

“opinionway pour clearpay↔

Les jeunes et la Saint-Valentin

Février 2023



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie





La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **511 personnes représentatif** de la population française âgée de 15 à 35 ans.

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 6 au 7 février 2023**.

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 : 1,9 à 4,3 points au plus pour un échantillon de 500 répondants.



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

« Sondage OpinionWay pour Clearpay »

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 15 à 35 ans.

Source : INSEE



	Sexe	%
	Hommes	50%
	Femmes	50%



	Age	%
	15-19 ans	25%
	20-24 ans	22%
	25-29 ans	23%
	30-35 ans	30%



	Région	%
	Ile de France	22%
	Nord Ouest	21%
	Nord Est	22%
	Sud Ouest	11%
	Sud Est	24%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	17%
	Catégories populaires	36%
	Employés	20%
	Ouvriers	16%
	Inactifs	35%
	Elève, étudiant	31%
	Autres inactifs	4%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	17%
	Unité urbaine	83%
	De 2000 à 19 999 habitants	12%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	38%
	Agglomération parisienne	20%



Les résultats





01

Les dépenses à l'occasion
de la Saint-Valentin

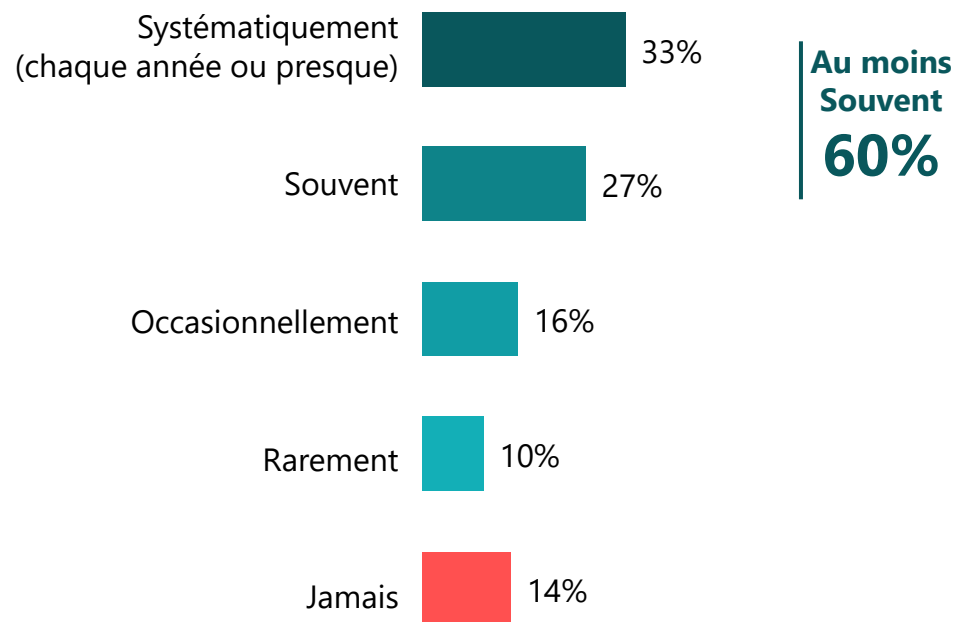


Les pratiques d'achat pour la Saint-Valentin

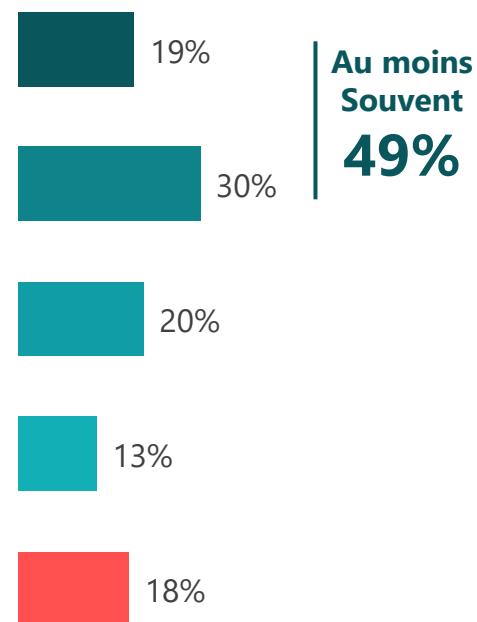


Q. A quelle fréquence vous arrive-t-il... ?

...d'acheter un cadeau à votre partenaire pour la Saint-Valentin lorsque vous êtes en couple ?



...d'effectuer des achats (repas, décoration, etc.) pour fêter la Saint-Valentin ?



Fait
au moins
un achat
87%

Ne fait
aucun
achat
13%



Les pratiques d'achat pour la Saint-Valentin



Q. A quelle fréquence vous arrive-t-il... ?

	% Total	Sexe		Âge				Statut				Statut conjugal	
		Homme	Femme	15-19 ans	20-24 ans	25-29 ans	30-35 ans	CSP +	CSP -	Inactif	...dont lycéen, étudiant	En couple	Pas en couple
Au moins un achat	87%	88%	87%	79%	94%	86%	90%	97%	88%	81%	80%	96%	66%
Aucun achat	13%	12%	13%	21%	6%	14%	10%	3%	12%	19%	20%	4%	34%



Les pratiques d'achat pour la Saint-Valentin



Q. A quelle fréquence vous arrive-t-il... ?

...d'acheter un cadeau à votre partenaire pour la Saint-Valentin lorsque vous êtes en couple ?

