

UNE  
**CONSOMMATION  
FRANÇAISE STABLE**  
POUR LA PÉRIODE  
**DE NOËL**

L'enquête des achats de Noël Accenture révèle une consommation stable pour la période, **un parcours d'achat hybride et équilibré** entre achats en magasin et achats en ligne. Le consommateur regarde en majorité Amazon pour **rechercher des produits**, et souhaite des offres personnalisées avec une inquiétude croissante sur la sécurité des données.



**CONSOMMATION**

> **593€** BUDGET MOYEN

PRÈS DE **9 CONSOMMATEURS SUR 10** PRÉVOIENT D'ACHETER DES **PRODUITS** VERSUS DES **CARTES CADEAUX**.



> **BUDGET RÉPARTI DE FAÇON PLUTÔT ÉQUILBRÉE** ENTRE CADEAUX ET ACHATS ALIMENTAIRES



**54%**  
d'achats cadeaux



**46%**  
d'achats alimentaires



> **37%** DES CONSOMMATEURS PRÉVOIENT D'AUGMENTER LEURS DÉPENSES DE NOËL

**45%**

chez les : **21-27 ans**

**76%** DES CONSOMMATEURS DÉCLARENT QUE LE PRIX ET LA QUALITÉ SONT LES PRINCIPAUX FACTEURS D'ACHAT.



> **QUAND LES CONSOMMATEURS FONT-ILS LEURS ACHATS ?**



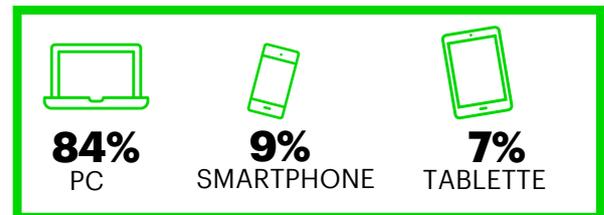


## CANAL ET EXPERIENCE D'ACHAT

> **74%** DES CONSOMMATEURS (70% EN 2016) VISITERONT  **AMAZON.COM** AVANT DE CHERCHER ET ACHETER UN PRODUIT (**80% POUR LES 28/37 ANS**).

> **55%**  DES CONSOMMATEURS EFFECTUERONT LA MAJORITÉ DE LEURS ACHATS EN MAGASIN.

> **39%**  DES CONSOMMATEURS EFFECTUERONT LA MAJORITÉ DE LEURS ACHATS EN LIGNE.



> **70%** VONT FAIRE DU WEBROOMING\*  
VONT FAIRE DU SHOWROOMING\*\*

> **30%**  DES CONSOMMATEURS PRÉFÈRENT UNE LIVRAISON GRATUITE VERSUS RAPIDE.

> **20%**  **24** DES CONSOMMATEURS SOUHAITENT UNE LIVRAISON GRATUITE ET RAPIDE.



## CURIOSITÉ POUR DE NOUVEAUX SERVICES

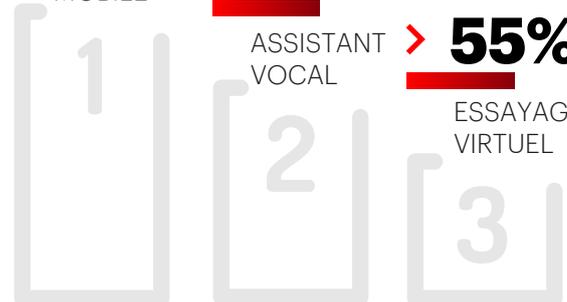
> **55%** DES CONSOMMATEURS UTILISENT OU AIMERAIENT UTILISER UN CHATBOT POUR UN SERVICE CLIENT PLUS RAPIDE.

SEULS  **34%** DES FRANÇAIS ATTENDENT UNE LIVRAISON PAR DRONE.

> **90%**  
PAIEMENT MOBILE

> **83%**  
ASSISTANT VOCAL

> **55%**  
ESSAYAGE VIRTUEL



## SÉCURITÉ ET PERSONNALISATION

> **75%** DES CONSOMMATEURS SE PRÉOCCUPENT DE LEURS DONNÉES PERSONNELLES.

> **52%** DES CONSOMMATEURS SONT PRÊTS À PARTAGER LEURS DONNÉES EN ÉCHANGE DE PROMOTIONS.

> **54%** PRÉVOIENT D'ACHETER SUR DES SITES FAMILIERS (PLUS SÉCURISÉS SELON EUX).

Basée sur une enquête en ligne auprès de 1500 consommateurs français sur leurs intentions d'achats pour les fêtes de Noël.

\* webrooming: les consommateurs vont regarder le produit sur internet puis poursuivent leur achat en magasin.

\*\* showrooming: les consommateurs vont voir le produit en magasin puis achètent en ligne.