

“opinionway pour **Sofinscope**
LE BAROMÈTRE QUI VOUS DONNE UN TEMPS D'AVANCE
SUR LA CONSOMMATION

Le retour de la magie de Noël : comment ne pas se mettre dans le rouge pour le Père Noël ?

Les Français et le budget Fêtes de fin d'année – Vague 3

Octobre 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1 044 personnes, représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 2 au 3 octobre 2024**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour SOFINCO »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18 à 24 ans	10%
	25 à 34 ans	15%
	35 à 49 ans	24%
	50 à 64 ans	24%
	65 et plus	26%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



Les résultats



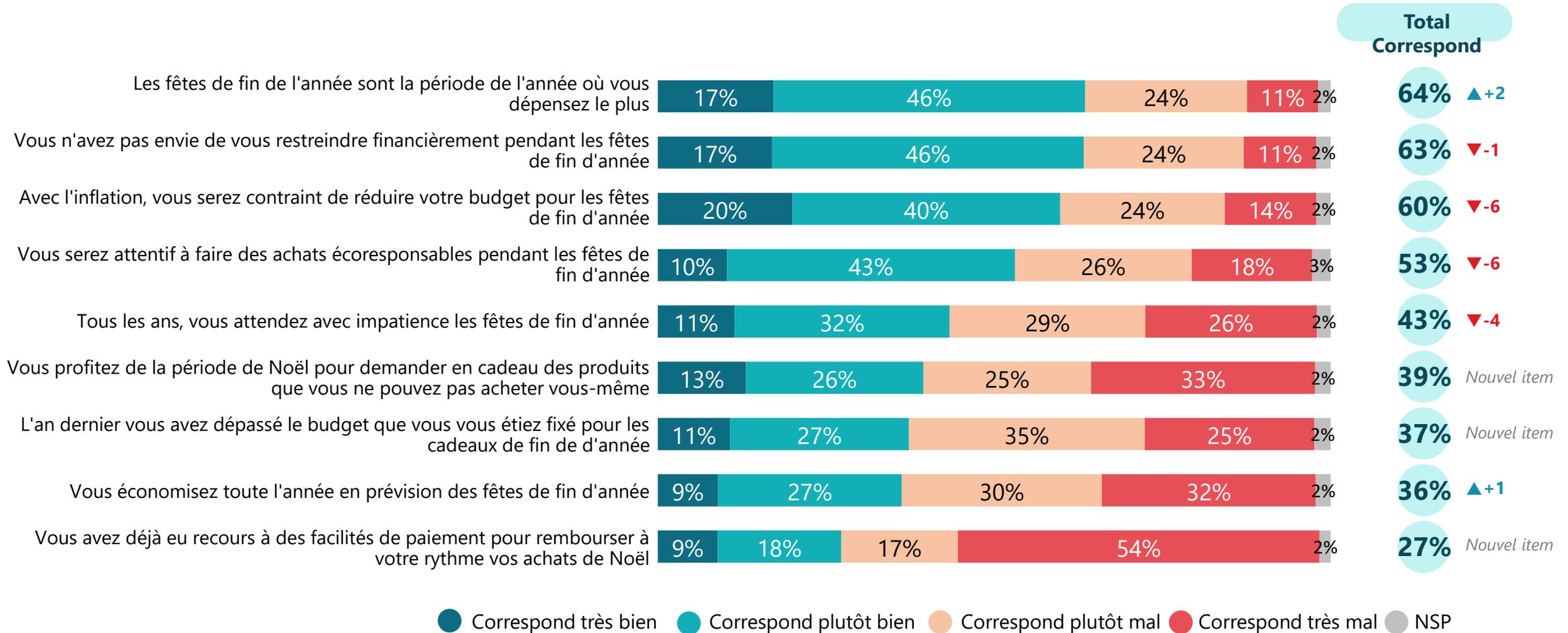


Le rapport des Français aux fêtes de fin d'année

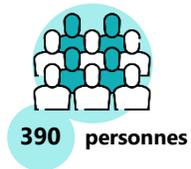


1044 personnes

Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle ou non à votre situation concernant les fêtes de fin d'année ?



