ankorstore

Étude fêtes de fin d'année 2026

Entre arbitrages des Français et inquiétudes des commerçants, les fêtes de fin d'année à l'épreuve des incertitudes économiques.



Sommaire

Édito p. 3

Chiffres clés p. 4

1 Un budget fêtes préservé, mais des arbitrages qui s'imposent

Le budget des fêtes se redresse légèrement p. 6

Des priorités qui font la part belle aux cadeaux p. 7

Les fêtes, un temps fort vital p. 8

Des commerçants inquiets p. 9

Une confiance qui résiste p. 10

2 Le prix, premier arbitre des choix d'achat

Le prix avant tout p. 12

Des circuits d'achat en concurrence p. 13

Le commerce de proximité tient bon p. 14

Un attachement à l'épreuve du prix p. 15

Une baisse de fréquentation multifactorielle p. 16

3 Centres-villes et commerçants se mettent en ordre de marche

Des centres-villes fragilisés p. 18

Ce qui fragilise le commerce indépendant p. 19

Des efforts pour maintenir l'activité p. 20

Des stocks maîtrisés p. 21

Une offre adaptée aux budgets p. 22

Black Friday : la majorité dit non p. 23

Communication et IA p. 24

Méthodologie · p. 25

À propos p. 26

ankorstore

Édito



Grégoire de Tilly
CEO, Ankorstore

Les Français ne renoncent pas à la magie des fêtes de fin d'année, mais ils l'abordent avec davantage de prudence. 41 % font du prix leur premier critère pour choisir où acheter leurs cadeaux, et 55 % des commerçants indépendants anticipent une baisse des dépenses de leurs clients.

Et pourtant, face à ces arbitrages, le commerce indépendant reste combatif.

C'est pour rendre compte de ce moment décisif que nous publions la 4e édition de notre étude sur les fêtes de fin d'année. Elle croise le regard de 2 007 Français interrogés par YouGov et celui de 728 commerçants indépendants en France.

La très légère hausse du budget moyen ne doit pas masquer une réalité : le prix est devenu le principal arbitre des achats.

Face à cette pression, les commerçants font preuve d'agilité en adaptant leur offre, leurs stocks et leur communication, sans renoncer à la valeur de leurs produits ni à l'expérience client unique qu'ils offrent.

Les prochaines semaines seront décisives !

Bonne lecture à toutes et à tous.

ankorstore

› Chiffres clés

478 €

de budget moyen prévu par les Français pour les fêtes

+1,7 % vs 2025

41 %

des Français font du **prix** leur premier critère pour choisir où acheter leurs cadeaux

28 %

des Français prévoient d'acheter leurs cadeaux chez les commerçants indépendants

stable vs 2025

55 %

des commerçants pensent que leurs clients dépenseront moins

+12 pts vs 2025

62 %

des commerçants constatent plus de commerces vacants ou de fermetures autour d'eux

58 %

des commerçants restent confiants pour leur chiffre d'affaires de fin d'année

-1 pt vs 2025

27 %

des commerçants achèteront moins de stock que l'an dernier

+13 pts vs 2025

61 %

des commerçants ne participent jamais au Black Friday

ankorstore



Partie 1

UN BUDGET FÊTES PRÉSERVÉ

mais des arbitrages qui s'imposent

ankorstore

Le budget des fêtes se redresse légèrement

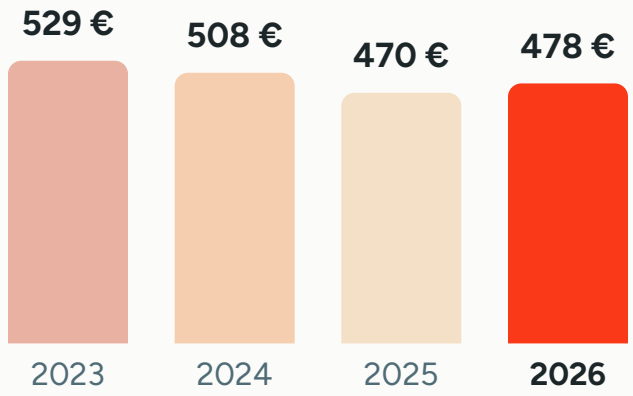
Après deux années de baisse, les Français prévoient de dépenser un peu plus pour Noël, **sans retrouver le niveau de 2023**.

