

“opinionway pour **cricut**®

Les Français et les cadeaux faits-main

Septembre 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1013 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 21 au 23 août 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 CRICUT »

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	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	15%
	35-49 ans	24%
	50-64 ans	24%
	65 ans et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	12%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	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



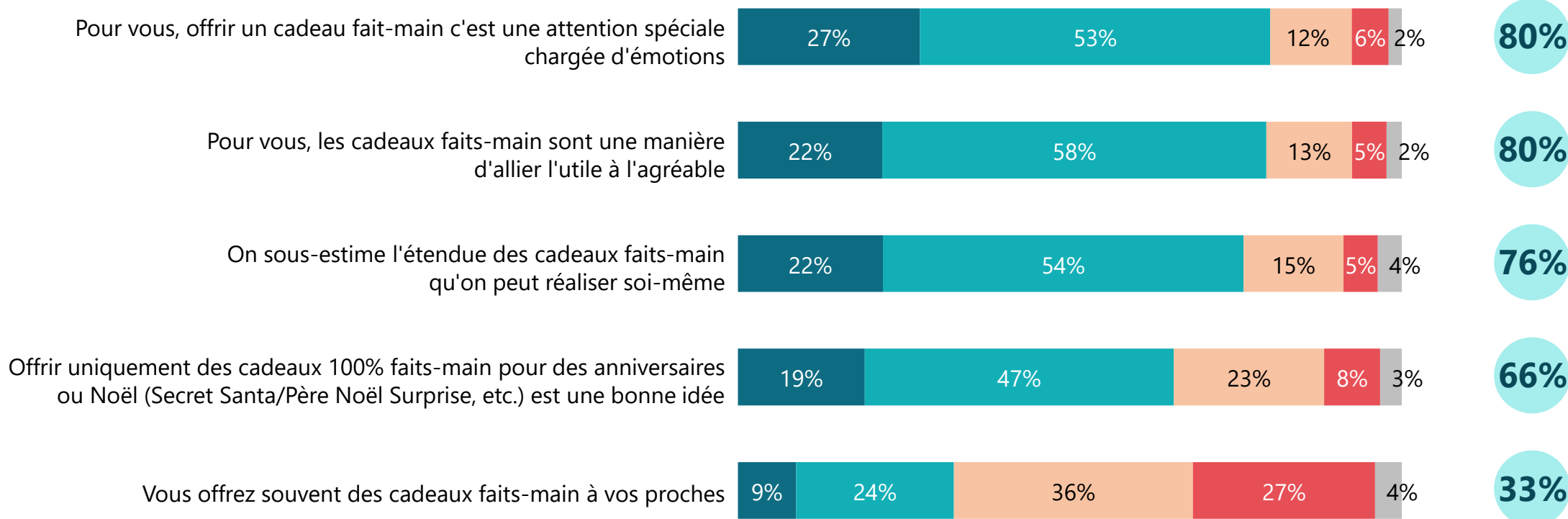


La perception des cadeaux 100% faits-main



Q. Concernant les cadeaux 100% faits-main, diriez-vous que... ?

Total Oui



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



La perception des cadeaux 100% faits-main



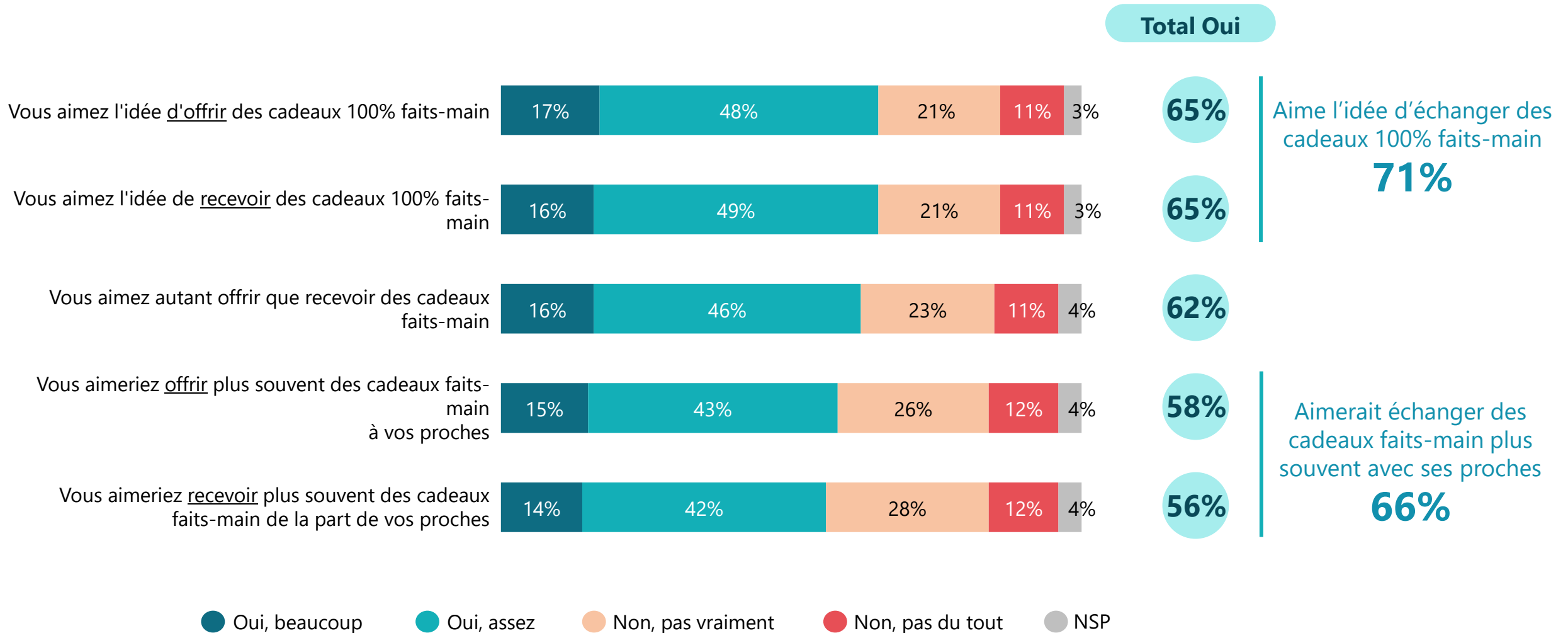
Q. Concernant les cadeaux 100% faits-main, diriez-vous que... ?

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Pour vous, offrir un cadeau fait-main c'est une attention spéciale chargée d'émotions	80%	78%	83%	81%	86%	77%	80%	79%	80%	79%	82%
Pour vous, les cadeaux faits-main sont une manière d'allier l'utile à l'agréable	80%	77%	82%	82%	88%	78%	76%	79%	79%	76%	82%
