

Un Noël à l'économie

Chaque étude sur les prévisions de dépenses des Français pour les prochaines fêtes confirme un peu plus la tendance : Noël 2014 s'annonce rigoureux. Celle du cabinet Deloitte enfonce un peu plus le clou, les budgets se centrent sur la famille proche.

LE CONTEXTE

■ **Le contexte économique actuel** pousse les Français à restreindre leurs dépenses en sorties, loisirs et sur les cadeaux aux adultes.

■ **Les dépenses en nourriture et boissons**, ainsi que celles pour gâter les enfants et les conjoints sont maintenues.

■ **Les Français plébiscitent les promotions**, cartes cadeaux et avantages de fidélité. Mais leurs marges de manœuvre s'amenuisent.



© EMMANUEL FAURE/GETTY IMAGES

Le Père Noël serait-il près de ses sous ? À en croire les récentes études sur les prévisions de dépenses des Français pour les fêtes de fin d'année, la réponse est oui. Dernière alerte en date, les résultats de l'étude de Noël 2014 de Deloitte confirment cette tendance à la rigueur : avec 518 € de budget prévu, nos concitoyens envisagent de réduire leurs dépenses festives de 4,5 %. « *Après la baisse enregistrée en 2008, c'est la deuxième fois qu'ils déclarent vouloir réduire leurs dépenses. Mais ils restent cependant très attachés à la tradition de Noël et entendent dépenser 30 € de plus que la moyenne européenne* », observe Stéphane Rimbeuf, associé responsable

consumer business chez Deloitte France. Le cabinet Deloitte n'est pas le seul à prévoir un Noël plus économique. Fin octobre déjà, le sondage réalisé par Toluna pour LSA anticipait une baisse de 8,7 % du budget consacré aux cadeaux (192,85 € prévus au total pour Noël 2014).

Déprime hivernale

Plus récemment, l'enseigne de jouets La Grande Récré pointait dans son baromètre annuel un léger recul des dépenses prévues par les parents pour gâter leurs petits : 108 € par enfant contre 112 € en 2013. De même, l'étude de TNS Sofres pour eBay entrevoit un repli du budget cadeaux, à 234,34 €, inférieur de 20,04 € par rapport 2013. Une véritable déprime hivernale ! ■ ■ ■ ■ ■

DES BUDGETS EN REPLI

-4,5% L'évolution du budget de dépenses prévu pour Noël 2014 par les Français, à **518 €** versus 488 € en moyenne en Europe.

-2,7% 303 € prévus pour l'achat des cadeaux
-3,3% 168 € prévus en nourriture et boissons
-17,7% 48 € prévus pour les sorties et les loisirs

Pas de cinéma ni de restaurant pour le réveillon! Les Français prévoient de sabrer leur budget de sorties. Ce recentrage sur la famille se voit dans le repli du budget cadeau, bien rogné pour les amis et autres adultes (-11,95%). La table devrait aussi être moins bien garnie, même si les Français dépensent davantage que la moyenne européenne (168 € contre 160 €)

LES CADEAUX STARS DU SAPIN

Cadeaux prévus pour 2014 et évolution en points versus 2013

Les enfants recevront des briques



Les ados aux manettes



Les adultes consacrent le livre



Jouets éducatifs



Argent



Chocolats



Livres



Livres

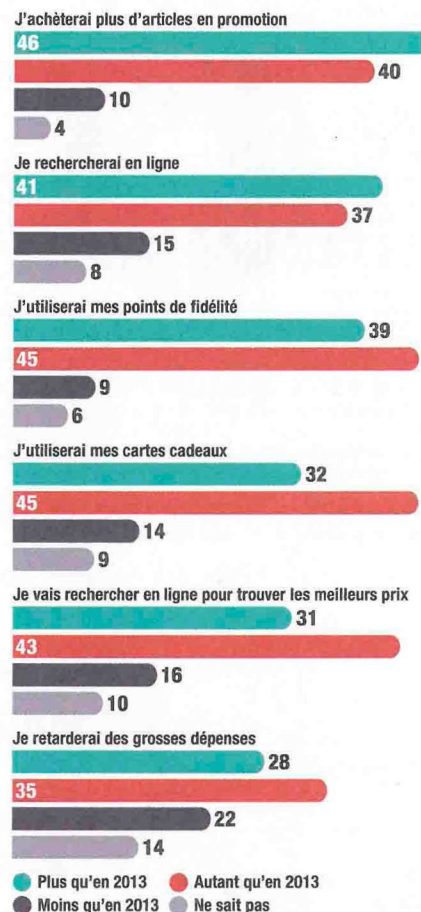


Parfums/cosmétiques



LES PROMOTIONS EN TÊTE

Pourcentage de répondants aux différentes questions :



Plus que jamais, la promotion est un puissant levier d'achat pour les cadeaux de Noël. Les Français comptent également puiser dans les avantages de leurs programmes de fidélité et leurs chèques cadeaux. Noël s'annonce également studieux, puisque les consommateurs se disent prêts à étudier les meilleures offres sur internet. De quoi mettre un sérieux frein aux achats d'impulsion...