478 €

de budget moyen prévu pour les fêtes (cadeaux, repas, tenues, décoration)

+1,7 % vs 2025

Évolution du budget moyen



45 %

des 25-34 ans prévoient un budget supérieur à 500 €

Des écarts régionaux marqués

636 € en Île-de-France

380 € en Bourgogne-Franche-Comté

soit 256 € d'écart

ankorstore

Des priorités qui font la part belle aux cadeaux

Les cadeaux restent le premier poste de dépense, mais **reculent au profit des repas**.

53 %

des Français placent les **cadeaux** en tête de leur budget

-6 pts vs 2025

Mais des priorités qui varient selon l'âge

35 % des 55 ans et + : repas en tête

12 % des 18-24 ans : tenues en tête

Poste de dépense placé en n°1 pour les fêtes

Cadeaux	**53 %**	(59 % en 2025)
Repas et boissons	**26 %**	(24 % en 2025)
Décorations	**4 %**	(5 % en 2025)
Tenues et accessoires	**3 %**	(3 % en 2025)
Arts de la table	**2 %**	(2 % en 2025)



Les fêtes, un temps fort vital pour les commerçants

Pour une majorité de commerces indépendants, **la fin d'année conditionne l'année entière**.

78 %

des commerçants classent les fêtes de fin d'année comme leur premier temps fort commercial

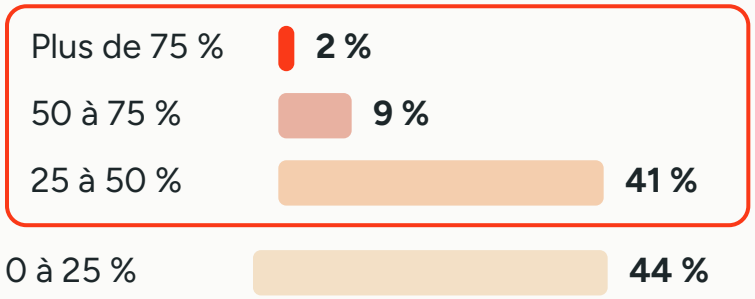
Les autres temps forts cités en n°1

Saison estivale	**15 %**
Saint-Valentin	**2 %**
Pâques	**2 %**
Fête des mères	**1 %**
Fête des pères	**1 %**

52 %

y réalisent au moins un quart de leur CA annuel, dont **11 %** au moins la moitié

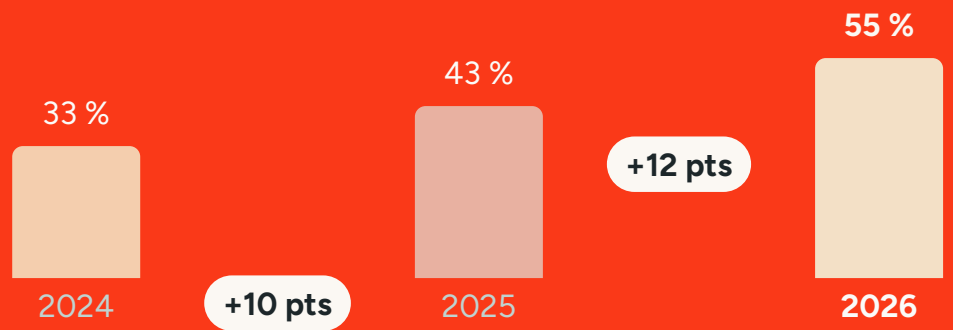
Part du chiffre d'affaires annuel réalisée pendant les fêtes



ankorstore

Si le budget des Français se maintient, l'inquiétude grimpe chez les commerçants depuis trois ans.

