

“opinionway pour **amazon**

Jouets, Black Friday et Noël *Entre économies et magie des fêtes*

Novembre 2024



ESOMAR²⁴
Corporate



La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1 049 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 16 au 17 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 : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



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

« Sondage OpinionWay pour Amazon »

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 | 27% |



| | 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% |



Inflation : les Français peinent à sortir la tête de l'eau à l'approche des fêtes

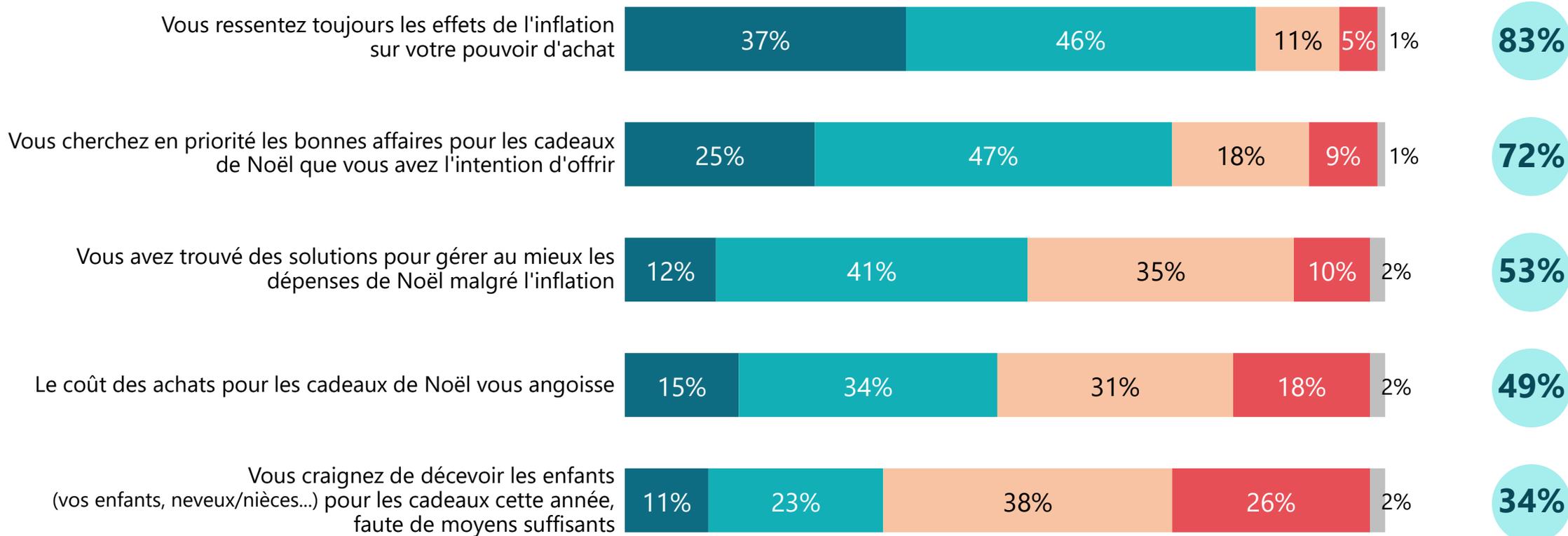


“ La question du pouvoir d'achat à l'approche des fêtes



Q. Diriez-vous aujourd'hui que... ?

Oui



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



La question du pouvoir d'achat à l'approche des fêtes



Q. Diriez-vous aujourd'hui que... ?

| | % Oui | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|--|------------|-------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|--------|-------|---------|----------------------|-------------------|----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental | Sans enfant |
| Vous ressentez toujours les effets de l'inflation sur votre pouvoir d'achat | 83% | 76% | 89% | 75% | 87% | 90% | 83% | 77% | 85% | 85% | 80% | 91% | 90% | 93% | 80% |
| Vous cherchez en priorité les bonnes affaires pour les cadeaux de Noël que vous avez l'intention d'offrir | 72% | 67% | 77% | 68% | 78% | 80% | 70% | 65% | 76% | 77% | 66% | 82% | 82% | 79% | 68% |
| Vous avez trouvé des solutions pour gérer au mieux les dépenses de Noël malgré l'inflation | 53% | 54% | 52% | 55% | 56% | 50% | 51% | 56% | 53% | 52% | 54% | 57% | 60% | 47% | 51% |
| Le coût des achats pour les cadeaux de Noël vous angoisse | 49% | 42% | 55% | 60% | 60% | 54% | 48% | 35% | 51% | 56% | 42% | 60% | 60% | 63% | 44% |
| Vous craignez de décevoir les enfants (vos enfants, neveux/nièces...) pour les cadeaux cette année, faute de moyens suffisants | 34% | 28% | 39% | 47% | 48% | 38% | 28% | 23% | 35% | 39% | 30% | 49% | 46% | 64% | 27% |