“ Le montant supplémentaire dépensé pour les cadeaux l’an dernier



Q. L’an dernier, de quel montant environ avez-vous dépassé le budget que vous vous étiez fixé pour les cadeaux de fin d’année ?

Question posée uniquement à ceux ayant dépassé leur budget cadeaux l’an dernier, soit 37% de l’échantillon.

Question ouverte numérique, réponses spontanées

Nouvelle question

37%

ont dépassé le budget qu’ils s’étaient fixé pour les cadeaux de fin d’année l’an dernier



290€

Le montant supplémentaire dépensé pour les cadeaux



428 € Les foyers gagnant 3500€ et plus par mois

396 € Les Français âgés de 65 ans et plus

339 € Les Français qui ont des enfants

193 € Les foyers gagnant moins de 2000€ par mois

193 € Les Français qui n’ont pas d’enfants

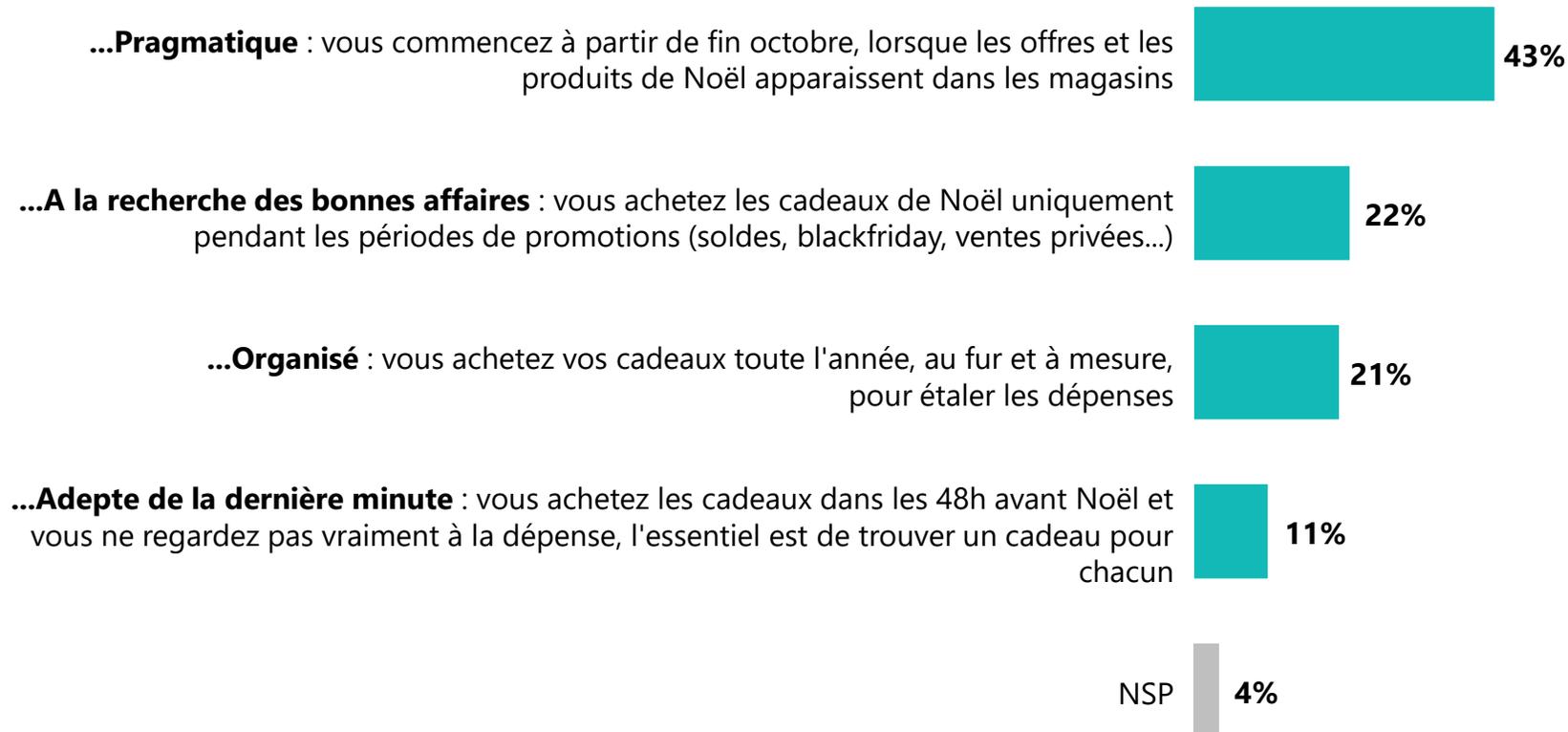




L'organisation des achats des cadeaux de Noël



Q. Pour l'achat des cadeaux de Noël, vous diriez que vous êtes plutôt... :
Nouvelle question



Le budget consacré aux cadeaux pour les fêtes de fin d'année



Q. Cette année, quel budget allez-vous consacrer à vos cadeaux pour les fêtes de fin d'année ?

Question ouverte numérique, réponses spontanées



611 € Les foyers gagnant 3 500 euros par mois et plus

533 € Les Français âgés de 65 ans et plus

456 € Les Français qui vivent en couple

376 € Les Français qui ont des enfants

310 € Les Français issus des catégories populaires

288 € Les Français vivant seuls

236 € Les foyers gagnant moins de 2 000 euros par mois



211 € Les Français âgés de 18 à 24 ans

Le budget consacré aux cadeaux pour les fêtes de fin d'année



Q. Cette année, quel budget allez-vous consacrer à vos cadeaux pour les fêtes de fin d'année ?
Question ouverte numérique, réponses spontanées