LES FRANÇAIS ATTENDENT LE DERNIER MOMENT

Réponses (en %) à la question : « Quand réaliserez-vous vos achats de Noël ? » et évolution en points versus 2013



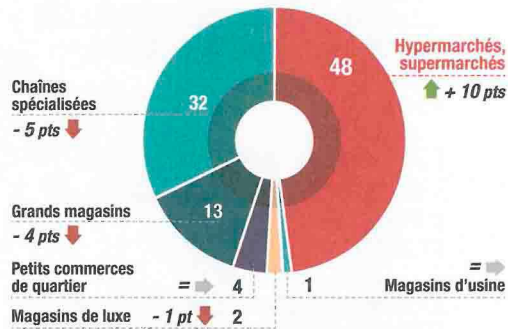
L'heure n'est pas à l'anticipation : cette année, 56% des achats seront réalisés sur le seul mois de décembre (contre 52% en 2013). Les grands-parents se montrent les plus prudents, prévoyant leurs achats plus tôt dans la saison. De même, 50% des femmes comptent faire leurs emplettes en novembre, contre 39% des hommes.

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE DE NOËL DELOITTE

Pour la 17^e édition de son étude de Noël, le cabinet Deloitte a interrogé, au cours des trois premières semaines d'octobre 2014, un échantillon de 17 300 clients âgés de 18 à 65 ans, issus de 17 pays couvrant principalement l'Europe de l'Ouest, de l'Est et l'Afrique du Sud.

LE BOND DES HYPERS ET SUPERMARCHÉS

Réponse à la question (en %) : « Où comptez-vous acheter vos cadeaux en magasins ? » et évolution en points versus 2013
Source: Deloitte



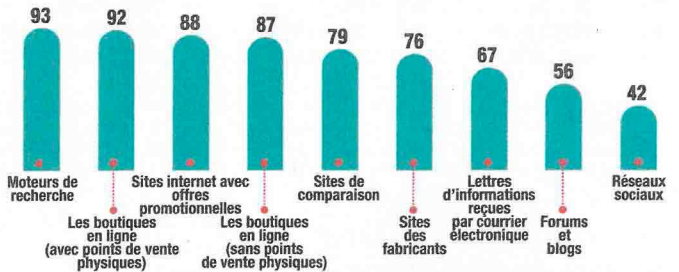
Avec un bond de 10 points par rapport à 2013, les GSA prennent un net avantage pour cette fin d'année. Un progrès qui s'explique par l'appétence du public pour les promotions et les avantages des programmes de fidélité des enseignes alimentaires. Cette progression se fait surtout au détriment des spécialistes et grands magasins... Mais l'attentisme annoncé des familles pour réaliser leurs achats pourrait contrebalancer la donne, les spécialistes étant, normalement, moins sujets aux ruptures de stock.

INTERNET SUR UN PALIER ?

- 5 pts
33 % des Français comptent acheter leurs cadeaux en ligne
Source chiffres et infographie: Deloitte

1 Français sur 5 utilisera le mobile ou une tablette pour faire ses courses de Noël
Sources: étude TNS-Sofres, eBay

Réponse à la question (en %) : « Où cherchez-vous et comparez-vous sur internet ? »



En recul cette année, le circuit internet semble avoir atteint un palier. L'une des explications est le délai de livraison: selon Deloitte, 9 % des Français ayant acheté via le Net l'an dernier ont déclaré ne pas avoir été livrés dans les temps... La Toile reste cependant une importante source d'information et de comparaison pour les consommateurs qui donnent la préférence aux moteurs de recherche et –non sans ironie– aux sites des enseignes physiques. L'internet mobile, dopé par l'essor des smartphones et des tablettes, fait une timide avancée.