On sous-estime l'étendue des cadeaux faits-main qu'on peut réaliser soi-même	76%	75%	78%	84%	84%	75%	75%	71%	73%	79%	77%
Offrir uniquement des cadeaux 100% faits-main pour des anniversaires ou Noël (Secret Santa/Père Noël Surprise, etc.) est une bonne idée	66%	64%	68%	77%	75%	66%	60%	61%	67%	65%	67%
Vous offrez souvent des cadeaux faits-main à vos proches	33%	28%	36%	48%	52%	40%	23%	18%	39%	34%	27%

“ La joie d’offrir et recevoir des cadeaux faits-main



Q. Vous personnellement, diriez-vous que... ?





La joie d'offrir et recevoir des cadeaux faits-main



Q. Vous personnellement, diriez-vous que... ?

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Vous aimez l'idée d'offrir des cadeaux 100% faits-main	65%	61%	67%	77%	76%	64%	63%	54%	67%	64%	63%
Vous aimez l'idée de recevoir des cadeaux 100% faits-main	65%	62%	69%	75%	80%	67%	61%	56%	68%	66%	64%
Vous aimez autant offrir que recevoir des cadeaux faits-main	62%	59%	64%	70%	73%	68%	56%	50%	70%	62%	57%
Vous aimeriez offrir plus souvent des cadeaux faits-main à vos proches	58%	49%	66%	67%	72%	60%	56%	46%	66%	54%	55%
Vous aimeriez recevoir plus souvent des cadeaux faits-main de la part de vos proches	56%	50%	61%	70%	70%	57%	56%	43%	63%	56%	52%