Les situations les plus appréhendées pendant les fêtes

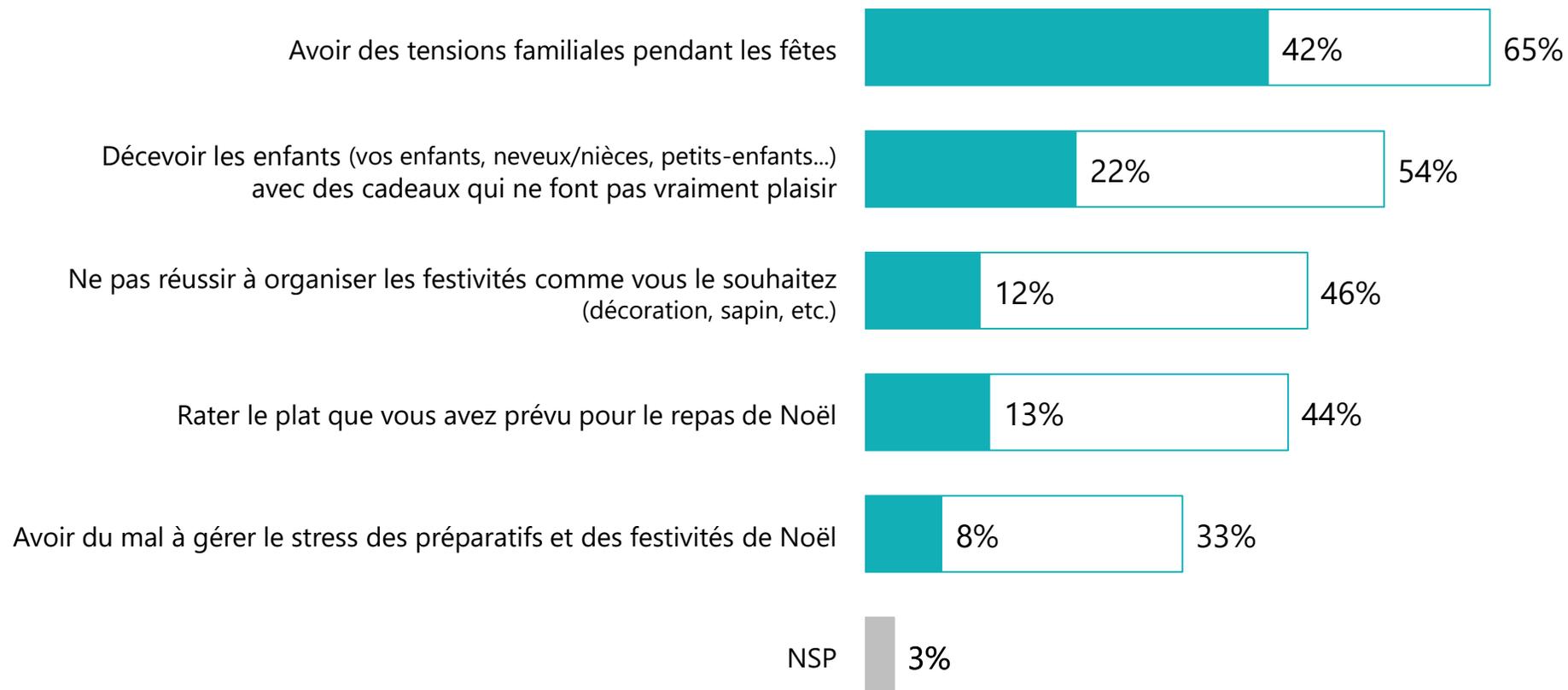


Q. Quelle serait la pire situation à Noël pour vous ?

En premier ? En deuxième ? En troisième ?

Jusqu'à trois réponses possibles – Total supérieur à 100%

En premier Au total





Les situations les plus appréhendées pendant les fêtes



Q. Quelle serait la pire situation à Noël pour vous ?

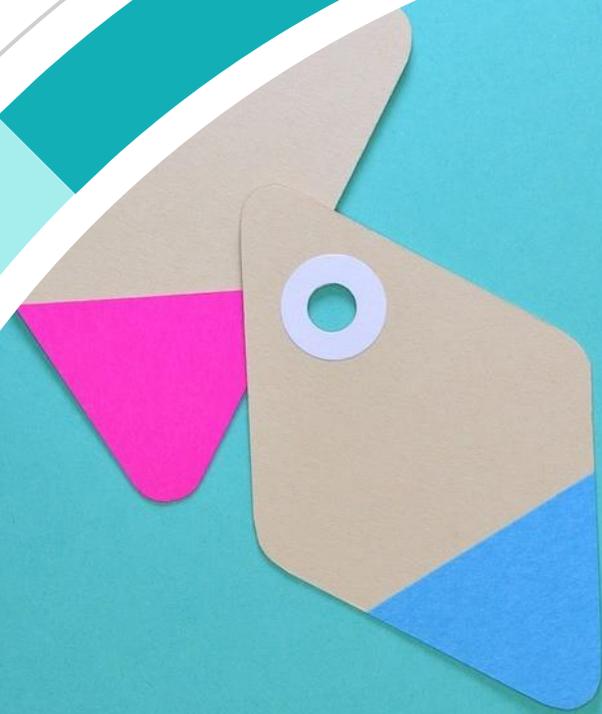
En première ? En deuxième ? En troisième ?

Jusqu'à trois réponses possibles – Total supérieur à 100%

| | % Au total | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|---|------------|-------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|--------|-------|---------|----------------------|-------------------|----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental | Sans enfant |
| Avoir des tensions familiales pendant les fêtes | 65% | 68% | 63% | 67% | 62% | 67% | 67% | 64% | 69% | 65% | 64% | 66% | 67% | 62% | 65% |
| Décevoir les enfants avec des cadeaux qui ne font pas vraiment plaisir | 54% | 52% | 55% | 50% | 54% | 56% | 53% | 54% | 50% | 57% | 55% | 65% | 62% | 80% | 49% |
| Ne pas réussir à organiser les festivités comme vous le souhaitez (décoration, sapin, etc.) | 46% | 46% | 46% | 30% | 50% | 48% | 43% | 50% | 47% | 45% | 46% | 45% | 43% | 51% | 46% |
| Rater le plat que vous avez prévu pour le repas de Noël | 44% | 45% | 43% | 42% | 46% | 46% | 47% | 39% | 44% | 45% | 43% | 43% | 46% | 28% | 45% |
| Avoir du mal à gérer le stress des préparatifs et des festivités de Noël | 33% | 29% | 35% | 28% | 37% | 32% | 31% | 35% | 35% | 31% | 32% | 30% | 28% | 39% | 34% |



