



Communiqué de presse

*3<sup>ème</sup> édition - Enquête « Le budget et les bons plans des Français pour Noël »*

## **Anticipation des dépenses tout au long de l'année et utilisation d'offres promotionnelles : un tiers des Français s'organisent pour optimiser leur budget pour Noël**

- Le budget des Français pour Noël est en légère baisse en 2019 et s'élève en moyenne à 549€ (-22€ par rapport à 2018). Plus d'un tiers du budget (39%), soit 215€ en moyenne, sera dépensé en ligne, sur des sites web ou des applis mobiles.
- Les cadeaux restent le premier poste de dépenses, avec un budget en constante augmentation depuis 2 ans (355€ ; +15€ par rapport à 2018 et +32€ par rapport à 2017), devant les repas (131€ ; + 2€ par rapport à 2018) et la tenue (34€ ; stable par rapport à 2018).
- Les Français envisagent de déposer un peu moins de cadeaux sous le sapin cette année (7 cadeaux en moyenne contre 8,5 en 2018).
- Près de 3 Français sur 5 (59%) déclarent effectuer leurs achats à la fois en points de vente physiques et sur les plateformes de e-commerce (+ 4 pts).
- La majorité des achats de cadeaux (4 cadeaux sur 7 en moyenne) devraient être effectués en ligne, avec en tête les produits culturels (56%), les jouets ou les jeux (55%) et les produits high-tech (31%).
- Afin de financer leurs cadeaux de Noël, les Français puisent en priorité dans leur budget dédié aux dépenses courantes (68%), utilisent des chèques ou bons cadeaux (29%) ou puisent dans leur épargne personnelle (21%).
- Pour faire plaisir à leurs proches sans pour autant se ruiner, les Français sont prévoyants. Près de 2 Français sur 3 (60%) anticipent leurs dépenses de Noël, principalement en se constituant une « Cagnotte Noël » tout au long de l'année (pour un tiers d'entre eux : 33% ; +2 pts par rapport à 2018).
- Afin d'optimiser leur budget, les Français s'organisent : plus d'un tiers d'entre eux (36%) achètent leurs cadeaux lors de périodes promotionnelles comme le Black Friday. 40% des Français déclarent d'ailleurs acheter leurs cadeaux de Noël dès le mois de novembre (+3 pts par rapport à 2018).

Villeneuve d'Ascq, le 26 novembre 2019 – À l'approche des fêtes de fin d'année et quelques jours avant le Black Friday, Cofidis publie ce jour les résultats de la 3<sup>ème</sup> édition de l'enquête sur « Le budget et les bons plans des Français pour Noël », réalisée en partenariat avec Rakuten, acteur majeur du e-commerce international, et en collaboration avec l'institut CSA Research.

Cofidis réalise régulièrement des études sur les utilisateurs de crédit à la consommation et les projets des Français dans une démarche de compréhension de l'évolution des usages et des besoins des consommateurs.

Parmi les résultats marquants de cette 3<sup>ème</sup> édition, le budget moyen des Français pour Noël est de 549€, soit une légère baisse par rapport à l'an dernier (-22€). Le budget médian suit la même tendance et s'élève à 391€ (contre 448€ l'an dernier ; 57€). A noter que plus d'un tiers de ce budget (39%) sera largement dépensé en ligne, sur des sites web ou applis mobiles.

La période de Noël reste un moment important pour la majorité des Français qui cherche avant tout à faire plaisir à leurs proches. Les cadeaux restent en effet le premier poste de dépenses, en augmentation pour la deuxième année consécutive (355€ ; + 32€ en deux ans). A noter que, malgré un

**budget « cadeaux » plus élevé, les Français envisagent de déposer un peu moins de cadeaux sous le sapin cette année (7 contre 8,5 en 2018).**

**Parmi les autres postes de dépenses figurent le repas (131€ ; +2€), la tenue (34€ ; égal à 2018), les décorations (33€ ; +4€) et les transports (31€ ; -6€).**

**Près de 3 Français sur 5 (59%) déclarent effectuer leurs achats à la fois en points de vente physiques et sur les plateformes de e-commerce (+ 4 pts).**

**Plus de la moitié des achats de cadeaux devraient être effectués en ligne (4 sur 7 en moyenne) notamment pour l'achat de produits culturels (56%), de jouets ou de jeux (55%) et de produits high-tech (31%).**

**Afin de financer leurs cadeaux, les Français puisent en priorité dans leur budget dédié aux dépenses courantes (68%), utilisent des chèques ou bons cadeaux (29%) ou puisent dans leur épargne personnelle (21%).**

**Pour profiter pleinement et pouvoir gâter leurs proches sans se ruiner, les Français s'organisent :**

**> 60% d'entre eux anticipent leurs dépenses de Noël, principalement en se constituant une cagnotte. Plus d'un tiers d'entre eux met de l'argent de côté tout au long de l'année (33% ; +2 pts par rapport à 2018).**

