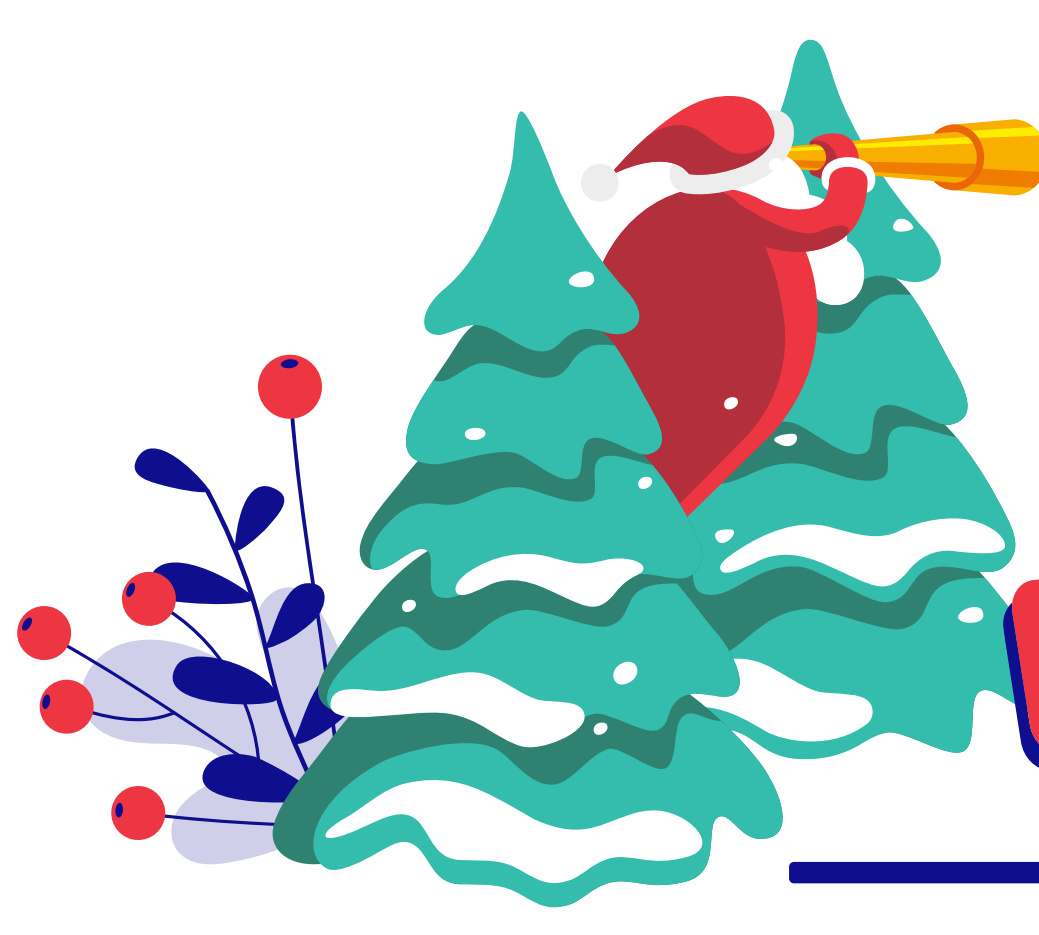




Noël 2020 : Christmas is coming !

La fin d'année approche à grand pas, avec cette saison son lot d'incertitudes.

Les Français pourront-ils se retrouver pour célébrer Noël en famille ?

Alors que les rayons jouets prennent place en magasin, le Père Noël sera-t-il au rendez-vous ?

Seule certitude, Noël 2020 devrait malgré tout être l'un des principaux temps forts de consommation de l'année.

Avant de vous souhaiter de très joyeuses fêtes, Imediacenter vous donne accès aux chiffres clés, aux habitudes de consommation des Français et des clients Auchan sur cette période.

Que retenir des Noëls passés pour mieux appréhender les Noëls futurs ?

Quels canaux privilégier pour booster la préférence de marque et les ventes ?

Que la magie de Noël opère.