	% Total	Sexe		Âge				Statut				Statut conjugal	
		Homme	Femme	15-19 ans	20-24 ans	25-29 ans	30-35 ans	CSP +	CSP -	Inactif	...dont lycéen, étudiant	En couple	Pas en couple
Sous-total Fait des achats	86%	85%	86%	75%	92%	86%	90%	96%	88%	76%	75%	95%	63%
Sous-total Systématiquement / Souvent	60%	61%	60%	49%	65%	62%	63%	65%	67%	49%	49%	71%	35%
...Systématiquement (chaque année ou presque)	33%	31%	36%	26%	38%	39%	30%	37%	35%	29%	29%	40%	18%
...Souvent	27%	30%	24%	23%	27%	23%	33%	28%	32%	20%	20%	31%	17%
...Occasionnellement	16%	14%	17%	12%	19%	18%	15%	18%	15%	15%	14%	15%	16%
...Rarement	10%	10%	9%	14%	8%	6%	12%	13%	6%	12%	12%	9%	12%
Jamais	14%	15%	14%	25%	8%	14%	10%	4%	12%	24%	25%	5%	37%



Les pratiques d'achat pour la Saint-Valentin



Q. A quelle fréquence vous arrive-t-il... ?

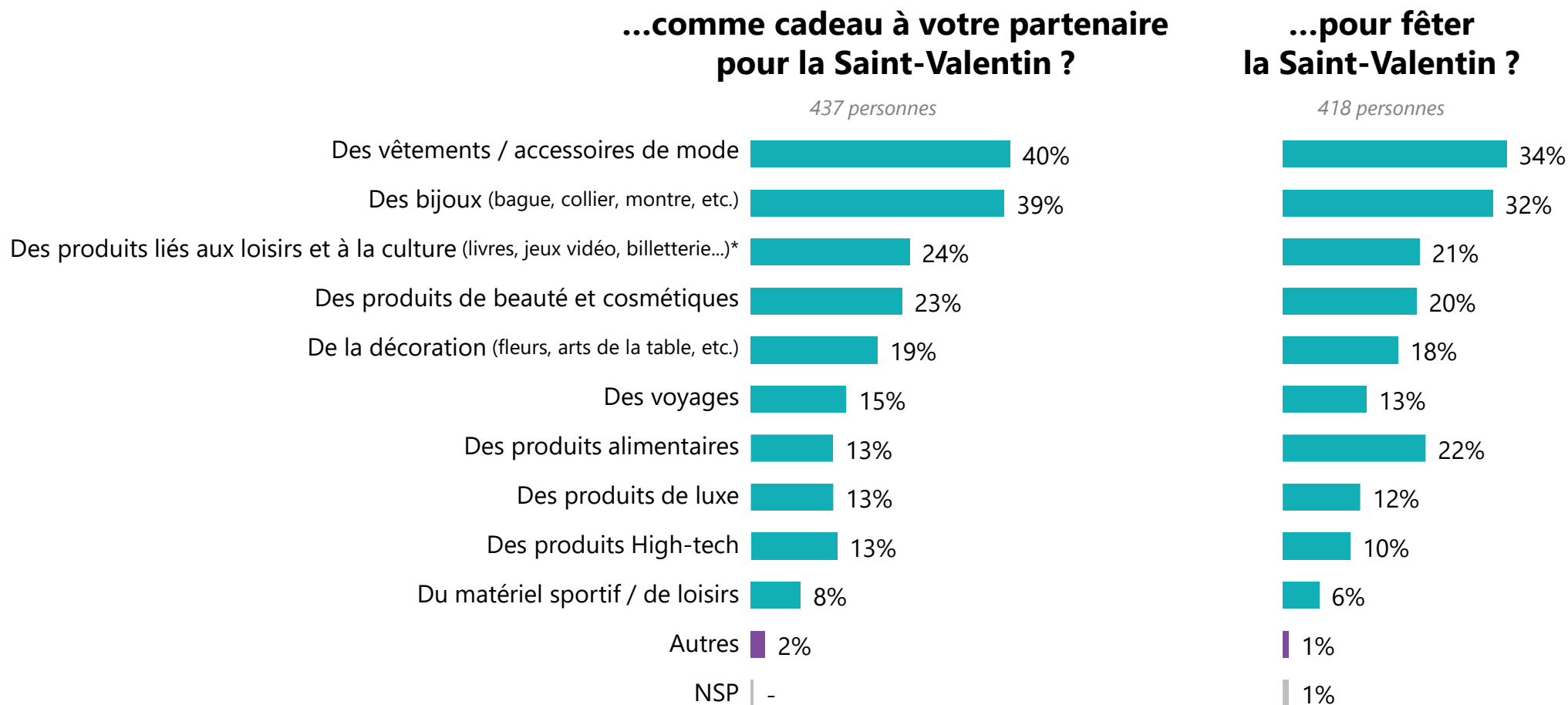
...d'effectuer des achats (repas, décoration, etc.) pour fêter la Saint-Valentin ?