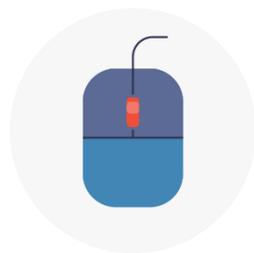


Le canal principal d'acquisition des cadeaux

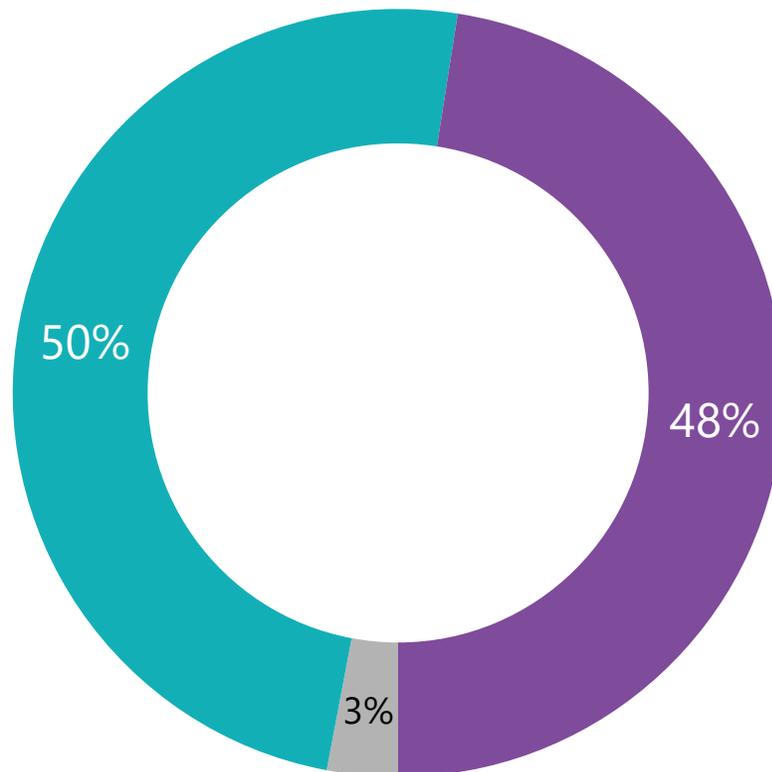


Q. Pour vos cadeaux de Noël, avez-vous l'intention de réaliser