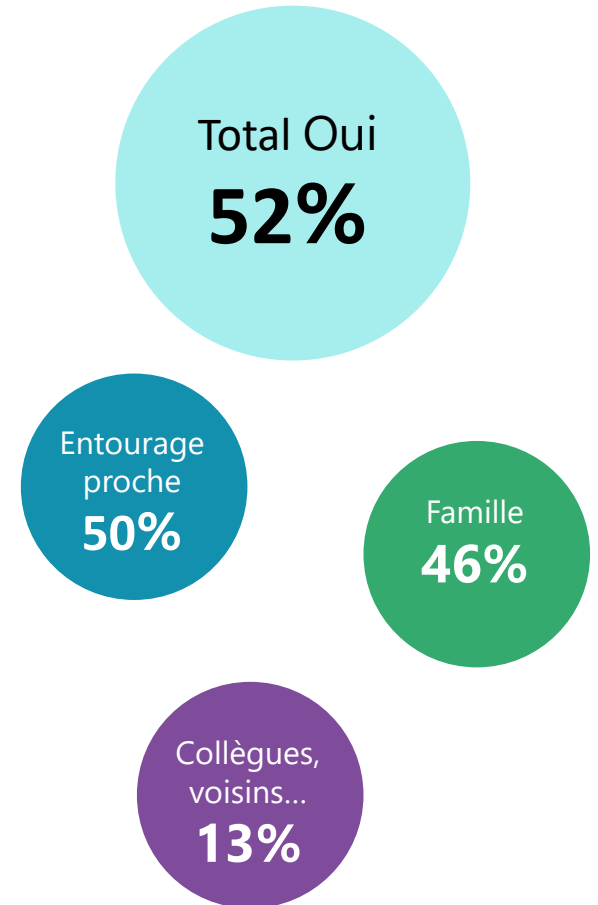
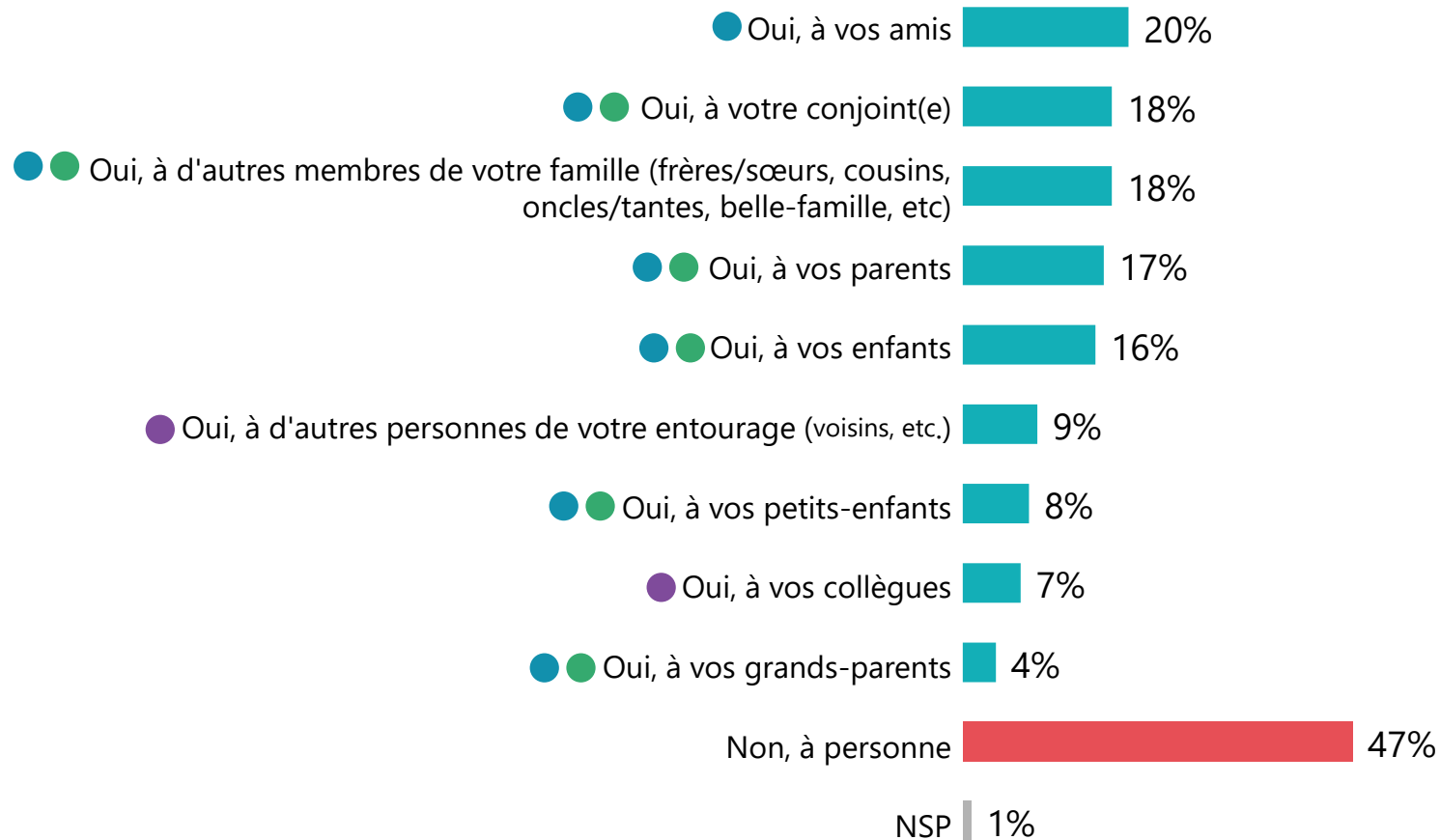
Les destinataires des cadeaux faits-main



