



# LES FRANÇAIS ET LES ACHATS DE NOËL EN MAGASIN

Novembre 2017

*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris



**ESOMAR**<sup>17</sup>  
corporate



Octipas

**Frédéric Micheau**

Directeur des études d'opinion

Directeur de département

Tel: 01 81 81 83 00

[fmicheau@opinion-way.com](mailto:fmicheau@opinion-way.com)

# LA MÉTHODOLOGIE

*“opinionway*



# La méthodologie



Echantillon de **1008 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 **8 et 9 novembre 2017**.

*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 Octipas »**

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



# Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.

**Source : INSEE, Bilan démographique 2015.**



|  | Sexe   | %   |
|--|--------|-----|
|  | Hommes | 48% |
|  | Femmes | 52% |



|  | Age            | %   |
|--|----------------|-----|
|  | 18-24 ans      | 10% |
|  | 25-34 ans      | 16% |
|  | 35-49 ans      | 25% |
|  | 50-64 ans      | 25% |
|  | 65 ans et plus | 24% |



|  | Région        | %   |
|--|---------------|-----|
|  | Ile-de-France | 18% |
|  | Nord ouest    | 24% |
|  | Nord est      | 22% |
|  | Sud ouest     | 11% |
|  | Sud est       | 25% |



|  | Activité professionnelle                            | %          |
|--|-----------------------------------------------------|------------|
|  | Agriculteurs                                        | 1%         |
|  | <b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b> | <b>26%</b> |
|  | Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise         | 3%         |
|  | Professions libérales / Cadres                      | 9%         |
|  | Professions intermédiaires                          | 14%        |
|  | <b>Catégories populaires</b>                        | <b>30%</b> |
|  | Employés                                            | 17%        |
|  | Ouvriers                                            | 13%        |
|  | <b>Inactifs</b>                                     | <b>43%</b> |
|  | Retraités                                           | 26%        |
|  | Autres inactifs                                     | 17%        |



|  | Taille d'agglomération       | %   |
|--|------------------------------|-----|
|  | Une commune rurale           | 24% |
|  | De 2000 à 19 999 habitants   | 17% |
|  | De 20 000 à 99 999 habitants | 13% |
|  | 100 000 habitants et plus    | 30% |
|  | Agglomération parisienne     | 16% |