	% Total	Sexe		Âge				Statut				Statut conjugal	
		Homme	Femme	15-19 ans	20-24 ans	25-29 ans	30-35 ans	CSP +	CSP -	Inactif	...dont lycéen, étudiant	En couple	Pas en couple
Sous-total Fait des achats	82%	83%	81%	73%	88%	83%	84%	89%	84%	76%	75%	91%	59%
Sous-total Systématiquement / Souvent	49%	47%	50%	37%	52%	53%	53%	58%	53%	39%	38%	58%	25%
...Systématiquement (chaque année ou presque)	19%	16%	22%	13%	21%	23%	19%	24%	21%	14%	14%	24%	7%
...Souvent	30%	31%	28%	24%	31%	30%	34%	34%	32%	25%	24%	34%	18%
...Occasionnellement	20%	20%	21%	20%	24%	18%	20%	22%	18%	22%	21%	21%	20%
...Rarement	13%	16%	10%	16%	12%	12%	11%	9%	13%	15%	16%	12%	14%
Jamais	18%	17%	19%	27%	12%	17%	16%	11%	16%	24%	25%	9%	40%

“ Les types d’achats effectués pour la Saint-Valentin

Q. Le plus souvent, qu’achetez-vous... ?

Question posée uniquement à ceux qui réalisent des achats pour la Saint-Valentin, soit 87% de l’échantillon
Trois réponses possibles – Total supérieur à 100%





Les types d'achats pour la Saint-Valentin



Q. Le plus souvent, qu'achetez-vous... ?

Question posée uniquement à ceux qui offrent des cadeaux à leur partenaire pour la Saint-Valentin, soit 85% de l'échantillon

Trois réponses possibles – Total supérieur à 100%

...comme cadeau à votre partenaire pour la Saint-Valentin ?

	% Total	Sexe		Âge				Statut				Statut conjugal	
		Homme	Femme	15-19 ans	20-24 ans	25-29 ans	30-35 ans	CSP +	CSP -	Inactif	...dont lycéen, étudiant	En couple	Pas en couple
Des vêtements / accessoires de mode	40%	31%	49%	51%	43%	27%	40%	36%	38%	46%	49%	42%	31%
Des bijoux (bague, collier, montre, etc.)	39%	44%	34%	35%	33%	55%	33%	43%	40%	34%	34%	38%	41%
Des produits liés aux loisirs et à la culture (livres, jeux vidéo, billetterie...)	24%	18%	30%	24%	24%	30%	20%	23%	21%	30%	29%	24%	25%
Des produits de beauté et cosmétiques	23%	27%	20%	22%	18%	22%	29%	19%	25%	26%	26%	24%	20%
De la décoration (fleurs, arts de la table, etc.)	19%	25%	14%	13%	21%	26%	18%	20%	24%	13%	14%	20%	17%
Des voyages	15%	17%	12%	9%	18%	17%	14%	18%	15%	11%	11%	16%	11%
Des produits alimentaires	13%	11%	14%	12%	11%	16%	12%	13%	12%	14%	15%	13%	10%
Des produits de luxe	13%	15%	10%	6%	19%	13%	12%	15%	17%	6%	4%	12%	14%
Des produits High-tech	13%	12%	14%	10%	11%	12%	19%	15%	15%	9%	8%	14%	9%
Du matériel sportif / de loisirs	8%	5%	10%	5%	11%	8%	7%	9%	6%	7%	7%	9%	3%
Autres	2%	2%	2%	3%	2%	-	3%	-	4%	3%	3%	3%	-



Les types d'achats pour la Saint-Valentin



Q. Le plus souvent, qu'achetez-vous... ?

Question posée uniquement à ceux qui réalisent des achats pour la Saint-Valentin, soit 82% de l'échantillon

Trois réponses possibles – Total supérieur à 100%

**...pour fêter
la Saint-Valentin ?**

	% Total	Sexe		Âge				Statut				Statut conjugal	
		Homme	Femme	15-19 ans	20-24 ans	25-29 ans	30-35 ans	CSP +	CSP -	Inactif	...dont lycéen, étudiant	En couple	Pas en couple
Des vêtements / accessoires de mode	34%	34%	35%	43%	30%	23%	40%	24%	38%	39%	40%	34%	34%
Des bijoux (bague, collier, montre, etc.)	32%	38%	26%	23%	27%	47%	32%	42%	33%	21%	22%	32%	31%
Des produits alimentaires	22%	14%	29%	20%	24%	24%	19%	20%	22%	23%	23%	23%	19%
Des produits liés aux loisirs et à la culture (livres, jeux vidéo, billetterie...)	21%	20%	22%	24%	22%	29%	12%	19%	19%	25%	25%	23%	13%
Des produits de beauté et cosmétiques	20%	25%	16%	19%	19%	15%	27%	21%	20%	20%	18%	22%	14%
De la décoration (fleurs, arts de la table, etc.)	18%	16%	19%	18%	23%	21%	11%	18%	16%	19%	21%	18%	16%
Des voyages	13%	15%	11%	12%	15%	13%	12%	14%	14%	11%	12%	14%	7%
Des produits de luxe	12%	13%	10%	5%	19%	8%	13%	15%	14%	6%	7%	13%	8%
Des produits High-tech	10%	11%	9%	7%	12%	9%	13%	13%	10%	8%	6%	10%	10%
Du matériel sportif / de loisirs	6%	5%	6%	7%	5%	7%	4%	5%	5%	6%	7%	6%	6%
Autres	1%	1%	1%	1%	2%	1%	-	-	-	3%	3%	1%	1%

