

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 ?**

10%



durant l'année

30%



novembre

48%



1-15 décembre

8%



16-24 décembre

3%



25-31 décembre


1%



à partir de janvier

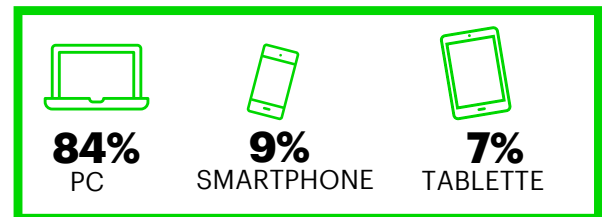


CANAL ET EXPERIENCE D'ACHAT

> **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

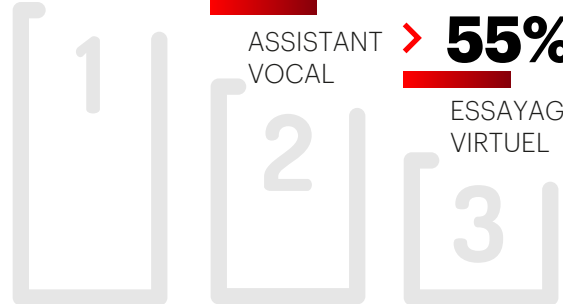
> **55%** DES CONSOMMATEURS UTILISENT OU AIMERAIENT UTILISER UN CHATBOT POUR UN SERVICE CLIENT PLUS RAPIDE.

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.