

Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

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

Kenza Remaoun

01.56.03.14.21

kenza.remaoun@bm.com

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Les Européens dépensent 61 % de plus pendant la période des fêtes que durant le reste de l'année selon la dernière étude Adobe Digital Insights

- *Les smartphones couvriront 27 % des activités de navigation des consommateurs français durant la période des fêtes*
- *Les achats sur smartphones devraient représenter 11 % du chiffre d'affaires total généré pendant les fêtes en France*

PARIS, France — 3 novembre 2016 — Selon la dernière étude d'Adobe Digital Insights (ADI), le Black Friday est l'une des plus grosses journées d'achats en ligne en Europe pendant la période des fêtes. Cette année, les revenus en ligne générés autour de cette fameuse journée devraient atteindre plus de 420 millions de dollars (384 millions d'euros*) en France, notamment en raison d'offres attractives et de la proximité de l'événement avec la dernière paie touchée avant Noël par la plupart des consommateurs.

Au cours des trois dernières années, le Black Friday a gagné de l'importance pendant la période des fêtes de fin d'année et a bousculé les habitudes des consommateurs européens et notamment britanniques, avec des achats en ligne qui connaissent un pic avant le début du mois de décembre, puis s'étalent jusqu'au lendemain de Noël. Le schéma est différent dans des pays comme la France et l'Allemagne, où les achats sont répartis plus uniformément sur le mois de décembre, notamment lors des week-ends avant Noël.

Progression des achats sur mobiles

Les données collectées au cours des trois dernières années révèlent l'importance croissante des achats sur terminaux mobiles pendant la période des fêtes en France. Pour la première fois de l'année, les ventes sur smartphones devraient dépasser celles sur tablettes et représenter 11 % du chiffre d'affaires total de la période. Les smartphones couvriront 27 % des activités de navigation des consommateurs français. Sur les 13 pays étudiés, c'est le Royaume-Uni (41 %) et le Japon (49 %) qui devrait enregistrer le plus fort taux d'utilisation des mobiles durant la période des fêtes. A l'inverse, c'est l'Autriche (7 %) et la Belgique (6 %) qui devraient enregistrer le plus faible taux d'utilisation des mobiles durant cette même période. En Europe, un euro sur quatre sera dépensé sur un terminal mobile pour les achats de fin d'année.

L'étude révèle également que le nombre d'achats effectués sur terminaux mobiles est plus important le jour de Noël. Dans les 13 pays étudiés, le chiffre d'affaires mobile généré ce jour-là devrait dépasser de 58 % celui du Cyber Monday et de 34 % celui du Black Friday.

L'email : la méthode à privilégier en période de fêtes

Les marketeurs peuvent continuer à miser sur l'emailing pour attirer l'attention des consommateurs français en quête de bonnes affaires, 21 % d'entre eux privilégiant cette méthode pour traquer les offres promotionnelles de fin

d'année. Le bouche à oreille demeure également une source importante d'information puisqu'elle occupe, à égalité, la première place du classement en France (21 %) et en Allemagne (24 %).

Au contraire, le « *push notification* » est à oublier puisqu'il est le moyen le moins plébiscité par les consommateurs en quête de bonnes affaires et arrive en bas du classement pour l'ensemble des pays étudiés : France (4%) ; Allemagne (3 %) ; UK (4 %).

Autres conclusions :

- 60 % des consommateurs français interrogés achètent en ligne afin de bénéficier des offres promotionnelles.
- Lors d'un achat majeur, les Français sont davantage influencés par le prix (72 %) que leurs voisins Britanniques (67 %) et Allemands (65 %).
- Si l'ancienne génération tend à offrir des cadeaux concrets, 23 % des personnes de la génération Y (18-34 ans) prévoient de consacrer leur budget à des « expériences ». Cette préférence est encore plus marquée dans des pays comme l'Allemagne.

Remarque :

*1 dollar américain (USD) = 0,915701 euros (EUR), selon le site Xe.com en date du 28 octobre

- Rapport basé sur l'analyse de 100 milliards de visites sur plus de 700 sites marchands en Europe et en Asie-Pacifique de janvier 2013 à aujourd'hui.
- Étude parallèle basée sur une enquête réalisée en octobre 2016 auprès de plus de 4 000 consommateurs aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France et en Allemagne, et auprès de plus de 800 consommateurs en Australie et à Singapour.
- Les estimations pour la période des fêtes de fin d'année reposent sur les données collectées entre le 1er novembre et le 31 décembre dans chaque pays ; la devise est convertie et exprimée en dollars américains.

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/>