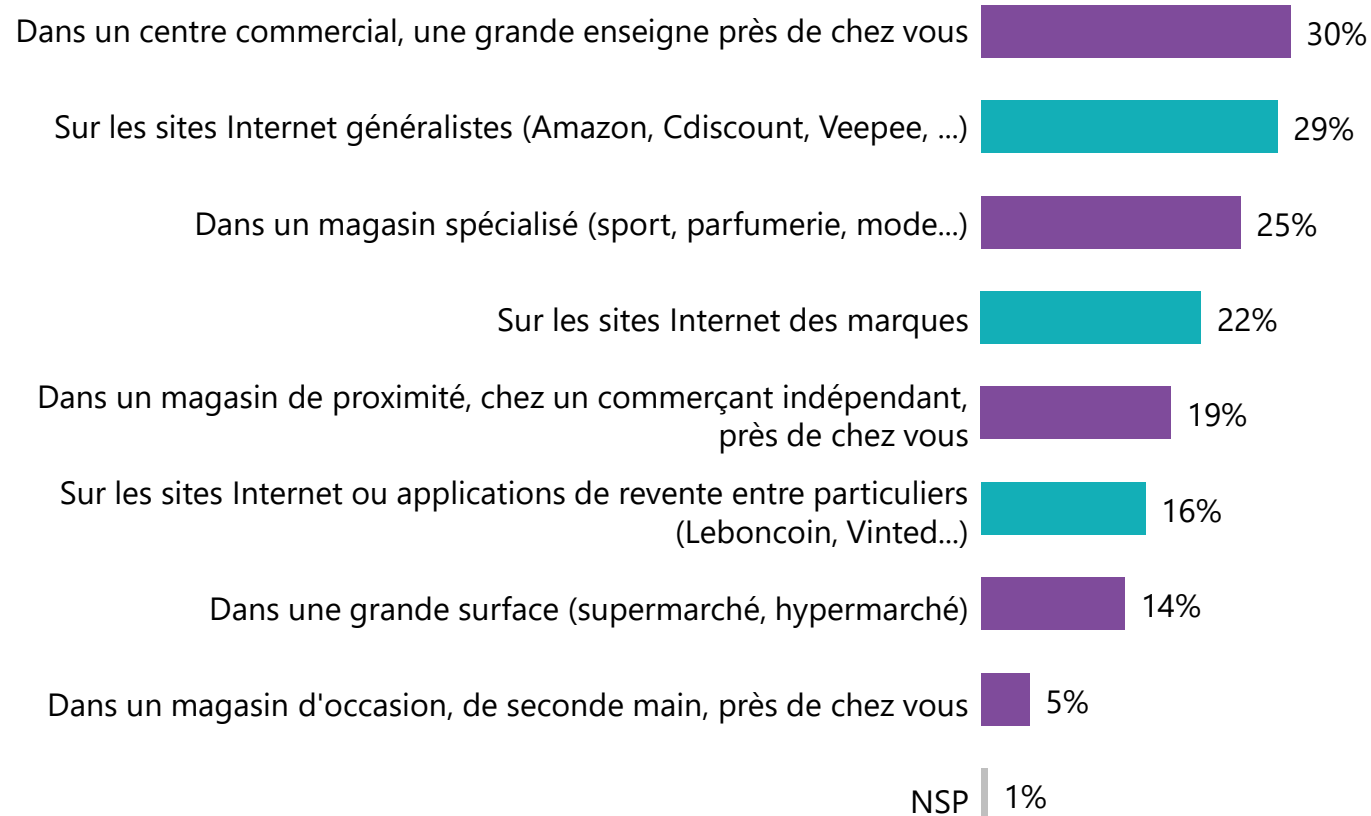


Les lieux d'achat privilégiés

Q. Le plus souvent, où effectuez-vous vos achats pour la Saint-Valentin ?

Question posée uniquement à ceux qui réalisent des achats pour la Saint-Valentin, soit 87% de l'échantillon.

Deux réponses possibles - Total supérieur à 100%



Sous-total
En magasin
76%

Sous-total
Sur internet
58%



Les lieux d'achat privilégiés



Q. Le plus souvent, où effectuez-vous vos achats pour la Saint-Valentin ?

Question posée uniquement à ceux qui réalisent des achats pour la Saint-Valentin, soit 87% de l'échantillon

Deux réponses possibles - Total supérieur à 100%

		Sexe		Âge				Statut				Statut conjugal	
	% Total	Homme	Femme	15-19 ans	20-24 ans	25-29 ans	30-35 ans	CSP +	CSP -	Inactif	...dont lycéen, étudiant	En couple	Pas en couple
Sous-total En magasin	76%	76%	76%	86%	72%	76%	72%	77%	71%	81%	82%	77%	74%
Dans un centre commercial, une grande enseigne près de chez vous	30%	27%	33%	39%	29%	30%	24%	32%	24%	36%	37%	31%	26%
Dans un magasin spécialisé (sport, parfumerie, mode...)	25%	27%	23%	19%	31%	28%	23%	28%	23%	25%	25%	23%	32%
Dans un magasin de proximité, chez un commerçant indépendant, près de chez vous	19%	22%	15%	21%	10%	22%	20%	18%	19%	19%	18%	19%	19%
Dans une grande surface (supermarché, hypermarché)	14%	12%	16%	19%	10%	10%	17%	13%	13%	17%	18%	15%	11%
Dans un magasin d'occasion, de seconde main, près de chez vous	5%	5%	4%	3%	8%	2%	6%	7%	6%	2%	2%	5%	3%
Sous-total Sur internet	58%	58%	59%	53%	59%	64%	57%	55%	64%	56%	55%	61%	49%
Sur les sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	29%	27%	31%	33%	22%	28%	32%	26%	33%	28%	27%	29%	27%
Sur les sites Internet des marques	22%	21%	22%	16%	27%	21%	21%	20%	24%	20%	20%	23%	17%
Sur les sites Internet ou applications de revente entre particuliers (Leboncoin, Vinted...)	16%	19%	13%	12%	20%	23%	10%	17%	18%	14%	14%	17%	13%



