

RetailMeNot

[Etude exclusive RetailMeNot et CRR Research sur les prévisions des ventes 6 semaines avant Noël dans 7 pays européens]

E-commerce et m-commerce : une tendance de fond qui s'installe pour les cadeaux de Noël des Français



- Les Français vont dépenser 69,297 milliards d'euros pour célébrer Noël, soit une hausse de +1.7% par rapport à 2017
- Les achats en ligne affichent une croissance record de 12.5% par rapport à 2017, soit 13,859 milliards d'euros dépensés en ligne
- Le mobile booste l'e-commerce avec 6.860 milliards d'euros de dépenses sur mobile à Noël, dont 3.715 milliards sur smartphones
- Les foyers français vont dépenser en moyenne 578€ pour fêter Noël avec leurs proches

Paris, le 28 Novembre 2018 – [RetailMeNot](#), leader mondial de la promotion digitale et éditeur des sites [Ma Reduc](#) et [Poulpeo](#), révèle les résultats de la 6ème édition de son étude internationale. Réalisée par le Centre for Retail Research (CRR), celle-ci présente les prévisions des ventes de détail et en ligne dans sept pays d'Europe (France, Belgique, Allemagne, Royaume-Uni, Pays-Bas, Italie, Espagne), aux Etats-Unis et au Canada sur les six semaines précédant le jour de Noël.

Après le week-end du Black Friday qui a marqué le top départ des achats de Noël au meilleur prix, les dernières semaines avant Noël seront cruciales pour les retailers, autant en ligne qu'en magasin, ou sur mobile. L'étude montre en effet que seulement 13% des Français sont les plus prévoyants et commencent leurs achats dès le mois de Novembre, alors que 80% s'y prennent au mois de Décembre, alors que la magie de Noël s'installe dans les foyers.

Le Père Noël sera encore généreux cette année !

En 2018, les dépenses augmentent de 1.7% (contre 1.8% entre 2016 et 2017), pour atteindre **69.297 milliards d'euros de dépenses**, tous secteurs confondus. Cette évolution s'inscrit dans la tendance européenne, avec un budget de 335 milliards d'euros sur 7 pays étudiés et une hausse de 1.7%. Cela représente un budget moyen de **578€ cette année par foyer en France**, soit une augmentation de 10€ par rapport à 2017.

L'étude analyse la tendance du budget de Noël depuis 2013. Les résultats montrent que 5 ans auparavant, les Français avaient dépensé 63.600 milliards d'euros pour les cadeaux de Noël, soit **une augmentation de 9% en cinq ans**, un peu en dessous de la moyenne européenne qui s'établit à 10%. Les dépenses ont majoritairement augmenté pour les cadeaux de Noël et gâter ses proches (+8.6%), dans le repas de Noël (+8.5% dans la nourriture et les boissons), ainsi que dans le budget voyage et transport (+5.5%). Pour compenser cette hausse de budget des décorations de Noël à quant à lui baisser de 1.4%.

+12.5% de croissance pour les dépenses de Noël en ligne

La magie de Noël commence à s'installer petit à petit dans le quotidien des foyers, les listes au Père Noël sont envoyées, la course aux cadeaux est lancée ! Mais comment trouver le bon cadeau en un minimum de temps et de stress ?

Cette année, **les Français vont dépenser 55.438 milliards d'euros dans les magasins**. Ce budget est **en baisse de 0.7% par rapport à 2017**, mais représente 80% des achats de Noël. Les Français sont sensibles à l'esprit de Noël : en boutique, ils peuvent voir et tester leurs cadeaux, ou avoir une idée de dernière minute ou un coup de cœur pour offrir à l'un de leur proche.

Néanmoins, **le commerce en ligne** prend une place de plus en plus importante dans la quête des cadeaux, il va représenter **13.859 milliards d'euros** en 2018, soit **une augmentation de +12.5% par rapport à l'année dernière**. Ce canal d'achat permet d'éviter la cohue en boutique, l'attente aux caisses, ou la crainte de ne pas trouver ce que l'on recherche. Mais les délais de livraison incombent de s'y prendre à l'avance pour éviter tout stress en cas de retard ou de problème.

