

Paris, le 3 décembre 2020

**A distance ou en famille, les fêtes de fin d'année seront marquées par le digital,  
la solidarité vis à vis des petits commerces et  
la volonté de terminer l'année sur une note d'optimisme**



*Groupon a réalisé une enquête auprès de 2 000 Français afin d'évaluer leur rapport aux fêtes de fin d'année en période de COVID-19*

- **42% des Français déclarent que 2020 a été la pire année de leur vie**
- **3 Français sur 4 célébreront les fêtes de fin d'année et 3 sur 10 le feront à distance**
- **Positivité ! 52 % sont résolus à rattraper tout ce qu'ils ont manqué en 2020 et 49 % prévoient d'acheter des cadeaux qui pourront être utilisés après la pandémie**
- **41 % déclarent que rien ne les empêchera de faire leurs achats de Noël auprès de petits commerces cette année et 36% les feront davantage en ligne**
- **77% comptent se faire des cadeaux à eux-mêmes, en dépensant en moyenne 206€**
- **7 Français sur 10 pensent que l'optimisme peut se répandre grâce à « l'esprit de Noël »**

**Paris, 3 décembre 2020** - Une étude menée par Groupon et Opinium Research montre que **75% des Français** célébreront les fêtes de fin d'année. Trois sur dix (30 %) le feront à distance, tandis que près de la moitié (45 %) le feront entourés de leur famille et/ou de leurs amis.

Les maîtres-mots des Français pour ce Noël : **plaisir, positivité et partage** ! Après avoir vécu la **pire année de leur vie pour une grande partie d'entre eux (42%)**, les Français misent tout sur les célébrations de cette fin d'année !

71% d'entre eux pensent que l'optimisme peut se répandre grâce à « l'esprit de Noël. »

La distance physique a resserré les liens ! **Plus des deux tiers (69 %) affirment que 2020 leur a permis d'apprécier et de se rapprocher de leurs amis et leur famille** plus que jamais. 53% vont redoubler d'attention afin d'offrir le cadeau parfait cette année particulièrement.

# GROUPON®

Les Français prévoient **de se faire plaisir** : 52 % prennent la résolution de rattraper tout ce qu'ils ont manqué en 2020 et 49 % prévoient d'acheter des cadeaux qui pourront être utilisés après la pandémie. **#positivisme**

## Vers un Noël de proximité et digital

Pendant cette période de Noël, les adultes Français sont nombreux à vouloir être en famille (46 %), être à la maison (40 %) et cuisiner pour leur famille (38 %), ainsi qu'installer les décorations (36 %). **Plus d'un tiers (35 %) sont également impatients d'échanger des cadeaux, ce chiffre passant à 40 % chez les parents d'enfants de moins de 18 ans.**

La tendance cette année tend vers des achats auprès des petits commerces de proximité même si certains freins subsistent encore pour les Français.

**Pour les fêtes de fin d'année, 41 % des Français déclarent que rien ne les empêchera de faire leurs achats auprès de petits commerces.** Trois personnes sur dix (29 %) prévoient de faire davantage d'achats auprès des petits commerces ou d'entreprises indépendantes que l'année dernière.

L'achat en ligne confirme aussi son succès pour la période des fêtes depuis la crise Covid-19 **Plus d'un tiers (36 %) prévoient de faire davantage d'achats en ligne pendant les fêtes de fin d'année que l'année dernière.** 41 % le feront à peu près autant que l'an dernier. Toutefois, les jeunes de 18 à 34 ans sont beaucoup plus nombreux à faire des achats en ligne cette année (52 %).

**Jordan Behem, Country Manager chez Groupon France, déclare :** *"Et si ce Noël était l'occasion pour tous de retrouver le plaisir de partager et de positiver ? Groupon souhaite plus que jamais finir 2020 sur une note positive ! Nous défendons le commerce local depuis notre création. Et pour ces fêtes de fin d'année l'expérience Groupon est plus que jamais en phase avec les aspirations des Français : des expériences locales telles que des dîners dans des restaurants gastronomiques, des sessions modelages dans des spas près de chez vous, des activités surprenantes comme le saut à l'élastique ou conviviales (un laser game en famille?) qui procurent du plaisir dans le quotidien »*

Voici les expériences disponibles sur Groupon spécialement pour Noël [ici](#).

## Entre plaisir d'offrir et plaisir de recevoir, quels sont les cadeaux stars des lettres au Père Noël ?



Une tendance qui se confirme d'année en année! **Plus des trois quarts (77 %) prévoient de s'offrir des cadeaux à eux-mêmes pour les fêtes de fin d'année**, en prévoyant de s'acheter en moyenne 7 cadeaux et de dépenser 206 €.