Le budget dépensé pour la Saint-Valentin

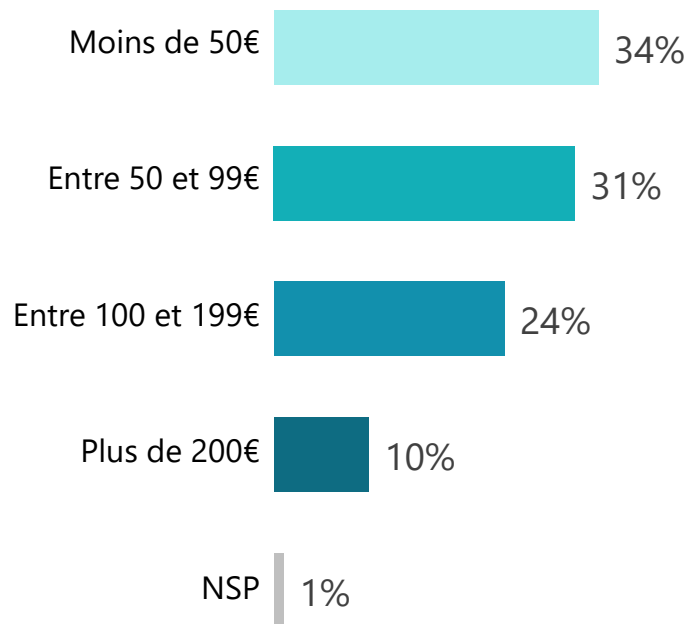
Q. Cette année, quel budget moyen consacrez-vous... ?

Question posée uniquement à ceux qui réalisent des achats pour la Saint-Valentin, soit 87% de l'échantillon

Question ouverte numérique

...pour le cadeau de votre partenaire lors de la Saint-Valentin ?

437 personnes

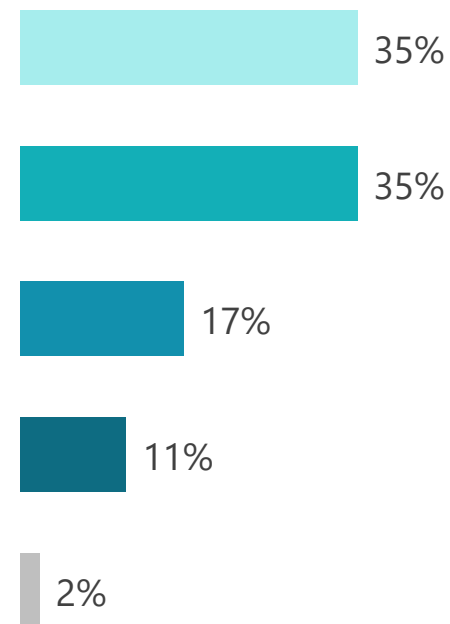


BUDGET
MOYEN

81€

...pour fêter la Saint-Valentin ?

418 personnes



BUDGET
MOYEN

77€



Le budget dépensé pour la Saint-Valentin

Q. Cette année, quel budget moyen consacrez-vous... ?

Question posée uniquement à ceux qui réalisent des achats pour la Saint-Valentin, soit 87% de l'échantillon

Question ouverte numérique

**...pour le cadeau de votre partenaire
lors de la Saint-Valentin ?**

437 personnes

	% Total	Sexe		Âge				Statut				Statut conjugal	
		Homme	Femme	15-19 ans	20-24 ans	25-29 ans	30-35 ans	CSP +	CSP -	Inactif	...dont lycéen, étudiant	En couple	Pas en couple
Moins de 50€	34%	32%	36%	50%	32%	27%	29%	24%	27%	51%	50%	30%	47%
Entre 50 et 99€	31%	28%	34%	22%	33%	39%	30%	36%	33%	25%	25%	34%	23%
Entre 100 et 199€	24%	25%	22%	19%	26%	19%	29%	22%	30%	18%	19%	25%	19%
Plus de 200€	10%	13%	7%	6%	8%	14%	11%	16%	9%	5%	4%	10%	9%
Budget moyen	81 €	88 €	75 €	70 €	75 €	88 €	89 €	91 €	88 €	63 €	62 €	84 €	70 €

...pour fêter la Saint-Valentin ?

418 personnes

Moins de 50€	35%	29%	42%	49%	27%	27%	38%	29%	31%	46%	46%	33%	43%
Entre 50 et 99€	35%	34%	36%	27%	46%	38%	30%	33%	37%	34%	34%	36%	31%
Entre 100 et 199€	17%	19%	15%	20%	16%	18%	14%	16%	20%	15%	15%	17%	17%
Plus de 200€	11%	16%	5%	2%	7%	16%	16%	21%	9%	3%	3%	12%	8%
Budget moyen	77 €	89 €	64 €	55 €	73 €	91 €	85 €	97 €	77 €	56 €	55 €	81 €	64 €



