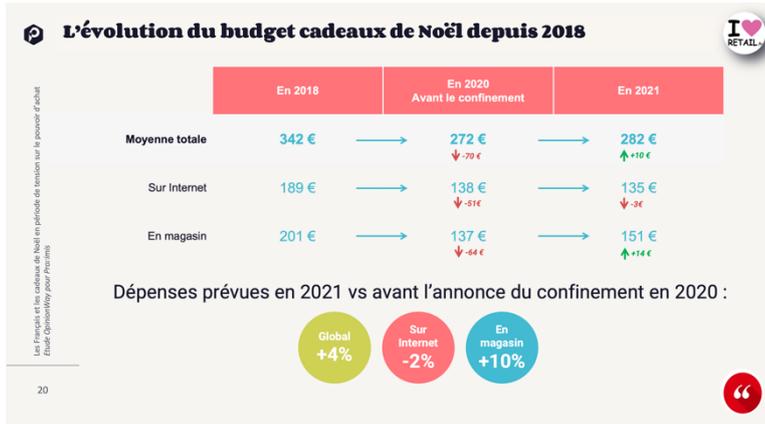
Résultat de l'amélioration de la situation liée à la Covid : **29% seulement évoquent le risque sanitaire** à aller chercher les cadeaux en magasin, c'est 16 points de moins qu'en 2020.



UN BUDGET CADEAUX QUI RESTE INFÉRIEUR DE 20% AU NIVEAU D'AVANT COVID

Cette année, les Français pensent consacrer **282€** à leurs cadeaux de Noël. Bien qu'en hausse de 17% par rapport à l'an dernier (241€), ce budget demeure **inférieur de 20% au niveau d'avant crise** (342€ en 2018).

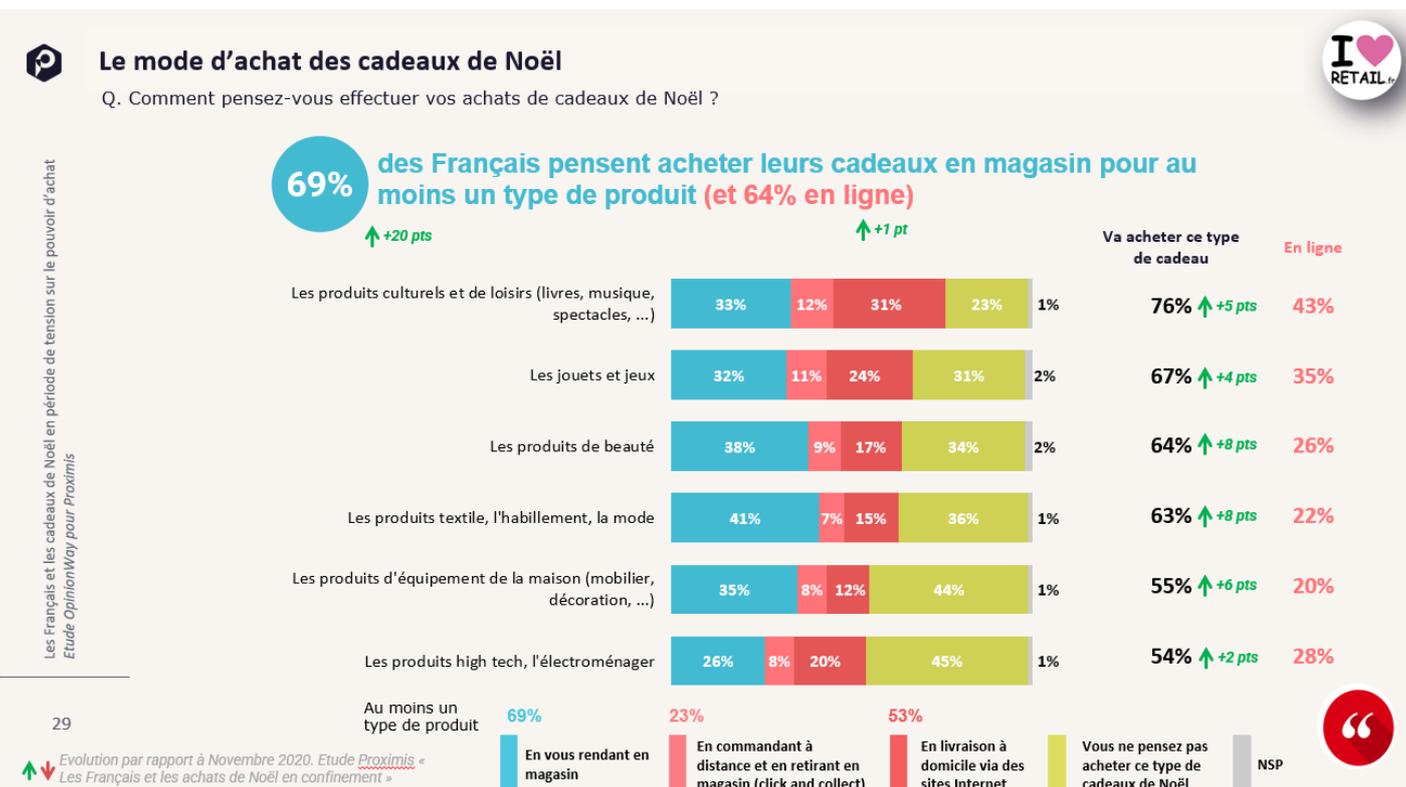
Hors confinement, les **dépenses en magasin** s'envolent. Les Français pensent y consacrer **151€, soit 77% de plus qu'en 2020**. En moyenne les personnes interrogées pensent **dépenser 135€ sur le web**, légèrement moins que l'année dernière (-15%).