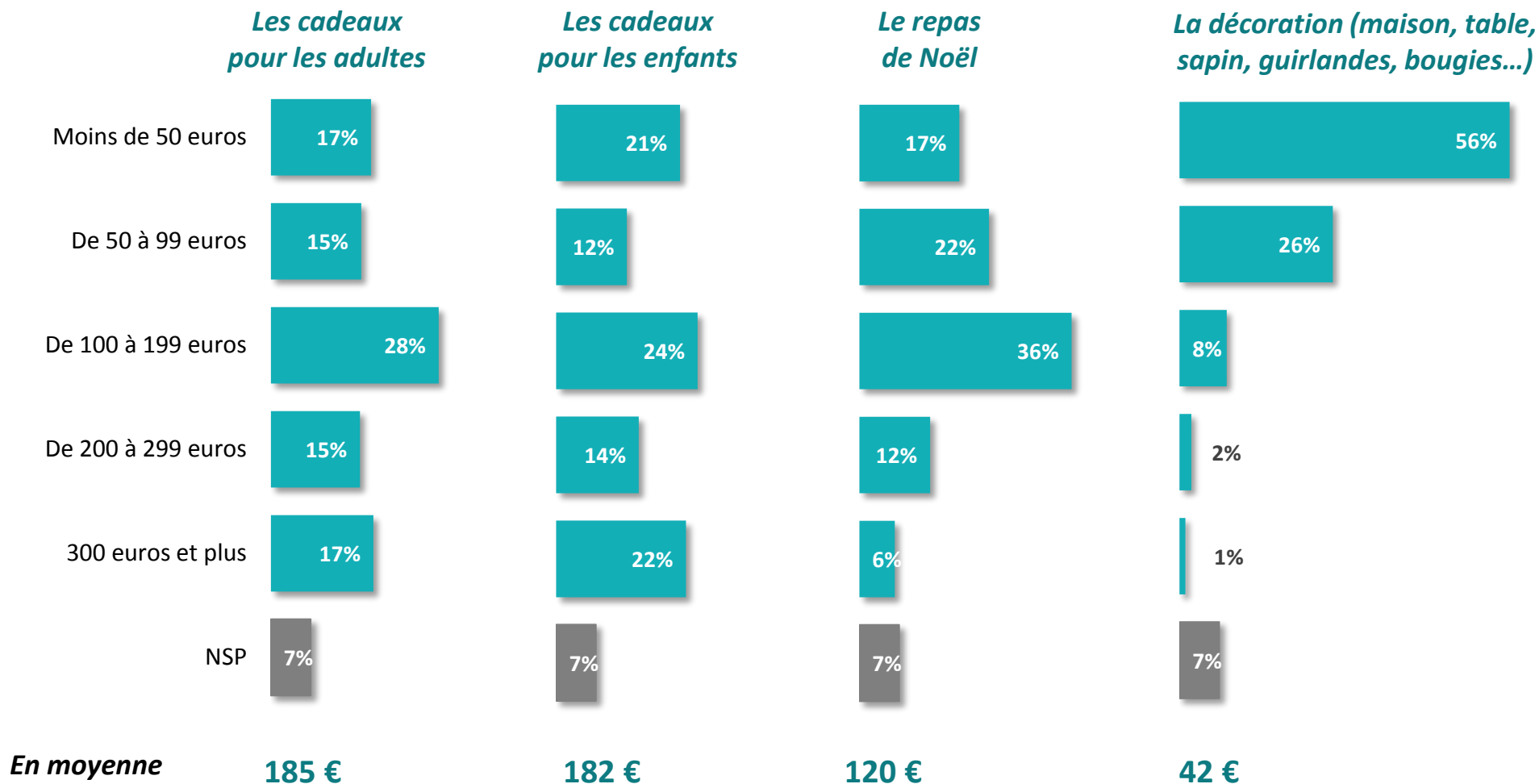
# **LES RÉSULTATS**

*“opinionway*



# Les dépenses des Français à Noël

Q. A Noël, combien seriez-vous prêt à dépenser pour chacun des postes suivants ?





# Les dépenses des Français à Noël

Q. A Noël, combien seriez-vous prêt à dépenser pour chacun des postes suivants ?



## Les cadeaux pour les adultes

|                    | % TOTAL      | Sexe         |              | Âge          |              |              |              |              | Statut       |              |              |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                    |              | Homme        | Femme        | 18-24 ans    | 25-34 ans    | 35-49 ans    | 50-64 ans    | 65 ans et +  | CSP+         | CSP-         | Inactif      |
| Moins de 50 euros  | 17%          | 17%          | 17%          | 24%          | 14%          | 19%          | 17%          | 14%          | 14%          | 20%          | 18%          |
| De 50 à 99 euros   | 15%          | 13%          | 18%          | 22%          | 17%          | 16%          | 13%          | 12%          | 16%          | 18%          | 12%          |
| De 100 à 199 euros | 28%          | 29%          | 28%          | 25%          | 32%          | 30%          | 28%          | 26%          | 27%          | 30%          | 29%          |
| De 200 à 299 euros | 15%          | 14%          | 16%          | 18%          | 15%          | 13%          | 15%          | 16%          | 15%          | 15%          | 16%          |
| 300 euros et plus  | 17%          | 20%          | 15%          | 4%           | 10%          | 15%          | 20%          | 27%          | 21%          | 10%          | 20%          |