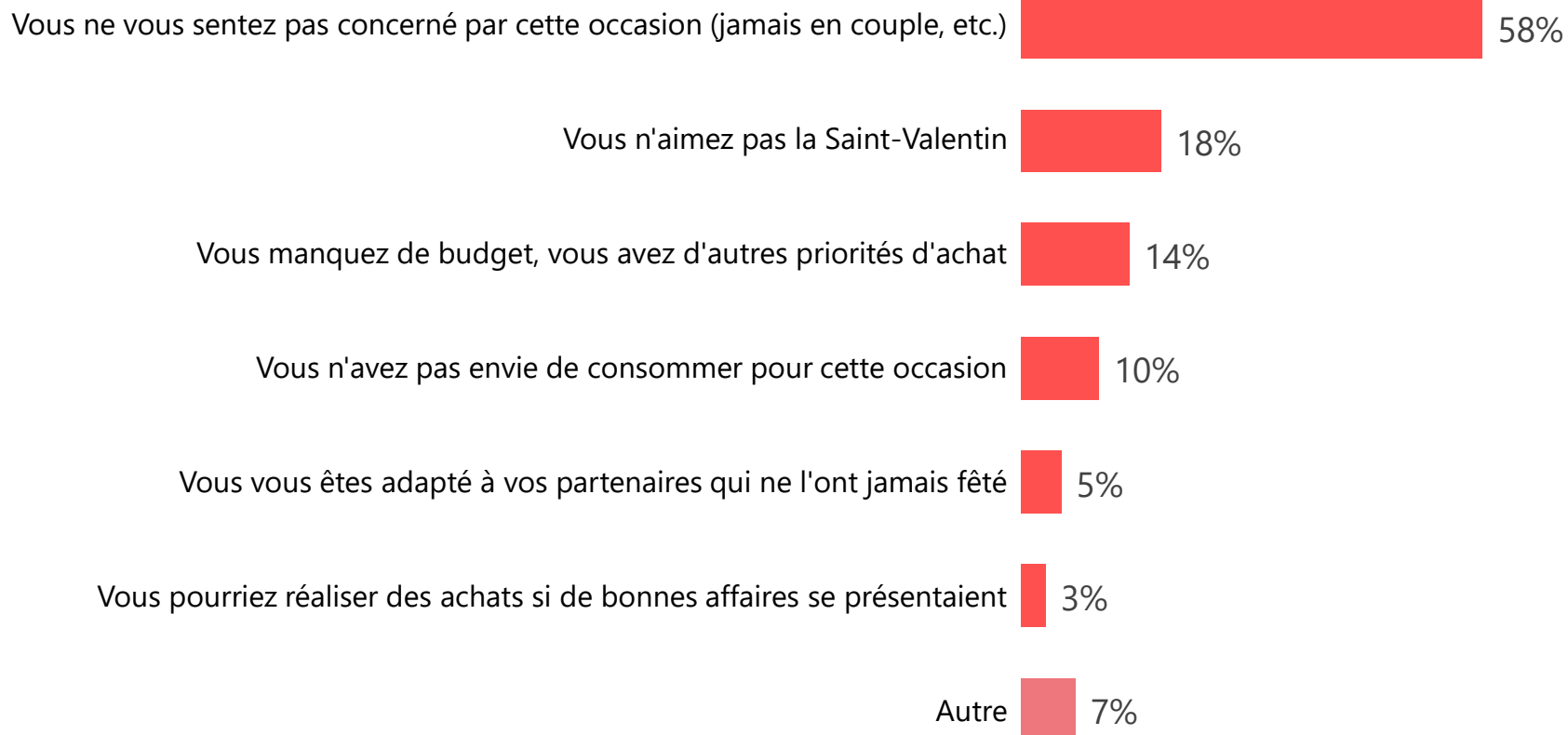
Les raisons de ne pas réaliser d'achats pour la Saint-Valentin



Q. Pour quelles raisons ne réalisez-vous pas d'achats à l'occasion de la Saint-Valentin cette année ?

Question posée uniquement à ceux qui ne réalisent pas d'achats pour la Saint-Valentin, soit 13% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%





02

L'impact du contexte actuel
sur les dépenses en hiver 2023
(Saint-Valentin, soldes, vacances de février)



L'impact de l'inflation sur les dépenses



Q. Plus globalement, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

D'accord

Vous êtes inquiet concernant votre pouvoir d'achat dans les mois à venir



79%

Vous avez prévu de changer vos habitudes d'achat à cause de l'augmentation des prix



79%

Cette année, vous avez davantage acheté des produits en solde pour compenser la baisse de votre pouvoir d'achat



74%

Cette année, vous avez revu à la baisse votre budget pour les vacances d'hiver à cause de la hausse des prix



69%

Cette année, vous avez annulé vos vacances d'hiver à cause de la hausse des prix



50%

Vous êtes confiant dans la capacité du gouvernement à mettre en place des politiques qui vous aiderait à maintenir votre pouvoir d'achat