UN MIX MAGASIN/INTERNET RÉEQUILIBRÉ

Après des préparatifs de Noël 2020 sous confinement, le point de vente fait son grand retour. Cette année, **82% des Français comptent acheter leurs cadeaux de Noël en magasin pour au moins un type d'enseigne**, que ce soit en grandes surfaces (63% vs 51% en 2020), en magasins spécialisés (54%) ou dans les petits commerces indépendants (48%). Pour ces catégories, le point de vente surpasse largement le web.

73% pensent acheter leurs cadeaux sur Internet (vs 68% en 2020), principalement pour commander sur des sites n'ayant pas de magasin physique, type Amazon, Cdiscount ou Zalando (68%).



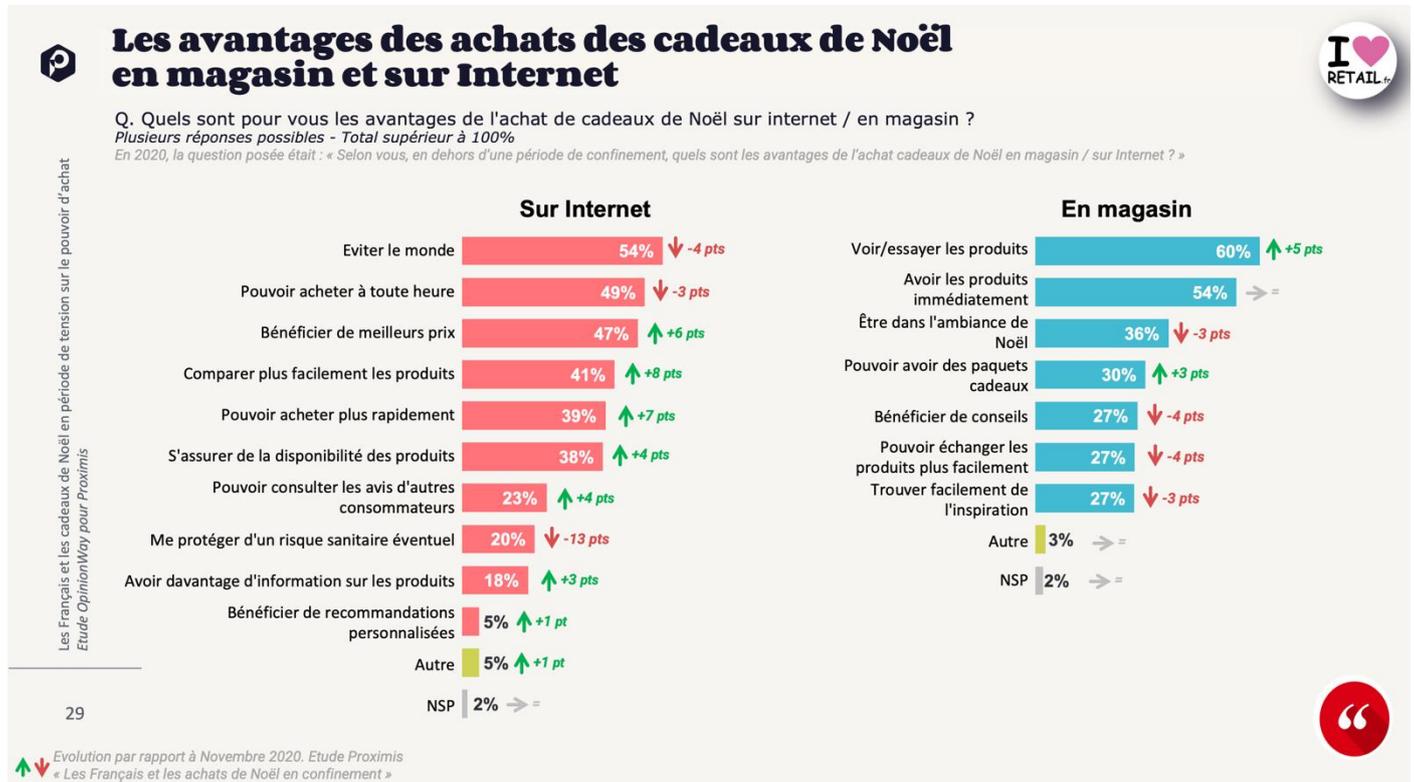