55 % des commerçants pensent que leurs clients dépenseront moins que l'an dernier



60 % **+3 pts vs 2025 (57 %)**

placent la baisse du pouvoir d'achat en tête des difficultés attendues pour la saison

Les autres difficultés citées en premier

Concurrence des géants de la distribution et du e-commerce : **16 %**

Baisse de la fréquentation : **13 %**

Hausse des coûts fournisseurs : **9 %**

ankorstore

Une confiance qui résiste malgré les incertitudes

58 % des commerçants sont confiants pour leur chiffre d'affaires de fin d'année

-1 pt vs 2025 | -8 pts vs 2024

Focus région

Le plus confiant
67 %
Grand Est

Le moins confiant
52 %
Occitanie

Focus métier

Le plus confiant
66 %
Cavistes

Le moins confiant
53 %
Épiceries fines





Partie 2

LE PRIX

premier arbitre des choix d'achat

ankorstore

Le prix avant tout

Pour choisir où acheter leurs cadeaux, les Français regardent d'abord **le prix**, loin devant tout autre critère.

41 %

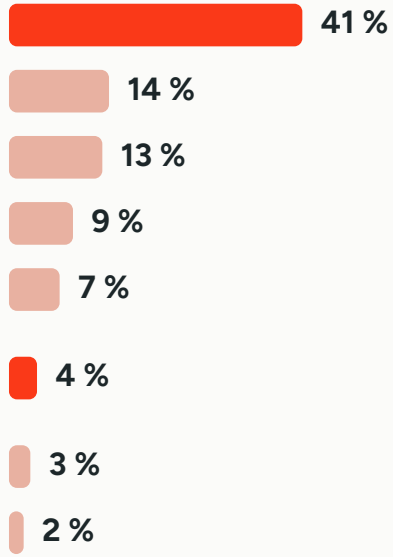
des Français font du prix leur premier critère

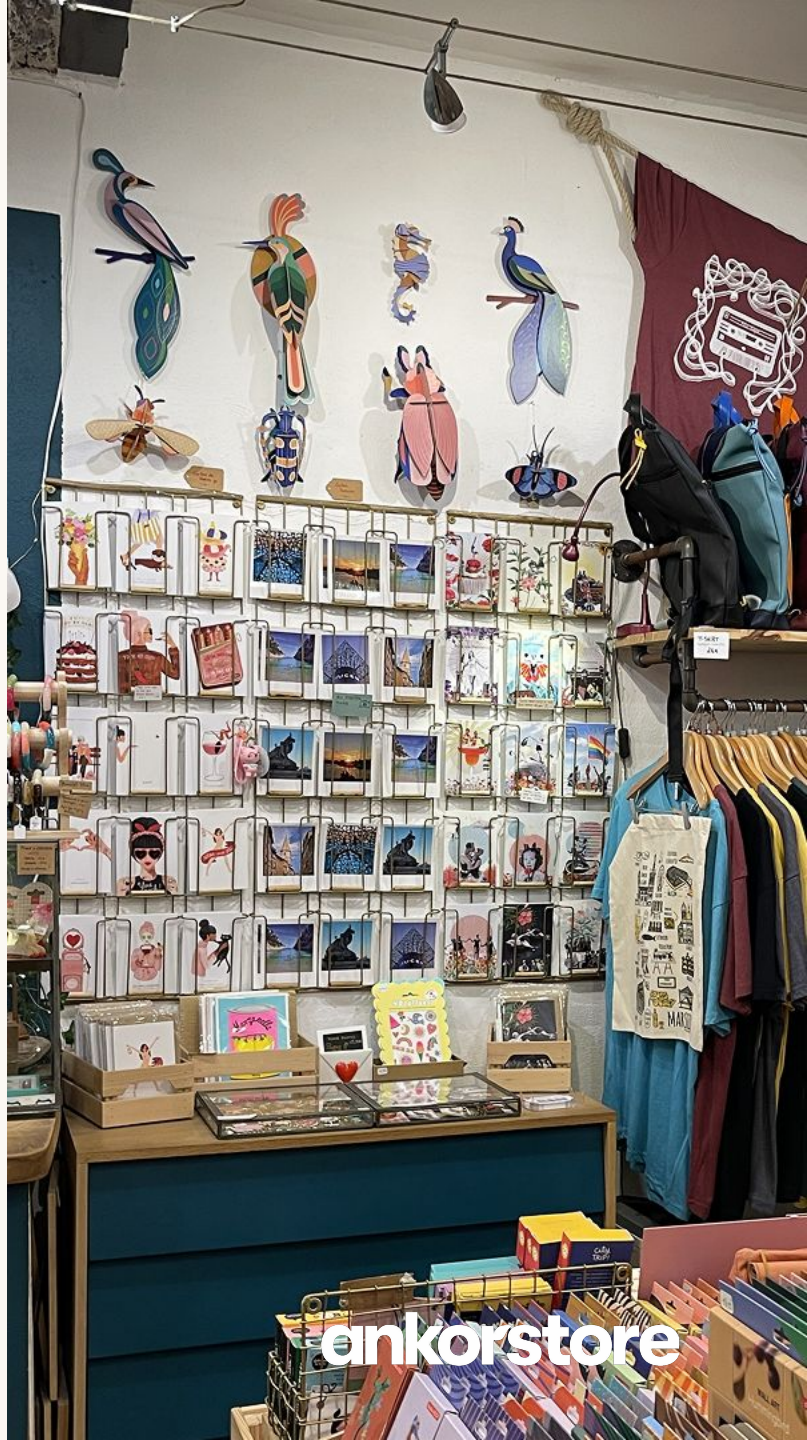
Critère qui varie en fonction de la taille de la commune