| <b>En moyenne</b>  | <b>185 €</b> | <b>222 €</b> | <b>152 €</b> | <b>108 €</b> | <b>134 €</b> | <b>167 €</b> | <b>162 €</b> | <b>287 €</b> | <b>203 €</b> | <b>122 €</b> | <b>218 €</b> |



# Les dépenses des Français à Noël

Q. A Noël, combien seriez-vous prêt à dépenser pour chacun des postes suivants ?



## Les cadeaux pour les enfants

|                    | % TOTAL      | Sexe         |              | Âge         |              |              |              |              | Statut       |              |              |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                    |              | Homme        | Femme        | 18-24 ans   | 25-34 ans    | 35-49 ans    | 50-64 ans    | 65 ans et +  | CSP+         | CSP-         | Inactif      |
| Moins de 50 euros  | <b>21%</b>   | 21%          | 20%          | 43%         | 27%          | 19%          | 18%          | 13%          | 15%          | 26%          | 20%          |
| De 50 à 99 euros   | <b>12%</b>   | 10%          | 14%          | 19%         | 15%          | 12%          | 9%           | 10%          | 13%          | 13%          | 11%          |
| De 100 à 199 euros | <b>24%</b>   | 23%          | 25%          | 17%         | 27%          | 26%          | 25%          | 22%          | 25%          | 26%          | 23%          |
| De 200 à 299 euros | <b>14%</b>   | 14%          | 14%          | 5%          | 11%          | 14%          | 14%          | 19%          | 16%          | 10%          | 16%          |
| 300 euros et plus  | <b>22%</b>   | 24%          | 20%          | 8%          | 7%           | 23%          | 27%          | 31%          | 22%          | 19%          | 24%          |
| <i>En moyenne</i>  | <b>182 €</b> | <b>198 €</b> | <b>168 €</b> | <b>75 €</b> | <b>102 €</b> | <b>187 €</b> | <b>201 €</b> | <b>248 €</b> | <b>201 €</b> | <b>151 €</b> | <b>195 €</b> |