Si on se penche sur les catégories de produit, **7 Français sur 10 (69%) achèteront leurs cadeaux en magasin pour au moins un type de produit**. C'est 20% de plus qu'en 2020. Seront privilégiés l'habillement (41%), les produits de beauté (38%) puis les produits d'équipement de la maison - mobilier, décoration (35%).

Sur Internet, où 64% des Français effectueront des achats pour au moins un type de produit, les cadeaux les plus achetés seront les produits culturels (43%), les jouets (35%) et les produits high-tech/électroménager (28%).

SHOPPING IDÉAL : MAGASIN OU INTERNET ?

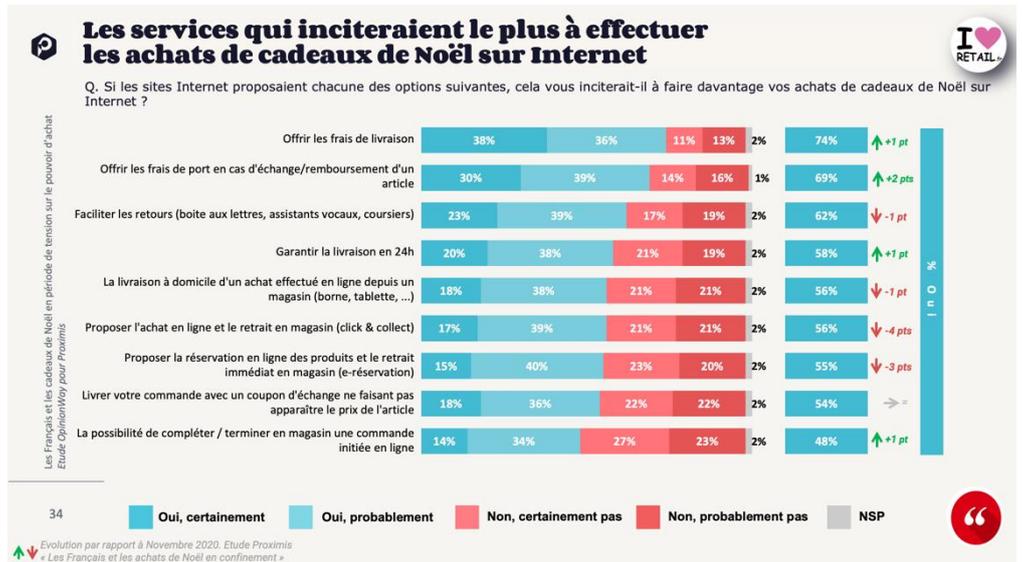
A chacun ses atouts.

