

opinionway'

— POUR —

amazon

Les achats de dernière minute pour les fêtes de fin d'année

Octobre 2025





opinionway'

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

La méthodologie

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



Echantillon de **2 662 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 26 septembre 2025**.

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 : 1,0 à 2,3 points au plus pour un échantillon de 2 000 répondants.



opinionway

Credit : adobe stock

Le profil de l'échantillon

Le profil de l'échantillon

1/2

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%



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%

Le profil de l'échantillon

2/2

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE



Région

Région	%
Auvergne-Rhône-Alpes	12%
Bourgogne-Franche-Comté	4%
Bretagne	5%
Centre-Val de Loire	4%
Grand-Est	9%
Haut-de-France	9%
Île-de-France	18%
Normandie	5%
Nouvelle-Aquitaine	10%
Occitanie	9%
Pays de la Loire	6%
Provence-Alpes-Côte d'Azur/Corse	9%



Taille d'agglomération

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%

Pour répondre aux objectifs de l'étude, les habitants des petites régions ont été surreprésentés dans l'échantillon afin de disposer d'un nombre d'interviews suffisant pour analyser les résultats dans chaque région. Le poids de chaque région a ensuite été corrigé dans l'échantillon global, afin que chaque région retrouve son poids réel.

Les résultats sont donc bien représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus.



opinionway

Crédits : adobe stock

Les résultats



1

Les achats de
dernière minute
pour les fêtes
de fin d'année

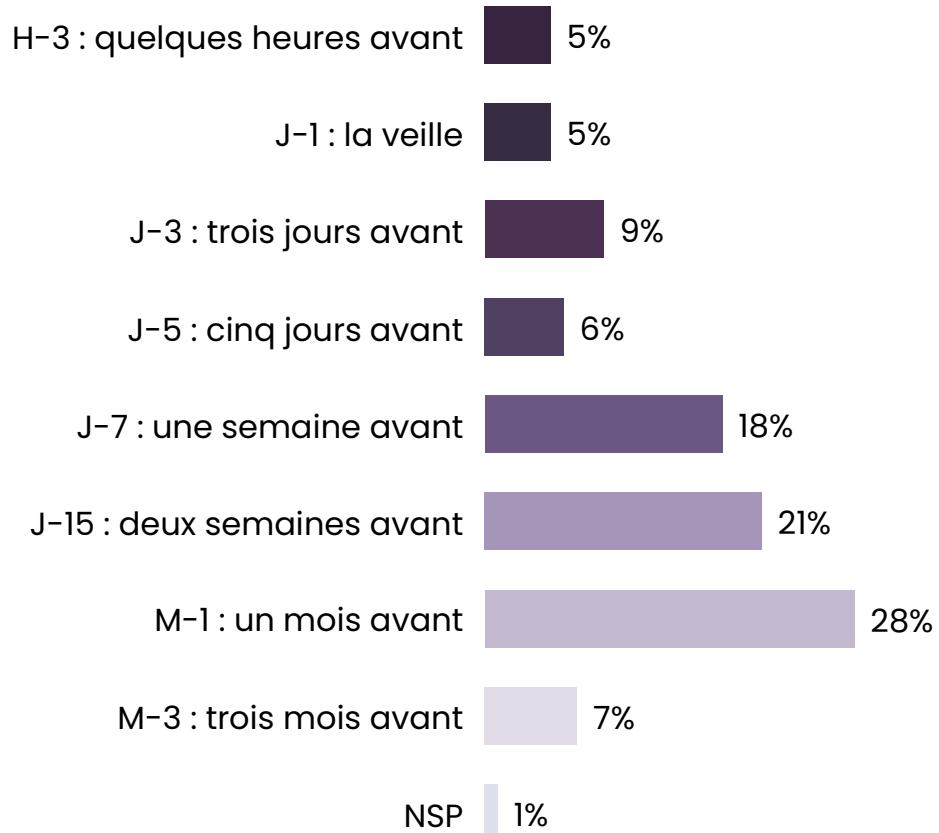


Le dernier délai pour finaliser les cadeaux de Noël



2662 personnes

Q. Quel est votre dernier délai pour acheter vos cadeaux de Noël ?



19%
Dans les 3 derniers jours

43%
Jusqu'à une semaine avant



Le dernier délai pour finaliser les cadeaux de Noël



2662
personnes

Q. Quel est votre dernier délai pour acheter vos cadeaux de Noël ?

	% Total	SEXÉ		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 Jusqu'à une semaine avant	43%	43%	44%	61%	54%	46%	40%	31%	53%	45%	36%
Sous-total Dans les trois derniers jours	19%	18%	20%	32%	25%	20%	17%	12%	26%	19%	15%
...H-3 : quelques heures avant	5%	5%	5%	9%	4%	5%	7%	3%	5%	6%	4%
...J-1 : la veille	5%	4%	7%	10%	8%	4%	4%	4%	8%	5%	4%
...J-3 : trois jours avant	9%	9%	8%	13%	13%	11%	6%	5%	13%	8%	7%
...J-5 : cinq jours avant	6%	7%	6%	9%	6%	7%	6%	5%	8%	5%	6%
...J-7 : une semaine avant	18%	18%	18%	20%	23%	19%	17%	14%	19%	21%	15%
J-15 : deux semaines avant	21%	21%	21%	13%	21%	20%	22%	25%	19%	18%	24%
M-1 : un mois avant	28%	29%	26%	21%	18%	26%	30%	35%	22%	29%	31%
M-3 : trois mois avant	7%	6%	9%	5%	7%	8%	7%	8%	6%	8%	8%



Le dernier délai pour finaliser les cadeaux de Noël



2662
personnes

Q. Quel est votre dernier délai pour acheter vos cadeaux de Noël ?

	% Total	RÉGIONS											
		Ile de France	Hauts de France	Normandie	Centre	Bourgogne Franche Comté	Bretagne	Grand-est	Pays de la Loire	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	Auvergne - Rhône Alpes	Provence - Alpes - Côte d'Azur / Corse
Sous-total Jusqu'à une semaine avant	43%	45%	50%	37%	39%	30%	43%	49%	41%	40%	44%	48%	37%
Sous-total Dans les trois derniers jours	19%	18%	25%	18%	19%	11%	20%	28%	14%	18%	17%	20%	16%
...H-3 : quelques heures avant	5%	3%	6%	5%	6%	2%	6%	8%	4%	7%	6%	5%	3%
...J-1 : la veille	5%	5%	10%	4%	6%	3%	5%	6%	4%	6%	5%	5%	4%
...J-3 : trois jours avant	9%	10%	9%	9%	7%	6%	9%	14%	6%	5%	6%	10%	9%
...J-5 : cinq jours avant	6%	9%	5%	5%	7%	5%	6%	7%	5%	4%	7%	8%	3%
...J-7 : une semaine avant	18%	18%	20%	14%	13%	14%	17%	14%	22%	18%	20%	20%	18%
J-15 : deux semaines avant	21%	23%	19%	19%	21%	24%	21%	20%	19%	21%	21%	22%	21%
M-1 : un mois avant	28%	28%	25%	34%	31%	35%	31%	22%	28%	29%	28%	20%	34%
M-3 : trois mois avant	7%	4%	5%	10%	8%	9%	4%	9%	11%	8%	7%	10%	8%



