

“opinionway pour **LA JOIE DES FLEURS .FR**

Les Français et la fête des grands-mères

Février 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1027 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 **les 31 janvier et 1^{er} février 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 LaJoieDesFleurs.fr »

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 ans 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 2 000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



Les résultats



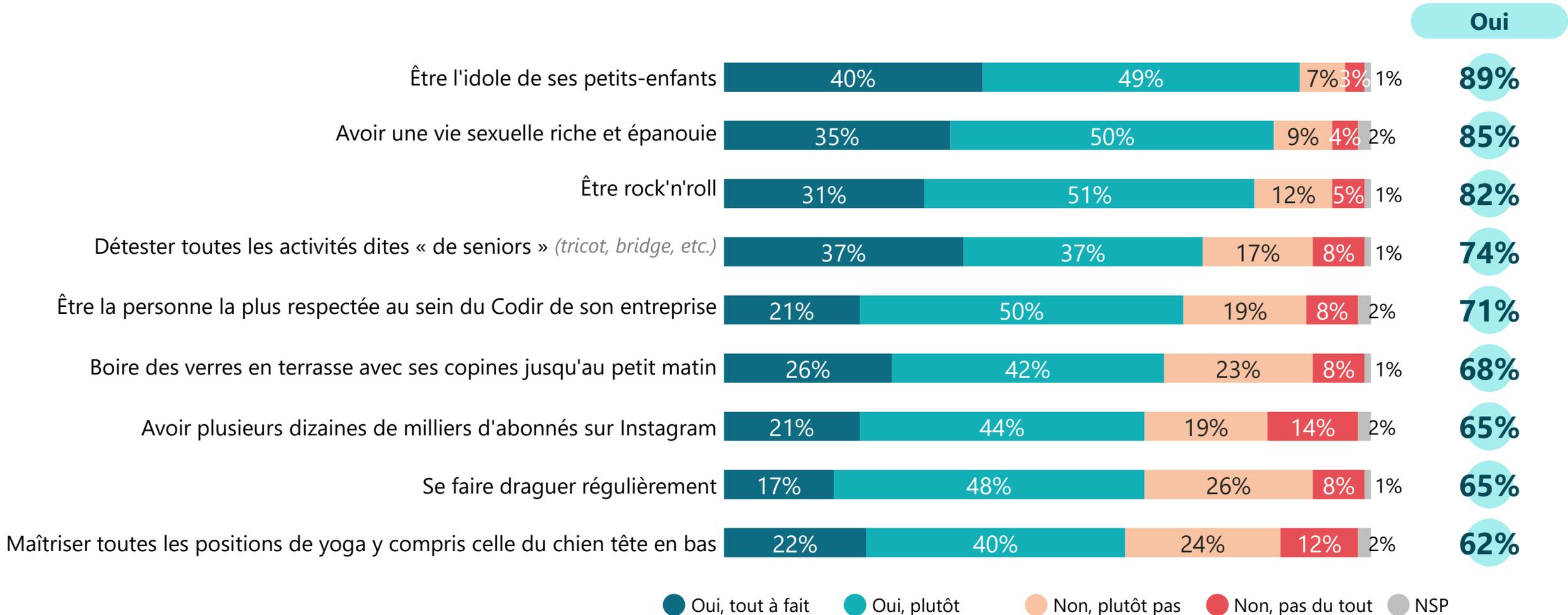


La perception des grands-mères modernes



1027 personnes

Q. Pour vous, peut-on ou non être grand-mère aujourd'hui et... ?





La perception des grands-mères modernes



Q. Pour vous, peut-on ou non être grand-mère aujourd'hui et... ?

	% Oui	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Être l'idole de ses petits-enfants	89%	89%	90%	94%	85%	87%	91%	90%	87%	88%	92%
Avoir une vie sexuelle riche et épanouie	85%	82%	88%	79%	78%	86%	90%	88%	85%	86%	86%
Être rock'n'roll	82%	78%	85%	87%	77%	84%	84%	77%	85%	80%	80%
Détester toutes les activités dites « de seniors » <i>(tricot, bridge, etc.)</i>	74%	73%	75%	86%	75%	78%	72%	67%	82%	70%	71%
Être la personne la plus respectée au sein du Codir de son entreprise	71%	68%	73%	77%	76%	76%	69%	62%	76%	72%	66%
Boire des verres en terrasse avec ses copines jusqu'au petit matin	68%	62%	72%	73%	74%	73%	70%	54%	72%	69%	63%