la plupart de vos achats... ?

Nouvelle question



Sur Internet



En magasin

NSP

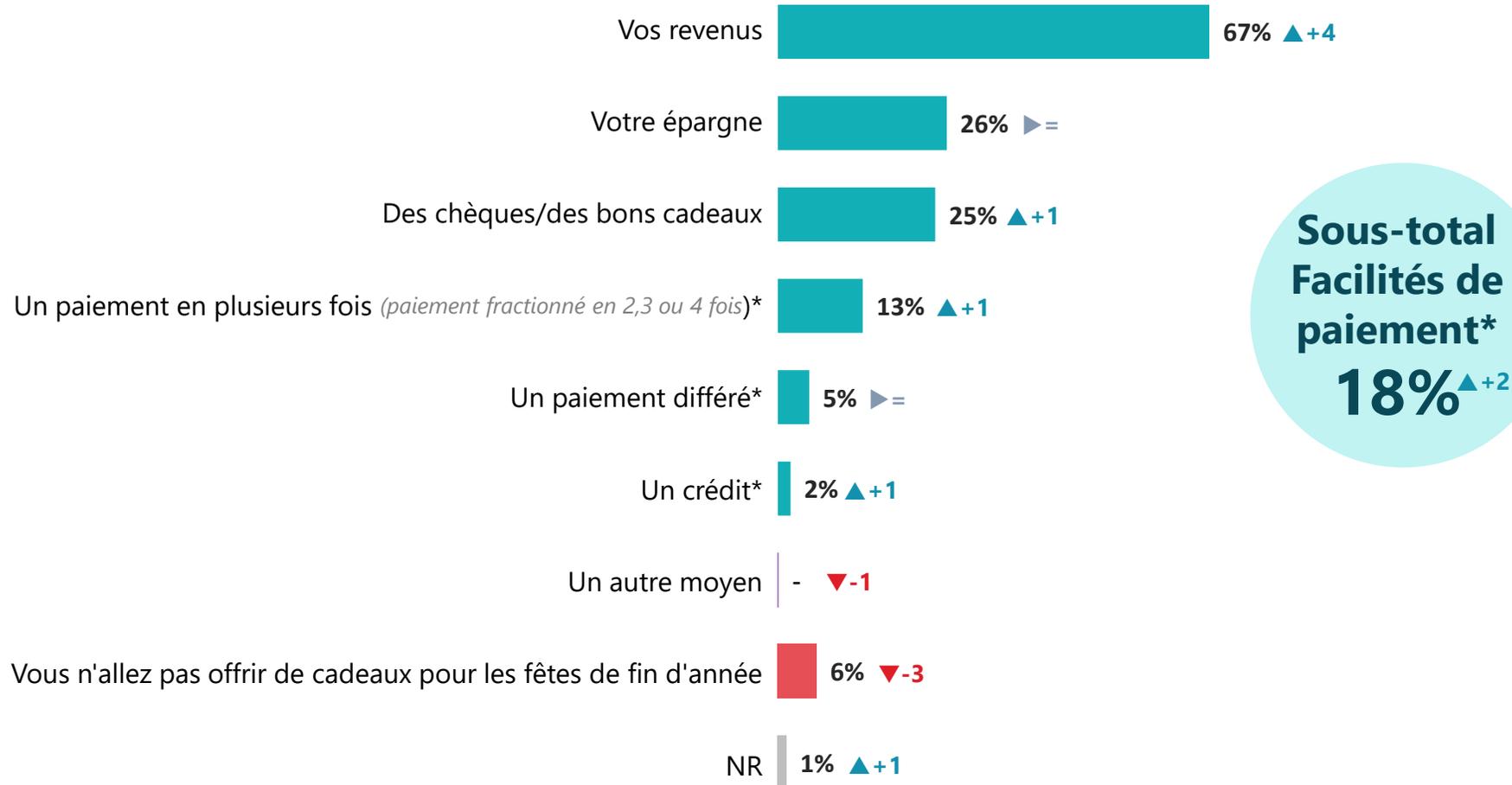


Les moyens de financement des cadeaux



1044 personnes