**Le Black Friday, une
opportunité intéressante
pour ses achats de
cadeaux**





L'intérêt d'acheter ses cadeaux de Noël lors du Black Friday

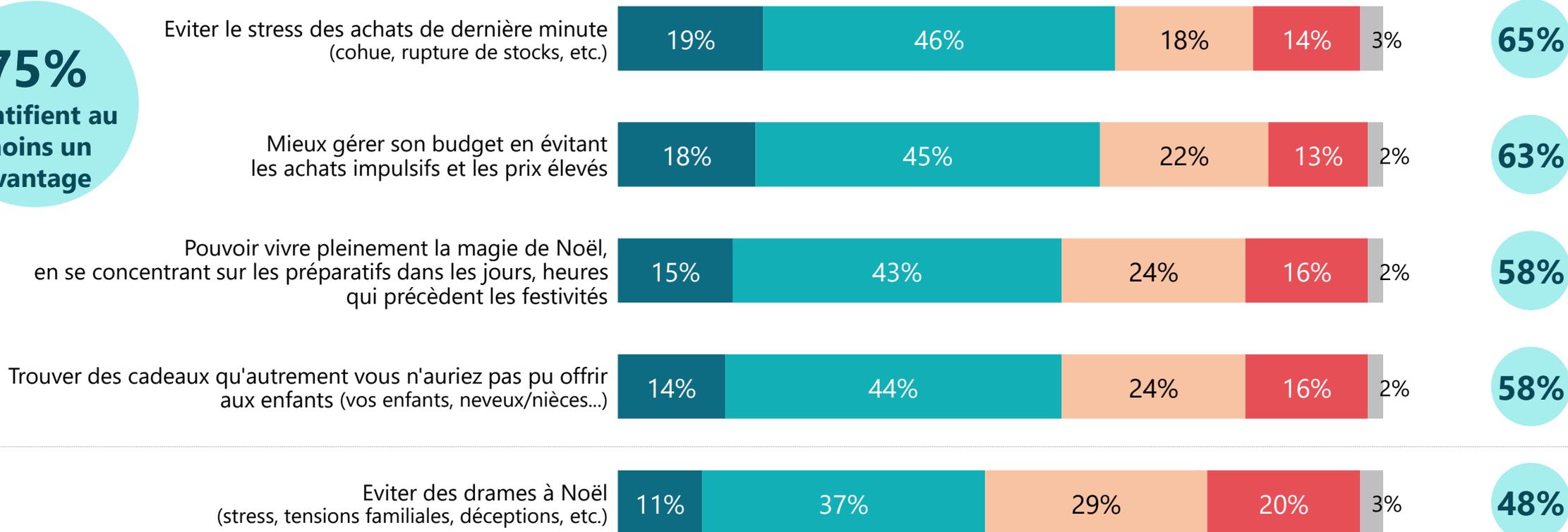


1049 personnes

Q. Trouvez-vous qu'acheter ses cadeaux de Noël lors du Black Friday permet de... ?

75%
identifient au moins un avantage

Oui



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



L'intérêt d'acheter ses cadeaux de Noël lors du Black Friday



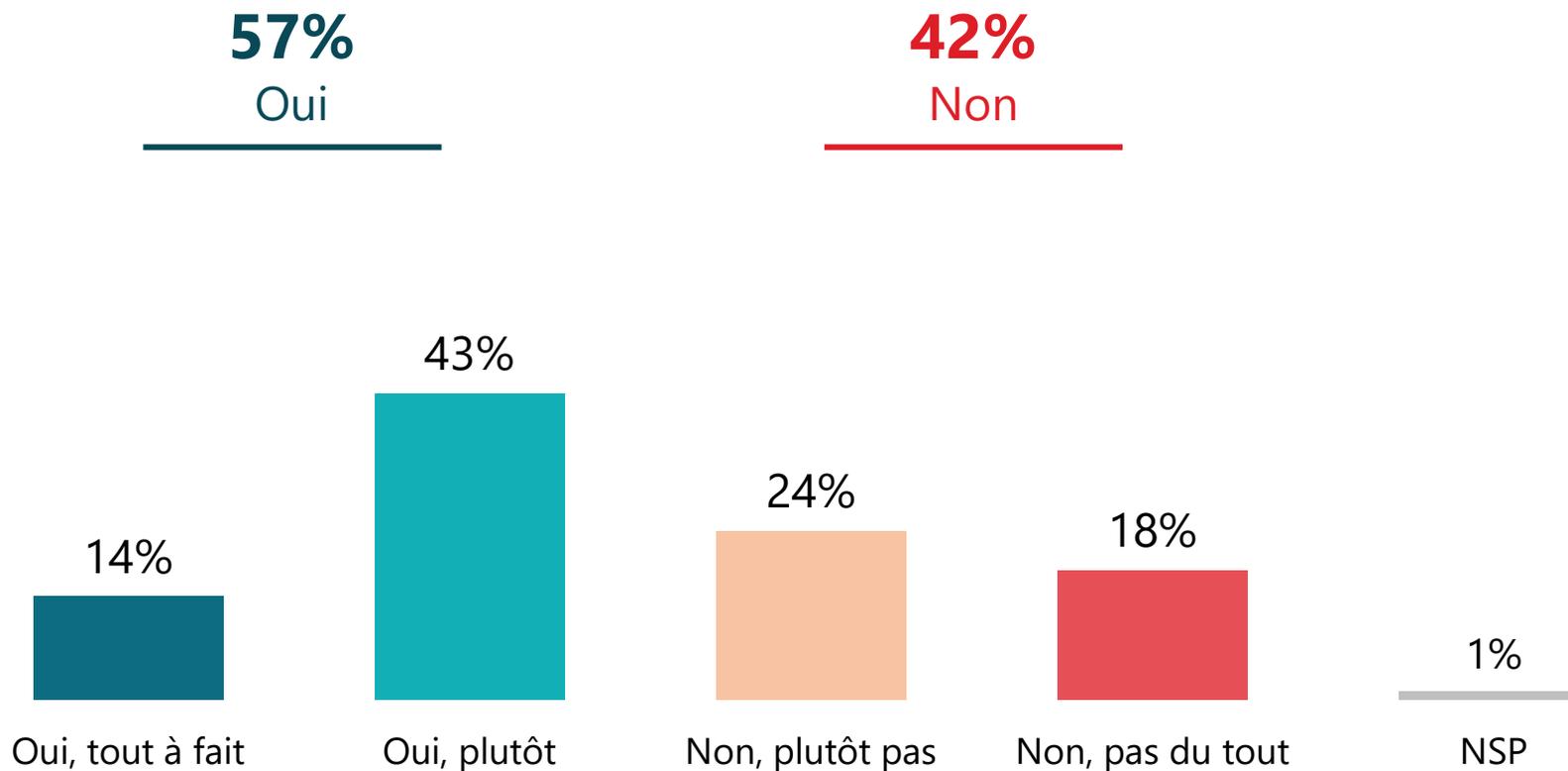
Q. Trouvez-vous qu'acheter ses cadeaux de Noël lors du Black Friday permet de... ?

| | % Oui | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|--|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------|----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental | Sans enfant |
| Identifient au moins un avantage | 75% | 73% | 77% | 82% | 88% | 79% | 70% | 67% | 76% | 82% | 70% | 82% | 81% | 88% | 72% |
| Eviter le stress des achats de dernière minute (cohue, rupture de stocks, etc.) | 65% | 60% | 69% | 65% | 78% | 71% | 59% | 55% | 65% | 74% | 58% | 72% | 72% | 69% | 61% |
| Mieux gérer son budget en évitant les achats impulsifs et les prix élevés | 63% | 61% | 65% | 65% | 76% | 66% | 58% | 56% | 63% | 68% | 59% | 69% | 67% | 77% | 60% |
| Pouvoir vivre pleinement la magie de Noël, en se concentrant sur les préparatifs dans les jours, heures qui précèdent les festivités | 58% | 55% | 62% | 70% | 73% | 64% | 49% | 50% | 59% | 67% | 52% | 69% | 66% | 81% | 54% |
| Trouver des cadeaux qu'autrement vous n'auriez pas pu offrir aux enfants | 58% | 54% | 62% | 72% | 72% | 63% | 50% | 48% | 60% | 65% | 51% | 68% | 66% | 79% | 54% |
| Eviter des drames à Noël (stress, tensions familiales, déceptions, etc.) | 48% | 45% | 51% | 63% | 60% | 53% | 41% | 38% | 50% | 55% | 42% | 58% | 57% | 66% | 44% |

“ Le Black Friday, coup d’envoi des achats de Noël ?



Q. Le Black Friday est-il, selon vous, devenu le coup d’envoi des achats de Noël ?



“ Le Black Friday, coup d’envoi des achats de Noël ?



Q. Le Black Friday est-il, selon vous, devenu le coup d’envoi des achats de Noël ?

| | % Total | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|-----------------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------|----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental | Sans enfant |
| Sous-total Oui | 57% | 53% | 60% | 67% | 73% | 62% | 49% | 47% | 57% | 67% | 50% | 65% | 66% | 63% | 54% |
| ...Oui, tout à fait | 14% | 13% | 15% | 19% | 28% | 16% | 7% | 11% | 14% | 20% | 11% | 17% | 18% | 9% | 14% |
| ...Oui, plutôt | 43% | 40% | 45% | 48% | 45% | 46% | 42% | 36% | 43% | 47% | 39% | 48% | 48% | 54% | 40% |
| Sous-total Non | 42% | 46% | 38% | 33% | 27% | 37% | 49% | 51% | 42% | 32% | 48% | 34% | 33% | 37% | 45% |
| ...Non, plutôt pas | 24% | 25% | 23% | 10% | 17% | 25% | 28% | 27% | 24% | 20% | 26% | 22% | 21% | 28% | 24% |
| ...Non, pas du tout | 18% | 21% | 15% | 23% | 10% | 12% | 21% | 24% | 18% | 12% | 22% | 12% | 12% | 9% | 21% |