Avoir plusieurs dizaines de milliers d'abonnés sur Instagram	65%	61%	68%	70%	73%	78%	66%	46%	75%	70%	55%
Se faire draguer régulièrement	65%	65%	65%	73%	67%	68%	69%	54%	71%	67%	59%
Maîtriser toutes les positions de yoga y compris celle du chien tête en bas	62%	56%	66%	83%	65%	70%	63%	43%	70%	63%	55%



La perception des grands-mères modernes



Q. Pour vous, peut-on ou non être grand-mère aujourd'hui et... ?

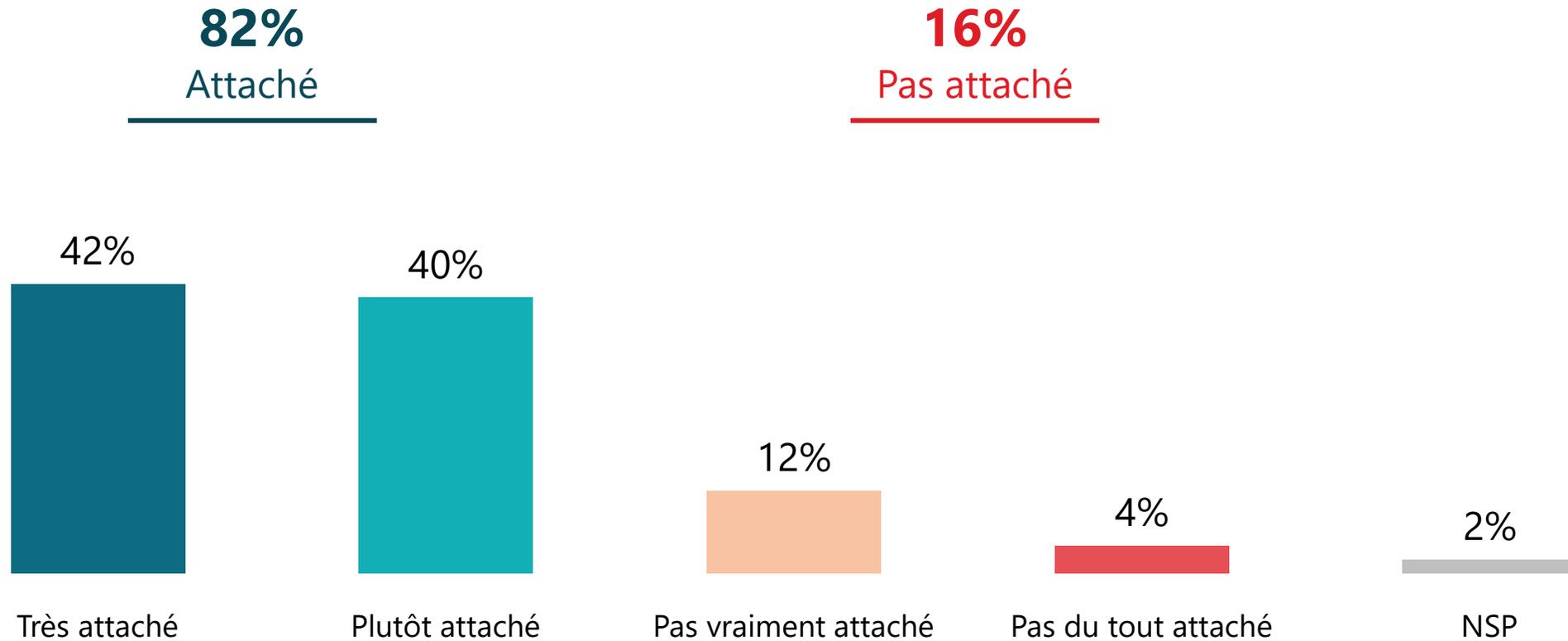
	% Oui	Parent d'enfant de moins de 18 ans		A encore une grand-mère en vie		Est grand-parent		
		Oui	Non	Oui	Non	Oui	...dont est grand-mère	Non
Être l'idole de ses petits-enfants	89%	87%	90%	89%	89%	91%	90%	87%
Avoir une vie sexuelle riche et épanouie	85%	83%	87%	82%	87%	86%	90%	85%
Être rock'n'roll	82%	79%	83%	85%	80%	76%	77%	79%
Détester toutes les activités dites « de seniors » <i>(tricot, bridge, etc.)</i>	74%	79%	72%	81%	71%	69%	65%	78%
Être la personne la plus respectée au sein du Codir de son entreprise	71%	76%	69%	77%	69%	67%	68%	73%
Boire des verres en terrasse avec ses copines jusqu'au petit matin	68%	71%	65%	75%	64%	62%	66%	69%
Avoir plusieurs dizaines de milliers d'abonnés sur Instagram	65%	77%	60%	72%	62%	55%	51%	72%
Se faire draguer régulièrement	65%	67%	64%	71%	63%	60%	54%	65%
Maîtriser toutes les positions de yoga y compris celle du chien tête en bas	62%	67%	60%	74%	57%	54%	56%	63%