1013 personnes

Q. Vous arrive-t-il ou non d'offrir des cadeaux faits-main aux personnes de votre entourage (pour des anniversaires, à Noël, Secret Santa/Père Noël Surprise... , pour la fête des mères/pères/grands-mères/grands-pères..., au quotidien, sans raison particulière...)?

Plusieurs réponses 'Oui' possibles, total supérieur à 100%





Les destinataires des cadeaux faits-main



Q. Vous arrive-t-il ou non d'offrir des cadeaux faits-main aux personnes de votre entourage (pour des anniversaires, à Noël, Secret Santa/Père Noël Surprise... , pour la fête des mères/pères/grands-mères/grands-pères..., au quotidien, sans raison particulière...)?

Plusieurs réponses 'Oui' 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 plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Oui	52%	47%	57%	78%	62%	55%	47%	39%	58%	49%	52%
Sous-total Entourage proche	50%	45%	55%	73%	60%	52%	46%	38%	57%	46%	51%
Sous-total Famille	46%	42%	49%	67%	55%	48%	43%	32%	52%	43%	45%
Sous-total Collègues, voisins...	13%	11%	16%	19%	18%	14%	11%	10%	17%	11%	12%
<i>Oui, à vos amis</i>	20%	16%	24%	43%	25%	17%	15%	17%	23%	13%	24%
<i>Oui, à d'autres membres de votre famille (frères/sœurs, cousins, oncles/tantes, belle-famille, etc.)</i>	18%	14%	22%	29%	29%	20%	14%	10%	21%	18%	16%
<i>Oui, à votre conjoint(e)</i>	18%	18%	17%	16%	20%	18%	19%	15%	24%	15%	16%
<i>Oui, à vos parents</i>	17%	13%	20%	38%	27%	18%	14%	4%	24%	16%	12%
<i>Oui, à vos enfants</i>	16%	16%	17%	17%	14%	19%	16%	13%	17%	17%	15%
<i>Oui, à d'autres personnes de votre entourage (voisins, etc.)</i>	9%	6%	11%	11%	10%	7%	8%	9%	10%	8%	9%
<i>Oui, à vos petits-enfants</i>	8%	9%	7%	5%	7%	2%	7%	15%	7%	5%	11%
<i>Oui, à vos collègues</i>	7%	6%	7%	11%	12%	9%	5%	1%	12%	6%	4%
<i>Oui, à vos grands-parents</i>	4%	4%	5%	7%	12%	3%	3%	1%	7%	5%	2%
Non, à personne	47%	53%	42%	21%	37%	44%	52%	61%	41%	50%	48%