Depuis 5 ans, l'e-commerce a quasiment doublé sa part dans les dépenses de Noël, il ne représentait que **7 milliards d'euros en 2013**, contre 13.859 milliards cette année, **soit 96.3% d'augmentation en 5 ans**. Et nous ne sommes pas le pays qui affiche la plus forte hausse, la France se situe loin derrière ses voisins européens comme l'Italie (+272%), l'Espagne (+380%) les Pays Bas (+108%), l'Allemagne (+103%), et la Belgique (114%). Mais nous sommes devant nos voisins Britanniques qui ont connu une croissance de l'e-commerce de 68% en 5 ans pour Noël, mais avec le plus fort budget avec 28 milliards d'euros dépensés en 2018.

Le mobile est de plus en plus utilisé pour faire ses achats de Noël : une tendance qui s'installe

Le mobile a longtemps été utilisé comme moyen de repérage pour les achats de Noël, mais il prend aujourd'hui une place prépondérante. Entre géolocalisation, applications dédiées des marques et nouveaux moyens de paiement, le mobile s'est rendu indispensable sur l'intégralité du parcours d'achat.

Le shopping en ligne se divise entre **les usages mobiles avec 6.860 milliards d'euros** dépensés pour le Noël 2018 des Français, smartphones et tablettes confondus. Alors que les achats sur PC représentent **7 milliards d'euros** cette année. La balance est donc presque à l'équilibre entre les deux modes d'achat.

Mais **les dépenses sur smartphone** augmentent beaucoup plus rapidement, il affichait 2.871 milliards en 2017 contre **3.715 milliards d'euros en 2018**, soit 26.8% des achats de Noël en ligne. A l'opposé, les achats sur PC affichent une croissance quasi nulle, 6936 milliards en 2017 contre 6.999 milliards d'euros en 2018.

Selon Thomas Sauzedde, Directeur Général France de RetailMeNot : « Noël est la période clé de fin d'année incontournable pour les marchands. Malgré les difficultés des Français sur cette période, nous voyons que le budget de Noël estimé à 578€ reste une priorité pour chaque foyer. Cela favorise notamment un état d'esprit d'achat malin avec une recherche de prix attractifs pour mieux faire plaisir à ses proches. En témoigne le succès fulgurant du Black Friday fin novembre où nombreux sont ceux qui ont pris les devants pour entamer leurs premiers achats. »

Les détails de l'étude sont disponibles sur demande

Notes aux éditeurs :

Méthodologie de l'étude

Toutes les données sont extraites de l'étude « Shopping for Christmas 2018 : Retail Prospects », commissionnée par RetailMeNot et réalisée par le Centre for Retail Research en 2018. Cette étude traite de l'importance de la période de Noël pour les commerçants en France et six autres pays d'Europe (Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Pays-Bas et Royaume Uni). Elle 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 interrogées par téléphone dans chaque pays et respectivement 1 000 interviews consommateurs aux Etats Unis, en France, au Royaume-Uni et en Allemagne afin d'évaluer leurs probables intentions pour Noël. Le recensement des réponses a été fait entre Août et Septembre 2018. La période de Noël couvre toutes les ventes du commerce de détail réalisées en France pendant les six semaines allant de la mi-novembre à la fin de l'année.

A propos de RetailMeNot

RetailMeNot, Inc, est la destination incontournable pour faire des économies sur ses achats à la fois en ligne ou en magasin. La société permet aux consommateurs de trouver des centaines de milliers d'offres de réductions pour économiser de l'argent sur tous leurs achats. RetailMeNot, Inc. a généré en 2017 environ 4,8 milliards de dollars de ventes pour ses partenaires, grâce aux transactions effectuées par les consommateurs, dont plus de 560 millions de par ses solutions en magasin.

Le portefeuille de sites web et d'applications mobiles RetailMeNot, Inc. comprend RetailMeNot.com aux États-Unis ; RetailMeNot.ca au Canada ; VoucherCodes.co.uk au Royaume-Uni ; et GiftCardZen.com et Deals2Buy.com en Amérique du Nord. En France, les deux marques Ma-reduc.com et Poulpeo.com proposent à tous les consommateurs des codes promotionnels, des bons plans et du cashback. RetailMeNot, Inc. est une filiale d'Harland Clarke Holdings.

Contact presse : Hotwire Global pour RetailMeNot, France

Marion Fajgenbaum / Priscilia Fartoukh

Tel : 01 43 12 55 68 / 53 - @ : RetailMeNotFR@hotwirepr.com