47 % moins de 20 000 habitants

35 % plus de 100 000 habitants

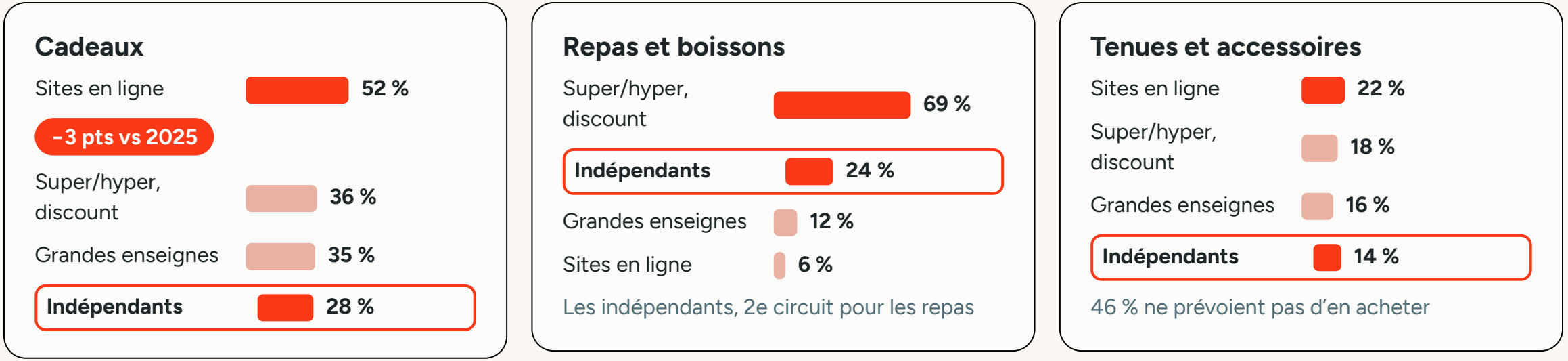
Principal critère pour choisir où acheter ses cadeaux





Des circuits d'achat en concurrence

Pour les cadeaux, les sites marchands restent en tête mais **reculent de 3 points** sur un an.



ankorstore

Le commerce de proximité tient bon

Malgré la concurrence, **leur place ne recule pas**.