**> Plus d'un tiers (36%) déclarent faire leurs achats lors de périodes promotionnelles comme le Black Friday, qui aura lieu le 29 novembre cette année. 40% des Français déclarent d'ailleurs acheter leurs cadeaux de Noël dès le mois de novembre (+3 pts par rapport à 2018).**

**Parmi les autres astuces et bons plans, les Français déclarent préparer eux-mêmes leurs repas (59% ; égal à 2018) et cumuler des points sur leurs cartes fidélité et les utiliser pour leurs achats (35% ; +4 pts).**

*« Synonyme de retrouvailles et de partage, Noël est un moment précieux pour la majorité des Français dont la priorité est de gâter leurs proches. Afin de pallier un budget un peu plus serré, les Français s'organisent tout au long de l'année pour optimiser leur budget. Ils constituent une cagnotte pour Noël, anticipent leurs dépenses et profitent des grands temps forts commerciaux comme le Black Friday. Un Français sur 10 utilise également une facilité de paiement ou un crédit à la consommation pour effectuer ses achats », déclare Mathieu Escarpit, Directeur Marketing de Cofidis.*

*« Avec plus de la moitié des cadeaux de Noël acheté en ligne, les Français plébiscitent les plateformes e-commerce dans la préparation de Noël. Produits culturels, high-tech ou jouets, ils favorisent l'achat en ligne pour le large choix de références, le prix et les services associés. 2 Français sur 3 déclarent en effet avoir déjà eu recours au Click & Collect qui leur permet de récupérer leurs achats jusqu'au dernier moment. Enfin, la tendance de la revente des cadeaux ne cesse de croître et concerne 1 français sur 5 », déclare Armando Pastor, Directeur Marketing de Rakuten France.*

**Pour télécharger l'infographie des résultats de l'enquête, [cliquez ici](#)**

## **549 euros : le budget moyen des Français pour Noël**

**Anticipé toute l'année, le budget des Français pour Noël s'élève à 549€ en moyenne (cadeaux, repas, transports, décorations, ...), en légère baisse par rapport à l'année précédente (-22€ vs 2018).**

**Ce budget moyen présente néanmoins de fortes disparités en fonction de :**

- **L'âge** : 352€ en moyenne pour les moins de 35 ans contre 701€ en moyenne pour les 50 ans et plus. Les retraités auront le budget moyen pour Noël le plus élevé cette année (766€ ; + 79€ par rapport à 2018).
- **La CSP** : 416€ en moyenne pour les CSP- contre 552€ en moyenne pour les CSP+
- **La taille de l'agglomération** : 543€ en moyenne pour les agglomérations de moins de 2000 habitants contre 713€ en moyenne pour les habitants de l'agglomération parisienne

**Le budget médian connaît également une légère diminution et s'élève à 391€ (contre 448€ l'an dernier ; - 57€).**

**Plus d'un tiers du budget Noël (39%), soit 215€ en moyenne, sera dépensé en ligne, sur des sites web ou des applis mobiles.** On observe que les CSP+ ont une plus grande propension à effectuer leurs achats de Noël en ligne (249€ en moyenne ; soit 45% de leur budget global).

**Une large majorité de Français (7 sur 10) anticipe un budget égal à celui qu'ils ont dépensé en 2018** (70% ; +3pts) prouve que malgré une situation financière contrainte, Noël reste un moment important pour les Français. De plus, la part de ceux qui affirment que leur budget sera supérieur à l'an dernier (14%) est en légère hausse (+1 pt par rapport à 2018), notamment les moins de 35 ans (23%).

**Enfin, la moitié des Français affirment qu'ils respecteront le budget prévu** (50% ; -2pts). Ce sont notamment les personnes dont le budget global pour Noël est inférieur à 200€ (62%), les personnes dont les revenus sont inférieurs à 1451€ par mois (58%) ainsi que les foyers sans enfants.

### Gâter leurs proches : la priorité des Français

**Noël reste le moment privilégié pour faire plaisir à ses proches. Aussi, les cadeaux sont toujours la priorité et restent le premier poste de dépenses (355€). Ce budget est en augmentation pour la deuxième année consécutive (+15 € par rapport à 2018 ; +32€ par rapport à 2017).** Par ailleurs, la part des Français cherchant à limiter leurs dépenses sur les cadeaux diminue (11% ; -3pts).

**Malgré un budget « cadeaux » en hausse cette année, les Français envisagent de déposer un peu moins de cadeaux sous le sapin (7 contre 8,5 en 2018), signe que la qualité prime sur la quantité.** Cependant, on observe que les Français les plus prévoyants, notamment ceux qui commencent leurs achats de Noël dès le mois d'octobre, comptent acheter 10 cadeaux en moyenne. De la même manière, les foyers avec enfants (dont un tiers réalisent leurs achats dès le mois d'octobre) envisagent d'acheter 9 cadeaux en moyenne.