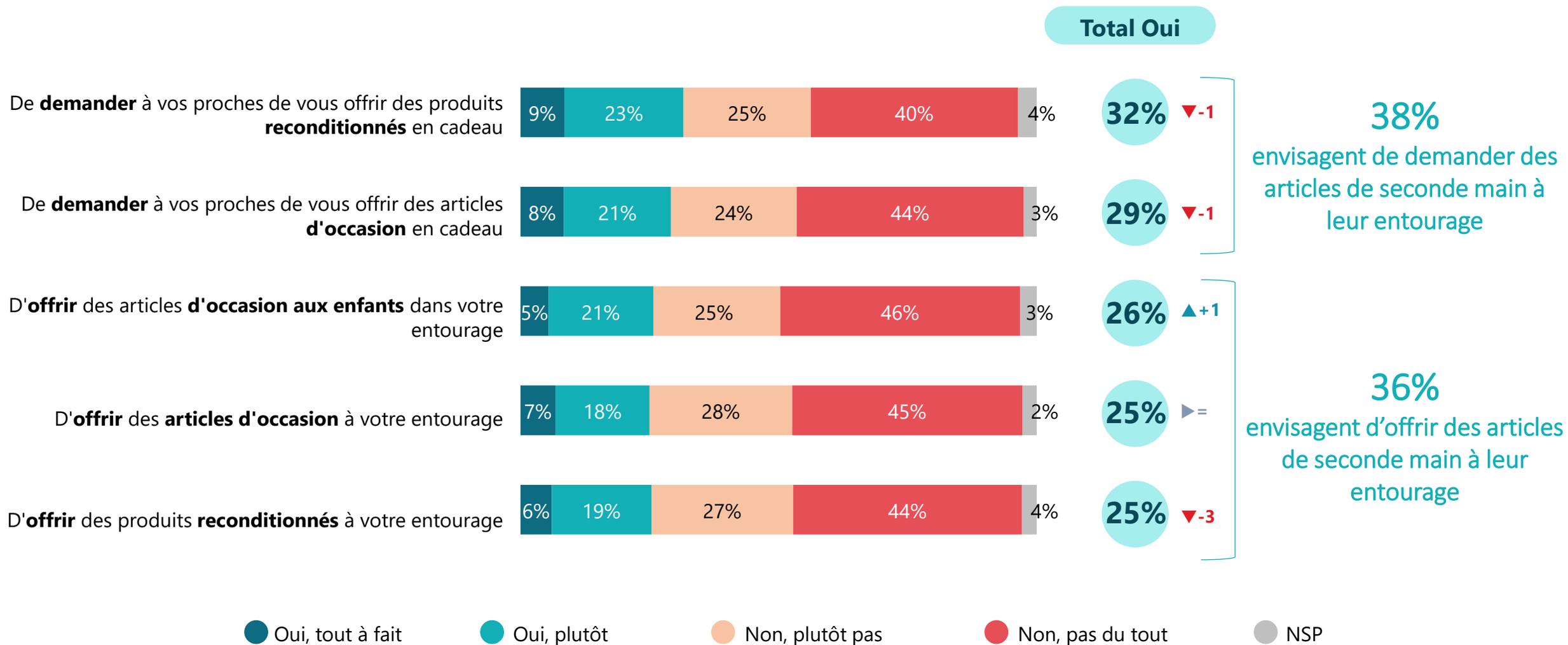
Q. Par quels moyens avez-vous ou allez-vous financer vos achats de cadeaux pour les fêtes de fin d'année ?
Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