28 %

des Français prévoient d'acheter leurs cadeaux chez les indépendants

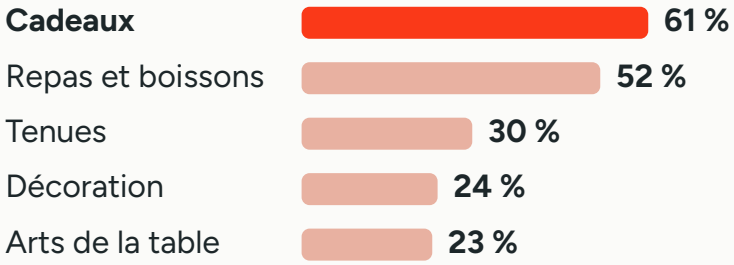
stable vs 2025

Au-dessus de la moyenne

- **38 %** Occitanie
- **37 %** Grand Est
- **36 %** CSP+
- **31 %** 55 ans et +

Ce qu'ils y achèteront pour les fêtes

Parmi les Français qui iront chez les indépendants



24 %

des Français achèteront leurs **repas et boissons de fêtes** chez les indépendants, 2e lieu d'achat après les super et hypermarchés (69 %)

ankorstore

Un attachement à l'épreuve du prix

Les Français sont attachés à leurs commerces, mais **peu en font une priorité d'achat** quand le budget se resserre.

Cette année, chez les commerces indépendants, les Français achèteront…

17 %
autant que l'an dernier

21 %
moins de cadeaux, dont 15 % plus du tout

5 %
davantage, nouveaux clients compris

34 % ne savent pas encore : autant de clients à convaincre d'ici Noël !

4 %
seulement font du soutien aux petits commerces leur premier critère pour choisir où acheter leurs cadeaux

Les plus jeunes sont les plus nombreux à se détourner
Part qui y ont acheté des cadeaux l'an dernier mais ne le feront pas cette année

26 % des 18-24 ans

22 % des 25-34 ans

ankorstore

Une baisse de fréquentation multifactorielle

Quand ils achètent moins chez les indépendants, c'est d'abord **parce qu'ils dépensent moins**.

61 %

de ceux qui achèteront moins chez les indépendants l'expliquent par une baisse de leur budget cadeaux en général

Les autres raisons citées

Prix plus attractifs ailleurs	**23 %**
Praticité du web et des enseignes	**16 %**
Plus de choix ailleurs	**13 %**
Moins de commerces accessibles	**8 %**
Envie de varier les circuits	**8 %**





Partie 3

CENTRES-VILLES ET COMMERÇANTS

tiennent bon et se mettent en ordre de marche

ankorstore

Des centres-villes fragilisés par les fermetures

Les commerçants abordent les fêtes dans un environnement **qu'ils jugent fragilisé**.

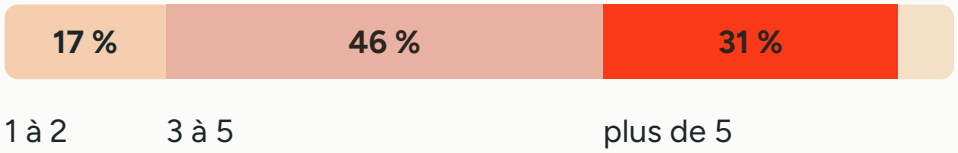
62 %

constatent plus de commerces vacants ou de fermetures dans leur quartier depuis un an

dont **25 %** « très nettement »

