

## Communiqué de presse

Contact: Sophie De Meyer  
Press & Communications  
Tel: + 32 2 600 60 21  
Mobile: +32 484 95 22 68  
Email: [sodemeyer@deloitte.com](mailto:sodemeyer@deloitte.com)

Deloitte Christmas Survey 2015

### **Légère compression du budget de fin d'année des Belges**

*Moins de dépenses prévues pour les sorties*

*Léger regain de confiance des consommateurs en Europe*

*L'argent cash, à nouveau en tête de liste des cadeaux préférés mais les comportements d'achat ne correspondent pas toujours aux cadeaux souhaités*

*Les Belges à la traîne par rapport au reste de l'Europe en matière de shopping en ligne, mais très fidèles aux enseignes physiques.*

**Bruxelles, le 16 novembre 2015 – Deloitte publie la 18<sup>ème</sup> édition de son enquête annuelle Christmas Survey, qui analyse en détail les intentions d'achat des consommateurs européens (et d'Afrique du Sud) à l'approche des fêtes de fin d'année. Les résultats de cette enquête traduisent une confiance économique modérée, en légère amélioration par rapport à l'année dernière. Le budget que le Belge consacrera cette année à la Noël pour les cadeaux et le repas de Noël est le même qu'en 2014, hormis une diminution des dépenses pour les sorties par exemple le restaurant ou le cinéma. En ce qui concerne les cadeaux, l'argent cash conserve la première place sur la liste des cadeaux préférés, malgré quelques différences selon le sexe et l'âge. Le Belge achète de plus en plus en ligne pour les fêtes de fin d'année. Il affiche une grande fidélité à la marque lorsqu'il se rend dans un magasin physique.**

#### **Confiance modérée du consommateur**

Bien que lente, la croissance économique est cependant bien au rendez-vous dans l'Union européenne. En témoigne le léger regain de confiance des Européens en 2015 par rapport à l'année dernière. Notons que les femmes et les personnes âgées sont moins positives que les hommes et les jeunes. L'on observe les mêmes tendances parmi les Belges, mais avec un peu moins d'optimisme

Depuis plusieurs années, les consommateurs de tous les pays font l'expérience d'une réduction de leur pouvoir d'achat et plusieurs pays pensent toujours qu'ils auront moins de pouvoir d'achat à l'avenir. Historiquement, les citoyens de France, d'Italie, de Belgique et de Grèce sont généralement parmi ceux qui sont le plus négatifs quant à leur pouvoir d'achat futur, de même que les personnes âgées. *“Si le pouvoir d'achat baisse en Belgique, nous sommes prêts à dépenser moins pour nos divertissements, en vêtements, en vacances et en produits électroniques. Mais nous sommes très réticents à réduire les budgets de dépenses*

*essentielles comme l'éducation, le logement et les soins de santé,"* commente Charlotte Vanrobaeys, Consumer Business Partner chez Deloitte Belgique.

## Moins de sorties

Pour 2015, le budget prévu pour Noël demeure relativement inchangé par rapport à celui effectivement dépensé l'an dernier, même si les dépenses consacrées aux sorties sont en baisse, surtout en Belgique. Les gens préfèrent en général s'échanger des cadeaux et s'offrir un bon repas à la maison plutôt que sortir avec des amis.

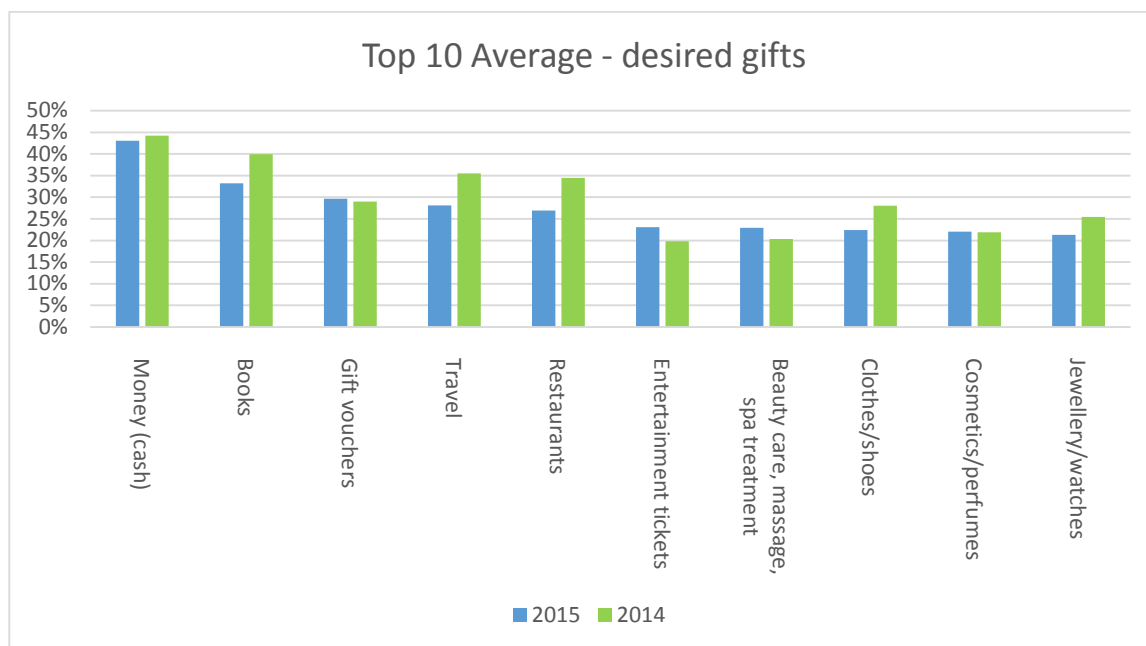
|              | EU                      |                              | Belgique                |                              |
|--------------|-------------------------|------------------------------|-------------------------|------------------------------|
|              | Montant dépensé en 2014 | Evolution attendue pour 2015 | Montant dépensé en 2014 | Evolution attendue pour 2015 |
| Cadeaux      | 276                     | + 0,25%                      | 241                     | + 2,99%                      |
| Alimentation | 172                     | + 3,18%                      | 167                     | + 0,86%                      |
| Sorties      | 65                      | -10,27%                      | 45                      | -29,58%                      |
| <b>Total</b> | <b>513</b>              | <b>-0,28%</b>                | <b>453</b>              | <b>-2,23%</b>                |