# Les dépenses des Français à Noël

Q. A Noël, combien seriez-vous prêt à dépenser pour chacun des postes suivants ?



## Le repas de Noël

|                    | % TOTAL      | Sexe         |              | Âge         |             |              |              |              | Statut       |              |              |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                    |              | Homme        | Femme        | 18-24 ans   | 25-34 ans   | 35-49 ans    | 50-64 ans    | 65 ans et +  | CSP+         | CSP-         | Inactif      |
| Moins de 50 euros  | 17%          | 18%          | 16%          | 43%         | 18%         | 15%          | 13%          | 13%          | 15%          | 16%          | 18%          |
| De 50 à 99 euros   | 22%          | 17%          | 26%          | 24%         | 26%         | 24%          | 22%          | 15%          | 14%          | 30%          | 21%          |
| De 100 à 199 euros | 36%          | 36%          | 36%          | 17%         | 35%         | 39%          | 37%          | 40%          | 39%          | 35%          | 35%          |
| De 200 à 299 euros | 12%          | 12%          | 12%          | 8%          | 9%          | 11%          | 12%          | 18%          | 16%          | 8%           | 14%          |
| 300 euros et plus  | 6%           | 9%           | 4%           | 1%          | -           | 6%           | 8%           | 10%          | 7%           | 4%           | 7%           |
| <b>En moyenne</b>  | <b>120 €</b> | <b>131 €</b> | <b>110 €</b> | <b>62 €</b> | <b>92 €</b> | <b>128 €</b> | <b>127 €</b> | <b>143 €</b> | <b>137 €</b> | <b>103 €</b> | <b>121 €</b> |



# Les dépenses des Français à Noël

Q. A Noël, combien seriez-vous prêt à dépenser pour chacun des postes suivants ?



*La décoration (maison, table, sapin, guirlandes, bougies...)*

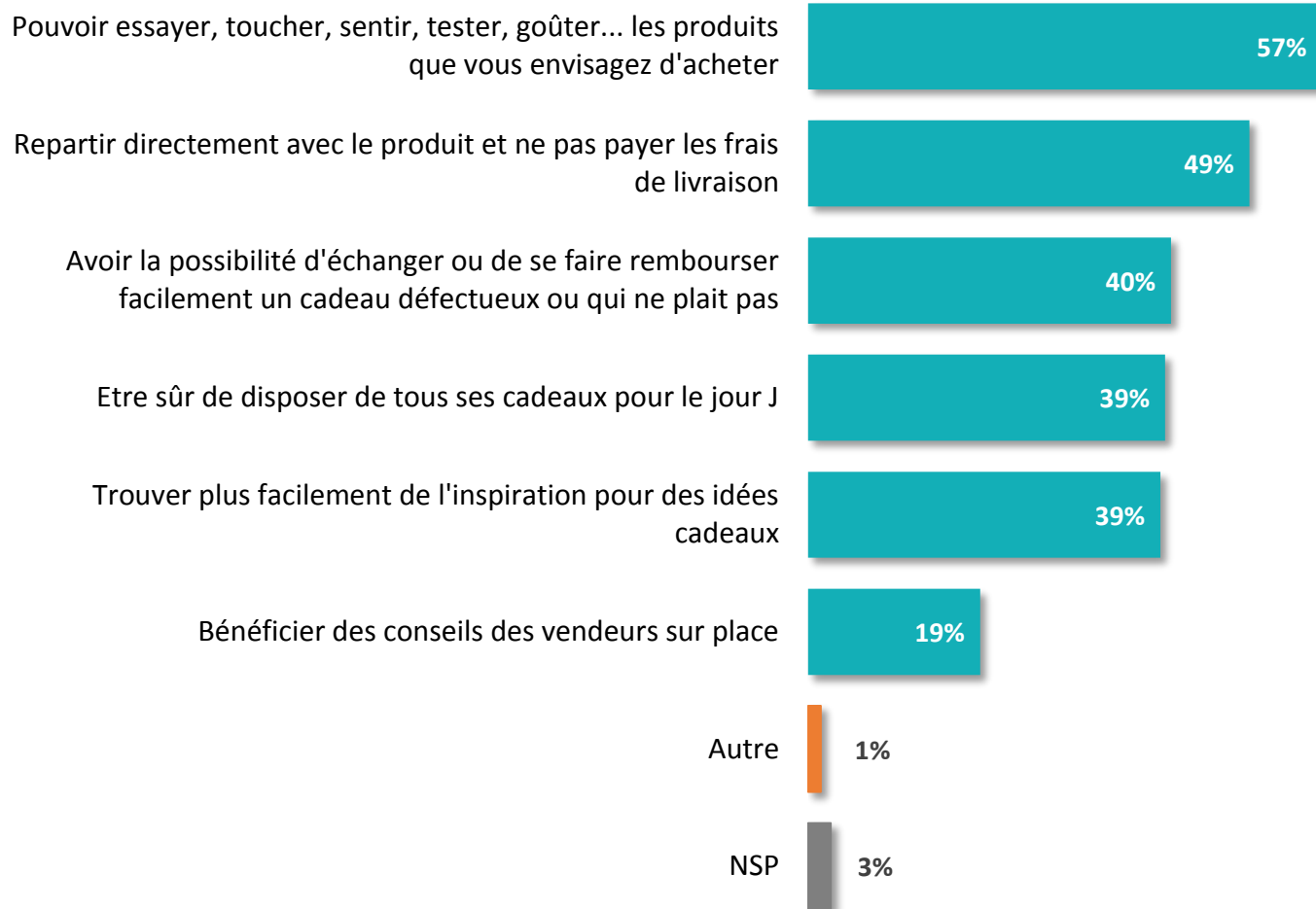
|                    |             | Sexe        |             | Âge         |             |             |             |             | Statut      |             |             |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                    | % TOTAL     | Homme       | Femme       | 18-24 ans   | 25-34 ans   | 35-49 ans   | 50-64 ans   | 65 ans et + | CSP+        | CSP-        | Inactif     |
| Moins de 50 euros  | <b>56%</b>  | 54%         | 58%         | 63%         | 52%         | 54%         | 60%         | 55%         | 51%         | 59%         | 59%         |
| De 50 à 99 euros   | <b>26%</b>  | 26%         | 27%         | 23%         | 29%         | 27%         | 23%         | 28%         | 27%         | 25%         | 25%         |
| De 100 à 199 euros | <b>8%</b>   | 10%         | 7%          | 4%          | 5%          | 10%         | 7%          | 11%         | 10%         | 8%          | 8%          |
| De 200 à 299 euros | <b>2%</b>   | 2%          | 2%          | 1%          | 3%          | 1%          | 3%          | 1%          | 2%          | 1%          | 1%          |
| 300 euros et plus  | <b>1%</b>   | 1%          | -           | -           | -           | 2%          | -           | -           | 2%          | -           | -           |
| <i>En moyenne</i>  | <b>42 €</b> | <b>47 €</b> | <b>37 €</b> | <b>31 €</b> | <b>39 €</b> | <b>56 €</b> | <b>37 €</b> | <b>38 €</b> | <b>56 €</b> | <b>38 €</b> | <b>35 €</b> |