76 % d'entre eux ont vu disparaître **au moins 3 boutiques** en un an

Nombre de boutiques disparues autour d'eux

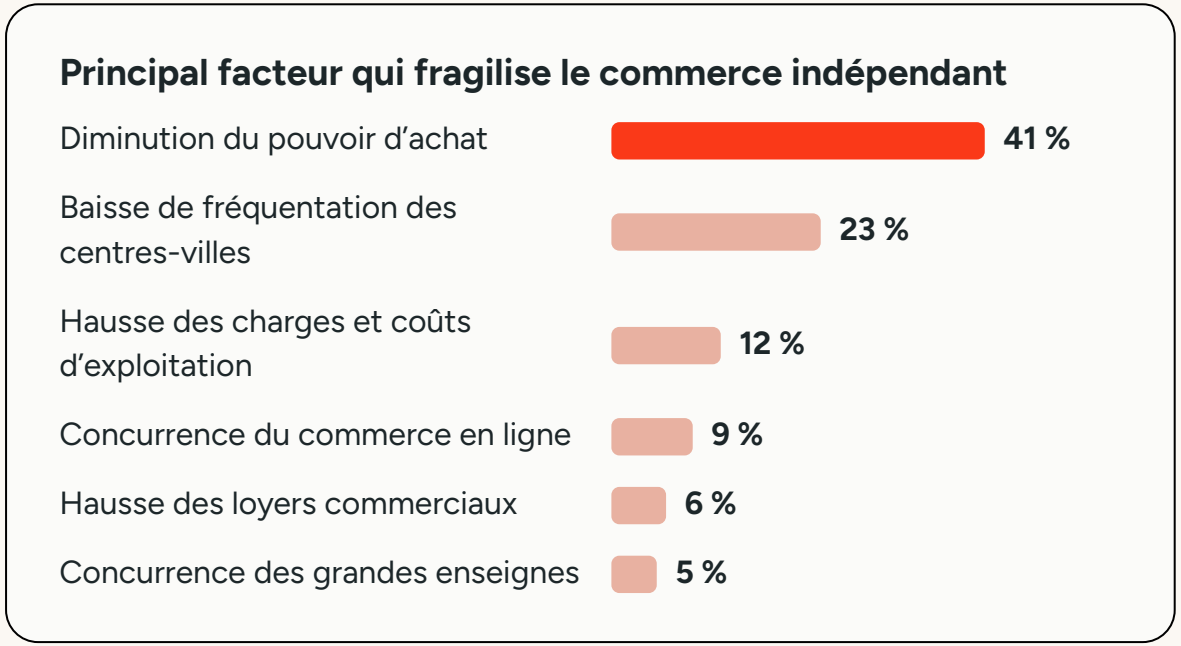




Pour les commerçants, la menace numéro un n'est pas la concurrence mais le pouvoir d'achat de leurs clients.

41 %

citent la diminution du pouvoir d'achat comme principal facteur de fragilité



ankorstore

Des efforts pour maintenir l'activité

Les commerçants **s'adaptent sans brader** : peu touchent à leurs prix, beaucoup donnent de leur temps.

73 %

ouvriront leur boutique le dimanche pendant les fêtes

dont **55 %** tous les dimanches autorisés

Face à la hausse des coûts, ils prévoient de…

Limiter le stock	70 %
Marques plus abordables	59 %
Amplifier la communication	53 %
Baisser leur rémunération	19 %
Baisser les prix (volume)	14 %
Augmenter les prix (marges)	12 %
Aucune action	6 %

Plusieurs réponses possibles



Des stocks maîtrisés

La prudence est mère de sûreté : **désormais, plus de commerçants réduisent leurs achats** qu'ils ne les augmentent.

70 %

limitent leur stock et misent sur le réassort de dernière minute

stable vs 2025 · +7 pts vs 2024

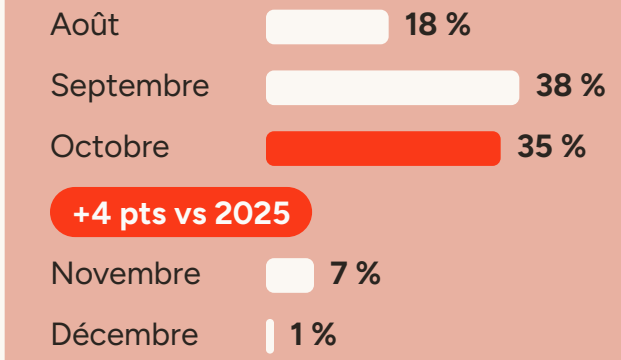
Quantités achetées pour les fêtes

27 %
moins que l'an dernier
+13 pts

11 %
plus que l'an dernier
-8 pts

30 % achèteront autant, 30 % ne savent pas encore (37 % en 2025).