L'intérêt pour les cadeaux de seconde main lors des fêtes de fin d'année



Q. Cette année, pour les fêtes de fin d'année, envisagez-vous... ?



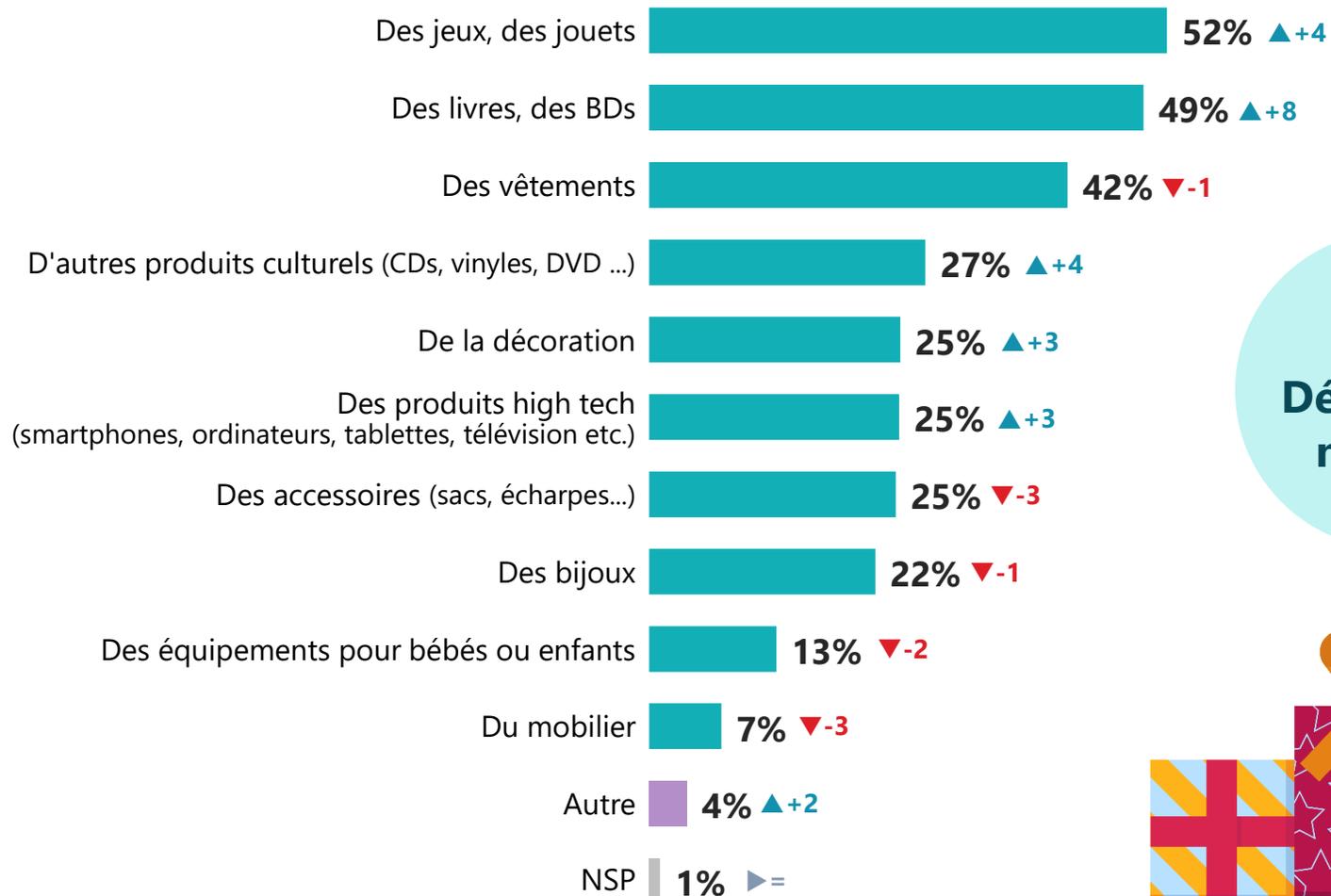
Les types de produits d'occasion envisagés en cadeau à Noël

332 personnes

Q. Quels produits d'occasion (hors produits reconditionnés) envisagez-vous d'offrir à Noël ?

Question posée uniquement à ceux qui envisagent d'offrir des cadeaux d'occasion (hors produits reconditionnés), soit 32% de l'échantillon.