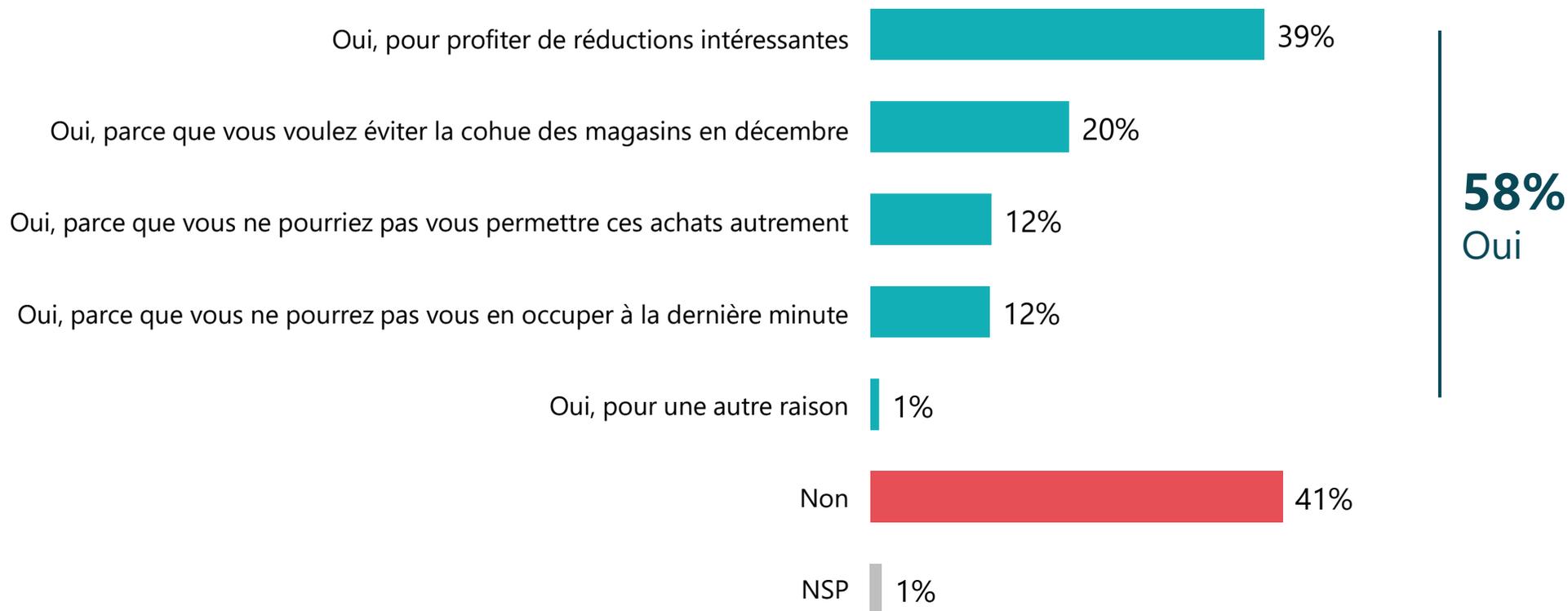


L'intention de réaliser des achats de Noël lors du Black Friday



Q. Vous-même, avez-vous l'intention ou non de profiter du Black Friday pour acheter des cadeaux de Noël ?

Plusieurs réponses 'oui' possibles – Total supérieur à 100%





L'intention de réaliser des achats de Noël lors du Black Friday



Q. Vous-même, avez-vous l'intention ou non de profiter du Black Friday pour acheter des cadeaux de Noël ?

Plusieurs réponses 'oui' possibles – Total supérieur à 100%

| | % Total | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|--|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------|----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental | Sans enfant |
| Sous-total Oui | 58% | 56% | 59% | 65% | 72% | 66% | 50% | 46% | 61% | 69% | 48% | 71% | 70% | 71% | 52% |
| ...Oui, pour profiter de réductions intéressantes | 39% | 37% | 41% | 36% | 45% | 48% | 33% | 35% | 39% | 46% | 35% | 45% | 46% | 43% | 37% |
| ...Oui, parce que vous voulez éviter la cohue des magasins en décembre | 20% | 21% | 19% | 24% | 26% | 19% | 17% | 19% | 21% | 22% | 17% | 25% | 26% | 18% | 18% |
| ...Oui, parce que vous ne pourriez pas vous permettre ces achats autrement | 12% | 10% | 14% | 21% | 18% | 13% | 9% | 7% | 11% | 17% | 9% | 17% | 16% | 22% | 10% |
| ...Oui, parce que vous ne pourrez pas vous en occuper à la dernière minute | 12% | 15% | 9% | 22% | 14% | 14% | 7% | 10% | 15% | 11% | 10% | 14% | 13% | 21% | 11% |
| ...Oui, pour une autre raison | 1% | 1% | 1% | - | - | - | 2% | 1% | - | 1% | 1% | - | - | - | 1% |
| Non | 41% | 43% | 39% | 35% | 27% | 33% | 48% | 53% | 39% | 29% | 51% | 29% | 29% | 29% | 47% |