L'attachement à ses grands-mères



Q. Diriez-vous que vous êtes/étiez attaché ou non à vos grands-mères ?





L'attachement à ses grands-mères



Q. Diriez-vous que vous êtes/étiez attaché ou non à vos grands-mères ?

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Attaché	82%	82%	82%	86%	84%	81%	86%	76%	84%	83%	80%
...Très attaché	42%	40%	44%	45%	40%	42%	49%	36%	43%	42%	42%
...Plutôt attaché	40%	42%	38%	41%	44%	39%	37%	40%	41%	41%	38%
Sous-total Pas attaché	16%	16%	17%	14%	15%	17%	12%	20%	13%	16%	19%
...Pas vraiment attaché	12%	11%	13%	13%	11%	12%	9%	15%	9%	12%	14%
...Pas du tout attaché	4%	5%	4%	1%	4%	5%	3%	5%	4%	4%	5%



L'attachement à ses grands-mères



Q. Diriez-vous que vous êtes/étiez attaché ou non à vos grands-mères ?

	% Total	Parent d'enfant de moins de 18 ans		A encore une grand-mère en vie		Est grand-parent		
		Oui	Non	Oui	Non	Oui	...dont est grand-mère	Non
Sous-total Attaché	82%	86%	80%	87%	80%	81%	86%	83%
...Très attaché	42%	43%	42%	42%	42%	40%	46%	41%
...Plutôt attaché	40%	43%	38%	45%	38%	41%	40%	42%
Sous-total Pas attaché	16%	13%	18%	12%	18%	17%	13%	15%
...Pas vraiment attaché	12%	10%	13%	11%	13%	13%	12%	12%
...Pas du tout attaché	4%	3%	5%	1%	5%	4%	1%	3%