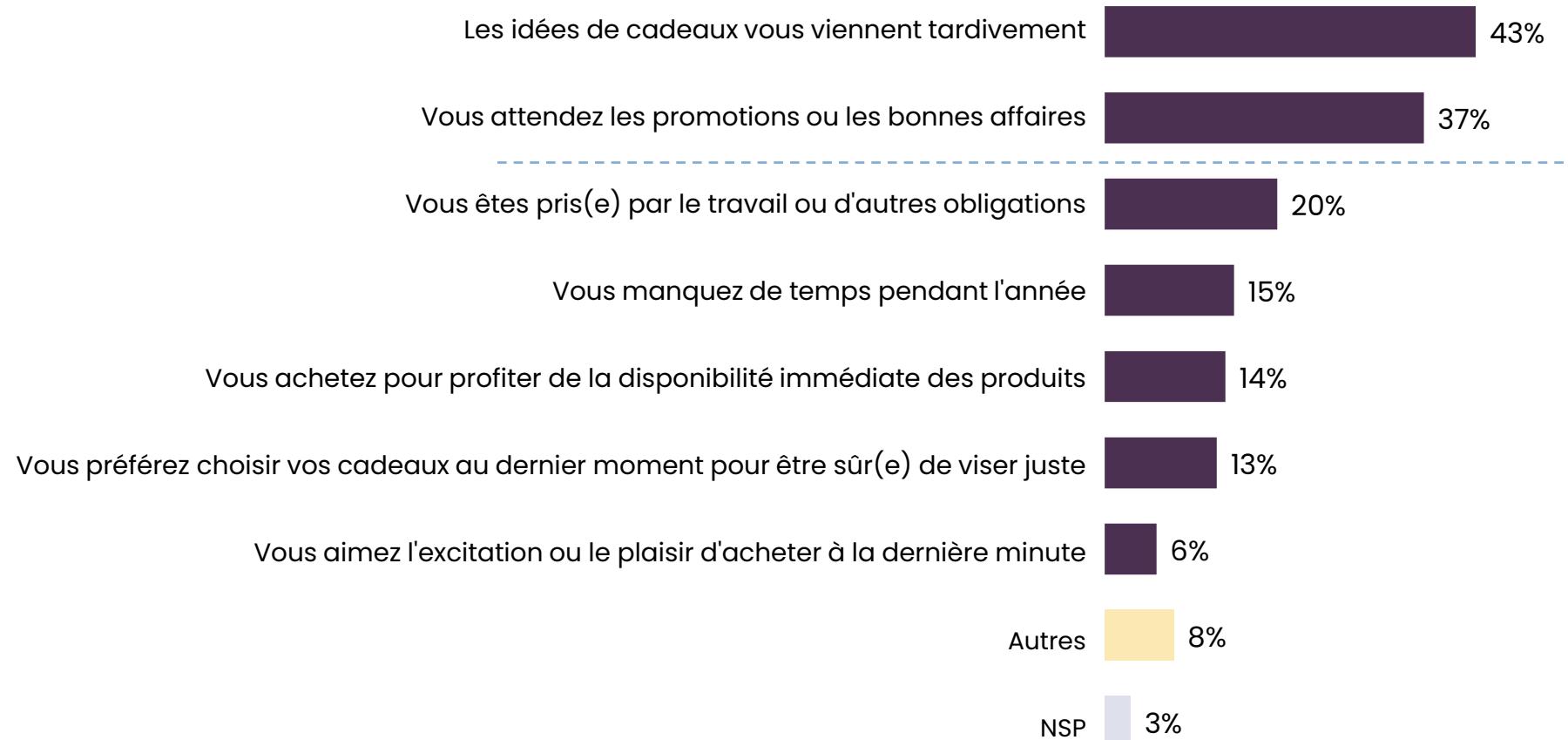
Les raisons de réaliser ses achats de Noël à la dernière minute



2662 personnes

Q. Si vous achetez parfois vos cadeaux de Noël à la dernière minute, c'est généralement parce que... ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





Les raisons de réaliser ses achats de Noël à la dernière minute



2662
personnes

Q. Si vous achetez parfois vos cadeaux de Noël à la dernière minute, c'est généralement parce que... ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	SEXÉ		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les idées de cadeaux vous viennent tardivement	43%	39%	47%	43%	40%	47%	42%	41%	44%	44%	41%
Vous attendez les promotions ou les bonnes affaires	37%	34%	39%	37%	38%	36%	41%	33%	37%	41%	34%
Vous êtes pris(e) par le travail ou d'autres obligations	20%	19%	21%	31%	32%	28%	18%	3%	32%	27%	8%
Vous manquez de temps pendant l'année	15%	16%	14%	28%	25%	18%	10%	7%	20%	19%	9%
Vous achetez pour profiter de la disponibilité immédiate des produits	14%	15%	13%	21%	15%	13%	12%	15%	14%	13%	16%
Vous préférez choisir vos cadeaux au dernier moment pour être sûr(e) de viser juste	13%	15%	12%	17%	16%	10%	11%	16%	14%	9%	16%
Vous aimez l'excitation ou le plaisir d'acheter à la dernière minute	6%	7%	6%	16%	14%	5%	4%	1%	8%	8%	4%



Les raisons de réaliser ses achats de Noël à la dernière minute



2662 personnes

Q. Si vous achetez parfois vos cadeaux de Noël à la dernière minute, c'est généralement parce que... ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	RÉGION												
		Ile de France	Hauts de France	Normandie	Centre	Bourgogne Franche Comté	Bretagne	Grand est	Pays de la Loire	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	Auvergne - Rhône Alpes	Provence - Alpes - Côte d'Azur / Corse	
Les idées de cadeaux vous viennent tardivement	43%	39%	46%	49%	43%	41%	46%	44%	45%	40%	45%	45%	36%	
Vous attendez les promotions ou les bonnes affaires	37%	35%	39%	39%	39%	41%	31%	36%	38%	38%	40%	36%	32%	
Vous êtes pris(e) par le travail ou d'autres obligations	20%	22%	18%	17%	14%	18%	15%	26%	13%	15%	17%	31%	18%	
Vous manquez de temps pendant l'année	15%	17%	19%	8%	7%	8%	10%	18%	7%	10%	14%	27%	13%	
Vous achetez pour profiter de la disponibilité immédiate des produits	14%	14%	12%	9%	13%	16%	15%	16%	16%	15%	16%	12%	18%	
Vous préférez choisir vos cadeaux au dernier moment pour être sûr(e) de viser juste	13%	15%	13%	11%	11%	12%	12%	16%	13%	16%	14%	10%	12%	
Vous aimez l'excitation ou le plaisir d'acheter à la dernière minute	6%	6%	5%	5%	6%	3%	4%	7%	5%	8%	9%	10%	4%	