**Autre tendance: les cadeaux entre amis !** Trois Français sur dix (31%) achèteront également des cadeaux à leurs amis en cette période de Covid-19, les plus populaires étant les activités et les jeux à domicile (16%), les équipements d'entraînement à domicile (9%), les masques pour le visage (8%) et les classes/ateliers virtuels (5%)

Un quart (25 %) des Français prévoient de dépenser moins d'argent en cadeaux cette année. Ils cherchent à acheter des cadeaux pour 6 personnes en moyenne. C'est pour leur conjoint que le choix est le plus difficile pour 26% des Français et le plus facile est pour leurs enfants (33 %).

- Les vêtements/accessoires (40%),
- le parfum/après-rasage (31%)
- et l'électronique (25%) sont les grandes stars des cadeaux de Noël cette année !

Ils coïncident avec les cadeaux que les Français aimeraient le plus recevoir :

- vêtements (20 %),

# GROUPON®

- parfum/après-rasage (17 %),
- électronique ou bijoux (14 % chacun).

Autre conséquence de la COVID: plus des deux tiers (68 %) des parents d'enfants de moins de 18 ans ne prévoient pas d'emmener leur enfant voir le Père Noël cette année, 42 % d'entre eux déclarent que c'est dû aux restrictions de la Covid-19. **Au lieu de cela, trois parents sur dix (29 %) seraient intéressés par une visite virtuelle du Père Noël.**

## Allons faire un tour chez nos voisins Européens... Qui sont les plus optimistes ?

**Les Polonais, champions de l'optimisme ! Ils sont 81% à penser que l'optimisme peut se répandre grâce à « l'esprit de Noël » suivis des Français et des Espagnols à 71%, des Anglais à 57% et des Allemands à 55%, clairement moins optimistes.**

**Paradoxalement, les Allemands sont beaucoup moins nombreux (31%) à considérer 2020 comme la pire année de leur vie ! Ils sont suivis de très près par les Anglais à 36%, puis les Français à 42%, les Polonais à 44%, et les Espagnols qui sont quasiment un sur deux (49%) à avoir vécu la pire année de leur vie. Le pourcentage le plus élevé reste celui des États-Unis où plus de la moitié des personnes interrogées (56%) considère que 2020 fut la pire année de leur vie.**

**La « familia » avant tout ! 80% des Espagnols se sont plus que jamais rapprochés de leur famille et de leurs amis en 2020 – Ex aequo avec les Polonais, suivi des Français à 69% et des Allemands à 64%.**

**Bien que la famille soit un indispensable des vacances de Noël, certains privilégient un Noël à distance comme les Italiens à 71%, suivis par les Espagnols à 46%, les Anglais à 40% et, en fin de classement, les Polonais à 34% et les Français à 30%.**

### Note :

Enquête européenne réalisée du 19 Novembre au 25 novembre par Groupon et Opinium Research auprès d'adultes européens et américains dont 2000 en France, 2000 aux Etats-Unis, 2000 au UK, 2000 en Espagne, 2000 en Allemagne et 2000 en Pologne.

### A propos de Groupon :

Groupon ([www.groupon.com](http://www.groupon.com)) (NASDAQ : GRPN) est la marketplace des expériences locales qui permet de profiter, où que l'on se trouve, du meilleur de sa ville. Grâce à l'application mobile, les services proposés par des entreprises locales (restaurants, centres de beauté ou de loisirs), ainsi qu'une billetterie pour des événements ou des destinations de voyage sont accessibles en temps réel. Véritable source d'inspiration, Groupon permet de découvrir et d'accéder à des expériences de toutes tailles, nouvelles ou familières, qui rendent la vie quotidienne plus divertissante et enrichissante. Groupon aide les entreprises locales à se développer et à renforcer leur relation client, et contribue ainsi à entretenir des communautés fortes et dynamiques. Pour en savoir plus sur les efforts de Groupon en matière de développement communautaire, veuillez consulter le site [community.groupon.com](http://community.groupon.com)

### A propos de l'agence PPR :

L'agence PPR a une vocation dans l'accélération du changement : accompagner et créer de la valeur pour des acteurs historiques qui doivent se réinventer. Avec la capacité de créer des histoires qui ont du sens et de l'impact pour nos clients.

### Contacts presse :

Groupon France – Ingrid de Valbray-Belliard – [idevalbraybelliard@groupon.com](mailto:idevalbraybelliard@groupon.com)  
PPR France – Scandra Haïf – [grouponfrance@pprww.com](mailto:grouponfrance@pprww.com) – 06 71 58 25 78