# Les avantages de faire ses courses en magasin

Q. Quels sont d'après vous les principaux avantages à faire vos courses de Noël dans un magasin physique ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%





# Les avantages de faire ses courses en magasin

Q. Quels sont d'après vous les principaux avantages à faire vos courses de Noël dans un magasin physique ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



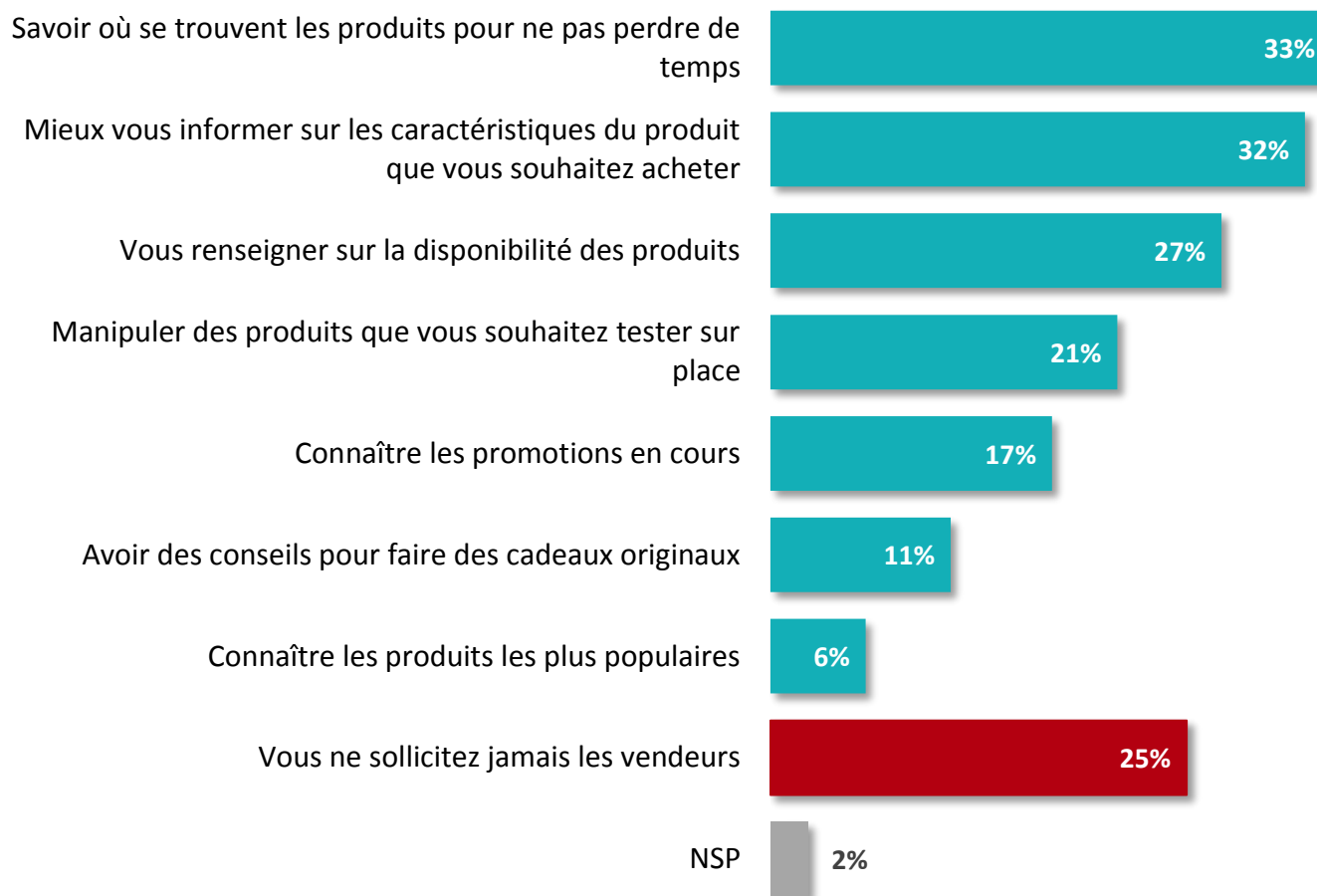
|                                                                                                               | % TOTAL    | Sexe  |       | Âge       |           |           |           |             | Statut |      |         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|--------|------|---------|
|                                                                                                               |            | Homme | Femme | 18-24 ans | 25-34 ans | 35-49 ans | 50-64 ans | 65 ans et + | CSP+   | CSP- | Inactif |
| Pouvoir essayer, toucher, sentir, tester, goûter... les produits que vous envisagez d'acheter                 | <b>57%</b> | 55%   | 58%   | 48%       | 53%       | 59%       | 60%       | 57%         | 56%    | 57%  | 56%     |
| Repartir directement avec le produit et ne pas payer les frais de livraison                                   | <b>49%</b> | 44%   | 53%   | 50%       | 46%       | 48%       | 49%       | 51%         | 47%    | 46%  | 51%     |
| Avoir la possibilité d'échanger ou de se faire rembourser facilement un cadeau défectueux ou qui ne plaît pas | <b>40%</b> | 40%   | 40%   | 42%       | 31%       | 40%       | 41%       | 44%         | 39%    | 38%  | 41%     |
| Etre sûr de disposer de tous ses cadeaux pour le jour J                                                       | <b>39%</b> | 34%   | 44%   | 51%       | 41%       | 35%       | 40%       | 37%         | 37%    | 41%  | 39%     |
| Trouver plus facilement de l'inspiration pour des idées cadeaux                                               | <b>39%</b> | 38%   | 40%   | 38%       | 40%       | 32%       | 44%       | 40%         | 39%    | 38%  | 39%     |
| Bénéficier des conseils des vendeurs sur place                                                                | <b>19%</b> | 22%   | 16%   | 18%       | 13%       | 15%       | 20%       | 26%         | 21%    | 12%  | 24%     |
| Autre                                                                                                         | <b>1%</b>  | 2%    | 1%    | -         | 1%        | 1%        | 1%        | 3%          | 2%     | 1%   | 2%      |



# Les motifs de sollicitation des vendeurs

Q. Au moment d'acheter des cadeaux de Noël en magasin, vous sollicitez surtout les vendeurs pour... ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



**73% des Français sollicitent les vendeurs en magasin**



# Les motifs de sollicitation des vendeurs

Q. Au moment d'acheter des cadeaux de Noël en magasin, vous sollicitez surtout les vendeurs pour... ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