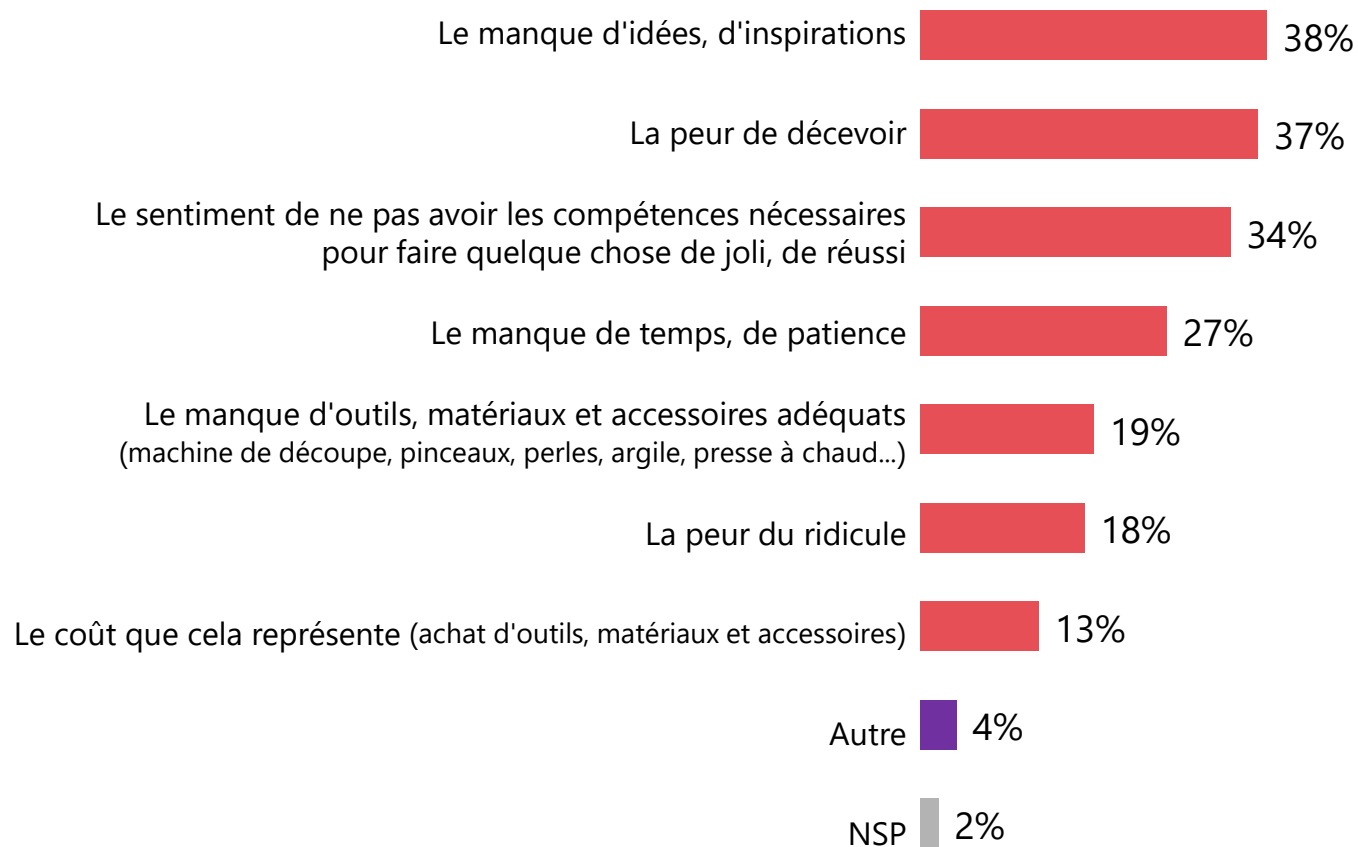


Les freins à la réalisation de cadeaux faits-main pour ses proches



Q. Quels sont les principaux freins qui vous retiennent d'offrir des cadeaux faits-main à vos proches ?

Trois réponses possibles, total supérieur à 100%





Les freins à la réalisation de cadeaux faits-main pour ses proches



Q. Quels sont les principaux freins qui vous retiennent d'offrir des cadeaux faits-main à vos proches ?

Trois réponses possibles, total supérieur à 100%

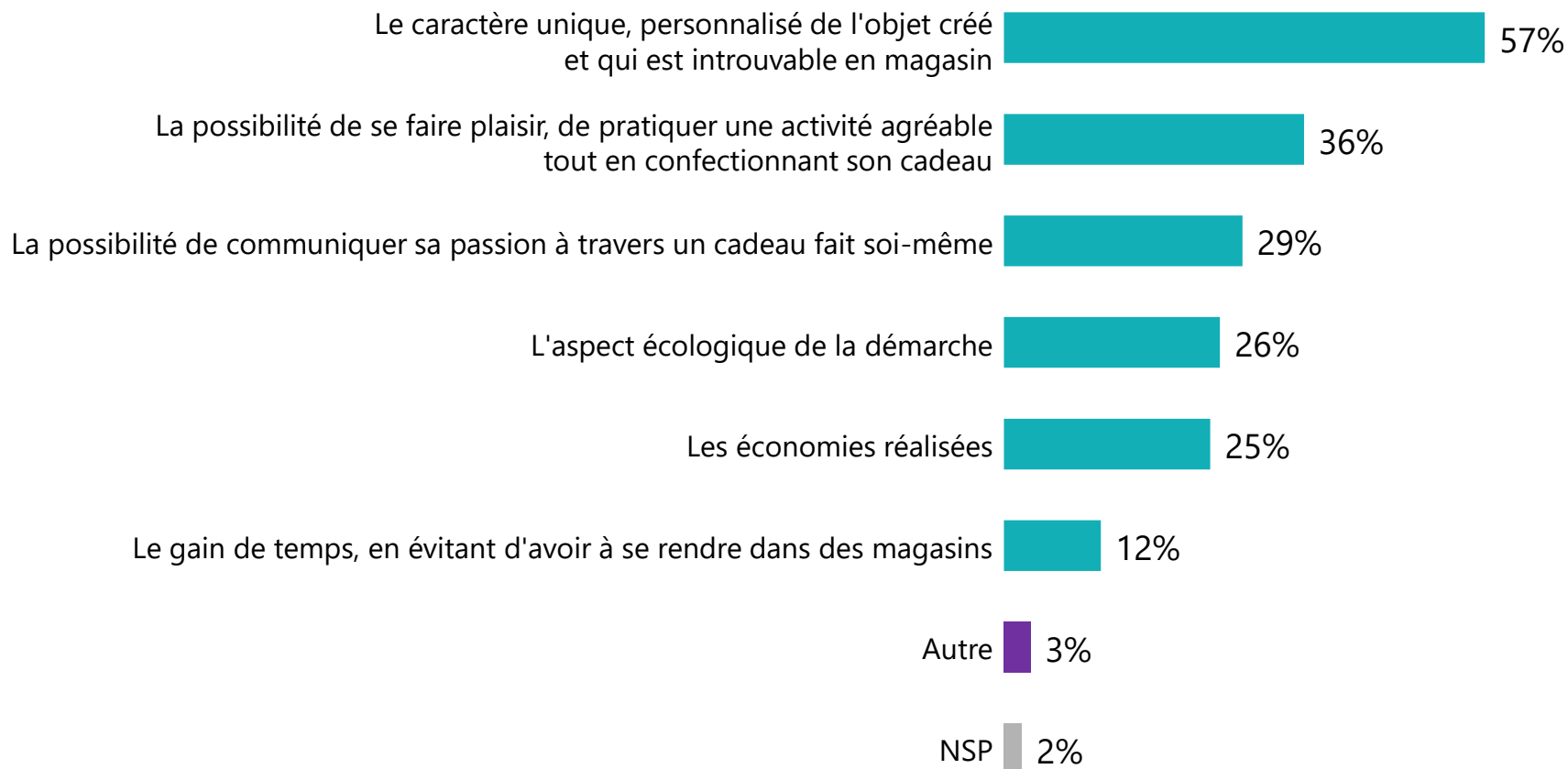
	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Le manque d'idées, d'inspirations	38%	39%	37%	31%	40%	40%	39%	38%	36%	42%	37%
La peur de décevoir	37%	35%	38%	35%	32%	38%	36%	39%	33%	37%	40%
Le sentiment de ne pas avoir les compétences nécessaires pour faire quelque chose de joli, de réussi	34%	34%	35%	26%	45%	29%	33%	39%	35%	33%	36%
Le manque de temps, de patience	27%	26%	28%	39%	27%	29%	30%	17%	33%	28%	23%
Le manque d'outils, matériaux et accessoires adéquats (machine de découpe, pinceaux, perles, argile, presse à chaud...)	19%	18%	21%	22%	32%	21%	14%	15%	27%	16%	17%
La peur du ridicule	18%	18%	18%	28%	16%	17%	20%	15%	17%	20%	18%
Le coût que cela représente (achat d'outils, matériaux et accessoires)	13%	11%	14%	18%	19%	14%	11%	8%	16%	12%	10%
Autre	4%	4%	3%	1%	-	4%	3%	7%	3%	1%	4%