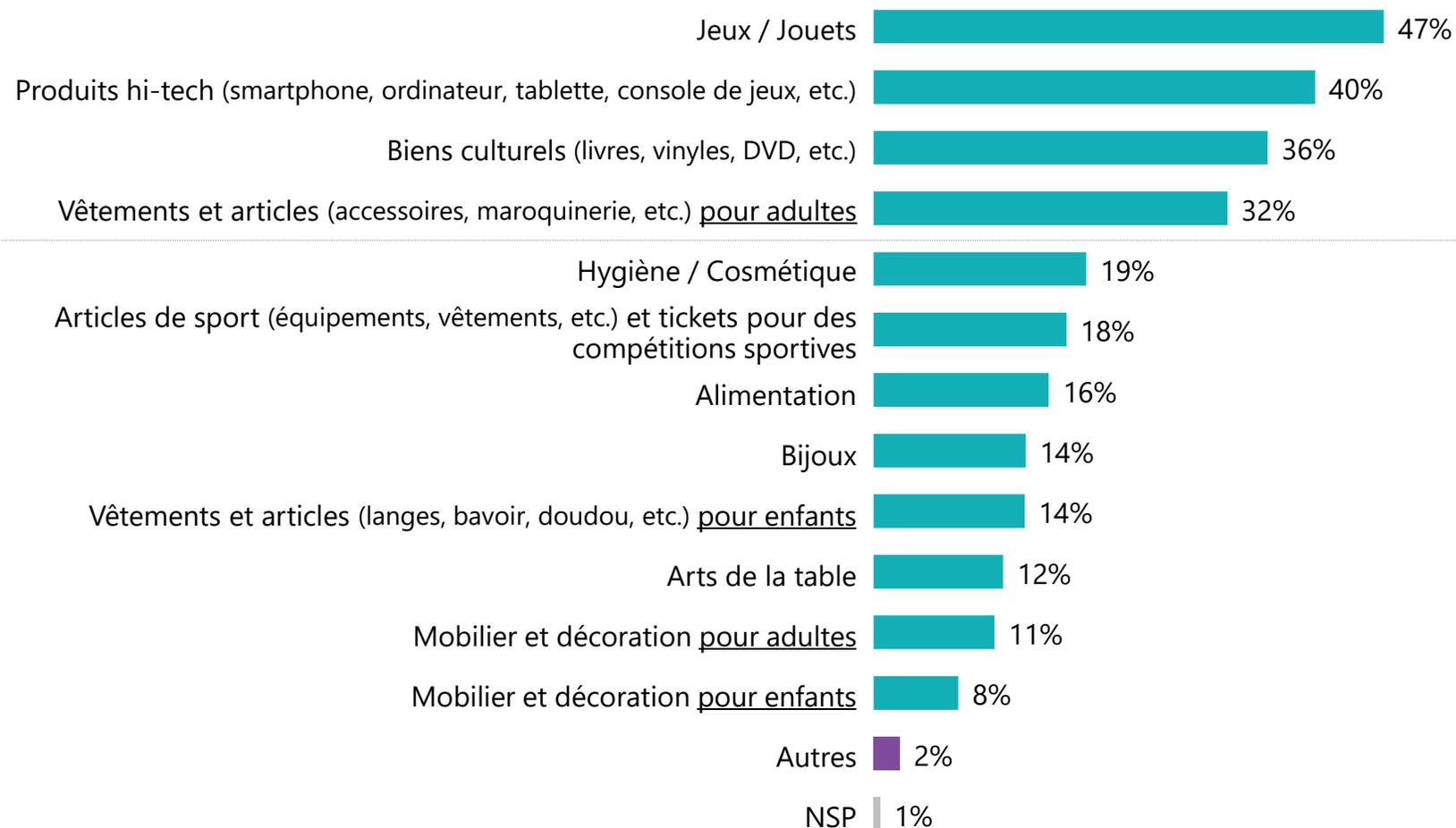
Les types d'achats de Noël envisagés lors du Black Friday



598 personnes

Q. Quels types d'achats de Noël prévoyez-vous de réaliser à l'occasion du Black Friday ?

Question posée uniquement à ceux qui ont l'intention de profiter du Black Friday pour acheter leurs cadeaux de Noël, soit 58% de l'échantillon
Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



Produits pour enfants
55%

Vêtements adultes/enfants
40%

Mobilier et déco adultes/enfants
17%



Les types d'achats de Noël envisagés lors du Black Friday



598 personnes

Q. Quels types d'achats de Noël prévoyez-vous de réaliser à l'occasion du Black Friday ?

Question posée uniquement à ceux qui ont l'intention de profiter du Black Friday pour acheter leurs cadeaux de Noël, soit 58% de l'échantillon
Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

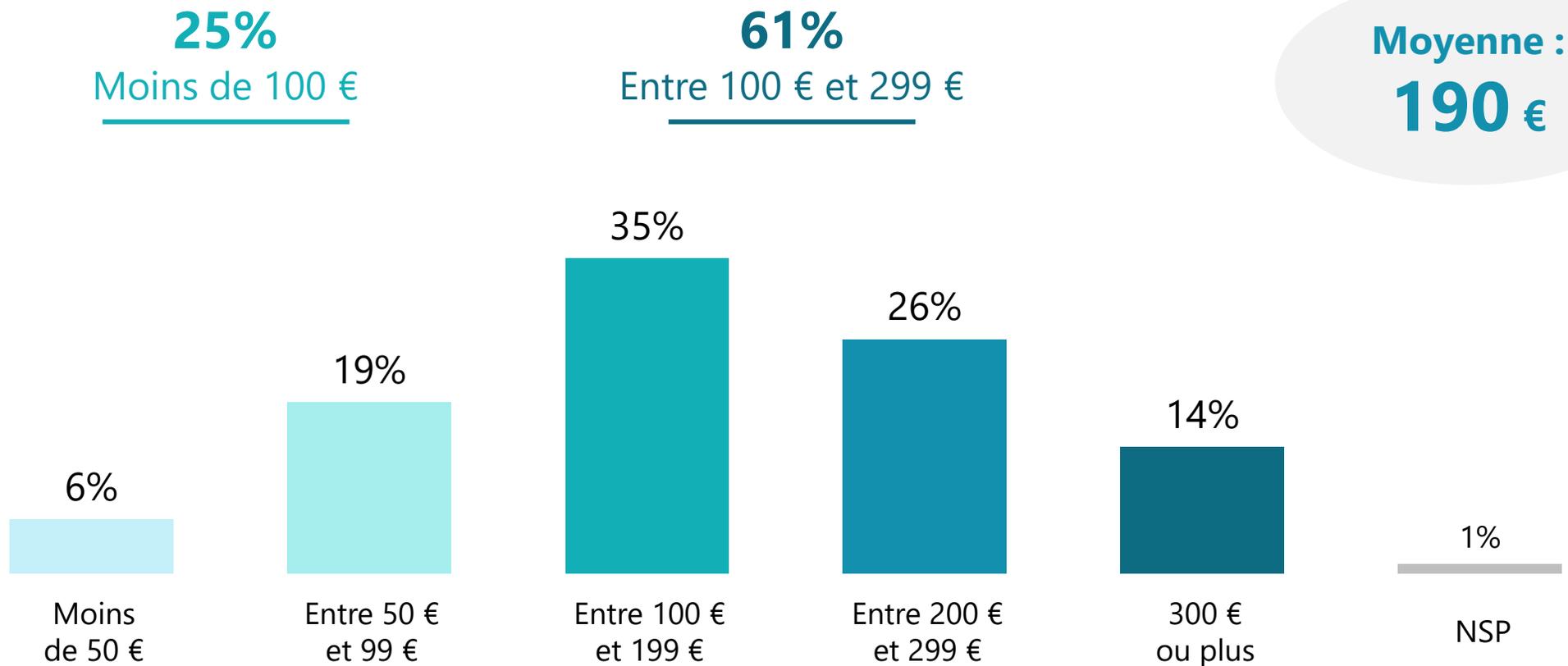
| | % Total | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|--|------------|------------|------------|--------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans* | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental* | Sans enfant |
| Sous-total Produits pour enfants | 55% | 58% | 53% | 57% | 64% | 53% | 53% | 51% | 52% | 62% | 51% | 67% | 70% | 56% | 48% |
| Sous-total Vêtements | 40% | 36% | 44% | 45% | 41% | 37% | 41% | 42% | 44% | 43% | 35% | 46% | 48% | 37% | 37% |
| Sous-total Mobilier et déco | 17% | 16% | 17% | 30% | 27% | 14% | 14% | 7% | 17% | 24% | 10% | 21% | 20% | 24% | 14% |
| Jeux / Jouets | 47% | 48% | 45% | 44% | 48% | 46% | 46% | 48% | 40% | 54% | 45% | 55% | 59% | 39% | 41% |
| Produits hi-tech | 40% | 43% | 38% | 31% | 48% | 55% | 31% | 28% | 43% | 45% | 35% | 48% | 48% | 50% | 36% |
| Biens culturels | 36% | 34% | 38% | 22% | 32% | 38% | 43% | 38% | 44% | 31% | 34% | 33% | 35% | 23% | 38% |
| Vêtements et articles <u>pour adultes</u> | 32% | 27% | 37% | 40% | 29% | 28% | 35% | 35% | 35% | 34% | 29% | 35% | 37% | 23% | 31% |
| Hygiène / Cosmétique | 19% | 13% | 25% | 15% | 17% | 19% | 26% | 19% | 16% | 23% | 20% | 19% | 16% | 29% | 20% |
| Articles de sport et tickets pour des compétitions sportives | 18% | 24% | 12% | 28% | 14% | 17% | 16% | 18% | 17% | 20% | 16% | 19% | 21% | 6% | 17% |
| Alimentation | 16% | 15% | 17% | - | 19% | 14% | 18% | 23% | 13% | 16% | 18% | 15% | 15% | 11% | 17% |
| Bijoux | 14% | 15% | 13% | 26% | 18% | 9% | 13% | 10% | 12% | 19% | 10% | 16% | 17% | 12% | 12% |
| Vêtements et articles <u>pour enfants</u> | 14% | 14% | 13% | 10% | 19% | 15% | 10% | 13% | 15% | 15% | 12% | 20% | 21% | 14% | 10% |
| Arts de la table | 12% | 11% | 13% | 14% | 15% | 7% | 16% | 10% | 14% | 13% | 9% | 8% | 9% | 5% | 14% |
| Mobilier et décoration <u>pour adultes</u> | 11% | 9% | 13% | 22% | 18% | 9% | 9% | 4% | 10% | 17% | 6% | 13% | 11% | 21% | 10% |
| Mobilier et décoration <u>pour enfants</u> | 8% | 8% | 7% | 13% | 14% | 6% | 5% | 4% | 9% | 11% | 3% | 14% | 15% | 4% | 4% |
| Autres | 2% | 3% | 2% | - | 2% | - | 2% | 7% | 2% | 1% | 5% | 1% | - | 1% | 4% |