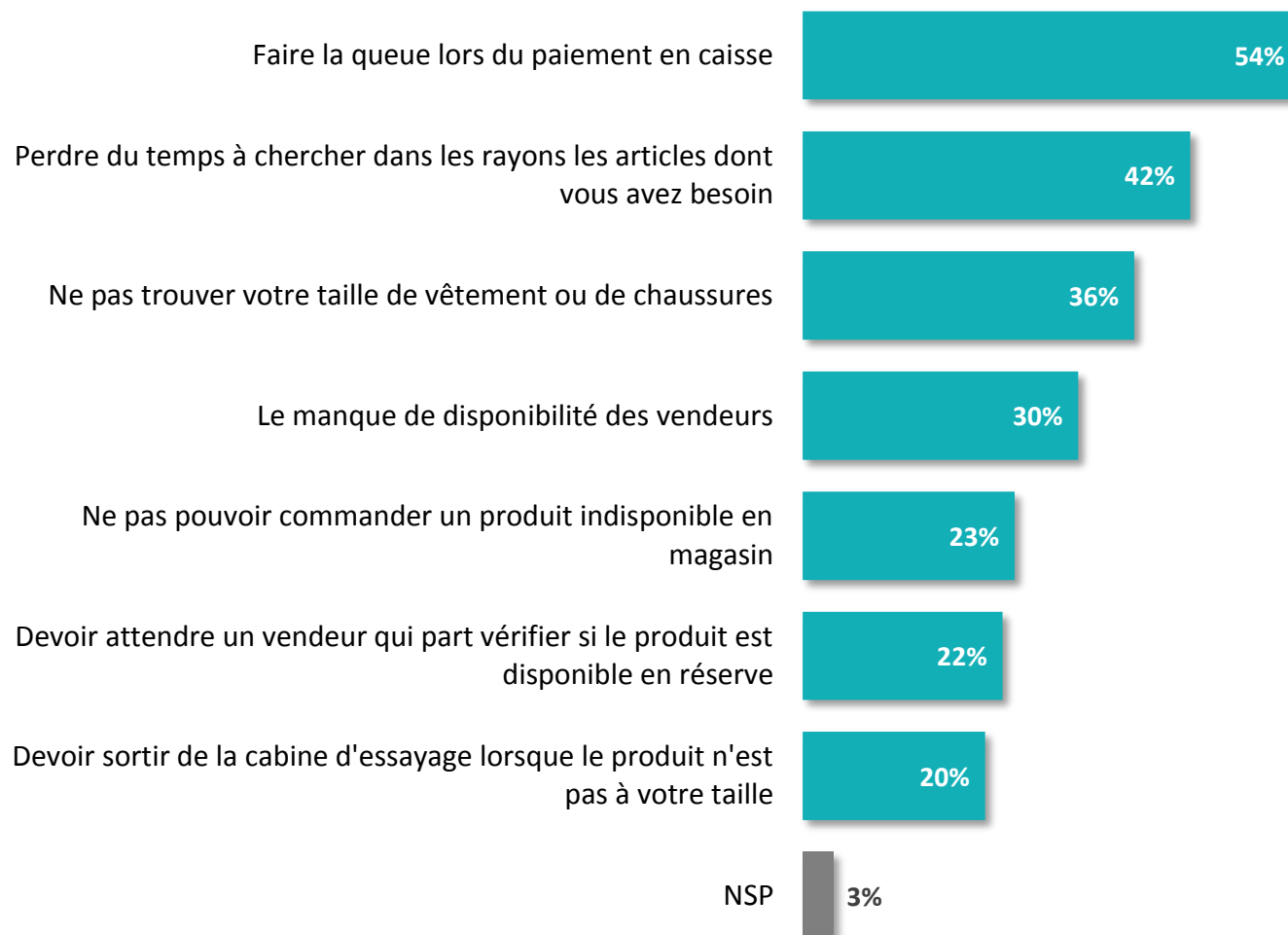
|                                                                                    | % TOTAL    | Sexe       |            | Âge        |            |            |            |             | Statut     |            |            |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|
|                                                                                    |            | Homme      | Femme      | 18-24 ans  | 25-34 ans  | 35-49 ans  | 50-64 ans  | 65 ans et + | CSP+       | CSP-       | Inactif    |
| <b>Sous-total Sollicite les vendeurs</b>                                           | <b>73%</b> | <b>74%</b> | <b>72%</b> | <b>75%</b> | <b>73%</b> | <b>73%</b> | <b>71%</b> | <b>74%</b>  | <b>74%</b> | <b>76%</b> | <b>72%</b> |
| Savoir où se trouvent les produits pour ne pas perdre de temps                     | 33%        | 31%        | 35%        | 30%        | 34%        | 34%        | 28%        | 38%         | 31%        | 33%        | 33%        |
| Mieux vous informer sur les caractéristiques du produit que vous souhaitez acheter | 32%        | 36%        | 28%        | 29%        | 24%        | 26%        | 33%        | 42%         | 31%        | 29%        | 35%        |
| Vous renseigner sur la disponibilité des produits                                  | 27%        | 26%        | 27%        | 31%        | 25%        | 24%        | 28%        | 28%         | 26%        | 28%        | 27%        |
| Manipuler des produits que vous souhaitez tester sur place                         | 21%        | 21%        | 21%        | 20%        | 16%        | 22%        | 23%        | 19%         | 21%        | 22%        | 20%        |
| Connaître les promotions en cours                                                  | 17%        | 15%        | 19%        | 22%        | 17%        | 15%        | 18%        | 15%         | 16%        | 18%        | 16%        |
| Avoir des conseils pour faire des cadeaux originaux                                | 11%        | 10%        | 11%        | 14%        | 14%        | 10%        | 12%        | 6%          | 12%        | 12%        | 9%         |
| Connaître les produits les plus populaires                                         | 6%         | 6%         | 5%         | 9%         | 12%        | 4%         | 5%         | 3%          | 4%         | 8%         | 6%         |
| Vous ne sollicitez jamais les vendeurs                                             | 25%        | 23%        | 26%        | 22%        | 23%        | 25%        | 26%        | 25%         | 22%        | 23%        | 27%        |