“ Les avantages à la réalisation de cadeaux faits-main



Q. Et pour vous, quels sont les principaux avantages des cadeaux faits-main ?

Trois réponses possibles, total supérieur à 100%



“ Les avantages à la réalisation de cadeaux faits-main



Q. Et pour vous, quels sont les principaux avantages des cadeaux faits-main ?

Trois réponses possibles, total supérieur à 100%

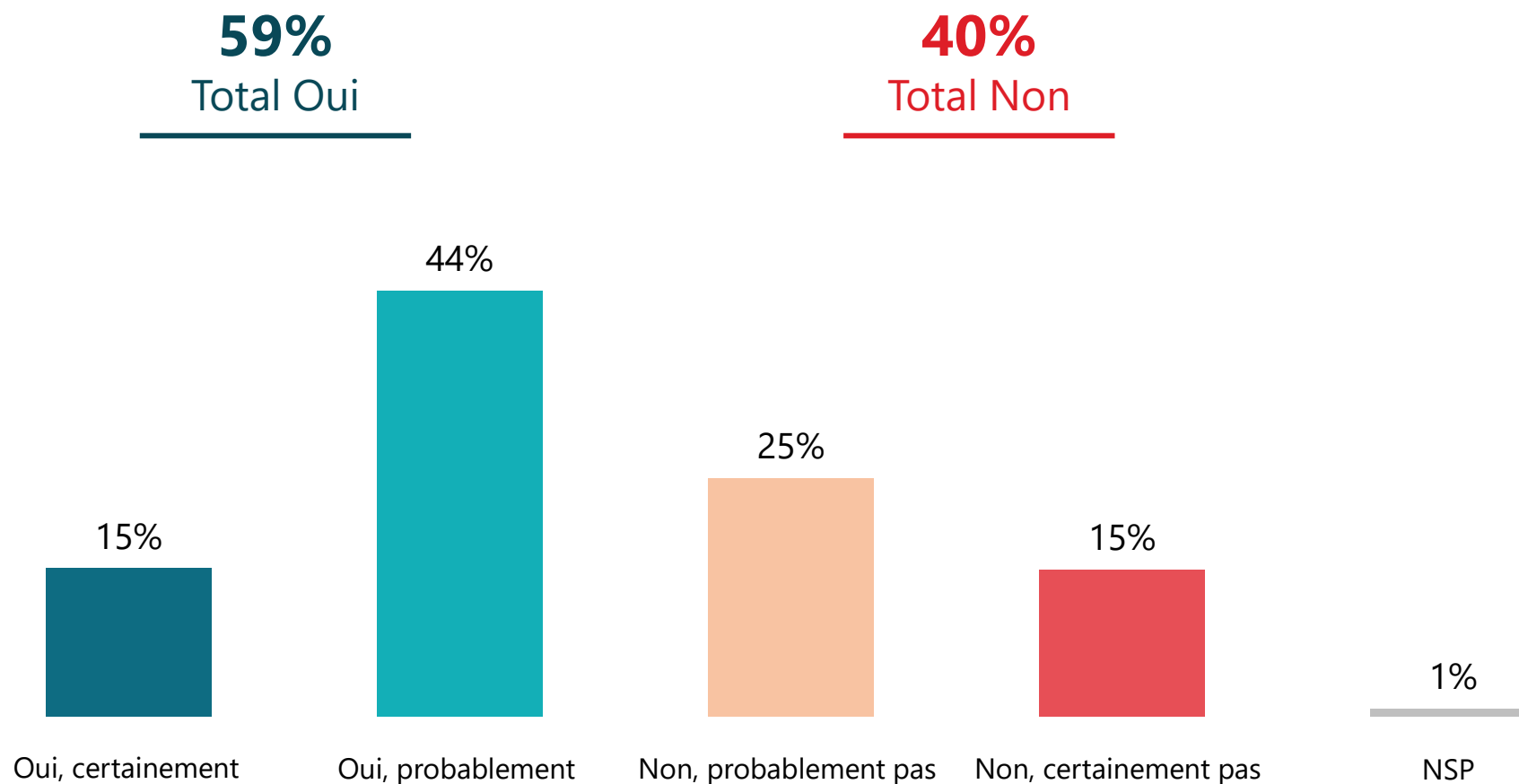
	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Le caractère unique, personnalisé de l'objet créé et qui est introuvable en magasin	57%	54%	61%	67%	56%	50%	55%	64%	55%	49%	67%
La possibilité de se faire plaisir, de pratiquer une activité agréable tout en confectionnant son cadeau	36%	32%	39%	40%	46%	32%	35%	33%	42%	31%	35%
La possibilité de communiquer sa passion à travers un cadeau fait soi-même	29%	28%	29%	38%	26%	30%	26%	27%	30%	24%	31%
L'aspect écologique de la démarche	26%	25%	27%	19%	34%	25%	28%	23%	27%	28%	24%
Les économies réalisées	25%	26%	23%	38%	23%	27%	22%	22%	22%	28%	24%
Le gain de temps, en évitant d'avoir à se rendre dans des magasins	12%	14%	9%	11%	19%	14%	11%	5%	14%	18%	6%
Autre	3%	5%	1%	1%	-	2%	4%	6%	3%	3%	4%