Magasin ou Internet, le match est serré. Lorsque l'on interroge les Français sur les avantages de l'achat de cadeaux de Noël sur Internet ou en magasin, les deux sont plébiscités. Côté magasins, les Français soulignent la possibilité de voir/essayer les produits (60%), d'avoir les produits immédiatement (54%) ou d'être dans l'ambiance de Noël (36%). Côté Internet, les principaux avantages sont : éviter le monde (54%), acheter à toute heure (49%), bénéficier de meilleurs prix (47%), comparer plus facilement les produits (41%), pouvoir acheter plus rapidement (39%), s'assurer de la disponibilité des produits (38%), pouvoir consulter les avis d'autres consommateurs (23%), me protéger d'un risque sanitaire éventuel (20%), avoir davantage d'information sur les produits (18%), bénéficier de recommandations personnalisées (5%), Autre (5%), NSP (2%).



Des services en ligne attendus
Certains services inciteraient davantage les Français à faire leurs emplettes sur Internet à des niveaux stables par rapport à 2020.

Ainsi, **74%** attendent la **gratuité des frais de livraison**, **69%**, la **gratuité des frais de port** en cas d'échange ou de remboursement. La garantie de livraison en 24h n'est toujours attendue que par **58%** des Français.



Le *click and collect*, qui permet l'achat en ligne et le retrait en magasin, recule légèrement à 56% (vs 60% en 2020).

2/3 DES FRANÇAIS AURONT BOUCLÉ LEURS ACHATS DE NOËL AVANT FIN NOVEMBRE

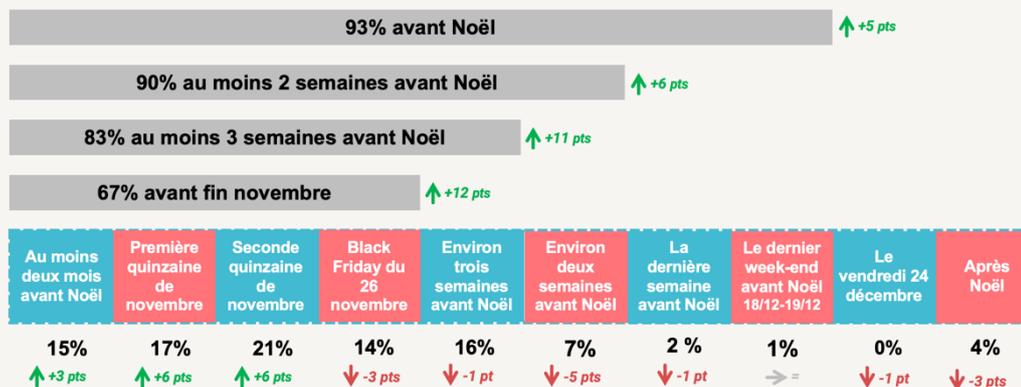
Plus encore que l'an dernier, les Français anticiperont leurs achats de Noël. **67% d'entre eux auront acheté la majeure partie de leurs cadeaux avant fin novembre** (+12% vs 2020). Ils seront **90%** à avoir bouclé leur shopping **deux semaines avant Noël**. Seul 1% des Français attendra le dernier week-end avant Noël. 4% attendront que Noël soit passé pour réaliser de meilleures affaires.