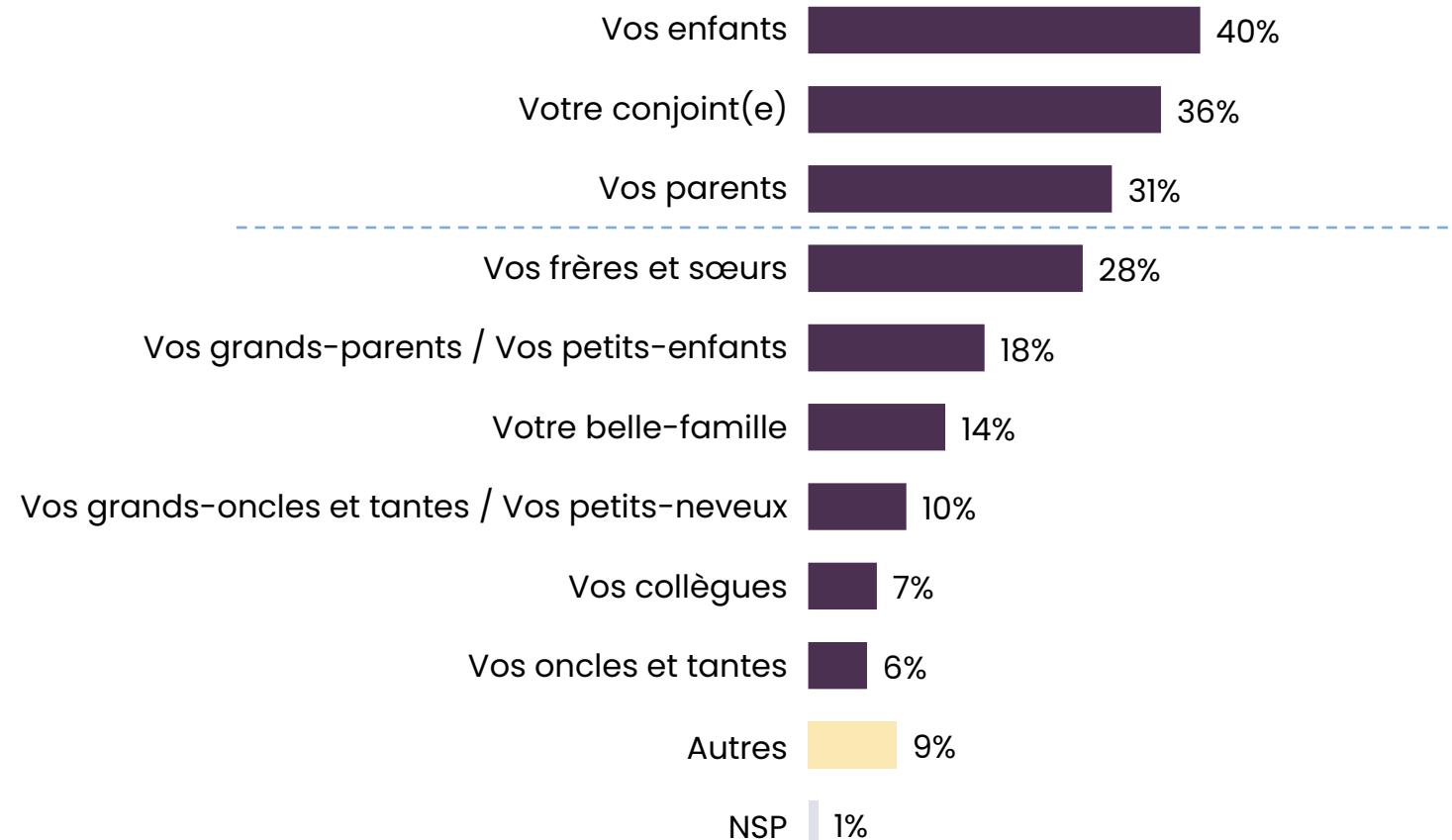
“ Les destinataires des cadeaux achetés à la dernière minute



2662 personnes

Q. De manière générale, à qui sont destinés les cadeaux que vous achetez à la dernière minute ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



“ Les destinataires des cadeaux achetés à la dernière minute



2662 personnes

Q. De manière générale, à qui sont destinés les cadeaux que vous achetez à la dernière minute ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	SEXÉ		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Vos enfants	40%	37%	44%	14%	28%	38%	46%	54%	38%	34%	46%
Votre conjoint(e)	36%	41%	32%	24%	37%	35%	40%	39%	41%	35%	35%
Vos parents	31%	28%	33%	59%	53%	38%	25%	5%	41%	38%	18%
Vos frères et sœurs	28%	28%	28%	53%	44%	29%	22%	14%	34%	32%	21%
Vos grands-parents / Vos petits-enfants	18%	17%	18%	21%	17%	6%	12%	33%	13%	11%	25%
Votre belle-famille	14%	12%	15%	16%	23%	20%	10%	5%	19%	16%	8%
Vos grands-oncles et tantes / Vos petits-neveux	10%	10%	10%	14%	13%	12%	8%	6%	9%	12%	9%
Vos collègues	7%	7%	8%	17%	14%	8%	5%	1%	11%	10%	3%
Vos oncles et tantes	6%	6%	7%	16%	12%	7%	3%	2%	7%	9%	4%

“ Les destinataires des cadeaux achetés à la dernière minute



2662 personnes

Q. De manière générale, à qui sont destinés les cadeaux que vous achetez à la dernière minute ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	RÉGIONS											
		Ile de France	Hauts de France	Normandie	Centre	Bourgogne - Franche Comté	Bretagne	Grand-est	Pays de la Loire	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	Auvergne - Rhône Alpes	Provence - Alpes - Côte d'Azur / Corse
Vos enfants	40%	36%	32%	47%	46%	47%	49%	39%	54%	44%	33%	34%	48%
Votre conjoint(e)	36%	32%	39%	39%	45%	41%	44%	29%	42%	38%	37%	30%	41%
Vos parents	31%	36%	36%	29%	18%	22%	20%	42%	19%	25%	41%	31%	21%
Vos frères et sœurs	28%	31%	32%	26%	20%	18%	22%	32%	13%	21%	38%	35%	24%
Vos grands-parents / Vos petits-enfants	18%	21%	17%	18%	19%	19%	16%	14%	18%	18%	21%	13%	17%
Votre belle-famille	14%	15%	20%	12%	9%	10%	9%	18%	13%	12%	16%	13%	8%
Vos grands-oncles et tantes / Vos petits-neveux	10%	11%	12%	8%	7%	8%	4%	7%	7%	8%	12%	14%	10%
Vos collègues	7%	10%	8%	5%	4%	1%	4%	8%	2%	6%	8%	11%	7%
Vos oncles et tantes	6%	11%	6%	2%	3%	3%	4%	6%	1%	5%	11%	6%	2%