Début du sourcing



ankorstore

Une offre bâtie sur des valeurs sûres

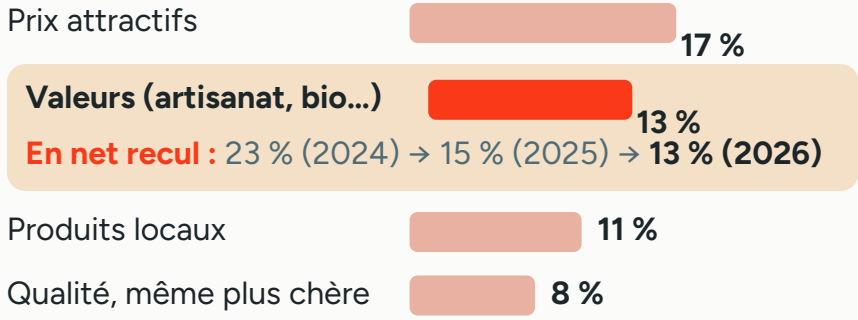
Pour leur assortiment de fêtes, les commerçants misent sur **des produits qui ont fait leurs preuves**.

49 %

choisissent d'abord des best-sellers connus pour construire leur assortiment

44 %	46 %	**49 %**
2024	2025	**2026**

Les autres critères n°1





Black Friday : la majorité dit non

Les commerçants indépendants refusent de **brader leurs produits** et préfèrent miser sur la valeur de leur offre.

61 %

ne participent jamais au Black Friday

et 8 % font l'impasse cette année

Pourquoi ils n'y participent pas

47 % ne veulent pas brader ni dévaloriser leur offre

37 % leurs clients ne l'attendent pas

37 % c'est contraire à leurs valeurs

33 % leurs marges ne le permettent pas

28 % ne peuvent pas rivaliser avec les grandes enseignes

Parmi les commerçants qui n'y participent pas

20 % y participent

7 % par choix

8 % face à la concurrence

6 % pour écouler les stocks

Parmi eux, **29 %** estiment qu'il cannibalise les ventes de Noël

Communication renforcée, avec l'IA en appui

Pour attirer les clients, les commerçants **se font entendre**, et l'IA commence à les y aider.

53 %

vont intensifier leur communication (réseaux sociaux, flyers…)

52 % en 2025

28 % utilisent l'IA pour construire leur assortiment (9 % régulièrement), et **17 %** l'envisagent

Usage principal, parmi les utilisateurs :





Méthodologie

L'étude Ankorstore sur les fêtes de fin d'année croise deux enquêtes :

Volet commerçants

728

commerçants indépendants en France, membres d'Ankorstore

Questionnaire en ligne auto-administré, du 4 septembre au 9 octobre 2026

Volet consommateurs

2 007

Français de 18 ans et plus, échantillon représentatif

Sondage en ligne YouGov France pour Ankorstore, du 9 au 13 octobre 2026

Comparaisons : vague du 13 au 15 octobre 2025 (2 019)



Ce rapport a été co-construit et mis en page avec l'aide de l'intelligence artificielle.

À propos

ankorstore

Fondée en 2019, Ankorstore est une place de marché professionnelle française qui connecte plus de 300 000 commerçants à 30 000 marques à travers 30 pays en Europe. Véritable solution B2B, Ankorstore fournit des outils technologiques, financiers et logistiques aux acteurs du commerce indépendant pour accompagner le développement de leur activité.

Parmi les avantages pour les commerçants :

- Accès à 30 000 marques multi-catégories à travers l'Europe
- Les mêmes prix qu'en direct auprès des marques
- Paiement différé jusqu'à 90 jours pour tous
- Minimums de commande et franco bas, fixés par chaque marque

Pour en savoir plus : www.ankorstore.com

YouGov

Le volet consommateurs de cette étude a été réalisé par YouGov France, en ligne, à partir de son panel propriétaire de 460 000 personnes en France. Les réponses sont pondérées pour obtenir un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Toutes les données consommateurs présentées dans ce rapport sont de YouGov France, sauf mention contraire. Les résultats calculés sur moins de 50 répondants ne sont pas présentés.


ankorstore
Des questions :
press.fr@ankorstore.com