



CHOCOLATS DE FÊTES : LES GRANDES SURFACES AU CŒUR DES ACHATS

Alors que les Français se préparent activement pour les fêtes de fin d'année, les chocolats de Noël s'imposent comme des incontournables. Qu'il s'agisse d'un cadeau à offrir ou d'un plaisir à savourer, ils séduisent par leurs packaging festifs et élégants et par des promotions attractives. Bonial, plateforme dédiée à la recherche des meilleures offres, a sondé ses utilisateurs férus de bons plans sur leurs habitudes et préférences en matière de chocolats de fêtes.

Les chocolats de Noël, une tradition bien ancrée

Les chocolats de Noël font partie intégrante des habitudes d'achat durant cette période propice à la gourmandise, avec **68% des consommateurs qui en achètent toujours pour les fêtes**. Que ce soit pour le plaisir d'offrir ou celui de recevoir, les chocolats de Noël s'inscrivent pleinement dans les traditions.

Les grandes surfaces, le réflexe chocolat à Noël

Parmi les lieux d'achat privilégiés pour les chocolats de Noël, **85% des répondants se tournent vers les grandes surfaces alimentaires**. Les enseignes redoublent d'efforts pour proposer une offre diversifiée, des promotions attractives et des prix adaptés au pouvoir d'achat de tous les budgets. Accessibles, elles centralisent en un seul lieu tous les achats nécessaires pour les fêtes. **28% des consommateurs choisissent de se tourner vers les enseignes spécialisées** (Léonidas, Jeff de Bruges, De Neuville, etc.) Les 9% restants préfèrent explorer d'autres horizons comme les marchés traditionnels ou les achats en ligne.

Promotions et prix : des facteurs clés dans les décisions d'achats

Les promotions jouent un rôle crucial dans les décisions d'achat sur ce type de produits, particulièrement en période de fêtes. En effet, **62%** d'entre eux **consultent systématiquement les offres sur les chocolats** et 23% le font régulièrement. Ces chiffres traduisent l'intérêt des Français à dénicher des offres avantageuses pour allier gourmandise et économies :

“

“Durant les fêtes, les chocolats figurent parmi les produits les plus recherchés sur l'application Bonial, notamment grâce aux nombreuses promotions proposées par les enseignes. Les consommateurs apprécient de pouvoir comparer facilement les offres pour faire le plein de douceurs à offrir ou à partager. ”

Laurent Landel
PRÉSIDENT DE BONIAL



L'enquête révèle que les variations de prix influencent significativement les comportements d'achat. **Une hausse de plus de 10% du prix du chocolat inciterait 43% des consommateurs à revoir leurs achats** et 33% à y réfléchir davantage.

Cette sensibilité souligne l'importance de l'accessibilité prix pour répondre aux attentes des consommateurs et maintenir leur engagement.

Méthodologie

Sondage Bonial réalisé en ligne auprès de 1 038 répondants du 5 au 8 novembre 2024. Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante : "Sondage Bonial" et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 7 69 20 93 87



Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter [notre site internet](#).

117 quai de Valmy, 75010 Paris - France
Bonial is an Axel Springer SE Company