Le moment privilégié pour l'achat des cadeaux de Noël



Q. Cette année, à quel moment achèterez-vous la majeure partie de vos cadeaux de Noël ?

Les Français et les cadeaux de Noël en période de tension sur le pouvoir d'achat
Etude OpinionWay pour Proximis



NSP : 3% ↓ -1 pt

38

↑ ↓ Evolution par rapport à Novembre 2020. Etude Proximis
« Les Français et les achats de Noël en confinement »



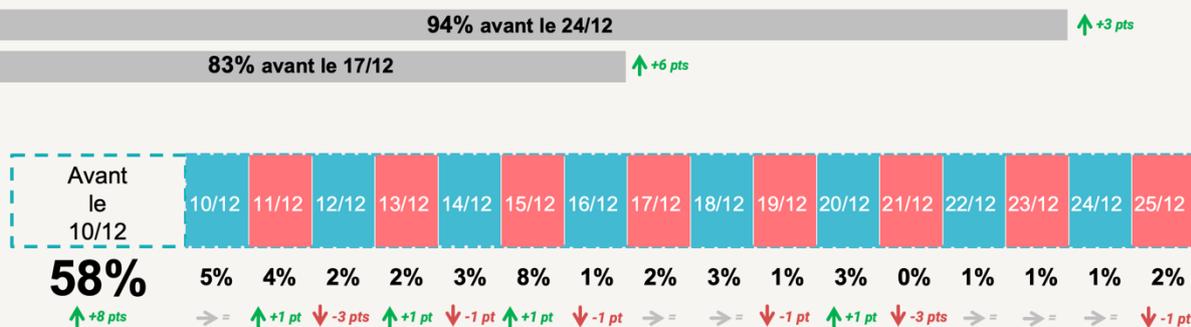
En parallèle, la livraison ou les « enjeux du dernier kilomètre » en matière d'e-commerce ne sont pas sans conséquences sur le comportement des consommateurs. Cet état de fait tout au long de l'année prend une dimension encore plus importante en période de fêtes. Ainsi, pour être sûrs d'avoir ses cadeaux à temps, **58%** des Français jugent qu'il est plus prudent d'acheter ses cadeaux en magasin après le 10 décembre et **83%** après le 17 décembre.

La date à partir de laquelle les Français jugent plus prudent d'acheter les cadeaux de Noël en magasin plutôt qu'en ligne



Q. Sachant que cette année Noël aura lieu le samedi 25 décembre, à partir de quelle date jugerez-vous plus prudent d'effectuer les achats de cadeaux dans une boutique physique plutôt que sur Internet pour être plus sûr(e) de les avoir à temps ?

Les Français et les cadeaux de Noël en période de tension sur le pouvoir d'achat
Etude OpinionWay pour Proximis



NSP : 3% ↓ -2 pts

41

↑ ↓ Evolution par rapport à Novembre 2020. Etude Proximis
« Les Français et les achats de Noël en confinement »



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 1017 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 27 et 28 octobre 2021.

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. 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

A propos de iloveretail.fr

Super capteurs par nature, nous aimons vous faire découvrir les attentes consommateurs et les nouvelles tendances en matière de commerce, de technologie et d'usages. iloveretail.fr est un activateur de contenu et d'influence réunissant des experts passionnés du retail afin de vous proposer des Store Tours et Learning Expeditions, des rapports de tendances et d'innovations, des études d'opinion et de comportement consommateurs, des événements visant à valoriser votre expertise ou des opérations d'influence sur-mesure.

#contenu et #influence sur www.iloveretail.fr