

## ETUDE ANNUELLE SUR LES DÉPENSES DE FIN D'ANNÉE

Les premiers résultats de l'étude de Capgemini sur la période des fêtes de fin d'année montrent que **confiance et prudence** vont de pair pour les détaillants et les consommateurs, qui s'attendent à l'**augmentation des achats en ligne**.

**1/3**

des consommateurs n'iront en magasin que s'ils savent ce qu'ils vont acheter



**52%**

des achats seront des biens essentiels



**1/2**

achèteront davantage en ligne



**27%**

des achats seront fait en magasin



**MAIS** la confiance dans les prévisions de ventes a diminué de



**16 points**

(39% en 2020 contre 55% en 2019)

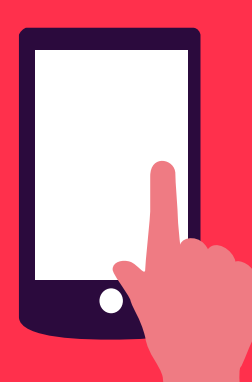
**46%**

des détaillants attendent une augmentation des ventes



**93%**

des détaillants ont amélioré leur offre en ligne



**33%**

proposeront plus de promotions en ligne



**18%**

des achats seront des produits de luxe



**14%**

dépenseront **plus** ce Black Friday, mais

**35%**

dépenseront **moins**



**32%**

planifieront à l'avance ce qu'ils vont acheter



**29%**

ont économisé de l'argent pour les fêtes de fin d'année



Les plus gros acheteurs seront les **MILLENNIALS** et ceux ayant un revenu de

**+70K€**



**RESTEZ CONNECTÉS POUR LA 2ÈME PARTIE DE NOTRE ÉTUDE**

à paraître début Décembre 2020