45%

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord ● NSP



L'impact de l'inflation sur les dépenses



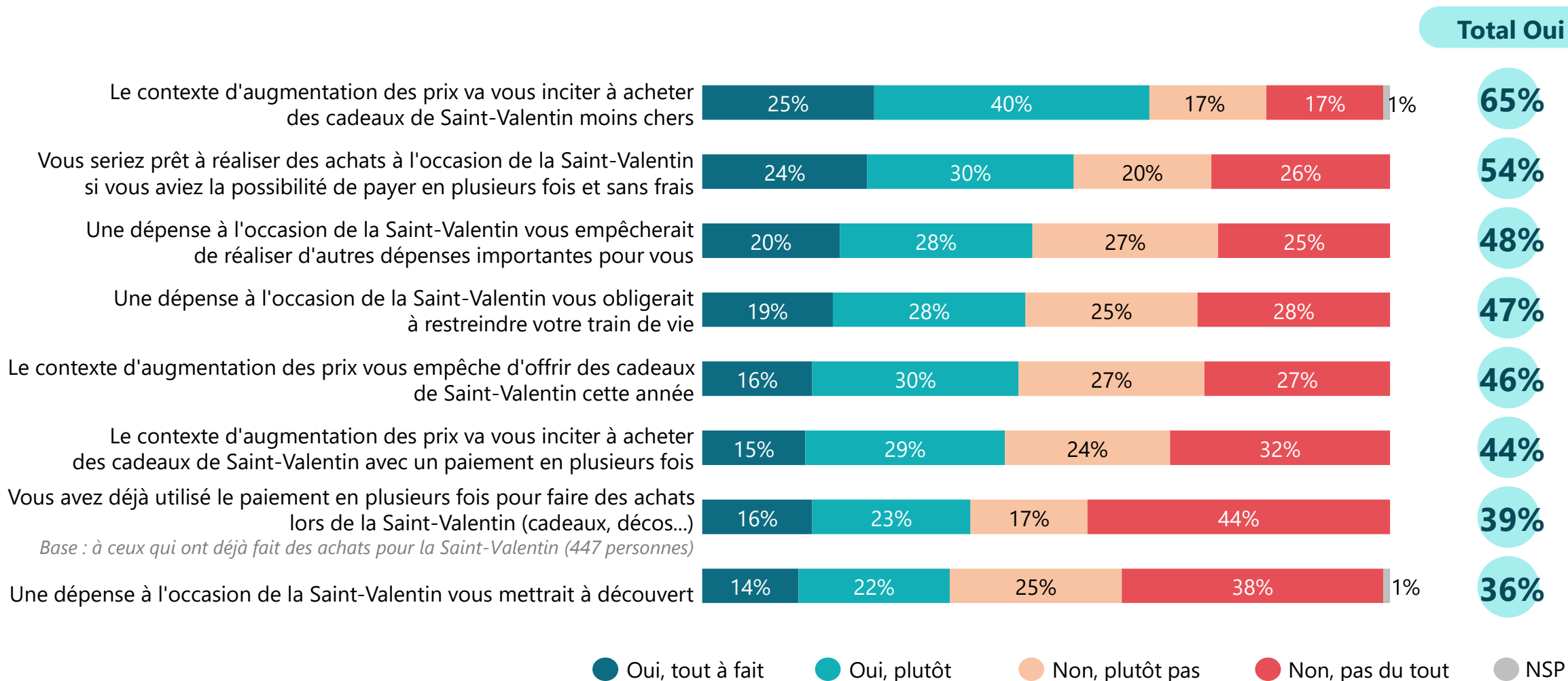
Q. Plus globalement, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

	% D'accord	Sexe		Âge				Statut				Statut conjugal		Fait des achats pour la Saint Valentin	
		Homme	Femme	15-19 ans	20-24 ans	25-29 ans	30-35 ans	CSP +	CSP -	Inactif	...dont lycéen, étudiant	En couple	Pas en couple	Oui	Non
Vous êtes inquiet concernant votre pouvoir d'achat dans les mois à venir	79%	77%	81%	75%	86%	75%	79%	83%	76%	78%	79%	78%	80%	78%	77%
Vous avez prévu de changer vos habitudes d'achat à cause de l'augmentation des prix	79%	76%	82%	73%	82%	80%	80%	82%	78%	78%	78%	79%	78%	80%	73%
Cette année, vous avez davantage acheté des produits en solde pour compenser la baisse de votre pouvoir d'achat	74%	73%	75%	68%	78%	77%	74%	79%	74%	72%	71%	77%	66%	75%	69%
Cette année, vous avez revu à la baisse votre budget pour les vacances d'hiver à cause de la hausse des prix	69%	67%	70%	62%	80%	70%	63%	69%	69%	67%	67%	72%	60%	70%	54%
Cette année, vous avez annulé vos vacances d'hiver à cause de la hausse des prix	50%	52%	47%	32%	60%	50%	55%	53%	53%	44%	42%	54%	38%	52%	31%
Vous êtes confiant dans la capacité du gouvernement à mettre en place des politiques qui vous aiderait à maintenir votre pouvoir d'achat	45%	49%	40%	40%	50%	42%	46%	49%	49%	38%	36%	49%	35%	47%	24%