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



55% ▲+3

Culture

(livres, BDs, autres produits culturels)

59% ▼-6

Mode

(Vêtements, accessoires, bijoux)

30% ▶=
Décoration, mobilier



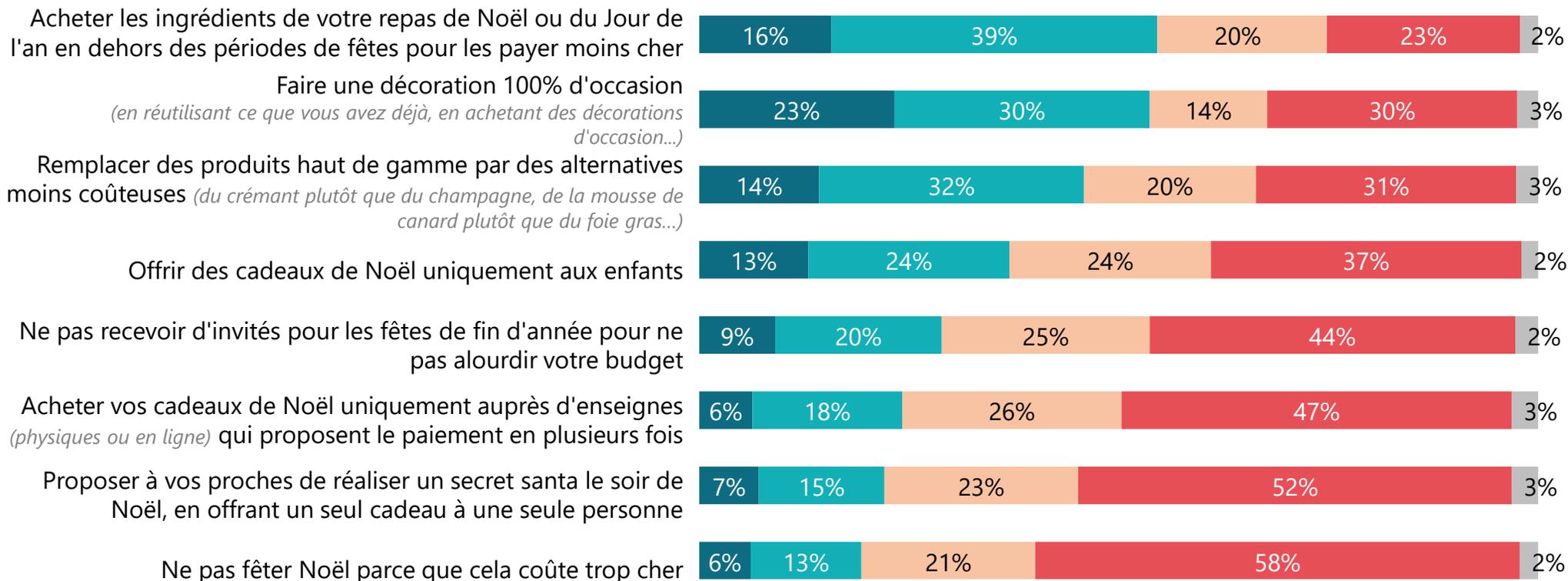
▼ / ▲ Evolutions par rapport à la vague novembre 2023

Les arbitrages envisagés pour les fêtes de fin d'année



Q. Cette année, pour les fêtes de fin d'année, envisagez-vous... ?

Total Oui



55% ▼-5

54% *Nouvel item*

46% ▼-4

37% ▶=

29% ▼-5

24% ▼-4

22% *Nouvel item*

19% ▼-1

● Oui, tout à fait ● Oui, plutôt ● Non, plutôt pas ● Non, pas du tout ● NSP



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Eléonore Quarré

Responsable des études Société - Pôle opinion
equarre@opinion-way.com

Jessie Marius

Directrice d'études- Pôle opinion
jmarius@opinion-way.com

Léa Boutonnet

Chargée d'études - Pôle opinion
lboutonnet@opinion-way.com