

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

3 français sur 5 déclarent que la crise sanitaire a impacté leurs dépenses pour les fêtes de fin d'année.

Adot dévoile les résultats de son étude exclusive sur les tendances de consommation de fin d'année.

Paris, le 7 décembre 2021,

Adot - société de Veepee|ad et suite marketing cross-device - qui accompagne les marques de l'identification à l'analyse de leurs audiences affinitaires jusqu'à leur activation media - dévoile aujourd'hui les résultats exclusifs de son étude concernant les grandes tendances et préférences de consommation des Français pour cette fin d'année 2021.

La crise sanitaire impacte les dépenses de fin d'année

La crise sanitaire que nous traversons a bouleversé les comportements des Français et a fortement impacté leur pouvoir d'achat et ainsi le budget dédié aux fêtes de fin d'année. En effet, **3 français sur 5 déclarent que la crise sanitaire a impacté leurs dépenses pour les fêtes de fin d'année.** Cette tendance est par ailleurs principalement perçue chez les Français âgés entre 18 et 54 ans. En effet, les dépenses des Français s'élèvent cette année à plus de 150 euros. Des dépenses qui ont tendance toutefois à être un peu plus élevées pour les plus de 55 ans, avec un budget estimé à plus de 200 euros. Cela s'explique notamment par une certaine stabilité financière et un pouvoir d'achat plus élevé.

Même si cette année les dépenses se feront de manière plus réfléchie pour une grande majorité des Français du fait de l'impact économique de la crise sanitaire actuelle, les fêtes de fin d'année restent néanmoins un moment convivial et essentiellement familial. En effet, **plus de 4 français sur 5 (87%) déclarent vouloir offrir des cadeaux de fin d'année à leur famille proche.**

Les Français comptent favoriser le e-commerce et les “marketplace”

Dans un contexte sanitaire inédit et instable, les Français se tournent de plus en plus vers le e-commerce pour effectuer leurs achats. Le nombre de consommateurs qui achètent en ligne ne cesse en effet d'augmenter. En effet, **35 % des français déclarent privilégier les “marketplace” pour leurs achats, 24 % les sites internet, et enfin 6 % les réseaux sociaux.** Ainsi, cette année, l'achat en ligne se veut important, mais l'étude nous révèle une certaine disparité par tranche d'âge. En effet, **les sites internet et les réseaux sociaux sont davantage privilégiés par les Français âgés entre 18 et 34 ans.** Alors que les “marketplace” touchent une population plus large

âgée de 18 à 54 ans, en comparaison des autres canaux. Des tendances qui s'expliquent essentiellement par la crainte d'être en contact avec un nombre important d'individus en cette période de forte affluence en magasin.

Les boutiques et les centres commerciaux continuent de séduire

Même si 35% des Français confirment qu'ils privilégieront le commerce en ligne pour les fêtes de fin d'année, et notamment les "marketplace", **ce sont près de 48% des Français qui déclarent vouloir se rendre en boutiques pour leurs achats de fin d'année, et pas moins de 46 % dans les centres commerciaux.** A ce titre, cette année, nous constatons une préférence notable pour les boutiques et les centres commerciaux pour les achats de fin d'année.

Enfin, il est également intéressant de noter que **les Français qui dépensent plus de 200 euros pour les fêtes de fin d'année sont ceux qui se rendent le plus en boutique (66 % soit + 18 pts comparé au global).** Les centres commerciaux sont quant à eux plébiscités cette année par les Français âgés entre 18 et 54 ans et ayant un budget moyen estimé à 150 euros.

Méthodologie employée.

Administration d'une série de questionnaires digitaux auprès d'un bassin d'internautes âgés entre 18 et 59 ans. Les résultats sont analysés sur une base de 700 répondants.

Période de l'enquête.

Terrain réalisé en octobre/novembre 2021.

À propos

Adot - une société de Veepee|ad, la solution retail media de Veepee - est la seule suite marketing cross-device qui accompagne les marques sur l'ensemble du parcours client, de l'identification à l'analyse de vos clients jusqu'à leur activation media.

La société compte aujourd'hui plus de 100 employés avec des bureaux à Paris, Lyon, Madrid et Milan.