Les prévisions de budget consacré aux achats de Noël à l'occasion du Black Friday



Q. Quel budget prévoyez-vous de consacrer aux achats de Noël que vous réaliserez à l'occasion du Black Friday ?

Question posée uniquement à ceux qui ont l'intention de profiter du Black Friday pour acheter leurs cadeaux de Noël, soit 58% de l'échantillon

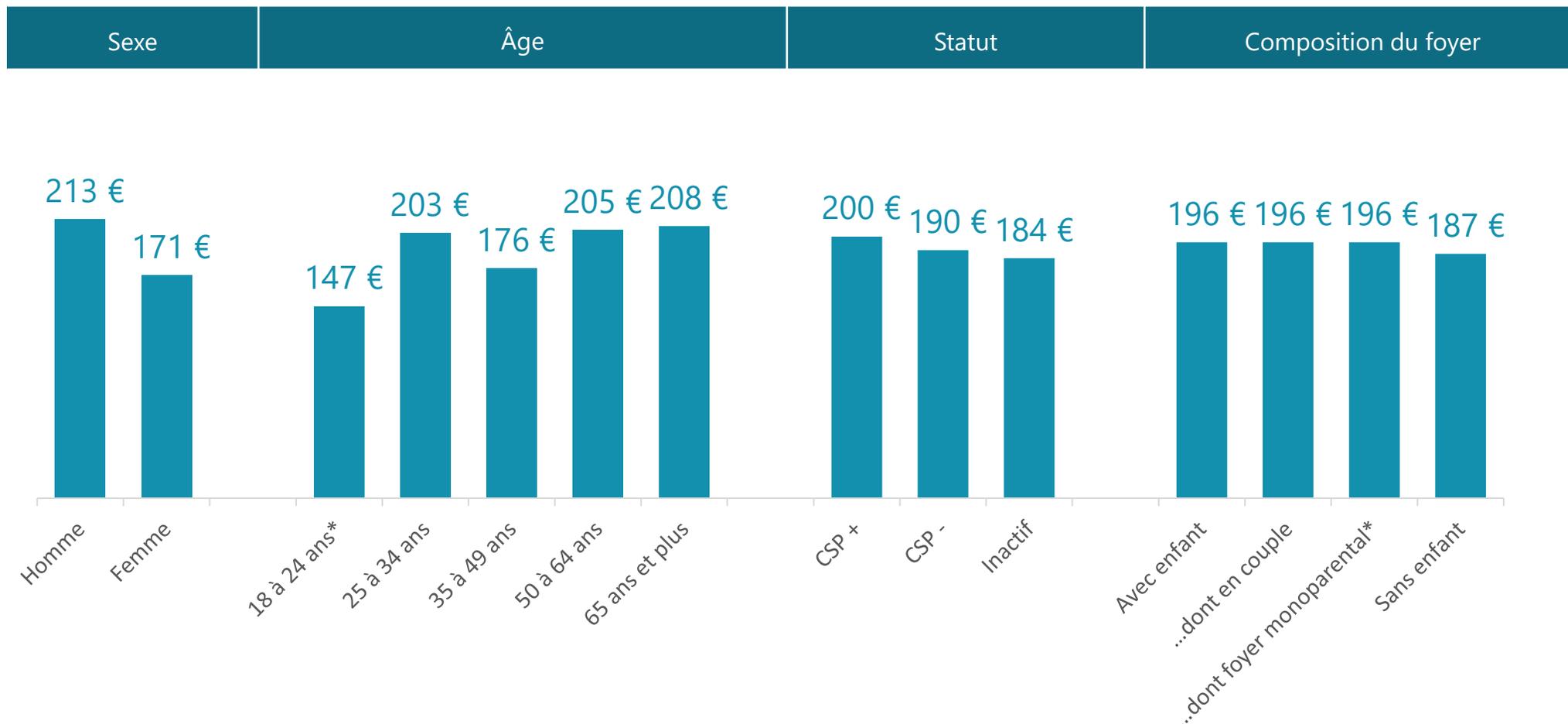


Les prévisions de budget consacré aux achats de Noël à l'occasion du Black Friday



Q. Quel budget prévoyez-vous de consacrer aux achats de Noël que vous réaliserez à l'occasion du Black Friday ?

Question posée uniquement à ceux qui ont l'intention de profiter du Black Friday pour acheter leurs cadeaux de Noël, soit 58% de l'échantillon



Les prévisions de budget consacré aux achats de Noël à l'occasion du Black Friday