L'incitation à réaliser des cadeaux faits-main avec les bons produits



Q. Si vous trouviez la bonne marque qui propose les bons produits (outils, matériaux, accessoires...) pour réaliser des cadeaux faits-main, cela vous inciterait-il à en réaliser et offrir plus souvent à vos proches ?





L'incitation à réaliser des cadeaux faits-main avec les bons produits



Q. Si vous trouviez la bonne marque qui propose les bons produits (outils, matériaux, accessoires...) pour réaliser des cadeaux faits-main, cela vous inciterait-il à en réaliser et offrir plus souvent à vos proches ?

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Oui	59%	54%	64%	81%	77%	63%	55%	42%	65%	62%	55%
...Oui, certainement	15%	12%	18%	29%	22%	13%	14%	9%	17%	12%	17%
...Oui, probablement	44%	42%	46%	52%	55%	50%	41%	33%	48%	50%	38%
Sous-total Non	40%	46%	35%	19%	22%	36%	44%	57%	34%	37%	44%
...Non, probablement pas	25%	28%	22%	17%	17%	19%	27%	34%	22%	19%	29%
...Non, certainement pas	15%	18%	13%	2%	5%	17%	17%	23%	12%	18%	15%



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

Clément Royaux

Chef de projets – Pôle opinion

croyaux@opinion-way.com