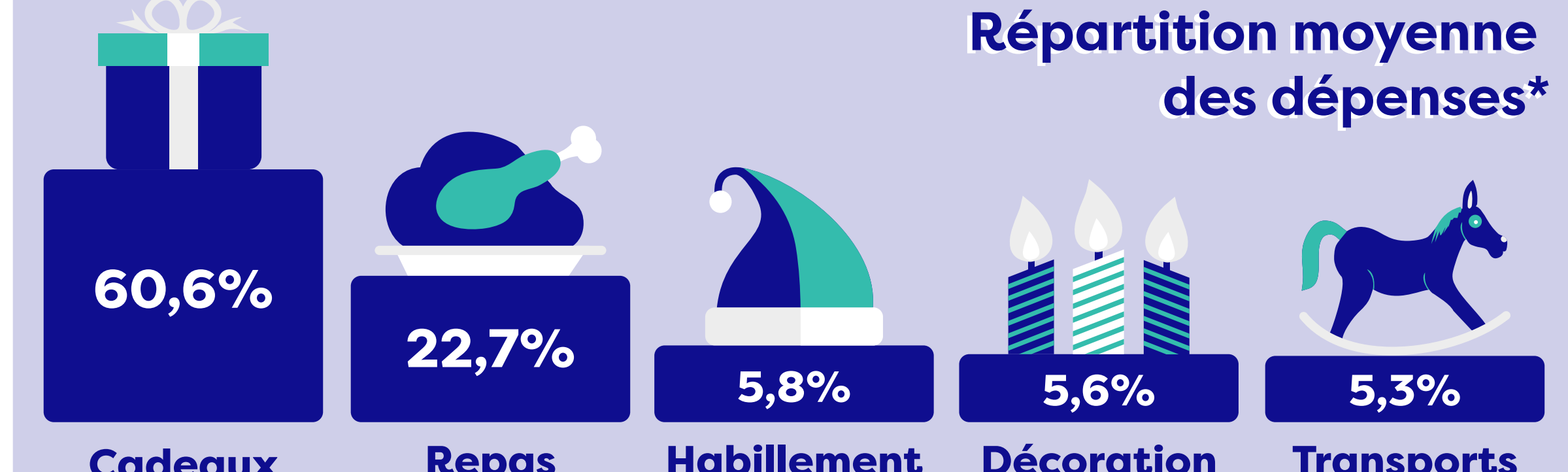
549 €

de budget moyen consacré à Noël par les Français en 2019.

En baisse de 4% vs 2018.*

Moins mais mieux. 7 cadeaux en moyenne.

En 2019, les Français ont déposés en moyenne 7 cadeaux sous le sapin, soit près de 2 cadeaux de moins qu'en 2018 malgré un budget en hausse +4,4% sur un an.*



Des Français...

...mixeurs

59% des Français mixent magasins physiques et e-commerce pour leurs achats de Noël (+4 pts en un an)*.

...inspirés

Pendant les fêtes, 9 Français sur 10 déclarent changer leur liste de courses pour se faire plaisir**.

...précoces

40% des Français commencent leurs achats de Noël dès le mois de novembre avec une accélération en décembre*.

...responsables

19% des Français souhaitent que les retailers proposent des produits et des emballages plus éco-responsables***.

Les magasins ont toujours la côte

1 Français sur 2 prévoit de réaliser la plupart de ses achats en magasin***.



L'hypermarché une valeur sûre des Fêtes

55% des Français plébiscitent toujours les hypermarchés pour leurs achats de Noël en particulier pour les repas de fête****.

Source : * Baromètre « bons plans et le budget des Français pour Noël » - Cofidis. ** Tendances de consommation pour Noël 2019 - Degusta Box. *** Les tendances d'achat des Français pour Noël 2019 - Capgemini - Yougov. **** Kantar - Part de marché achats de produits festifs - décembre 2018.

La magie de Noël chez Auchan :

Une saison de plus en plus anticipée



La période des fêtes de Noël booste la consommation globale des clients Auchan, avec en moyenne +16% de CA supplémentaire en décembre par rapport au reste de l'année.

L'alimentaire connaît sa plus forte croissance en termes de CA sur la période de Noël avec en moyenne +12% sur décembre vs le reste de l'année (moyenne janvier-novembre). À noter, un pic sur la 3^{ème} semaine du mois (S51) avec une poussée de +33%.

Un panier moyen en hausse

Le panier moyen de Noël 2019 des clients Auchan est en hausse d'environ +7% en moyenne sur un an.



+18% de trafic

Le mois de décembre représente un pic de trafic important en hypermarché et en drive avec +18% de fréquentation vs la moyenne annuelle.



38M

de visites sur décembre 2019 en hypermarché et drive Auchan, soit le mois avec la plus forte fréquentation.



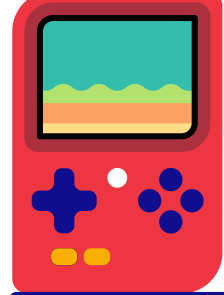
La 3^{ème} semaine de décembre est la semaine de l'année la plus puissante en termes de fréquentation, de ventes et de CA. C'est LA semaine stratégique pour prendre la parole.

Émerger au plus proche de l'acte d'achat

En 2019, Imediacenter note une multiplication par 3 du nombre de campagnes de communication vs 2018 avec près de 100 campagnes comptabilisées sur le mois de décembre. A noter l'équilibre entre des investissements médias en termes de support avec 46% en digital sur auchan.fr et 45% en DOOH sur les écrans hypermarchés, drives et centres commerciaux.

NOËL : TOUS GAGNANTS !