En Belgique, la plupart des achats se feront dans les magasins physiques (80% pour les cadeaux, 95% pour l'alimentation). Mais le poids des achats de cadeaux via Internet devraient afficher une hausse de 33% cette année (de 15 à 20%). La plus grande part du budget cadeaux des familles est toujours allouée à ses enfants (31%) devant tout juste la catégorie "autres adultes" (29%).

## Cadeaux préférés: l'argent cash

Quels cadeaux les Européens souhaitent-ils recevoir ? Dans 9 pays sur 13, l'argent arrive en premier lieu. Le top 5 est identique à celui de l'année dernière: argent cash, livres, voyages, vêtements et cosmétiques. Si l'on ne retient que les adultes, le classement est le suivant : livres, chocolat, cosmétiques, vêtements et chèques-cadeaux.

Les préférences des Belges sont quelque peu différentes, comme le montre le tableau ci-dessous.



Charlotte Vanrobaeys fait remarquer qu’il est *“intéressant de noter que les tablettes et smartphones ne figurent plus dans le top 10 cette année; ils ont été remplacés par des tickets pour des divertissements et des produits de soins et de beauté.”*

### Les cadeaux diffèrent selon le sexe et l’âge

Le classement des cadeaux présente certains points communs entre les hommes et les femmes, l’argent et les livres se classant respectivement en première et deuxième positions. En haut de la liste de leurs préférences, les hommes ajoutent également smartphones, tickets pour des divertissements, CD, tablettes et laptops/PCs tandis que les femmes préfèrent les produits de beauté/spa, les cosmétiques et les parfums, les bijoux et les montres, les vêtements et les chaussures ainsi que les accessoires.

Toutes les générations aiment l’argent, les voyages et les chèques-cadeaux. Dans le top 5 des ados, on retrouve l’argent, les jeux, les livres, les CD et les chèques-cadeaux. Les jouets de construction, les jeux, les jouets éducatifs, les livres et les vêtements/chaussures composent le top 5 des enfants.

### Que voulons-nous ? Que recevons-nous ?

Marie-Noëlle Godeau, Consumer Business Partner chez Deloitte Belgique, souligne : *“Il est intéressant de noter que les voyages, les tickets pour les divertissements et les bijoux/montres figurent parmi les cadeaux les plus souhaités mais qu’on ne les retrouve pas sur la liste des cadeaux les plus souvent offerts. Un point qui mérite peut-être réflexion à la veille de nos achats de fin d’année...”*

### Le rush de décembre

La plupart des consommateurs comptent acheter la majorité de leurs cadeaux en décembre: 34% entre le 1<sup>er</sup> et le 15, et 29% entre le 16 et le 24.

En ce qui concerne les cartes et chèques-cadeaux, l'enquête montre que leur valeur moyenne est de €42 en Europe et de €44 en Belgique, ce qui est conforme aux niveaux de 2014.

Le prix est un facteur qui continue à gagner en importance. Les personnes interrogées indiquent qu'elles planifient mieux leurs achats, font moins d'achats impulsifs, achètent des cadeaux moins chers, recherchent surtout des cadeaux utiles et les soldes et les bonnes affaires.

Même si la durabilité est importante pour la plupart des consommateurs, environ 41% d'entre eux estiment que les produits "durables" sont trop onéreux.

### **Le consommateur multi-canal**

Les consommateurs consultent massivement les sites web pour obtenir conseils et idées de cadeaux, trouver des cadeaux et comparer les prix – surtout pour tout ce qui concerne la haute technologie, les loisirs, la technologie verte, les jeux vidéo et les films. Mais la plupart préfèrent se rendre dans un magasin physique s'il s'agit d'articles de mode, de cadeaux pour la maison, de coffrets-cadeaux, de cartes-cadeaux, d'alimentation et de boissons.

