



## A Noël, l'inflation ne freine pas la frénésie des colis

(AFP) -

Des millions de colis, malgré l'inflation: à quelques jours de Noël, l'activité est à son comble à contre-courant d'une situation économique morose qui ne coupe pas l'envie des Français d'offrir.

A Harnes, près de Lens (Pas-de-Calais), la plateforme Mondial Relay, plus grand "hub" du groupe InPost avec ses 22.500 m<sup>2</sup> d'entrepôts, connaît sa période d'activité la plus intense de l'année, à l'approche des fêtes.

Dans ce site très mécanisé, les colis, certains parfaitement emballés dans des cartons ou pochettes, d'autres aux formes plus baroques, filent à grande vitesse sur des tapis roulants, avant d'être chargés dans des semi-remorques, sur 36 quais d'embarquement.

Pendant ce pic d'activité, la plateforme de Harnes tourne six jours sur sept, de jour comme de nuit, pour expédier les colis vers des points relais et casiers où les clients viendront les retirer.

Cela peut aller jusqu'à "450.000 colis par jour", un seuil qui n'a été atteint qu'une seule fois l'année dernière, explique Quentin Benault, directeur général de Mondial Relay France.

"On ne constate pas du tout une baisse des colis" cette année, poursuit-il, en dépit de la hausse des prix et de la baisse du pouvoir d'achat.

Amazon traite de son côté près de deux fois plus de commandes depuis la semaine du Black Friday fin novembre qu'ordinairement, indique le géant du commerce en ligne.

- Budget en baisse -

La Poste, elle, prévoit d'acheminer près de "106 millions de Colissimo" en ce temps fort commercial, soit "une croissance de l'ordre de 6%" par rapport à l'année dernière, déclare à l'AFP Philippe Dorge, directeur général adjoint du groupe.

L'inflation n'a pourtant pas dit son dernier mot car le budget n'est pas "à la fête", constate Laurent Landel, président du spécialiste du commerce Bonial, qui a publié fin novembre une étude sur les usages et attitudes des consommateurs à l'approche des fêtes.

Celle-ci montre que le budget total prévu par les Français pour leurs achats de Noël est de 426 euros en moyenne cette année, soit 20 euros de moins par rapport à 2022, en raison notamment de la hausse des prix de produits alimentaires ou de l'énergie, explique M. Landel.

"Depuis 2022, environ 60% des gens disent réduire leurs dépenses sur la fin de l'année", constate également Sébastien Camusot, directeur du commerce en ligne chez Havas Market qui a aussi étudié les intentions d'achat pour les fêtes de fin d'année.

Selon lui, les Français cherchent à limiter et à optimiser leurs dépenses en faisant notamment "un repas plus simple" et en anticipant leurs achats "en allant chercher des promotions" comme le Black Friday.

Ainsi, les Français ont l'intention cette année - et malgré l'inflation - d'offrir en moyenne sept cadeaux, soit la même quantité qu'en 2022, remarque M. Landel.

- Seconde main -

Outre le recours aux opérations commerciales, les consommateurs se tournent également vers des enseignes de solderies "plébiscitées" comme Action, CDiscount ou Gifi qui viennent au secours du pouvoir d'achat, constate M. Camusot.

Les produits de seconde main s'invitent aussi sous le sapin, attirant de plus en plus l'intérêt des consommateurs depuis deux ans.

La plateforme de ventes en ligne de vêtements de seconde main Vinted est particulièrement consultée à l'approche des fêtes, observe M. Camusot.

"On a une vraie accélération de fréquentation depuis septembre, avec deux fois plus de visites sur Vinted que sur Zalando", détaille-t-il.

Pour M. Landel, le recours aux bonnes affaires en cette fin d'année 2023 "résume assez bien l'état d'esprit des Français".

"C'est Noël, c'est sacré, on va se faire plaisir, on va faire plaisir autour de soi", explique-t-il. "Mais



malheureusement, on va faire des arbitrages, et le premier, ça va être les prix."

Afp le 15 déc. 23 à 05 03.