Q. Quel budget prévoyez-vous de consacrer aux achats de Noël que vous réaliserez à l'occasion du Black Friday ?

Question posée uniquement à ceux qui ont l'intention de profiter du Black Friday pour acheter leurs cadeaux de Noël, soit 58% de l'échantillon

| | % Total | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|--------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans* | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental* | Sans enfant |
| Sous-total Moins de 100€ | 25% | 19% | 30% | 54% | 21% | 27% | 18% | 16% | 21% | 23% | 29% | 25% | 26% | 24% | 24% |
| ...Moins de 50€ | 6% | 2% | 8% | 16% | 3% | 6% | 5% | 2% | 7% | 6% | 4% | 6% | 7% | 1% | 5% |
| ...Entre 50€ et 99€ | 19% | 17% | 22% | 38% | 19% | 21% | 13% | 14% | 15% | 17% | 25% | 19% | 19% | 23% | 19% |
| Sous-total Entre 100€ et 299€ | 61% | 62% | 60% | 29% | 62% | 64% | 66% | 67% | 62% | 64% | 56% | 58% | 58% | 58% | 62% |
| ...Entre 100€ et 199€ | 35% | 33% | 37% | 21% | 33% | 39% | 33% | 40% | 36% | 34% | 35% | 29% | 29% | 30% | 38% |
| ...Entre 200€ et 299€ | 26% | 29% | 23% | 9% | 29% | 25% | 33% | 26% | 26% | 30% | 21% | 29% | 29% | 28% | 24% |
| Sous-total 300€ et plus | 14% | 19% | 9% | 17% | 17% | 9% | 15% | 16% | 16% | 12% | 14% | 16% | 16% | 15% | 13% |



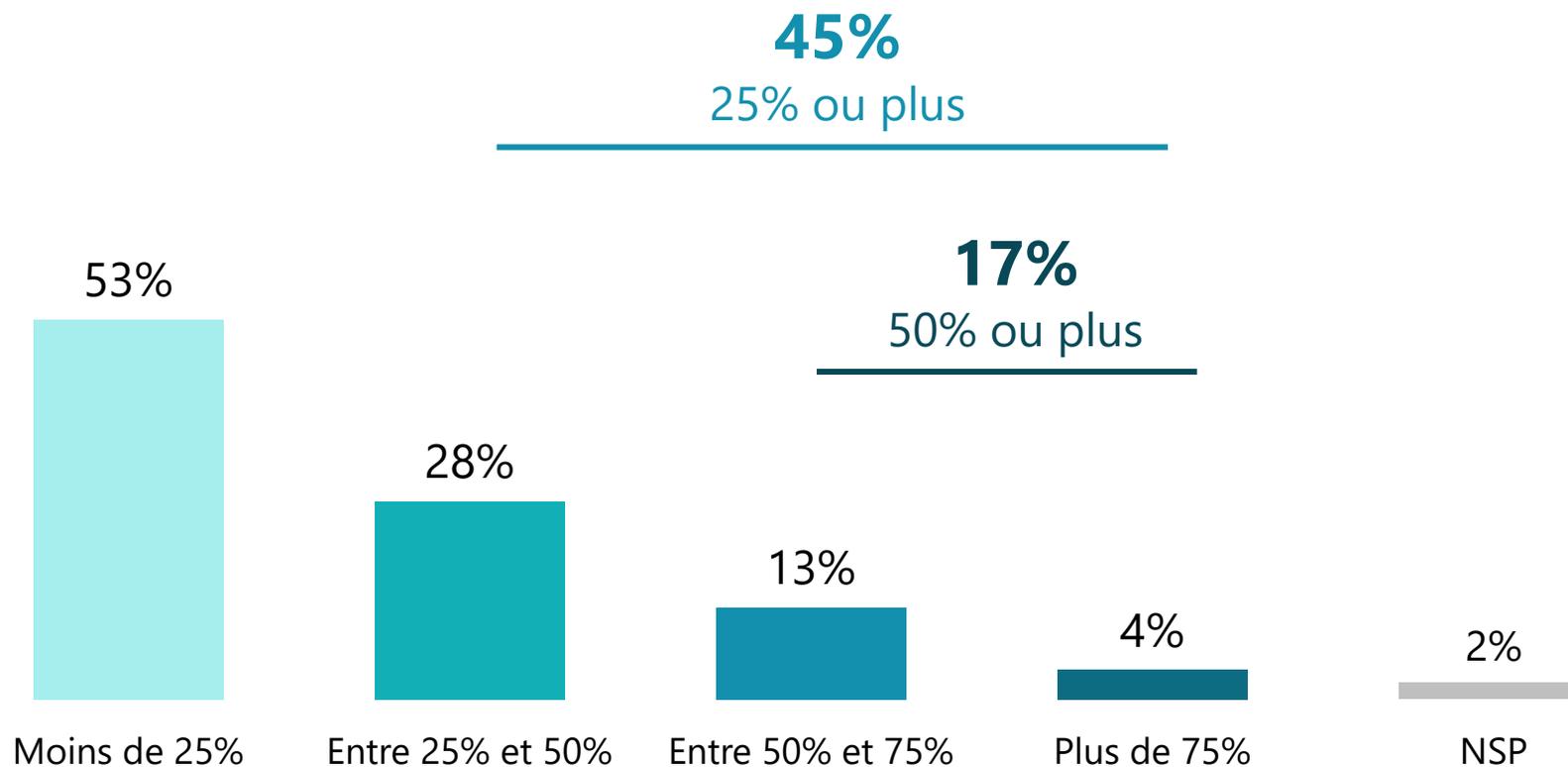
**Choisir des jouets
pour les enfants à
Noël : une mission
pas si facile**



“ La part du budget dédiée aux jouets pour enfants



Q. Sur l'ensemble de votre budget dédié aux cadeaux de Noël, quelle part est dédiée aux jeux/jouets pour enfants ?



“ La part du budget dédiée aux jouets pour enfants



Q. Sur l'ensemble de votre budget dédié aux cadeaux de Noël, quelle part est dédiée aux jeux/jouets pour enfants ?

| | % Total | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|-------------------------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------|----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental | Sans enfant |
| Moins de 25% | 53% | 53% | 53% | 48% | 43% | 47% | 58% | 61% | 51% | 44% | 60% | 33% | 31% | 45% | 62% |
| Sous-total 25% ou plus | 45% | 45% | 45% | 50% | 56% | 52% | 38% | 36% | 48% | 53% | 37% | 56% | 68% | 55% | 35% |
| <i>Entre 25% et 50%</i> | 28% | 27% | 28% | 42% | 35% | 28% | 24% | 21% | 33% | 32% | 22% | 39% | 41% | 31% | 23% |
| Sous-total 50% ou plus | 17% | 18% | 17% | 8% | 21% | 24% | 14% | 15% | 15% | 21% | 15% | 27% | 27% | 24% | 12% |
| <i>Entre 50% et 75%</i> | 13% | 15% | 11% | 5% | 14% | 18% | 12% | 12% | 12% | 16% | 11% | 19% | 20% | 13% | 10% |
| <i>Plus de 75%</i> | 4% | 3% | 6% | 3% | 7% | 6% | 2% | 3% | 3% | 5% | 4% | 8% | 7% | 11% | 2% |



Le choix des jouets pour enfants



Q. Lorsque vous offrez des jouets à Noël, vous diriez plutôt que... ?

Vous **respectez scrupuleusement les souhaits** des enfants (listes de cadeaux de Noël)

54%

43%

Vous **suivez vos propres envies, vos inspirations**

NSP : 3%

Vous privilégiez **les jouets qui ont du succès**, peu importe leur origine / mode de fabrication

54%

43%

Vous privilégiez des **jouets Made in France, issus du commerce équitable, plus respectueux de la planète**