Les réseaux sociaux aussi sont devenus un moyen de chercher idées et conseils, grâce au partage plus important d'expériences et aux avis postés sur ces plateformes. La possibilité de commander en ligne dans un magasin physique gagne également en popularité de même que celle de commander en ligne et de venir enlever la commande dans le magasin, ce qui permet aux commerçants d'optimiser la gestion de leurs stocks.

La grande majorité des consommateurs se rend dans un magasin physique pour finaliser ses achats, surtout s'il s'agit d'aliments et de boissons, d'articles de mode, de produits de soins et de beauté, de cadeaux pour la maison et de jouets. Ces cadeaux font appel aux sens (le toucher, l'odorat, le goût, la vue) et le consommateur apprécie l'aide des spécialistes en magasin pour faire le meilleur achat possible. Les achats en ligne concernent principalement les films, la musique, les produits de haute technologie, les jouets, les articles de loisirs et les jeux vidéo.

*“Bien qu'Internet soit de plus en plus utilisé pour l'achat des cadeaux de fin d'année, la Belgique demeure à la traîne par rapport au reste de l'Europe”, déclare Marie-Noëlle Godeau. Les Belges ne comptent dépenser que 20% de leur budget en ligne (15% l'an dernier), contre 37% pour les autres Européens. La même tendance peut être observée dans le commerce mobile: seuls 25% des Belges ont déjà fait des achats via leur smartphone ou leur tablette, contre 41% des consommateurs européens.*

## Loyauté du consommateur

En ce qui concerne les magasins physiques, le Belge est généralement un client fidèle. En effet, si un article n'est pas disponible, 45% iront le chercher ailleurs dans la même chaîne ou demanderont s'il est disponible dans un autre magasin. Le consommateur belge s'attend à être accueilli rapidement et aimablement par les vendeurs/vendeuses (48%) et à recevoir conseils et informations sur les produits (45%).

Lorsqu'on leur demande ce qui pourrait contribuer à améliorer leur expérience de shopping, la plupart des consommateurs européens répondent "des prix plus bas". *"Ils attendent aussi des commerçants qu'ils investissent dans la relation client, améliorent l'intégration des magasins physiques et en ligne, et ajoutent les avantages des magasins physiques aux plateformes en ligne – y compris conseils professionnels, service après-vente, possibilité d'échange et de retour, et paiements sécurisés"*, fait observer Charlotte Vanrobaeys.

## A propos de l'enquête

Le Christmas Survey 2015 est la 18<sup>ème</sup> édition de cette enquête menée par Deloitte ; elle publie des données sur les intentions d'achat des consommateurs européens à l'occasion des fêtes de fin d'année. Cette année, l'enquête a été réalisée dans 14 pays d'Europe occidentale et orientale, ainsi qu'en Afrique du Sud. De larges populations représentatives des consommateurs (14.065 au total) ont été interrogées fin septembre/début octobre afin de se faire une idée des intentions de dépenses en cadeaux, alimentation spéciale et sorties à l'occasion des fêtes. Les répondants étaient âgés de 18 à 65 ans. Les données ont été collectées via Internet, au moyen d'un questionnaire structuré, auprès d'un échantillon d'individus, dans le cadre de panels contrôlés.

## À propos de Deloitte

Deloitte, cabinet d'audit et de conseil de premier plan en Belgique, offre des services à haute valeur ajoutée en matière d'audit, d'expertise comptable, de conseil fiscal et juridique, de financial advisory services et de consultance.

Plus de 3.000 collaborateurs répartis dans 10 bureaux conseillent des entreprises nationales et internationales, des PME ainsi que des institutions publiques et des ASBL. Le chiffre d'affaires pour l'exercice fiscal 2015 s'élève à 390 millions d'euros.

Le cabinet belge fait partie du groupe international Deloitte Touche Tohmatsu Limited, l'un des leaders mondiaux des services professionnels, regroupant plusieurs sociétés membres indépendantes.

Nous concentrons nos efforts sur notre service à la clientèle à travers une stratégie mondiale menée au niveau local dans plus de 150 pays. Fortes d'un capital intellectuel composé de plus de 225.000 personnes dans le monde, nos sociétés membres fournissent des services dans les principaux domaines professionnels couvrant l'audit, la fiscalité, la consultance et le conseil financier. Leurs services, renommés pour leur excellence, ont déjà conquis les décideurs de la plupart des grandes enseignes internationales et nationales, publiques comme privées, et d'organisations prospères en plein essor opérant à l'échelle mondiale. Le groupe Deloitte Touche Tohmatsu Limited a réalisé un chiffre d'affaires de 35.2 milliards de dollars pour l'année fiscale 2015.

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société de droit anglais (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. Pour en savoir plus sur la



Deloitte  
Berkenlaan 8B  
1831 Diegem  
Belgium

Tel. + 32 2 600 60 00  
Fax + 32 2 600 60 01  
[www.deloitte.be](http://www.deloitte.be)

structure légale de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses cabinets membres, consulter  
<http://www.deloitte.com/about>.