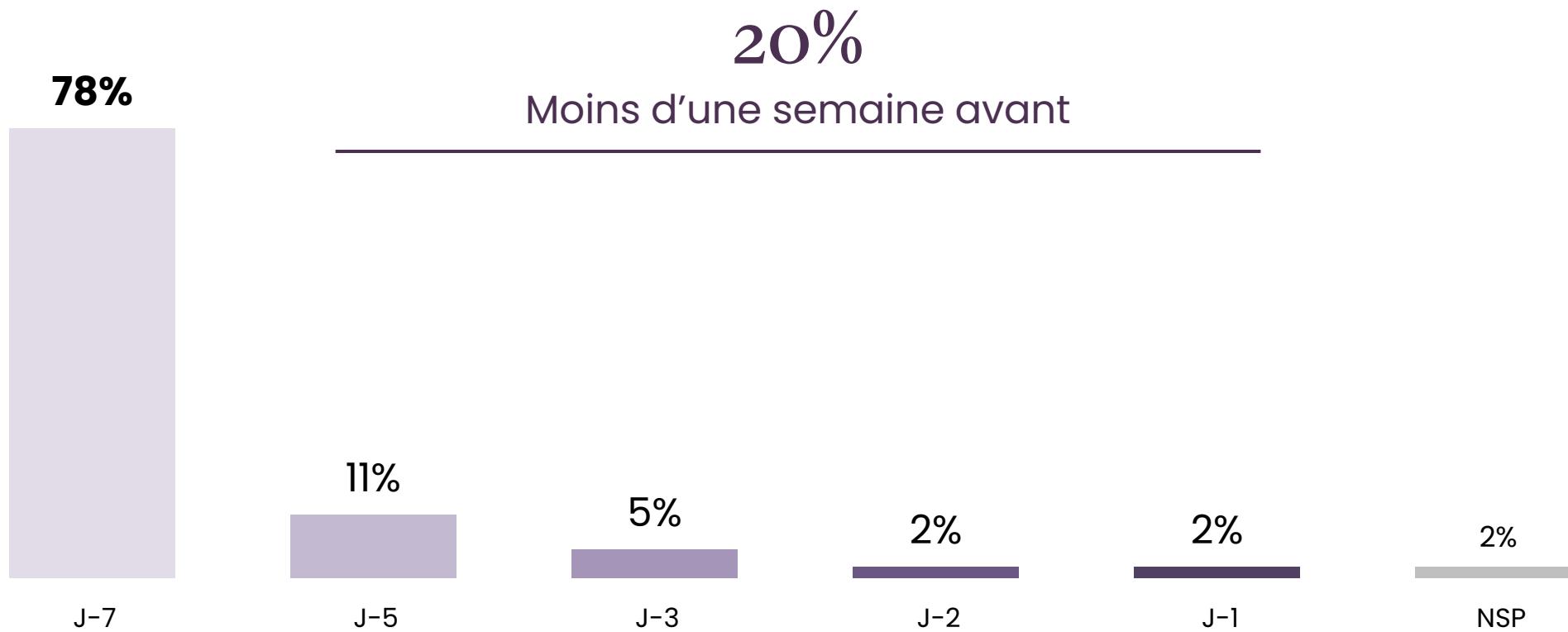


La date limite pour des commandes en ligne sans stress de livraison



2662 personnes

Q. Jusqu'à quelle date maximum commanderiez-vous vos cadeaux en ligne en étant serein qu'ils soient livrés à temps ?





La date limite pour des commandes en ligne sans stress de livraison



2662 personnes

Q. Jusqu'à quelle date maximum commanderiez-vous vos cadeaux en ligne en étant serein qu'ils soient livrés à temps ?

	% Total	SEXÉ		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
J-7	78%	75%	81%	65%	67%	81%	83%	83%	76%	79%	79%
Sous-total Moins d'une semaine avant	20%	22%	17%	34%	33%	18%	15%	12%	24%	20%	17%
J-5	11%	13%	10%	18%	17%	12%	8%	8%	14%	11%	10%
J-3	5%	5%	4%	9%	11%	3%	4%	1%	7%	5%	3%
J-2	2%	2%	1%	5%	3%	1%	1%	1%	1%	2%	2%
J-1	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%



La date limite pour des commandes en ligne sans stress de livraison



2662 personnes

Q. Jusqu'à quelle date maximum commanderiez-vous vos cadeaux en ligne en étant serein qu'ils soient livrés à temps ?

	% Total	RÉGIONS												
		Ile de France	Hauts de France	Normandie	Centre	Bourgogne Franche Comté	Bretagne	Grand Est	Pays de la Loire	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	Auvergne - Rhône Alpes	Provence - Alpes - Côte d'Azur / Corse	
J-7	78%	68%	77%	83%	86%	82%	83%	74%	83%	83%	78%	81%	80%	
Sous-total Moins d'une semaine avant	20%	27%	22%	16%	13%	15%	14%	24%	14%	13%	21%	18%	19%	
J-5	11%	17%	10%	10%	6%	9%	9%	14%	7%	6%	13%	10%	11%	
J-3	5%	7%	5%	4%	4%	4%	2%	5%	4%	4%	5%	4%	4%	
J-2	2%	2%	2%	-	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	3%	2%	
J-1	2%	1%	5%	2%	2%	1%	2%	3%	2%	2%	1%	1%	2%	



2

*Les achats en ligne
pour les fêtes
de fin d'année*



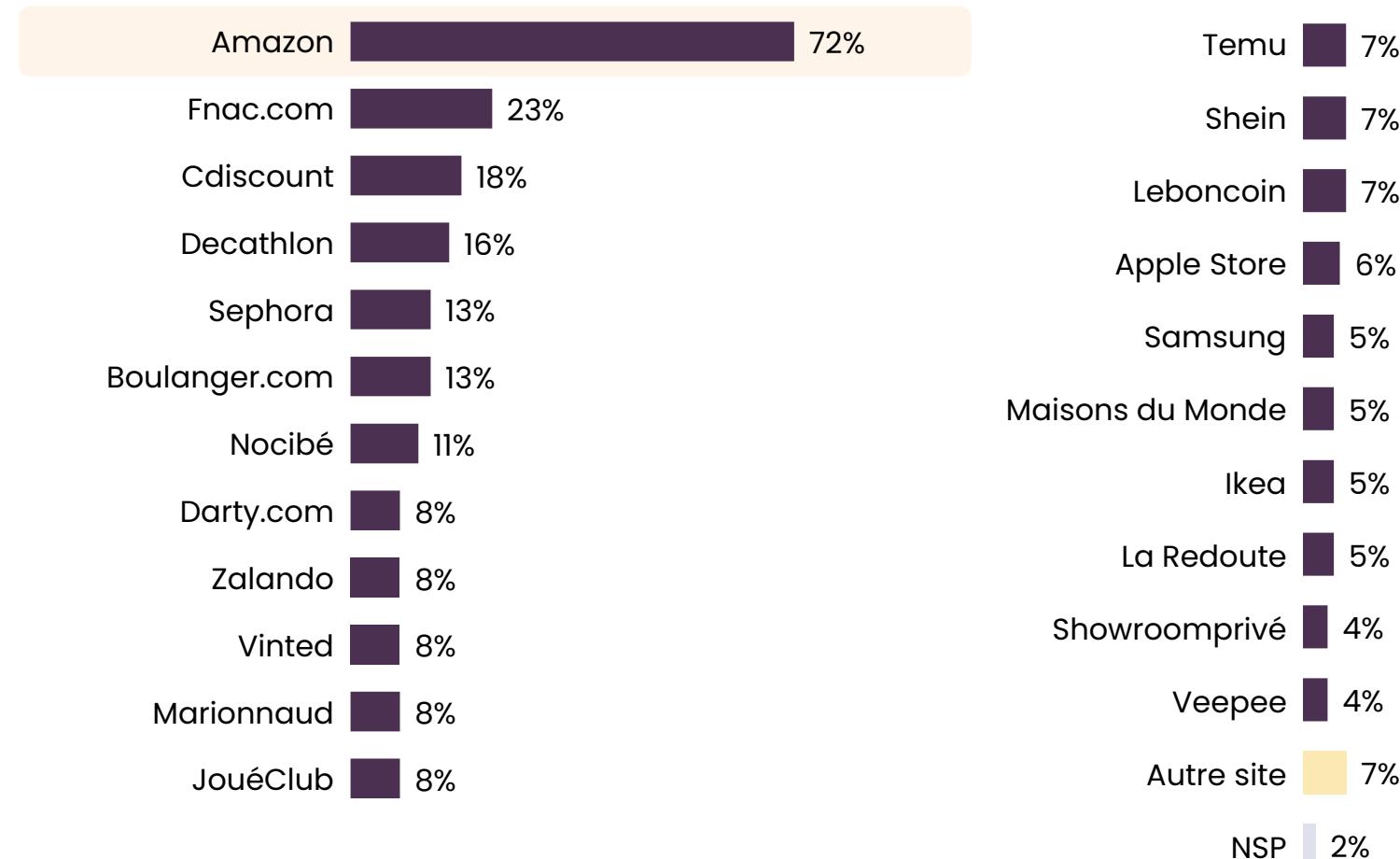
Les sites incontournables pour des livraisons de cadeaux express



2662 personnes

Q. Sur quels sites vous rendriez-vous en priorité pour être sûr de vous faire livrer à temps vos cadeaux achetés à la dernière minute ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





Les sites incontournables pour des livraisons de cadeaux express



2662 personnes

Q. Sur quels sites vous rendriez-vous en priorité pour être sûr de vous faire livrer à temps vos cadeaux achetés à la dernière minute ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	SEXÉ		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Amazon	72%	72%	72%	68%	73%	78%	74%	66%	75%	76%	68%
Fnac.com	23%	25%	22%	45%	31%	19%	18%	19%	27%	22%	22%
Cdiscount	18%	20%	15%	23%	18%	15%	16%	19%	14%	21%	18%
Decathlon	16%	19%	13%	19%	18%	15%	17%	13%	20%	15%	14%
Sephora	13%	10%	16%	27%	16%	12%	11%	9%	16%	13%	11%
Boulanger.com	13%	17%	9%	28%	16%	10%	12%	9%	13%	15%	11%
Nocibé	11%	7%	15%	16%	19%	12%	8%	8%	12%	13%	10%
Darty.com	11%	12%	10%	11%	14%	10%	9%	11%	12%	10%	10%
Zalando	9%	7%	11%	17%	21%	8%	6%	3%	12%	10%	6%
Vinted	8%	7%	9%	17%	17%	7%	5%	2%	10%	10%	5%
Marionnaud	8%	7%	9%	7%	9%	7%	8%	8%	9%	7%	7%
JouéClub	8%	7%	8%	11%	14%	7%	5%	5%	9%	8%	6%



Les sites incontournables pour des livraisons de cadeaux express



2662 personnes

Q. Sur quels sites vous rendriez-vous en priorité pour être sûr de vous faire livrer à temps vos cadeaux achetés à la dernière minute ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	SEXÉ		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Temu	7%	7%	7%	12%	12%	6%	5%	5%	6%	9%	6%
Leboncoin	7%	9%	5%	15%	12%	5%	5%	4%	7%	9%	5%
Shein	7%	5%	8%	26%	12%	4%	2%	3%	9%	8%	4%
Apple Store	6%	8%	4%	25%	13%	1%	3%	2%	9%	6%	4%
Samsung	5%	7%	4%	14%	11%	4%	3%	3%	7%	7%	3%
Maisons du Monde	5%	5%	6%	7%	10%	4%	4%	5%	7%	5%	5%
Ikea	5%	5%	6%	11%	11%	3%	3%	3%	8%	5%	4%
La Redoute	5%	4%	5%	5%	9%	3%	5%	4%	5%	4%	5%
Showroomprivé	4%	3%	5%	5%	8%	5%	4%	1%	7%	6%	2%
Veepee	4%	4%	5%	2%	7%	6%	3%	3%	6%	5%	3%



Les sites incontournables pour des livraisons de cadeaux express



2662 personnes

Q. Sur quels sites vous rendriez-vous en priorité pour être sûr de vous faire livrer à temps vos cadeaux achetés à la dernière minute ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	RÉGIONS											
								Grand-est	Pays de la Loire	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	Auvergne - Rhône Alpes	Provencé - Alpes - Côte d'Azur / Corse
Amazon	72%	68%	81%	78%	73%	82%	67%	71%	70%	75%	66%	73%	71%
Fnac.com	23%	31%	22%	18%	16%	22%	20%	26%	17%	16%	27%	26%	19%
Cdiscount	18%	20%	18%	14%	17%	20%	19%	12%	17%	20%	24%	16%	13%
Decathlon	16%	20%	12%	9%	10%	20%	14%	13%	14%	13%	22%	15%	18%
Sephora	13%	18%	11%	9%	11%	14%	12%	15%	5%	10%	17%	10%	14%
Boulanger.com	13%	15%	15%	5%	6%	11%	14%	12%	11%	10%	21%	15%	8%
Nocibé	11%	12%	20%	10%	11%	8%	9%	14%	9%	13%	11%	8%	7%
Darty.com	11%	14%	9%	9%	5%	10%	13%	8%	8%	11%	14%	11%	9%
Zalando	9%	11%	14%	7%	6%	9%	6%	11%	4%	7%	10%	10%	5%
Vinted	8%	7%	9%	7%	9%	4%	7%	7%	6%	7%	14%	10%	5%
Marionnaud	8%	13%	6%	8%	7%	9%	5%	5%	5%	7%	10%	4%	9%
JouéClub	8%	9%	8%	7%	5%	7%	8%	7%	4%	7%	13%	5%	6%



Les sites incontournables pour des livraisons de cadeaux express



2662 personnes

Q. Sur quels sites vous rendriez-vous en priorité pour être sûr de vous faire livrer à temps vos cadeaux achetés à la dernière minute ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	RÉGIONS											
		Ile de France	Hauts de France	Normandie	Centre	Bourgogne - Franche Comté	Bretagne	Grand-Est	Pays de la Loire	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	Auvergne - Rhône Alpes	Provence - Alpes - Côte d'Azur / Corse
Temu	7%	6%	9%	4%	6%	5%	4%	6%	8%	7%	9%	9%	8%
Leboncoin	7%	10%	7%	3%	6%	3%	5%	6%	5%	4%	12%	7%	5%
Shein	7%	9%	9%	3%	4%	3%	3%	9%	3%	4%	11%	8%	5%
Apple Store	6%	10%	5%	3%	1%	2%	3%	12%	2%	1%	7%	8%	4%
Samsung	5%	8%	6%	3%	2%	4%	2%	7%	5%	5%	7%	5%	3%
Maisons du Monde	5%	5%	4%	5%	4%	4%	6%	4%	3%	7%	9%	5%	5%
Ikea	5%	7%	4%	5%	6%	6%	5%	4%	1%	4%	10%	5%	4%
La Redoute	5%	5%	4%	3%	4%	3%	5%	5%	3%	4%	9%	5%	3%
Showroomprivé	4%	6%	5%	5%	4%	3%	4%	3%	2%	3%	5%	5%	6%
Veepee	4%	6%	6%	3%	4%	4%	2%	2%	3%	3%	5%	3%	7%



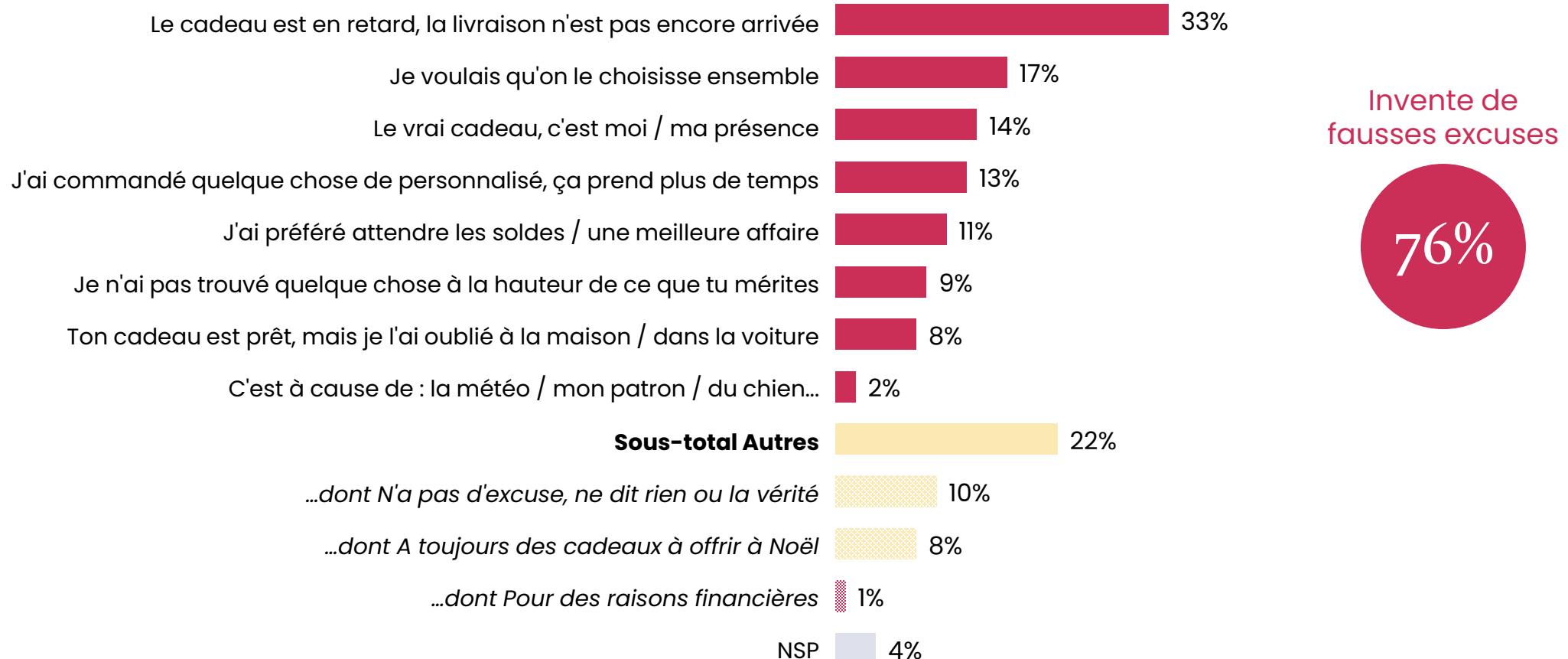
Les prétextes inventés pour justifier l'absence de cadeaux de Noël



2662 personnes

Q. Quelles sont toutes les fausses excuses que vous avez déjà prétextées pour justifier que vous n'aviez pas de cadeau à offrir à Noël ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





Les prétextes inventés pour justifier l'absence de cadeaux de Noël



2662 personnes

Q. Quelles sont toutes les fausses excuses que vous avez déjà prétextées pour justifier que vous n'aviez pas de cadeau à offrir à Noël ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	SEXÉ		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 Invente de fausses excuses	76%	78%	74%	94%	88%	78%	70%	65%	79%	80%	70%
Le cadeau est en retard, la livraison n'est pas encore arrivée	33%	29%	37%	38%	42%	39%	30%	23%	38%	37%	27%
Je voulais qu'on le choisisse ensemble	17%	19%	16%	22%	12%	16%	16%	21%	19%	16%	17%
Le vrai cadeau, c'est moi / ma présence	14%	17%	11%	28%	16%	12%	9%	13%	11%	16%	14%
J'ai commandé quelque chose de personnalisé, ça prend plus de temps	13%	13%	13%	26%	23%	12%	10%	7%	16%	14%	11%
J'ai préféré attendre les soldes / une meilleure affaire	11%	12%	10%	18%	14%	10%	10%	8%	9%	13%	10%
Je n'ai pas trouvé quelque chose à la hauteur de ce que tu mérites	9%	12%	7%	18%	16%	8%	8%	5%	11%	10%	7%
Ton cadeau est prêt, mais je l'ai oublié à la maison / dans la voiture	8%	8%	8%	21%	17%	5%	6%	2%	10%	11%	4%
C'est à cause de : la météo / mon patron / du chien...	2%	2%	2%	5%	8%	1%	1%	1%	4%	2%	1%
Sous-total Autres	22%	20%	24%	8%	12%	21%	28%	30%	19%	20%	27%
...dont N'a pas d'excuse, ne dit rien ou la vérité	10%	11%	10%	3%	7%	10%	13%	14%	10%	9%	12%
...dont A toujours des cadeaux à offrir à Noël	8%	5%	10%	-	4%	8%	12%	9%	7%	7%	9%
...dont Pour des raisons financières	1%	1%	1%	-	1%	1%	1%	1%	-	1%	1%



Les prétextes inventés pour justifier l'absence de cadeaux de Noël



2662 personnes

Q. Quelles sont toutes les fausses excuses que vous avez déjà prétextées pour justifier que vous n'aviez pas de cadeau à offrir à Noël ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	RÉGION												
Sous-total Invente de fausses excuses	76%	77%	80%	73%	60%	69%	74%	82%	75%	69%	79%	80%	73%	
Le cadeau est en retard, la livraison n'est pas encore arrivée	33%	26%	35%	29%	29%	32%	32%	43%	33%	29%	36%	39%	35%	
Je voulais qu'on le choisisse ensemble	17%	19%	11%	16%	15%	13%	20%	19%	24%	15%	23%	18%	15%	
Le vrai cadeau, c'est moi / ma présence	14%	18%	18%	12%	12%	11%	11%	17%	10%	12%	18%	10%	8%	
J'ai commandé quelque chose de personnalisé, ça prend plus de temps	13%	17%	18%	17%	7%	12%	9%	12%	9%	10%	14%	12%	12%	
J'ai préféré attendre les soldes / une meilleure affaire	11%	11%	10%	10%	7%	11%	10%	15%	10%	9%	13%	10%	10%	
Je n'ai pas trouvé quelque chose à la hauteur de ce que tu mérites	9%	9%	11%	5%	6%	7%	9%	10%	5%	8%	12%	14%	6%	
Ton cadeau est prêt, mais je l'ai oublié à la maison / dans la voiture	8%	10%	11%	2%	5%	3%	5%	9%	1%	4%	12%	10%	8%	
C'est à cause de : la météo / mon patron / du chien...	2%	5%	1%	2%	1%	0%	2%	3%	1%	2%	2%	2%	2%	
Sous-total Autres	22%	19%	18%	25%	37%	31%	24%	14%	25%	28%	23%	20%	25%	
...dont N'a pas d'excuse, ne dit rien ou la vérité	10%	9%	8%	10%	16%	14%	11%	7%	10%	14%	10%	8%	14%	
...dont A toujours des cadeaux à offrir à Noël	8%	4%	6%	12%	11%	12%	8%	6%	11%	9%	8%	9%	8%	
...dont Pour des raisons financières	1%	-	1%	2%	4%	4%	1%	-	2%	1%	2%	-	1%	



opinionway

Credits : garmin-b

Les annexes



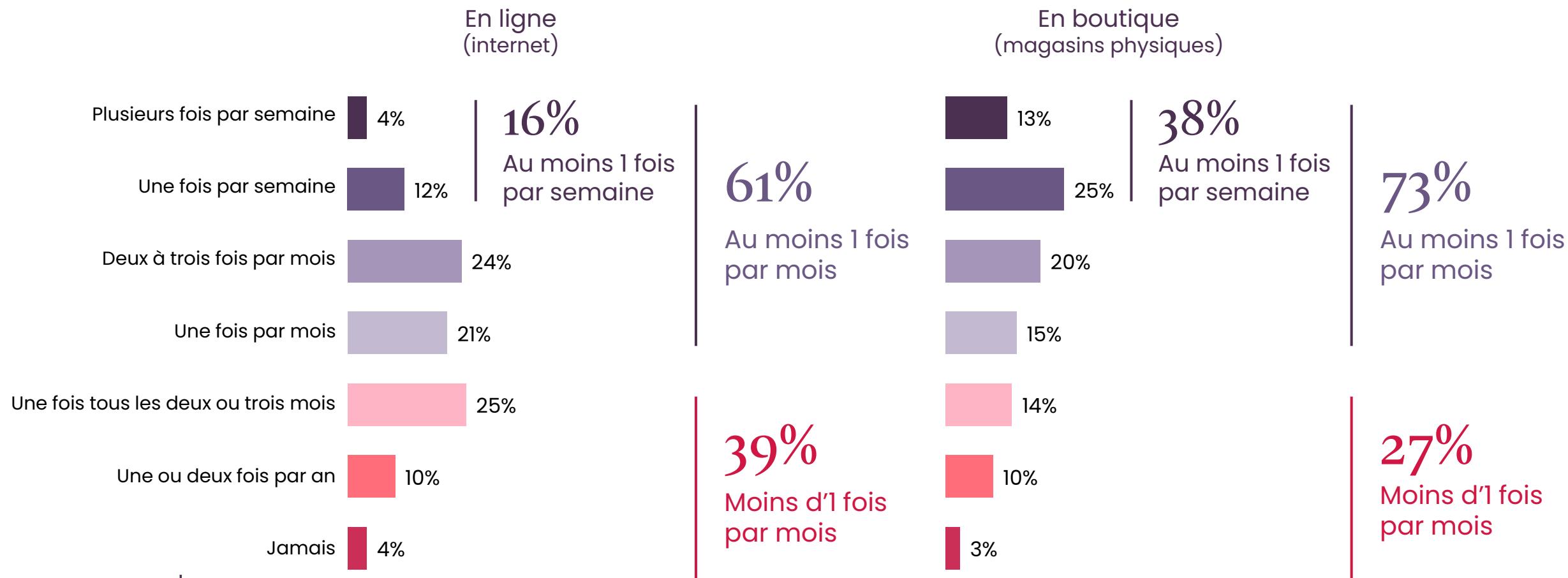
La fréquence des achats en ligne et en boutique



2662 personnes

Q. A quelle fréquence réalisez-vous des achats... ?

93% de ceux qui achètent en ligne, achètent aussi en boutique





La fréquence des achats *en ligne*



2662
personnes

Q. A quelle fréquence réalisez-vous des achats... ?

En ligne (internet)	% Total	SEXÉ		AGE					STATUT			ENFANTS DE MOINS DE 18 ANS	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Oui	Non
Achète en ligne et aussi en boutique	93%	93%	93%	96%	96%	96%	91%	89%	98%	94%	90%	96%	92%
Sous-total Au moins une fois par mois	61%	61%	62%	69%	78%	70%	53%	49%	70%	66%	52%	74%	56%
Sous-total Au moins une fois par semaine	16%	17%	16%	25%	29%	19%	13%	8%	21%	20%	11%	27%	12%
...Plusieurs fois par semaine	4%	4%	4%	9%	6%	4%	4%	2%	6%	4%	3%	7%	3%
...Une fois par semaine	12%	13%	12%	16%	23%	15%	9%	6%	15%	16%	8%	20%	9%
...Deux à trois fois par mois	24%	23%	24%	28%	28%	27%	21%	19%	27%	24%	21%	26%	23%
...Une fois par mois	21%	21%	22%	16%	21%	24%	19%	22%	22%	22%	20%	21%	21%
Sous-total Moins d'une fois par mois	39%	39%	38%	30%	22%	30%	47%	51%	30%	34%	47%	26%	44%
...Une fois tous les deux ou trois mois	25%	25%	24%	20%	17%	23%	27%	29%	22%	22%	28%	20%	27%
...Une ou deux fois par an	10%	9%	10%	8%	3%	5%	14%	15%	7%	9%	12%	4%	12%
...Jamais	4%	5%	4%	2%	2%	2%	6%	7%	1%	3%	7%	2%	5%



La fréquence des achats *en ligne*



2662
personnes

Q. A quelle fréquence réalisez-vous des achats... ?

En ligne (internet)	% Total	RÉGION												
Achète en ligne et aussi en boutique	93%	94%	95%	92%	89%	93%	93%	97%	89%	89%	95%	93%	92%	
Sous-total Au moins une fois par mois	61%	63%	62%	58%	51%	63%	48%	73%	51%	57%	65%	64%	62%	
Sous-total Au moins une fois par semaine	16%	22%	19%	16%	11%	15%	12%	23%	10%	14%	18%	15%	13%	
...Plusieurs fois par semaine	4%	4%	5%	4%	4%	3%	3%	7%	2%	4%	4%	5%	5%	
...Une fois par semaine	12%	18%	14%	12%	7%	12%	9%	16%	8%	10%	14%	10%	8%	
...Deux à trois fois par mois	24%	21%	24%	23%	24%	25%	18%	27%	18%	19%	28%	30%	22%	
...Une fois par mois	21%	20%	19%	19%	16%	23%	18%	23%	23%	24%	19%	19%	27%	
Sous-total Moins d'une fois par mois	39%	37%	38%	42%	48%	37%	52%	27%	49%	43%	35%	35%	38%	
...Une fois tous les deux ou trois mois	25%	26%	25%	27%	29%	25%	25%	22%	29%	27%	23%	21%	20%	
...Une ou deux fois par an	10%	8%	11%	10%	14%	7%	21%	4%	12%	7%	10%	10%	13%	
...Jamais	4%	3%	2%	5%	5%	5%	6%	1%	8%	9%	2%	4%	5%	



La fréquence des achats *en boutique*



2662
personnes

Q. A quelle fréquence réalisez-vous des achats... ?

En boutique (magasins physiques)	% Total	SEXÉ		AGE					STATUT			ENFANTS DE MOINS DE 18 ANS	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Oui	Non
Sous-total Au moins une fois par mois	73%	75%	71%	85%	82%	71%	69%	69%	79%	70%	71%	80%	71%
Sous-total Au moins une fois par semaine	38%	42%	35%	39%	42%	32%	38%	42%	39%	37%	39%	40%	38%
...Plusieurs fois par semaine	13%	16%	10%	18%	15%	9%	9%	17%	13%	12%	14%	13%	13%
...Une fois par semaine	25%	26%	25%	21%	27%	23%	29%	25%	26%	25%	25%	27%	25%
...Deux à trois fois par mois	20%	19%	21%	29%	23%	20%	19%	15%	23%	20%	18%	20%	20%
...Une fois par mois	15%	14%	15%	17%	17%	19%	12%	12%	17%	13%	14%	20%	13%
Sous-total Moins d'une fois par mois	27%	24%	29%	15%	17%	29%	31%	30%	21%	30%	28%	20%	29%
...Une fois tous les deux ou trois mois	14%	12%	15%	9%	11%	17%	16%	13%	14%	17%	12%	12%	15%
...Une ou deux fois par an	10%	9%	11%	4%	4%	10%	12%	12%	6%	10%	12%	7%	11%
...Jamais	3%	3%	3%	2%	2%	2%	3%	5%	1%	3%	4%	1%	3%



La fréquence des achats *en boutique*



2662
personnes

Q. A quelle fréquence réalisez-vous des achats... ?

En boutique (magasins physiques)	% Total	RÉGION												
Sous-total Au moins une fois par mois	73%	79%	76%	74%	70%	67%	67%	78%	68%	62%	74%	77%	73%	
Sous-total Au moins une fois par semaine	38%	38%	39%	41%	35%	40%	40%	39%	40%	35%	41%	36%	39%	
...Plusieurs fois par semaine	13%	15%	8%	10%	9%	13%	13%	18%	10%	10%	17%	13%	13%	
...Une fois par semaine	25%	23%	31%	31%	26%	27%	27%	21%	30%	25%	24%	23%	26%	
...Deux à trois fois par mois	20%	23%	22%	19%	16%	16%	13%	23%	13%	16%	22%	23%	20%	
...Une fois par mois	15%	18%	15%	14%	19%	11%	14%	16%	15%	11%	11%	18%	14%	
Sous-total Moins d'une fois par mois	27%	21%	24%	26%	28%	33%	33%	20%	31%	38%	26%	23%	27%	
...Une fois tous les deux ou trois mois	14%	12%	12%	16%	14%	16%	14%	10%	16%	18%	14%	15%	12%	
...Une ou deux fois par an	10%	6%	9%	8%	10%	14%	16%	8%	12%	15%	10%	6%	12%	
...Jamais	3%	3%	3%	2%	4%	3%	3%	2%	3%	5%	2%	2%	3%	

opinionway'

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

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.

Enable today, shape tomorrow

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 !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Vos contacts OpinionWay

Eléonore Quarre

Responsable des études Société Pôle opinion

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

Lisa Corbineau

Cheffe de projet
lcorbineau@opinion-way.com

Arthur Perret
Chargé d'études
aperret@opinion-way.com