Selon Deloitte, le contexte économique anxio-gène explique cette prudence: « Depuis trois ans, les Français indiquent souvent ressentir de l'inquiétude quant à leur pouvoir d'achat: 50 % d'entre eux ont le sentiment qu'il a reculé et autant redoutent qu'il baisse à l'avenir », relève Stéphane Rimbeuf. Un pessimisme qui pousse à se serrer la ceinture... Premier poste de dépense à trinquer: les sorties et autres loisirs, en baisse de presque 18 % cette année pour un montant total de 48 € seulement. « Noël se fera cette année davantage en famille et à la maison », poursuit Stéphane Rimbeuf. Un recentrage qui se retrouve également dans le budget prévu pour les cadeaux: si l'en-



© FREDERIC MAGROT/REA

Les grandes surfaces spécialisées sur le jouet garderont la prédominance, avec 47 % d'intention d'achats, contre 42 % pour les hypers et supermarchés.

veloppe allouée à ses propres enfants ne change pas (98,35 €) et celle destinée au conjoint s'érode à peine (50,86 €, à -2,2 %), les tantes, amis et autres belles-mères ne seront pas à la fête pour ce Noël avec un budget de 74,08 €, sabré de 11,95 %.

Le livre, « hit de la hotte »

Conséquence logique de cette tendance à l'économie, le livre s'annonce comme le « hit de la hotte ». *« Avantage par son prix raisonnable et ses qualités d'éducation ou d'évasion, il arrive en tête des cadeaux prévus pour les parents et en troisième position pour ceux prévus pour les enfants et les ados »*, confirme Stéphane Rimbeuf. Gare cependant aux ruptures de stock sur le nouveau Goncourt ou le dernier manga One Piece car, cette année encore, les consommateurs comptent réaliser leurs achats sur le tard : selon Deloitte, le mois de décembre devrait concentrer 56 % des achats (52 % l'an dernier). Pis, 18 % des Français prévoient de faire leurs emplettes entre le 16 et le 24 décembre, contre 15 % en 2013. À cet attentisme, s'ajoute la traditionnelle chasse aux promos : 46 % des Français prévoient d'acheter plus d'articles en promotion, 39 % d'utiliser davantage leurs points de fidélité, et 32 % de recourir à leurs cartes cadeaux. *« Ils ont adopté depuis longtemps un comportement d'achat malin et sont devenus de véritables stratèges en prix. Mais leurs marges de manœuvre commencent à se réduire »*, note Stéphane Rimbeuf. Un phénomène qui pourrait avantager la Toile ? Étonnamment, non : seuls 33 % prévoient de faire leurs courses de Noël en ligne, contre 38 % l'an dernier. Et ce repli se manifeste notamment sur les produits numériques et high-tech, bastions traditionnels de l'e-commerce. *« L'intensité concurrentielle profite plutôt aux magasins physiques et aux formats discount, perçus par les consommateurs comme les plus aptes à proposer des tarifs attractifs. De plus, cette baisse du Net s'explique par les restrictions sur le budget des cadeaux pour adultes, typiquement les DVD ou livres souvent acquis en ligne »*, analyse Stéphane Rimbeuf. Sans oublier la crainte sur les délais de livraison : l'an dernier, selon Deloitte, 9 % des Français ayant acheté en ligne n'ont pas été livrés



« Pour ce Noël, les Français se recentrent sur le cocon familial avec moins de sorties et de dépenses de loisirs et des arbitrages dans les cadeaux prévus aux amis et autres adultes de la famille. »

Stéphane Rimbeuf, associé responsable consumer business chez Deloitte France

à temps. Une mésaventure rédhitoire : quatre clients l'ayant vécue sur dix affirment qu'ils ne seront plus fidèles au site sur lequel ils avaient réalisé leur achat. Le grand gagnant est le circuit alimentaire : 48 % des Français pensent y acheter leurs cadeaux (38 % en 2013). Un bon chiffre qui s'explique également par la prédominance des hypers pour les achats alimentaires, plébiscités par 80 % des Français. Cet essor des enseignes alimentaires se fait surtout au détriment des spécialistes, sauf pour les articles de sport où les GSS représentent 60 % des intentions d'achat et le jouet (47 % en GSS, contre 42 % aux hypers/supers). Au total, 67 % des Français entendent visiter les magasins physiques pour garnir leur hotte. De quoi oublier la rigueur budgétaire pour se laisser tenter en rayons ? Sans aucun doute pour Franck Mathais, directeur du département consommation de La Grande Récré (Ludendo) : *« L'année dernière déjà, les parents avaient déclaré prévoir des budgets en légère baisse. Mais au final, ils avaient dépensé davantage que prévu. »* Espérons qu'une fois encore, les consommateurs ne tiendront pas leurs bonnes résolutions ! ■

VÉRONIQUE YVERNAULT