**Toujours épicuriens, les Français accordent une place importante aux repas puisque ces derniers constituent le 2<sup>ème</sup> poste de dépenses le plus important à Noël (131€ ; +2€).** Cet élément constitue un des « totems » importants de cette fête sur lequel les Français ne font pas de concession. En effet, seuls 5% d'entre eux envisagent de limiter leurs dépenses sur les repas.

**Les autres postes de dépenses sont la tenue (34€ ; égal à 2018), les décorations (33€ ; +4€) et les transports (31€ ; -6€).** Ces derniers postes sont les plus impactés par les restrictions de budget, plus particulièrement la tenue vestimentaire (pour 27% des Français) et les décorations (pour 21% des Français).

**À noter que près d'un français sur 3 (31%) déclare ne pas chercher à limiter ses dépenses** ce qui souligne le caractère primordial de Noël : un moment privilégié avec ses proches.

### Noël : un moment attendu et préparé dès le début de l'année

**Afin de faire plaisir à leurs proches sans pour autant se ruiner, les Français sont prévoyants. L'anticipation est donc toujours de mise : 60% des Français déclarent anticiper leurs dépenses de Noël (contre 64% en 2018),** notamment les moins de 35 ans (70%), les foyers avec enfant (70%), les femmes (68%) et les CSP- (67%).

**Parmi ceux qui anticipent leurs dépenses :**

- **Plus de la moitié met de l'argent de côté toute l'année** (55% ; +4 pts, soit 1/3 des Français au global), plus particulièrement les 50 ans et plus (60%), et les hommes (60%).
- **28% économisent à partir d'un mois donné** (-1 pt) principalement à partir d'octobre (38%)
- Par ailleurs, **de plus en plus de Français (24% ; +4pts) préfèrent reporter certaines dépenses à une période ultérieure,** après les fêtes.

Pour financer l'achat des cadeaux de Noël, **près de 7 Français sur 10 (68%) puisent dans leur budget dédié aux dépenses courantes,** en particulier ceux dont le budget cadeau est supérieur à 250 euros (73%) et les 50 ans et plus (73%). **L'utilisation de chèques ou bons cadeaux est plébiscité par 29% des Français,** notamment les CSP- (45%) et les foyers avec enfants (38%). **Enfin, 21% d'entre eux choisissent de puiser dans leur épargne personnelle.**

A noter que plus **d'un français sur 10 (11%)** utilise une **facilité de paiement ou un crédit à la consommation** pour financer l'achat de cadeaux.

**Compte tenu du nombre important de cadeaux à acheter, les Français préparent l'échéance : 68% d'entre eux n'attendent pas décembre pour acheter leurs cadeaux**, et s'y prennent dès octobre (28%) ou novembre (40%). **Malgré cet effort d'anticipation, le « rush » de Noël demeure un incontournable**, et ce sont ainsi un tiers des Français qui achètent l'ensemble de leurs cadeaux en décembre, une pratique particulièrement répandue chez les hommes (16%) et les seniors (12%).

### **Les bons plans des Français pour réduire leurs dépenses et optimiser leur budget de Noël**

**Afin d'optimiser leur budget, les Français misent avant tout sur le fait-maison et sur les offres promotionnelles.** Parmi les astuces privilégiées, on retrouve :

- **Préparer soi-même ses repas (59% ; égal à 2018)**, une pratique très répandue chez ceux dont le budget Noël sera supérieur à 501€ (68%), les 50 ans et plus (68%) et les habitants vivant dans une commune rurale (66%).
- **Faire ses achats lors de périodes promotionnelles comme le Black Friday (36% ; égal à 2018)**, une astuce particulièrement plébiscitée par les jeunes de 18-24 ans (46%), et les inactifs (45%).
- **Cumuler des points sur sa carte fidélité et les utiliser pour ses achats (35% ; +4 pts)**, pratique particulièrement utilisée chez les employés (45%) et les 35-49 ans (43%)
- **Faire un seul cadeau pour un couple (30% ; + 3pts)**
- **Trouver des codes promo sur Internet ou sur les réseaux sociaux (28% ; +2pts)**

### **Le e-commerce de plus en plus incontournable pour les achats de Noël**

**En ce qui concerne l'achat des cadeaux, on observe une complémentarité des canaux (magasins et internet) qui s'ancre dans la pratique.** En ce sens, près de deux tiers des Français (59% ; + 4 pts) affirment **mixer les points de vente physiques et les plateformes de e-commerce pour réaliser leurs achats**, notamment pour les Français dont le budget Noël est supérieur à 501 euros (65%). **Les sites internet sont privilégiés par 16% des Français** en particulier par les plus jeunes (22% des moins de 35 ans font généralement leurs achats de Noël en ligne). L'achat en magasin (25%) est surtout privilégié par les 50 ans et plus (30%).