“ Les perceptions sur les dépenses pour la Saint-Valentin

511 personnes

Q. Vous sentez-vous concerné ou non par chacune des affirmations suivantes ?





Les perceptions sur les dépenses pour la Saint-Valentin



Q. Vous sentez-vous concerné ou non par chacune des affirmations suivantes ?

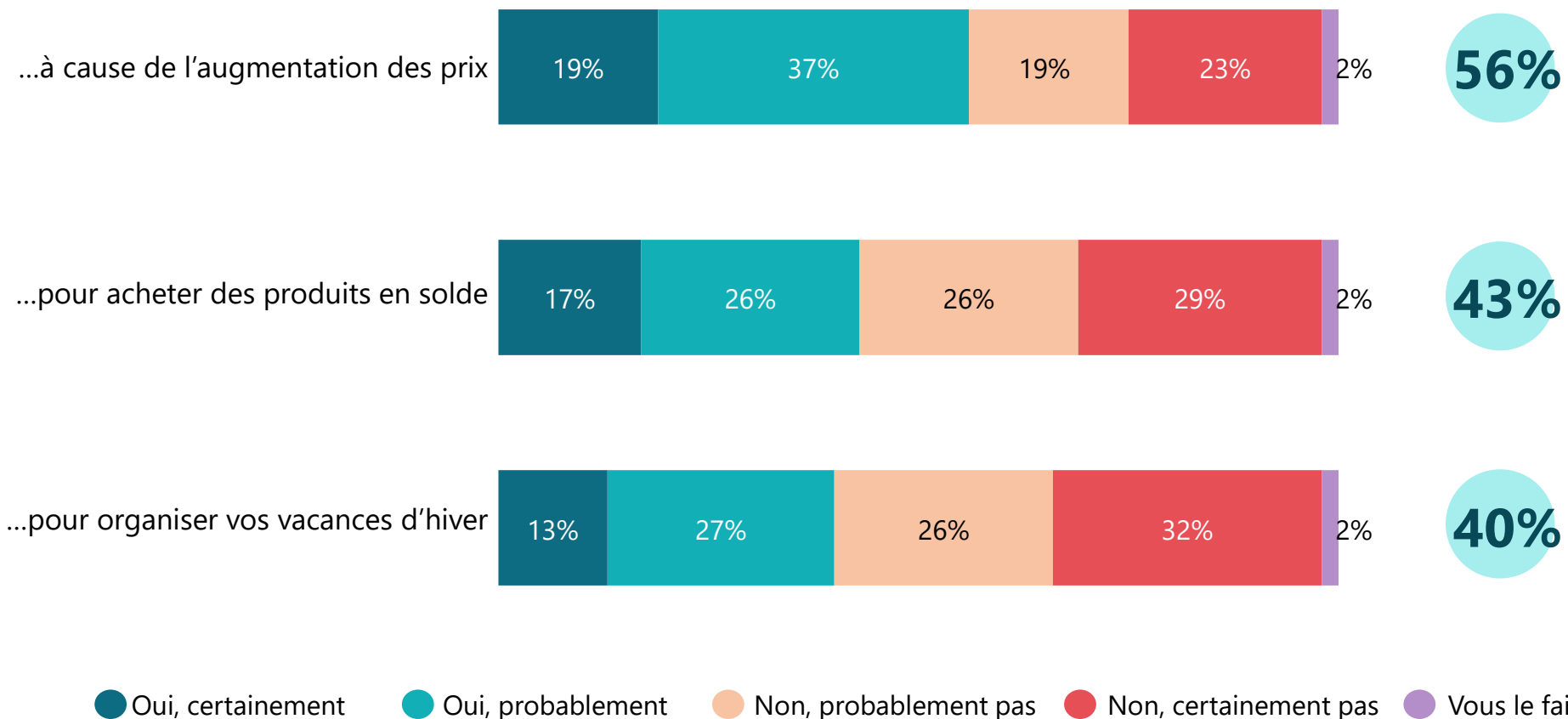
	% Oui	Sexe		Âge				Statut				Statut conjugal		Fait des achats pour la Saint Valentin	
		Homme	Femme	15-19 ans	20-24 ans	25-29 ans	30-35 ans	CSP +	CSP -	Inactif	...dont lycéen, étudiant	En couple	Pas en couple	Oui	Non
Le contexte d'augmentation des prix va vous inciter à acheter des cadeaux de Saint-Valentin moins chers	65%	66%	64%	59%	71%	73%	60%	69%	65%	63%	64%	70%	54%	70%	33%
Vous seriez prêt à réaliser des achats à l'occasion de la Saint-Valentin si vous aviez la possibilité de payer en plusieurs fois et sans frais	54%	58%	50%	51%	71%	51%	46%	66%	49%	52%	53%	59%	42%	60%	14%
Une dépense à l'occasion de la Saint-Valentin vous empêcherait de réaliser d'autres dépenses importantes pour vous	48%	47%	50%	44%	53%	50%	48%	53%	48%	46%	46%	53%	38%	51%	30%
Une dépense à l'occasion de la Saint-Valentin vous obligerait à restreindre votre train de vie	47%	46%	47%	41%	54%	42%	48%	48%	48%	45%	44%	52%	34%	49%	30%
Le contexte d'augmentation des prix vous empêche d'offrir des cadeaux de Saint-Valentin cette année	46%	49%	43%	34%	49%	50%	50%	52%	51%	35%	34%	51%	34%	48%	28%
Le contexte d'augmentation des prix va vous inciter à acheter des cadeaux de Saint-Valentin avec un paiement en plusieurs fois	44%	50%	39%	31%	51%	46%	48%	54%	47%	33%	33%	51%	27%	49%	11%
Vous avez déjà utilisé le paiement en plusieurs fois pour faire des achats lors de la Saint-Valentin (cadeaux, décors...) <i>Base : 447 personnes</i>	39%	37%	39%	31%	47%	33%	41%	45%	35%	35%	39%	42%	25%	39%	-
Une dépense à l'occasion de la Saint-Valentin vous mettrait à découvert	36%	36%	35%	26%	42%	29%	45%	42%	42%	26%	24%	42%	22%	39%	18%

“ L'intention d'utiliser le paiement en plusieurs fois

511 personnes

Q. Dans les mois qui viennent avez-vous prévu d'utiliser le paiement en plusieurs fois ... ?

Total Oui





L'intention d'utiliser le paiement en plusieurs fois



Q. Dans les mois qui viennent avez-vous prévu d'utiliser le paiement en plusieurs fois ... ?

	% Oui	Sexe		Âge				Statut			
		Homme	Femme	15-19 ans	20-24 ans	25-29 ans	30-35 ans	CSP +	CSP -	Inactif	...dont lycéen, étudiant
... à cause de l'augmentation des prix	56%	57%	55%	52%	59%	53%	60%	62%	58%	50%	48%
... pour acheter des produits en soldes	43%	43%	42%	39%	45%	41%	46%	51%	39%	41%	38%
... pour organiser vos vacances d'hiver	40%	42%	38%	29%	51%	46%	38%	50%	40%	35%	32%

	% Oui	Statut conjugal		Fait des achats pour la Saint Valentin	
		En couple	Pas en couple	Oui	Non
... à cause de l'augmentation des prix	56%	63%	40%	60%	27%
... pour acheter des produits en soldes	43%	48%	32%	46%	24%
... pour organiser vos vacances d'hiver	40%	45%	30%	45%	11%



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

Votre contact

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle Opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com