Au pied du sapin



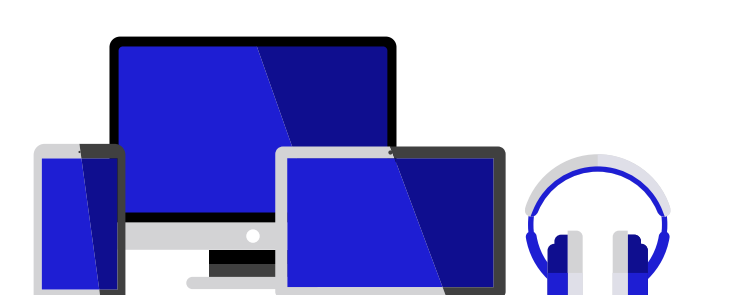
Consoles de jeux vidéos

Ventes x2.8
par rapport au reste de l'année
22% du CA annuel



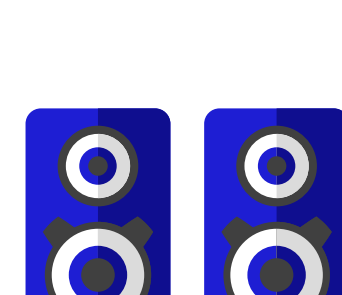
Electroménager

Ventes +48%
par rapport au reste de l'année



Multimédia

14% du CA annuel



Enceintes Hi-Fi

Ventes x3.1
par rapport au reste de l'année
24% du CA annuel



Jeux et jouets

Ventes x3.2
par rapport au reste de l'année
29% du CA annuel



Appareils photo

Ventes x3.8
par rapport au reste de l'année
31% du CA annuel



Tablettes

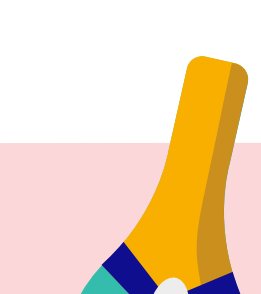
Ventes x5.6
par rapport au reste de l'année
40% du CA annuel

Pour une table gourmande



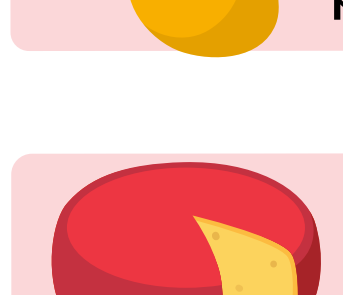
Alimentaire

Ventes +11%
par rapport au reste de l'année



Champagne

Ventes x3.2
par rapport au reste de l'année
25% du CA annuel



Fromage libre service

Ventes +22%
par rapport au reste de l'année



Foie gras

Ventes x5.5
par rapport au reste de l'année
42% du CA annuel



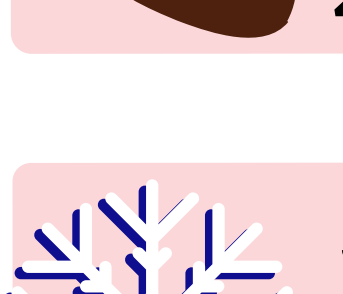
Chocolats

Ventes x3
par rapport au reste de l'année
23% du CA annuel



Epicerie Sucrée

Ventes +32%
par rapport au reste de l'année



Surgelés

Ventes +34%
par rapport au reste de l'année

Sources : Auchan Retail France. Ventes = évolution du nombre d'UC décembre 2019 vs moyenne reste de l'année / CA = part du CA décembre 2019 dans CA année 2019

QUE RETENIR ?

Noël est LA fête familiale par excellence. Un temps fort de consommation qui conclut l'année et annonce un nouveau cycle. En retail, Noël débute de plus en plus tôt, dès le mois de novembre avec la parution des catalogues jeux/jouets puis une accélération sur l'ensemble du mois de décembre. Cela se traduit par une hausse soutenue des indicateurs marché aussi bien en magasin que sur internet : fréquentation, panier d'achat, ventes, chiffre d'affaires.

Les habitudes de consommation des Français pour Noël continuent d'évoluer.

Ils sont juste de plus en plus en magasin et en ligne.

Pour autant, l'hypermarché reste leur circuit de prédilection par sa capacité à réunir au même endroit l'ensemble des achats des fêtes. La proximité de nos hypermarchés Auchan et centres commerciaux Aushopping offre un double avantage : une expérience d'achat exhaustive et une stratégie de marketing de proximité (catalogue de produit important, accès à des promotions, conseil, SAV, tests, etc.).

Il est essentiel pour les marques d'émerger sur cette période concurrentielle et synonyme de suppression publicitaire. L'univers retail média se distingue par sa complémentarité avec les plans médias classiques et sa facilité à adresser directement le consommateur, au plus près de l'acte d'achat, au sein d'un univers affinitaire et avec un message contextualisé.

Très joyeuses fêtes ! Prenez soin de vous.

Vous souhaitez en savoir plus ?
Nos experts sont là pour vous.