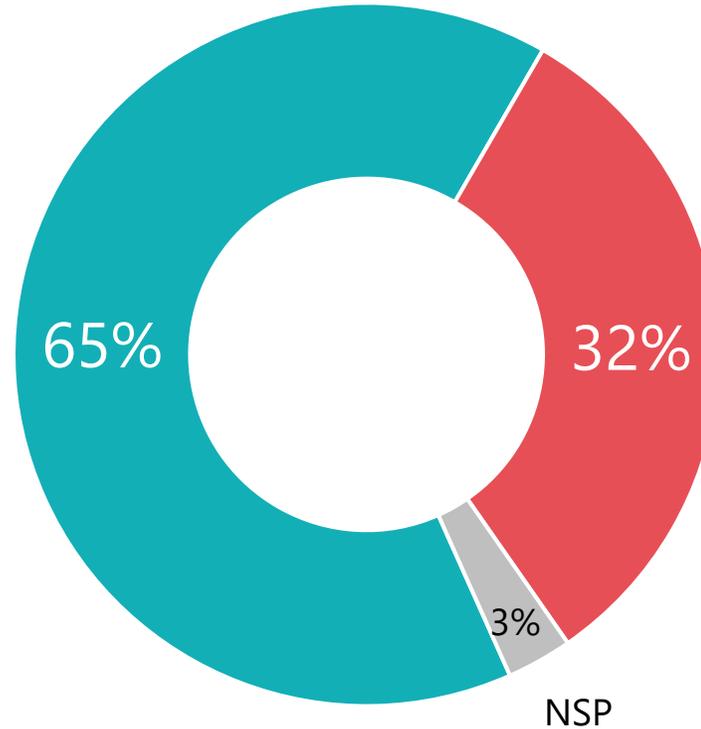


La perception de la fête des grands-mères



1027 personnes

Q. Pour vous, la fête des grands-mères, c'est plutôt... ?



Une fête que vous trouvez sympathique :
elles méritent qu'on les remercie

Une fête que vous trouvez ringarde :
ça n'intéresse personne



La perception de la fête des grands-mères



Q. Pour vous, la fête des grands-mères, c'est plutôt... ?

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Une fête que vous trouvez sympathique : elles méritent qu'on les remercie	65%	62%	67%	78%	72%	64%	67%	53%	67%	75%	56%
Une fête que vous trouvez ringarde : ça n'intéresse personne	32%	37%	29%	20%	24%	34%	30%	43%	30%	23%	40%

	% Total	Parent d'enfant de moins de 18 ans		A encore une grand-mère en vie		Est grand-parent		
		Oui	Non	Oui	Non	Oui	...dont est grand-mère	Non
Une fête que vous trouvez sympathique : elles méritent qu'on les remercie	65%	69%	62%	73%	61%	61%	61%	65%
Une fête que vous trouvez ringarde : ça n'intéresse personne	32%	28%	35%	24%	36%	36%	35%	31%



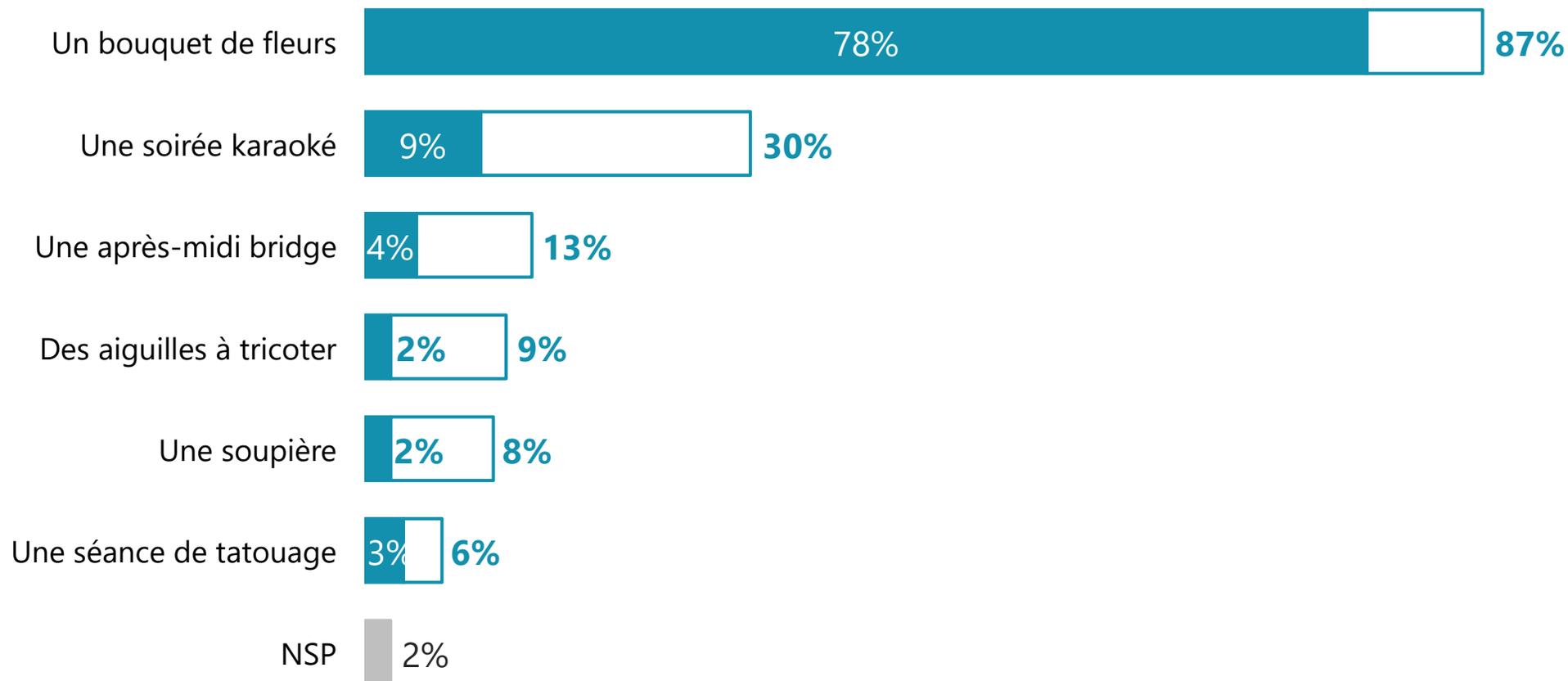
Les meilleurs cadeaux pour une grand-mère



Q. Selon vous, en 2024, que préfèrent recevoir les grands-mères comme cadeau de la part de leurs petits-enfants pour la fête des grands-mères ?

Deux réponses possibles – Total supérieur à 100%

En premier Au total





Les meilleurs cadeaux pour une grand-mère



Q. Selon vous, en 2024, que préfèrent recevoir les grands-mères comme cadeau de la part de leurs petits-enfants pour la fête des grands-mères ?

Deux réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Au total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Un bouquet de fleurs	87%	88%	88%	84%	75%	86%	93%	92%	86%	89%	88%
Une soirée karaoké	30%	29%	33%	23%	33%	27%	38%	30%	34%	34%	26%
Une après-midi bridge	13%	13%	12%	19%	19%	10%	8%	13%	14%	10%	13%
Des aiguilles à tricoter	9%	8%	9%	11%	14%	11%	5%	3%	8%	10%	7%
Une soupière	8%	9%	7%	8%	12%	11%	7%	4%	8%	10%	7%
Une séance de tatouage	6%	5%	6%	4%	11%	6%	5%	5%	8%	5%	5%



Les meilleurs cadeaux pour une grand-mère



Q. Selon vous, en 2024, que préfèrent recevoir les grands-mères comme cadeau de la part de leurs petits-enfants pour la fête des grands-mères ?

Deux réponses possibles – Total supérieur à 100%

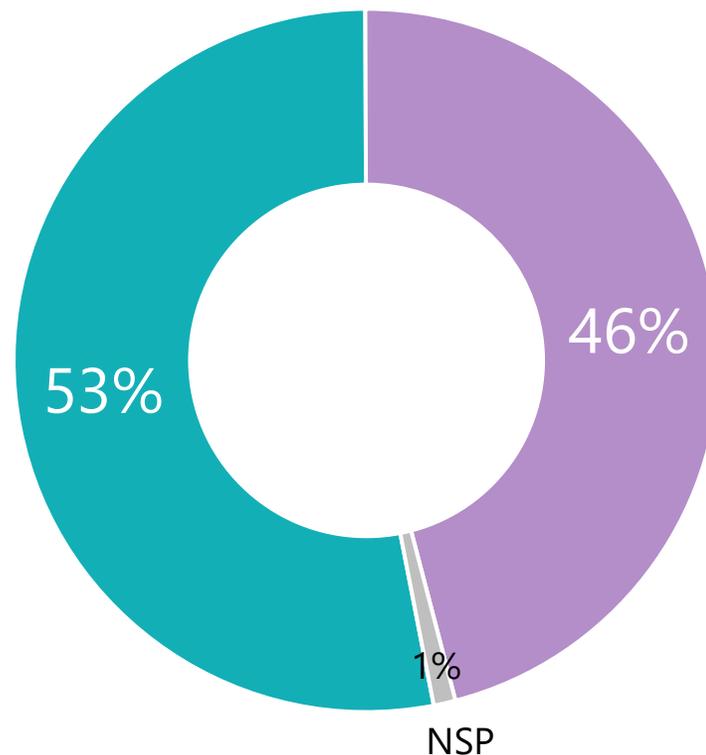
	% Au total	Parent d'enfant de moins de 18 ans		A encore une grand-mère en vie		Est grand-parent		
		Oui	Non	Oui	Non	Oui	...dont est grand-mère	Non
Un bouquet de fleurs	87%	82%	90%	85%	89%	90%	93%	86%
Une soirée karaoké	30%	30%	32%	27%	33%	32%	40%	31%
Une après-midi bridge	13%	14%	11%	17%	11%	12%	10%	14%
Des aiguilles à tricoter	9%	12%	6%	12%	6%	5%	2%	9%
Une soupière	8%	12%	7%	9%	7%	7%	4%	10%
Une séance de tatouage	6%	7%	5%	7%	5%	8%	7%	5%

“ Les personnes qui accordent le plus d'importance à la fête des grands-mères



Q. Pour vous, faire plaisir à ses grands-mères en leur offrant des fleurs à l'occasion de la fête des grands-mères, c'est surtout un moment qu'appréciez... ?

Les parents, pour renforcer le lien entre grands-mères et petits enfants



Les petits-enfants de tous âges, enfants, ado ou adultes

Les personnes qui accordent le plus d'importance à la fête des grands-mères



Q. Pour vous, faire plaisir à ses grands-mères en leur offrant des fleurs à l'occasion de la fête des grands-mères, c'est surtout un moment qu'appréciez... ?

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les parents, pour renforcer le lien entre grands-mères et petits enfants	53%	57%	49%	64%	58%	51%	51%	49%	55%	58%	48%
Les petits-enfants de tous âges, enfants, ado ou adultes	46%	41%	49%	36%	40%	48%	47%	48%	42%	42%	50%

	% Total	Parent d'enfant de moins de 18 ans		A encore une grand-mère en vie		Est grand-parent		
		Oui	Non	Oui	Non	Oui	...dont est grand-mère	Non
Les parents, pour renforcer le lien entre grands-mères et petits enfants	53%	59%	50%	61%	50%	51%	47%	56%
Les petits-enfants de tous âges, enfants, ado ou adultes	46%	40%	48%	39%	48%	47%	51%	43%



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.

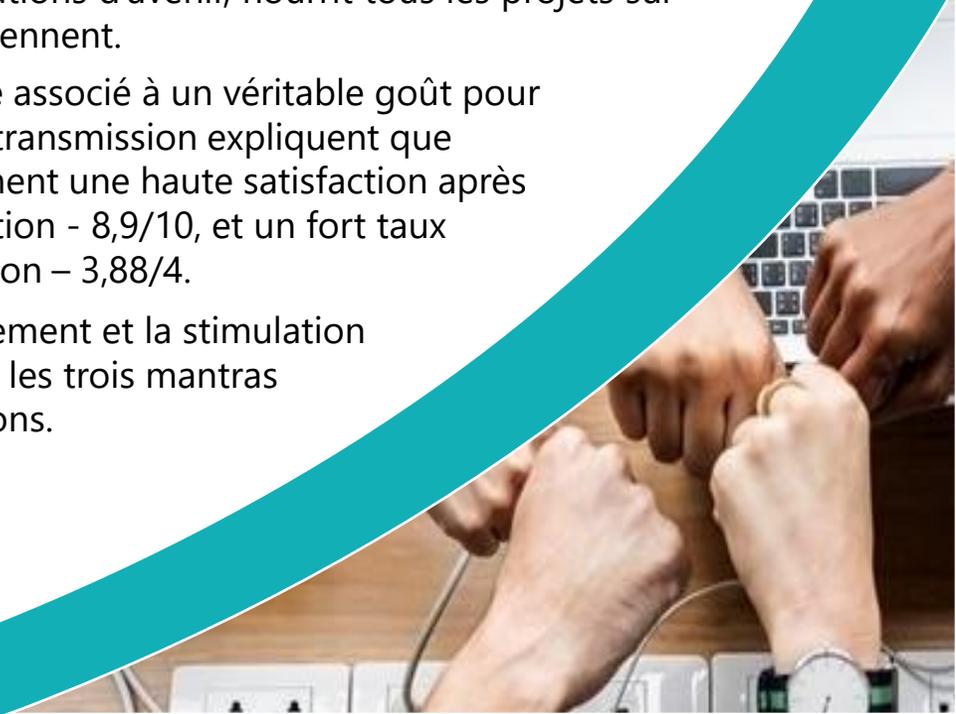
Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

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

Eléonore Quarré

Directrice Conseil
Responsable des études Société

Tel. +33 1 81 81 83 00

equarre@opinion-way.com