NSP : 3%

Vous essayez généralement de choisir **des jouets non-genrés/neutres** ou traditionnellement associés au genre opposé

53%

43%

Vous essayez généralement de choisir des **jouets genrés** (poupées pour les filles, voitures pour les garçons)

NSP : 4%



Le choix des jouets pour enfants



Q. Lorsque vous offrez des jouets à Noël, vous diriez plutôt que... ?

| | % Total | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|---|------------|-------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|--------|-------|---------|----------------------|-------------------|----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental | Sans enfant |
| Vous respectez scrupuleusement les souhaits des enfants (listes de cadeaux de Noël) | 54% | 47% | 60% | 57% | 47% | 55% | 47% | 62% | 52% | 47% | 59% | 60% | 58% | 69% | 51% |
| Vous suivez vos propres envies, vos inspirations | 43% | 49% | 38% | 38% | 50% | 44% | 48% | 36% | 46% | 48% | 39% | 38% | 40% | 31% | 45% |
| Vous privilégiez les jouets qui ont du succès, peu importe leur origine / mode de fabrication | 54% | 52% | 56% | 47% | 69% | 69% | 52% | 36% | 57% | 60% | 48% | 68% | 69% | 67% | 48% |
| Vous privilégiez des jouets Made in France, issus du commerce équitable, plus respectueux de la planète | 43% | 44% | 41% | 45% | 29% | 29% | 45% | 59% | 42% | 35% | 48% | 29% | 29% | 28% | 48% |
| Vous essayez généralement de choisir des jouets non-genrés/neutres ou traditionnellement associés au genre opposé | 53% | 45% | 60% | 62% | 48% | 55% | 54% | 50% | 58% | 49% | 52% | 48% | 50% | 41% | 55% |
| Vous essayez généralement de choisir des jouets genrés (poupées pour les filles, voitures pour les garçons) | 43% | 51% | 36% | 35% | 51% | 41% | 42% | 45% | 40% | 46% | 44% | 50% | 48% | 57% | 40% |

“ L’inspiration pour l’achat des cadeaux de Noël



Q. Chacune des affirmations suivantes s’applique-t-elle à votre cas personnel ?

Oui

Au sein de votre couple, c’est toujours vous qui portez la charge de trouver et d’acheter les cadeaux de Noël*



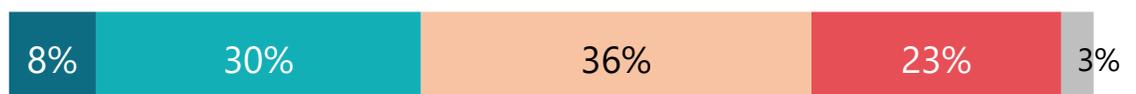
58%

Les enfants (vos enfants, neveux/nièces...) repèrent désormais les jeux / jouets qu’ils veulent pour Noël sur Internet



55%

Vous préférez faire vos achats de cadeaux de Noël sur un seul site pour gagner du temps



38%

Les enfants (vos enfants, neveux/nièces...) ne vous pardonneraient jamais si vous ne respectiez pas leur liste de cadeaux



29%

Vous trouvez vos inspirations de cadeaux de Noël sur Instagram, TikTok, etc.



21%

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



L'inspiration pour l'achat des cadeaux de Noël



Q. Chacune des affirmations suivantes s'applique-t-elle à votre cas personnel ?

| | % Oui | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|--|------------|-------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|--------|-------|---------|----------------------|-------------------|----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental | Sans enfant |
| Au sein de votre couple, c'est toujours vous qui portez la charge de trouver et d'acheter les cadeaux de Noël* | 58% | 33% | 81% | 73% | 63% | 64% | 56% | 48% | 59% | 64% | 53% | 68% | 68% | - | 51% |
| Les enfants repèrent désormais les jeux / jouets qu'ils veulent pour Noël sur Internet | 55% | 54% | 55% | 48% | 56% | 65% | 51% | 51% | 63% | 53% | 50% | 66% | 64% | 77% | 50% |
| Vous préférez faire vos achats de cadeaux de Noël sur un seul site pour gagner du temps | 38% | 38% | 38% | 39% | 55% | 47% | 34% | 22% | 42% | 44% | 30% | 48% | 47% | 57% | 33% |
| Les enfants ne vous pardonneraient jamais si vous ne respectiez pas leur liste de cadeaux | 29% | 31% | 27% | 33% | 34% | 34% | 27% | 24% | 36% | 33% | 23% | 34% | 37% | 22% | 27% |
| Vous trouvez vos inspirations de cadeaux de Noël sur Instagram, TikTok, etc. | 21% | 20% | 21% | 50% | 39% | 25% | 12% | 5% | 29% | 22% | 14% | 35% | 33% | 44% | 14% |

“ L’appréciation des jeux à Noël chez les adultes



Q. Chacune des affirmations suivantes s’applique-t-elle à votre cas personnel ?

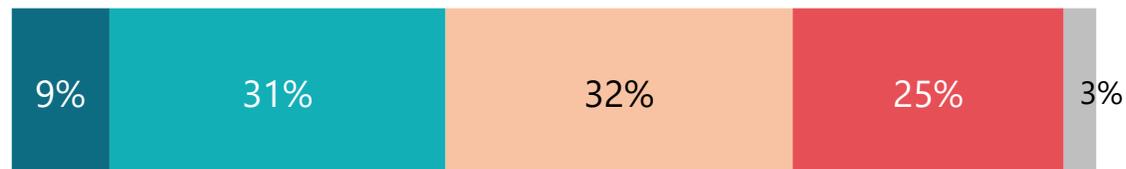
Oui

Vous adorez que les jouets emblématiques de votre enfance (1000 bornes, Monopoly, etc.) reviennent à la mode pour Noël cette année



73%

Vous aimeriez, en tant qu'adulte, qu'on vous offre des jeux à Noël



40%

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



L'appréciation des jeux à Noël chez les adultes



Q. Chacune des affirmations suivantes s'applique-t-elle à votre cas personnel ?

| | % Oui | Sexe | | Âge | | | | | Statut | | | Composition du foyer | | | |
|--|------------|-------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|--------|-------|---------|----------------------|-------------------|----------------------------|-------------|
| | | Homme | Femme | 18 à 24 ans | 25 à 34 ans | 35 à 49 ans | 50 à 64 ans | 65 ans et plus | CSP + | CSP - | Inactif | Avec enfant | ...dont en couple | ...dont foyer monoparental | Sans enfant |
| Vous adorez que les jouets emblématiques de votre enfance (1000 bornes, Monopoly, etc.) reviennent à la mode pour Noël cette année | 73% | 70% | 77% | 77% | 80% | 73% | 73% | 69% | 74% | 75% | 72% | 75% | 77% | 72% | 72% |
| Vous aimeriez, en tant qu'adulte, qu'on vous offre des jeux à Noël | 40% | 40% | 41% | 69% | 57% | 46% | 36% | 19% | 44% | 48% | 31% | 52% | 52% | 55% | 35% |



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

Vos contacts

Eléonore Quarré

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

Rosalie Ollivier

Cheffe de projet – Pôle opinion
rollivier@opinion-way.com

Tel. +33 1 81 81 83 00