# Les motifs d'agacement dans les magasins

Q. Plus généralement, quels sont tous les éléments qui vous agacent lorsque vous faites vos achats dans un magasin ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%





# Les motifs d'agacement dans les magasins

Q. Plus généralement, quels sont tous les éléments qui vous agacent lorsque vous faites vos achats dans un magasin ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



|                                                                                      |            | Sexe  |       | Âge       |           |           |           |             | Statut |      |         |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|--------|------|---------|
|                                                                                      | % TOTAL    | Homme | Femme | 18-24 ans | 25-34 ans | 35-49 ans | 50-64 ans | 65 ans et + | CSP+   | CSP- | Inactif |
| Faire la queue lors du paiement en caisse                                            | <b>54%</b> | 56%   | 53%   | 51%       | 56%       | 54%       | 55%       | 55%         | 52%    | 58%  | 54%     |
| Perdre du temps à chercher dans les rayons les articles dont vous avez besoin        | <b>42%</b> | 41%   | 44%   | 36%       | 41%       | 38%       | 44%       | 49%         | 38%    | 41%  | 47%     |
| Ne pas trouver votre taille de vêtement ou de chaussures                             | <b>36%</b> | 30%   | 42%   | 44%       | 34%       | 40%       | 37%       | 29%         | 37%    | 39%  | 33%     |
| Le manque de disponibilité des vendeurs                                              | <b>30%</b> | 33%   | 28%   | 27%       | 21%       | 25%       | 31%       | 42%         | 27%    | 28%  | 35%     |
| Ne pas pouvoir commander un produit indisponible en magasin                          | <b>23%</b> | 24%   | 23%   | 27%       | 18%       | 23%       | 26%       | 23%         | 24%    | 22%  | 25%     |
| Devoir attendre un vendeur qui part vérifier si le produit est disponible en réserve | <b>22%</b> | 22%   | 22%   | 20%       | 17%       | 20%       | 23%       | 27%         | 19%    | 19%  | 25%     |
| Devoir sortir de la cabine d'essayage lorsque le produit n'est pas à votre taille    | <b>20%</b> | 15%   | 25%   | 24%       | 16%       | 24%       | 20%       | 17%         | 19%    | 27%  | 17%     |

