

Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e - 32 rue de Trévise - 75009 Paris

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Rivély Monampassi

01.56.03.12.13

rively.monampassi@bm.com

50 % des consommateurs français réaliseront leurs achats de Noël uniquement en ligne

62 % du budget des Français pour la période des fêtes est consacré à l'achat de cadeaux pour la famille et/ou les amis

Paris, France — 21 novembre 2018 — Le rapport sur les prévisions d'achats en ligne pour la période des fêtes (de novembre à décembre), publié ce jour par Adobe estime que les dépenses au Royaume-Uni, en France et en Allemagne vont augmenter de près de 25 % par rapport à la même période de 2017. Basé sur des données Adobe Analytics, le rapport révèle également que les dépenses au Royaume-Uni pendant cette période seront plus de trois fois supérieures à celles de la France et de l'Allemagne — malgré des budgets largement supérieurs à ceux de l'année dernière, et en augmentation constante, dans ces deux derniers pays.

Principales conclusions de l'étude :

Les dépenses engagées pendant les fêtes devraient augmenter sur les principaux marchés européens :

- Le consommateur britannique moyen devrait dépenser 2 310 €, soit une hausse de 5 % par rapport aux estimations de 2017.
- Les consommateurs français ont un budget de 730 € pour leurs dépenses de fin d'année, soit une progression de 19 % par rapport à l'an passé.
- Les consommateurs allemands affichent la plus forte hausse, 46 %, avec des dépenses estimées à 674 €.

L'achat des cadeaux de Noël commence un peu plus tôt chaque année :

- Plus de la moitié (51) % des consommateurs français envisagent de commencer leurs achats mi-novembre, à l'instar des consommateurs allemands.
- Pour l'essentiel, ces dépenses de novembre auront lieu lors des grands événements promotionnels comme le Black Friday et le Cyber Monday, le prix demeurant le principal critère d'achat. 48 % des consommateurs français prévoient de faire leurs achats de Noël pendant le Cyber week-end.

Les principaux événements commerciaux en ligne reflètent une tendance continue vers l'achat sur le web et les mobiles :

- Près de 50 % des consommateurs européens effectueront la majorité de leurs achats de Noël en ligne, mais plus de 40 % d'entre eux prévoient de vérifier les produits en magasin avant de les acheter.

Les expériences d'achat sur mobile ne répondent pas aux attentes des consommateurs :

- Si les consommateurs utilisent de plus en plus leurs mobiles pour parcourir les sites et comparer les produits avant d'acheter, ils estiment que les expériences d'achat mobiles ne répondent pas à leurs attentes.
- Deux tiers des Européens interrogés pensent que l'expérience d'achat sur mobile ne s'est pas améliorée depuis l'année dernière. Adobe avait déjà relevé cette impression en 2017, ce qui laisse penser que les

marques s'essoufflent et doivent redoubler d'efforts pour fluidifier et simplifier leur parcours d'achat sur mobile.

Les réseaux sociaux jouent un rôle de plus en plus important en France et en Allemagne, mais sont en perte de vitesse au Royaume-Uni :

- En quête d'inspiration, 30 % des consommateurs européens parcourent les réseaux sociaux avant d'acheter.
- La France vient en tête avec 39 % des consommateurs avouant consulter les réseaux sociaux avant d'effectuer un achat. L'Allemagne avec 27 % (19 % en 2017) arrive en deuxième position.
- Au Royaume-Uni, bien que toujours présents, les réseaux sociaux perdent de leur influence depuis 2016 : seuls 24 % des consommateurs s'en inspirent pour leurs achats de fin d'année.

Alexandre Azzopardi, Director Product Sales chez Adobe, déclare : « *Les achats en ligne ont toujours le vent en poupe, et avec des prévisions de dépenses plus élevées que jamais pour la période des fêtes dans toute l'Europe, les e-commerçants peuvent s'attendre à une autre année record — à condition de répondre aux attentes des consommateurs en matière d'expérience web et mobile. Même si le prix demeure le facteur décisif dans la plupart des achats, la qualité de l'expérience joue également un rôle majeur, surtout pour les marques qui souhaitent fidéliser les clients et les faire revenir après cette période d'effervescence.* »

Méthodologie

Pour nos prévisions, Adobe s'est appuyé sur Adobe Sensei, son framework d'intelligence artificielle et d'apprentissage automatique, et sur des milliers de milliards de points de données transitant par Adobe Analytics et Magento Commerce Cloud, composants d'Adobe Experience Cloud. Seule l'analyse d'Adobe couvre des e-commerçants de toutes tailles dans 50 catégories de produits, en exploitant le potentiel de Magento Commerce Cloud, pour fournir les estimations les plus précises du secteur sur les achats en ligne en Europe. Adobe Experience Cloud gère plus de 200 000 milliards de transactions de données par an. L'étude parallèle est basée sur une enquête réalisée auprès de plus de 3 000 consommateurs en France, en Allemagne et au Royaume-Uni sur tout le mois d'octobre 2018.

Liens utiles

- [Blog consacré à l'expérience digitale](#)

À propos d'Adobe

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site <http://www.adobe.com/fr/>.

###