**Plus de la moitié des cadeaux offerts à Noël viendra d'un achat effectué en ligne (4 cadeaux sur 7 en moyenne).** Le e-commerce est notamment privilégié pour les achats de produits culturels (56%), de jouets et de jeux (55%) et de produits high-tech (31%).

Les consommateurs plébiscitent **l'achat en ligne pour le large choix (62%), les prix (55%) et la rapidité d'achat (46%).** Ils favorisent **les magasins** notamment pour **obtenir des avis et se faire conseiller (51%)** ainsi que **s'assurer d'avoir leur cadeau à temps (58%).**

**La pratique du Click & Collect est entrée dans les mœurs. Près de 2 Français sur 3 (64%) ont déjà eu recours à ce service**, notamment les familles (76%) et les moins de 35 ans (75%). Contrairement aux idées reçues, **cette pratique reste synonyme d'anticipation et d'organisation** (utilisée par 71% des Français qui achètent dès octobre contre 64% dans l'ensemble).

**Enfin, la revente ou l'échange de cadeaux reçus à Noël est une pratique qui progresse et concerne près d'un Français sur 5 (19%),** plus particulièrement les foyers avec enfants (28%), les moins de 35 ans (28%) et les CSP+ (24%). **Cette dernière tend notamment à se développer sous l'impulsion des plateformes de vente en ligne** (54% des cadeaux revendus).

#### **Méthodologie de l'enquête**

Une étude réalisée par CSA Research pour Cofidis France, par questionnaire auto-administré du 1<sup>er</sup> au 5 octobre 2019 auprès d'un échantillon représentatif de 1004 Français âgés de 18 ans et plus, construit selon la méthode des quotas sur les critères de sexe, d'âge, de profession du répondant, de région et de taille d'agglomération.

#### **A propos de Cofidis**

Avec 2 millions de clients et 350 enseignes partenaires, Cofidis est depuis plus de 30 ans l'un des principaux acteurs du crédit à la consommation en France (crédits renouvelables et prêts personnels, solutions de paiement, assurance, rachat

de créances et partenariats). Acteur fortement engagé dans l'accompagnement de ses clients, Cofidis s'appuie sur un conseil personnalisé, des outils & services innovants et la pédagogie du crédit pour faire du consommateur un acteur de son budget, informé et responsable. Cofidis contribue également au dynamisme commercial des enseignes de distribution et sites e-commerce grâce à des solutions performantes et sur-mesure en matière de facilités de paiement (carte 4 étoiles, 1euro.com, 3xCB, crédit amortissable). Pour en savoir plus : [www.cofidis.fr](http://www.cofidis.fr) et [www.cofidis-retail.fr](http://www.cofidis-retail.fr)

### **A propos de Rakuten France**

Rakuten France est la filiale du groupe tech japonais Rakuten Inc., créé en 1997. Sa mission principale est unique : l'Empowerment, être partenaire des enseignes et les aider dans leur développement. 1ère place de marché omnicanale de France qui favorise le trafic vers plus de 2 500 magasins d'enseignes grâce au Click & collect (retrait gratuit en magasin), la plateforme e-commerce propose également le programme de fidélité le plus généreux de France : plus de 40 millions d'euros reversés aux plus de 2 millions de membres du « Club R », en seulement 3 ans. Ce programme gratuit et sans engagement permet de cumuler des Rakuten Super Point à chaque achat effectué sur la plateforme. Les Rakuten Super Point, à la manière d'une monnaie virtuelle, peuvent être redépensés pour tout nouvel achat de produits, en neuf ou d'occasion, et sont valables dans tout l'écosystème Rakuten (Rakuten TV, Rakuten Kobo, Rakuten Viber...).

Le groupe Rakuten, Inc. met en avant la richesse de cet écosystème, fort de ses 70 entités issues de la Fintech, la Communication, le Digital, ... en créant des synergies puissantes. Rakuten, Inc. offre ainsi un environnement toujours plus interconnecté à ses +1,3 milliards de membres mondiaux. Rakuten, Inc. et ses +25 000 salariés ont atteint un chiffre d'affaires 2018 de +8,8 milliards de dollars.

### **Contacts presse Cofidis / Rakuten France**

Astrid Billard – [astrid.billard@agencebabel.com](mailto:astrid.billard@agencebabel.com) – Tel : 01 53 00 11 75

Radu Boata – [radu.boata@agencebabel.com](mailto:radu.boata@agencebabel.com) – Tel : 01 53 00 10 97