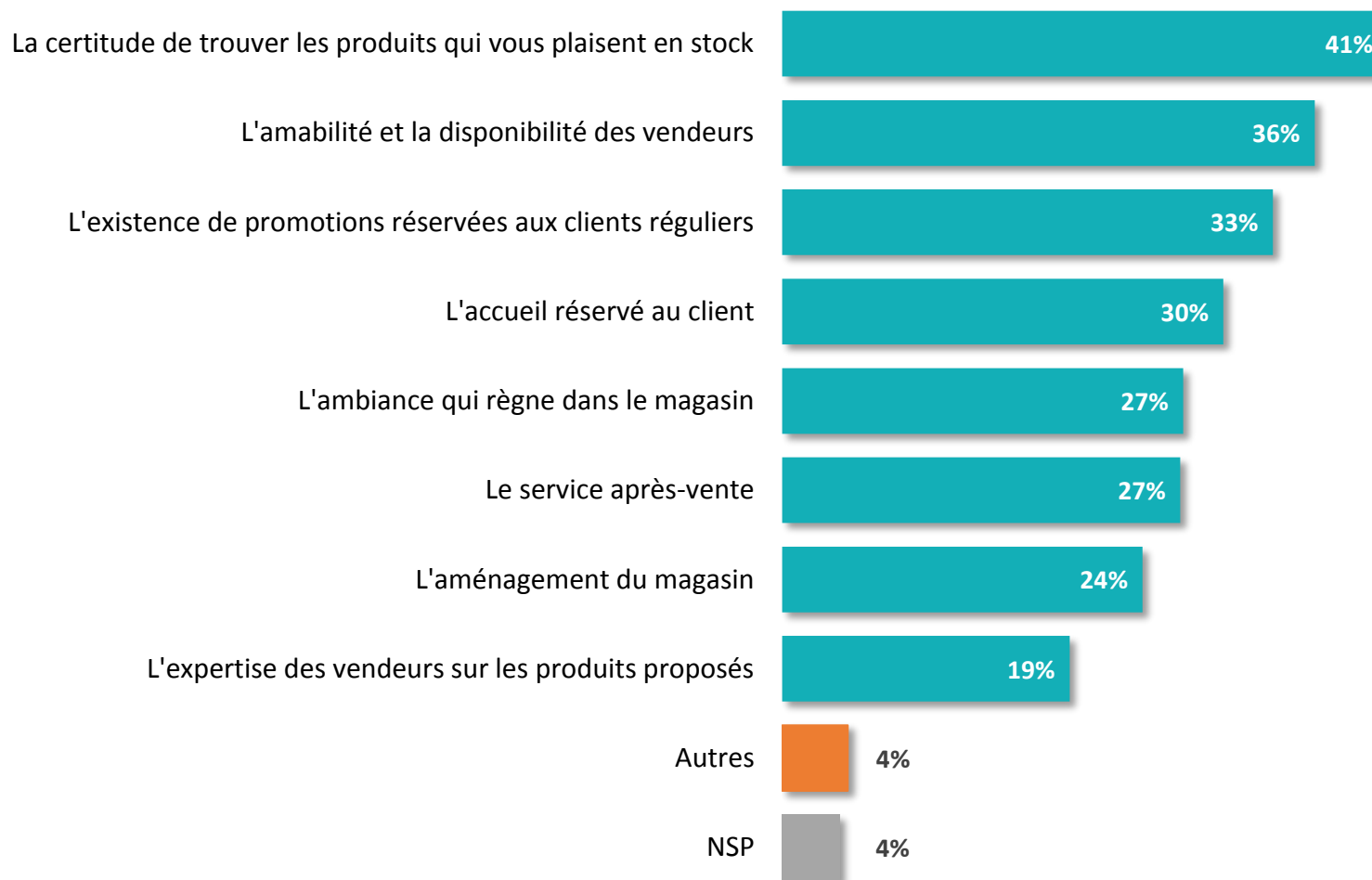


# Les raisons d'être fidèle à un magasin ou une enseigne

Q. Et quelles sont toutes les raisons pour lesquelles vous êtes fidèles à un magasin ou à une enseigne ?

*Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%*

  
1008  
personnes





# Les raisons d'être fidèle à un magasin ou une enseigne

Q: Et quelles sont toutes les raisons pour lesquelles vous êtes fidèles à un magasin ou à une enseigne ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



|                                                                 |            | Sexe  |       | Âge       |           |           |           |             | Statut |      |         |
|-----------------------------------------------------------------|------------|-------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|--------|------|---------|
|                                                                 | % TOTAL    | Homme | Femme | 18-24 ans | 25-34 ans | 35-49 ans | 50-64 ans | 65 ans et + | CSP+   | CSP- | Inactif |
| La certitude de trouver les produits qui vous plaisent en stock | <b>41%</b> | 36%   | 45%   | 49%       | 38%       | 43%       | 39%       | 39%         | 34%    | 46%  | 42%     |
| L'amabilité et la disponibilité des vendeurs                    | <b>36%</b> | 39%   | 33%   | 27%       | 28%       | 32%       | 41%       | 43%         | 32%    | 37%  | 39%     |
| L'existence de promotions réservées aux clients réguliers       | <b>33%</b> | 29%   | 37%   | 44%       | 37%       | 35%       | 31%       | 27%         | 33%    | 36%  | 31%     |
| L'accueil réservé au client                                     | <b>30%</b> | 32%   | 28%   | 24%       | 22%       | 28%       | 35%       | 34%         | 30%    | 29%  | 31%     |
| L'ambiance qui règne dans le magasin                            | <b>27%</b> | 24%   | 30%   | 32%       | 28%       | 25%       | 35%       | 18%         | 27%    | 30%  | 25%     |
| Le service après-vente                                          | <b>27%</b> | 32%   | 22%   | 15%       | 21%       | 24%       | 32%       | 34%         | 29%    | 24%  | 29%     |
| L'aménagement du magasin                                        | <b>24%</b> | 24%   | 25%   | 28%       | 27%       | 26%       | 23%       | 21%         | 26%    | 26%  | 21%     |
| L'expertise des vendeurs sur les produits proposés              | <b>19%</b> | 24%   | 15%   | 10%       | 17%       | 20%       | 17%       | 26%         | 24%    | 14%  | 21%     |
| Autres                                                          | <b>4%</b>  | 5%    | 4%    | 1%        | 7%        | 4%        | 4%        | 5%          | 5%     | 3%   | 5%      |



*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris

*« Permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur,  
pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »*