

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

Octobre 2025





La méthodologie

opinionway

Crédits : dev-asongbam

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.



Le profil de l'échantillon

opinionway

Crédits : adobe stock


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

%

| | |
|----------------------------------|-----|
| 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

%

| | |
|------------------------------|-----|
| 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.



Les résultats

opinionway

Crédits : adobe stock



1

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

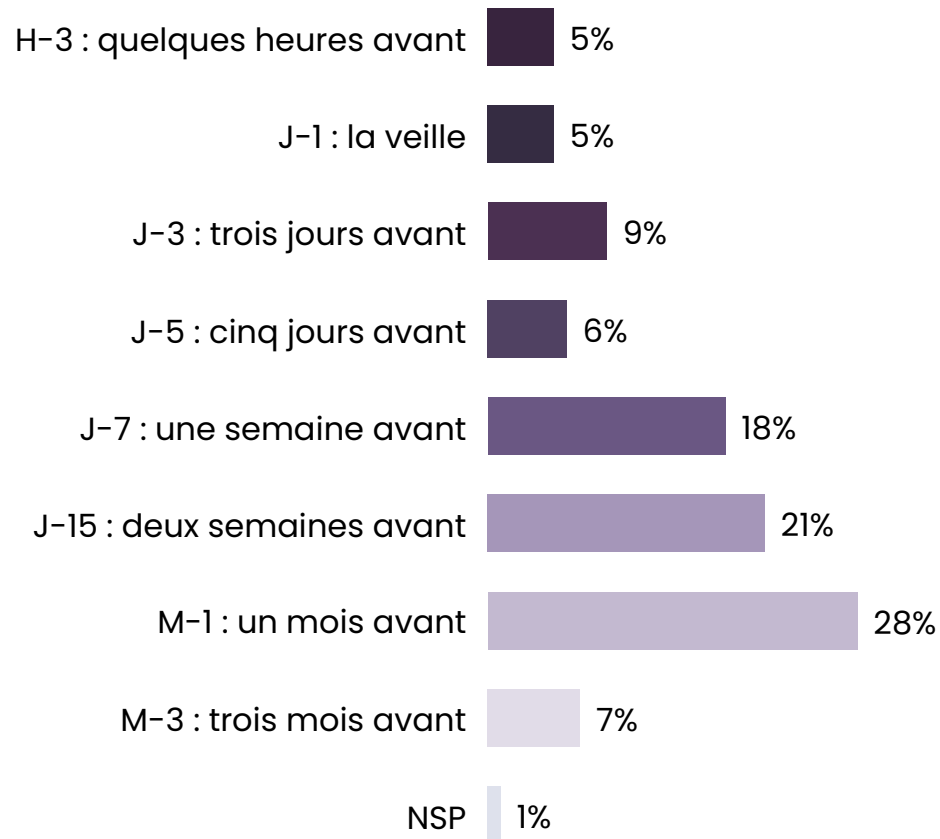


Le dernier délai pour finaliser les cadeaux de Noël



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 | 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 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 | | | | | | | | | | | | |
|--|---------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |
| 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% | |



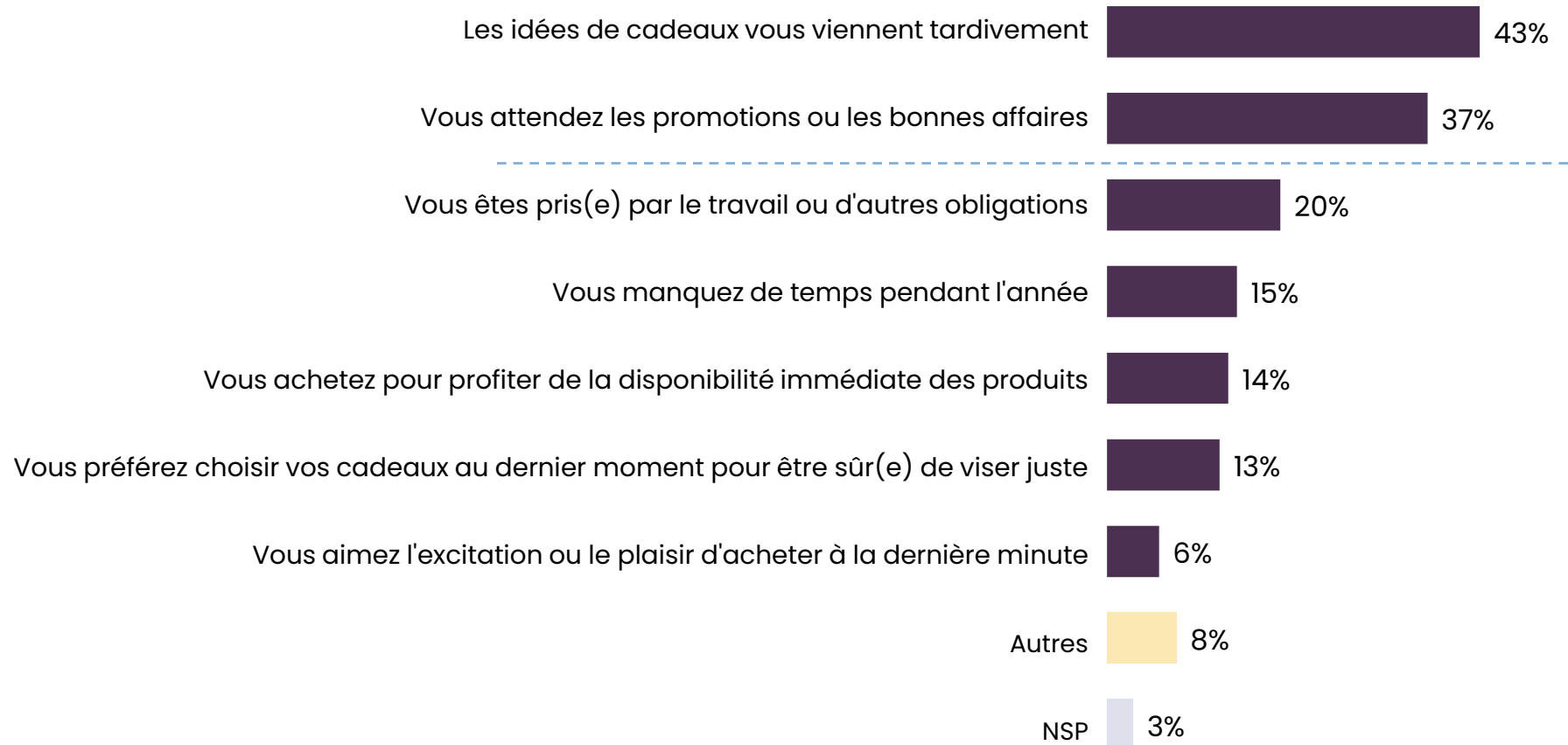
Les raisons de réaliser ses achats de Noël à la dernière minute



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 | 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 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% |



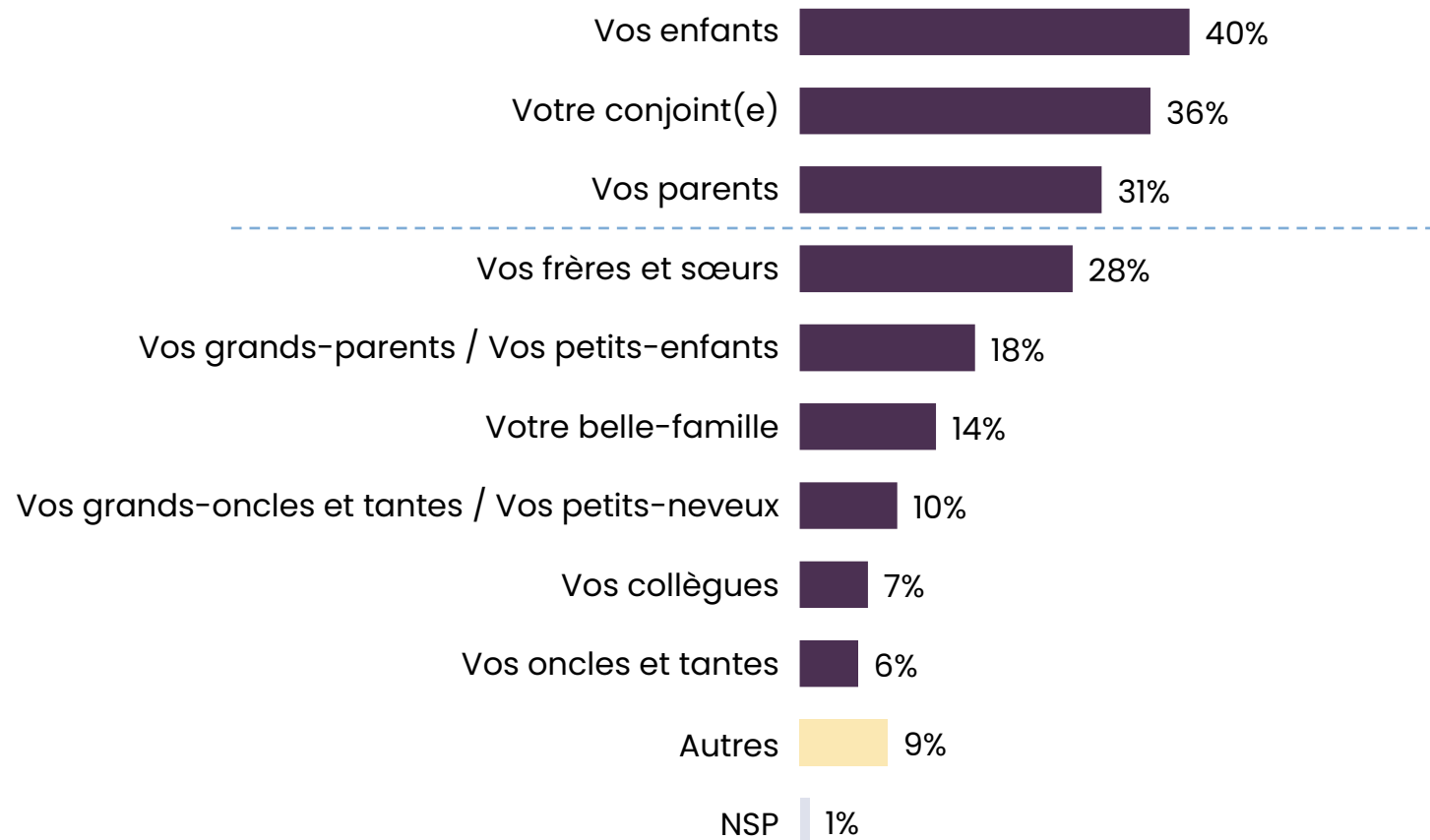
Les destinataires des cadeaux achetés à la dernière minute



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 | SEXE | | 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 | | | | | | | | | | | | |
|---|---------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |
| 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% | |

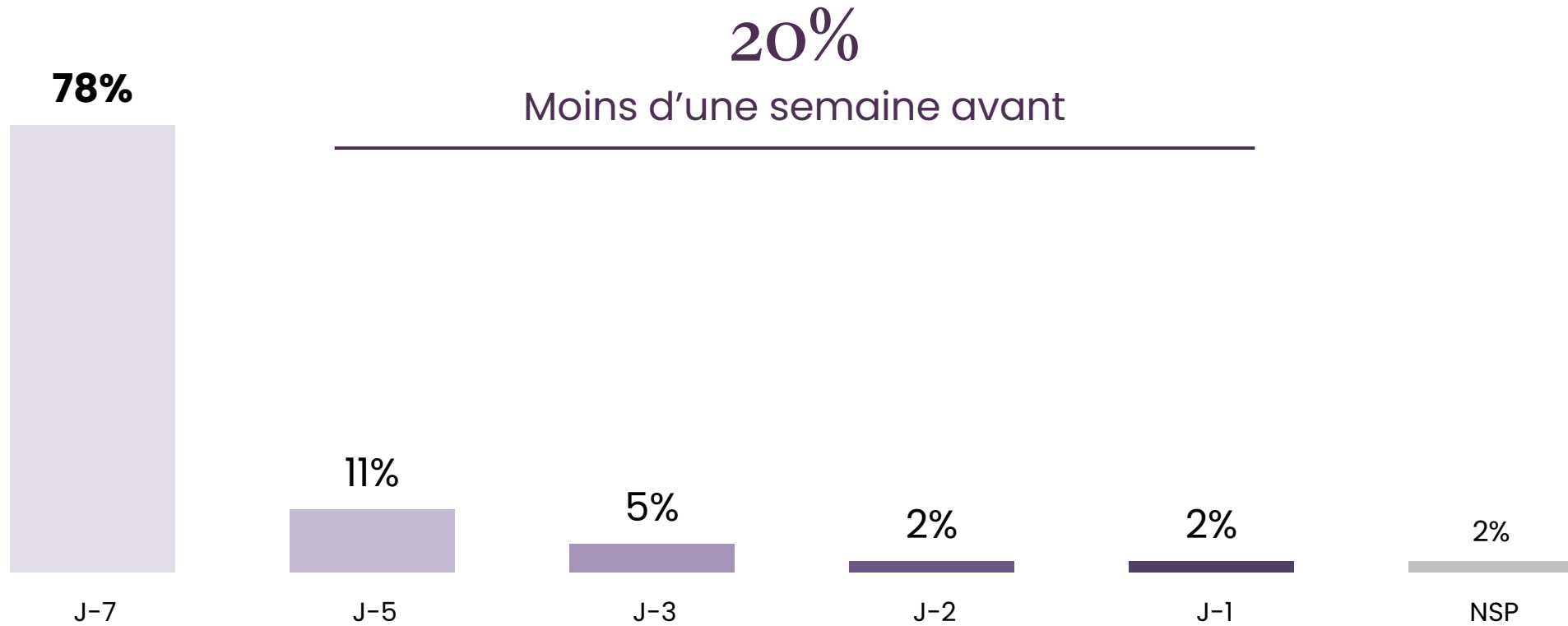


La date limite pour des commandes en ligne sans stress de livraison



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 | SEXE | | 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*



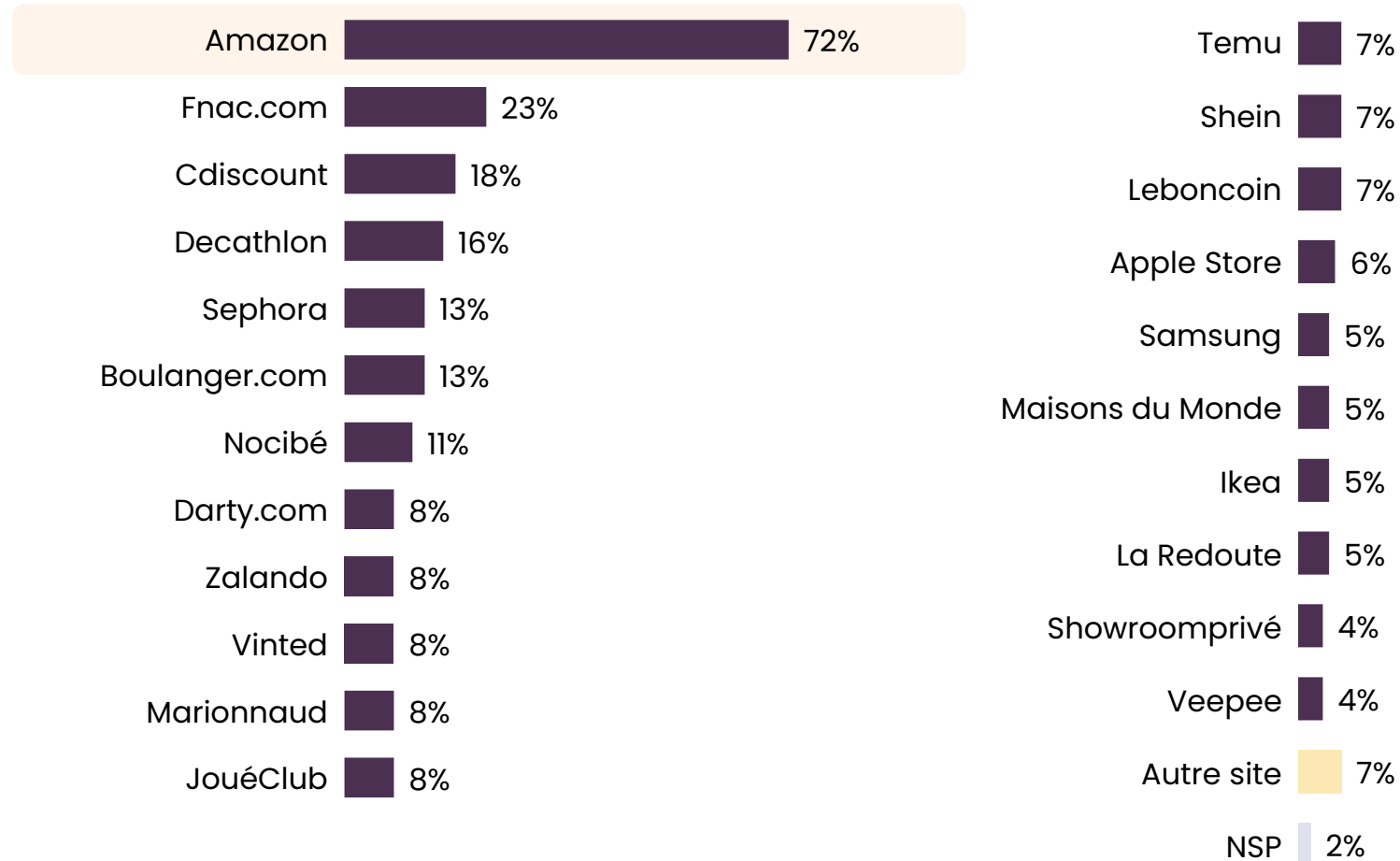
Les sites incontournables pour des livraisons de cadeaux express



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 | SEXE | | 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% |
| Boulangier.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 | SEXE | | 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 | | | | | | | | | | | |
|---------------|---------|--|---|--|---|--|---|--|---|---|--|---|---|
| | |  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 |
| 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 | | | | | | | | | | | | |
|------------------|---------|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |
| 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% | |



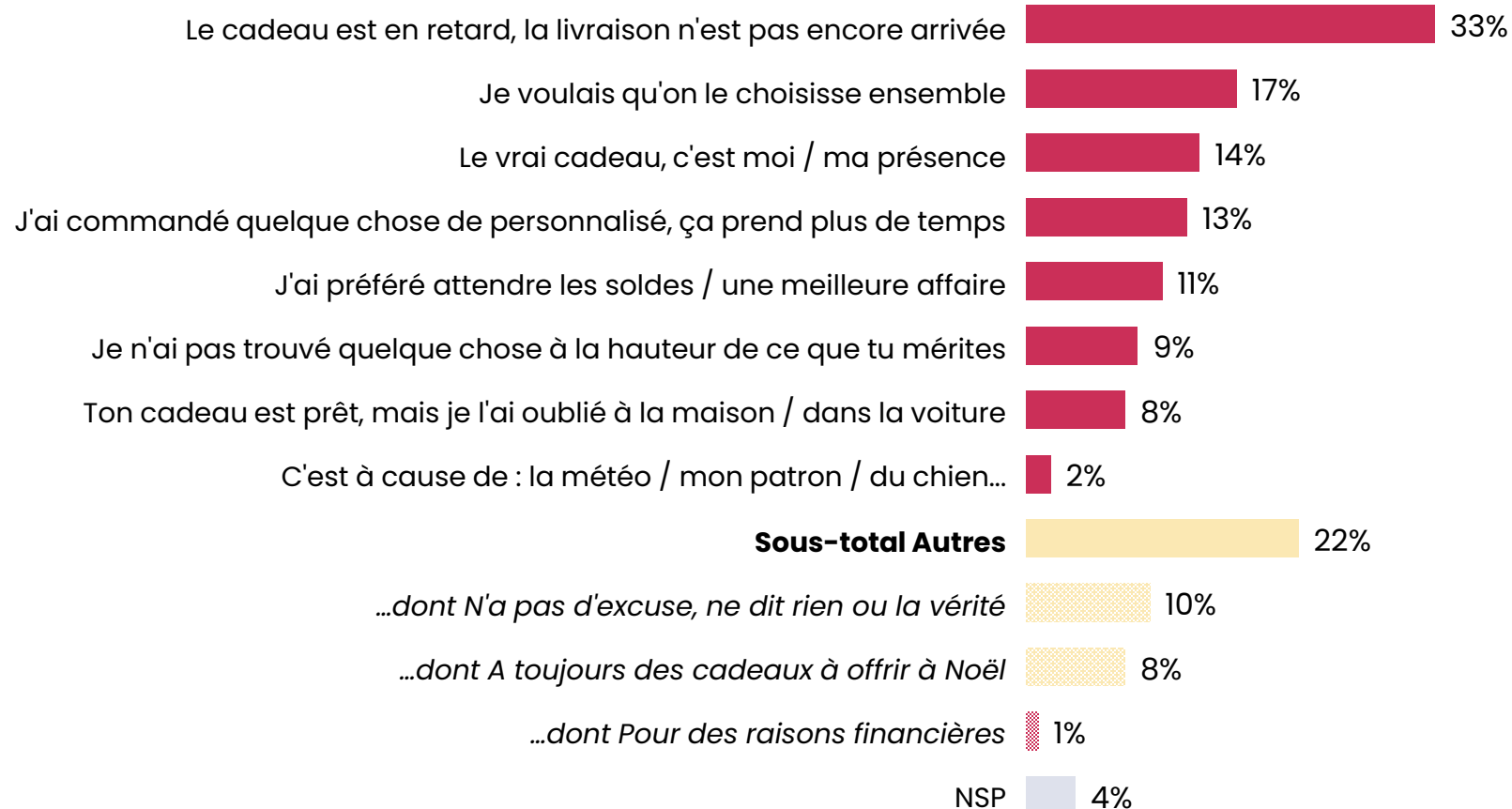
Les prétextes inventés pour justifier l'absence de cadeaux de Noël



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%



Invente de
fausses excuses

76%



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 | 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 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 | | | | | | | | | | | |
|--|------------|--|---|---|--|--|--|---|--|--|---|---|---|
| | |  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 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% |



Les annexes

opinionway



La fréquence des achats en ligne et en boutique

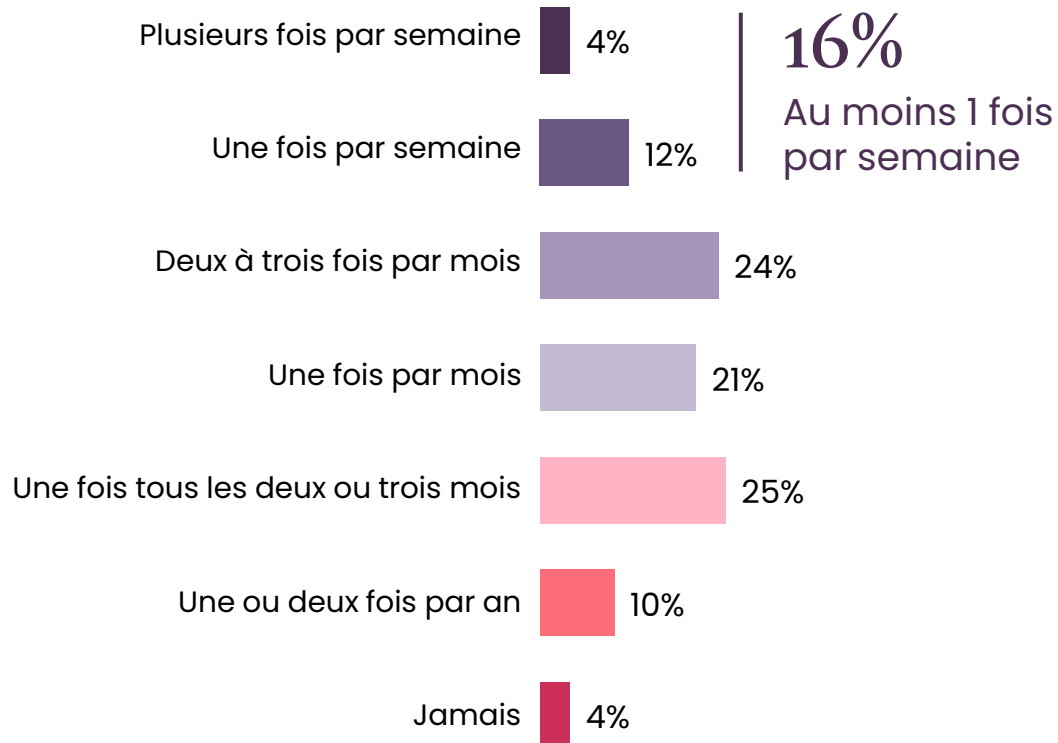


2662
personnes

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

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

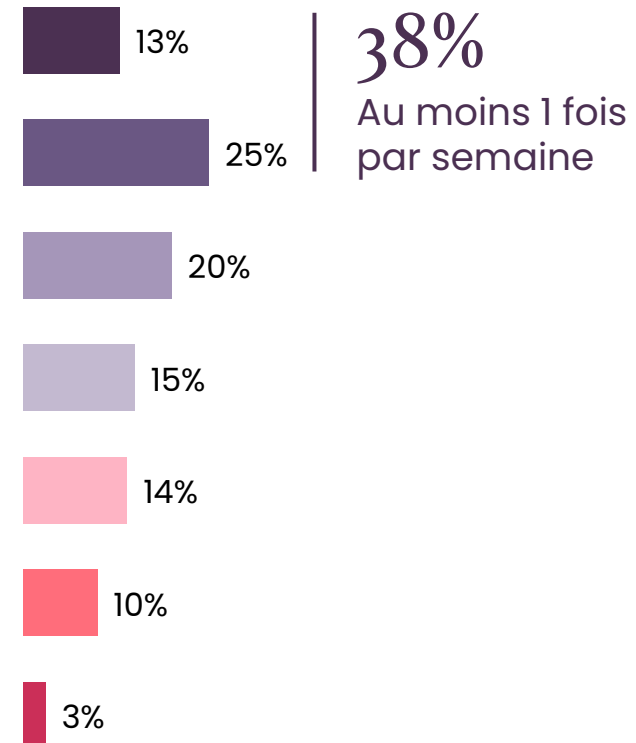
En ligne
(internet)



61%
Au moins 1 fois par mois

39%
Moins d'1 fois par mois

En boutique
(magasins physiques)



73%
Au moins 1 fois par mois

27%
Moins d'1 fois par mois



La fréquence des achats *en ligne*



2662
personnes

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

| En ligne (internet) | % Total | SEXE | | 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 | | | | | | | | | | | |
|--|---------|--|---|---|--|---|--|---|--|--|---|--|--|
| | |  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 |
| 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 | SEXE | | 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



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 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 Quarré

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

ESOMAR²⁵
Corporate

