

“opinionway pour **Sofinscope**
LE BAROMÈTRE QUI VOUS DONNE UN TEMPS D'AVANCE
SUR LA CONSOMMATION

Noël sous inflation

**La seconde main, le moyen de
préserver la magie des fêtes ?**

Les Français et le budget Fêtes de fin d'année

Décembre 2022





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1003 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 17 novembre 2022**.
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 : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour SOFINCO »

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



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



	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%



	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

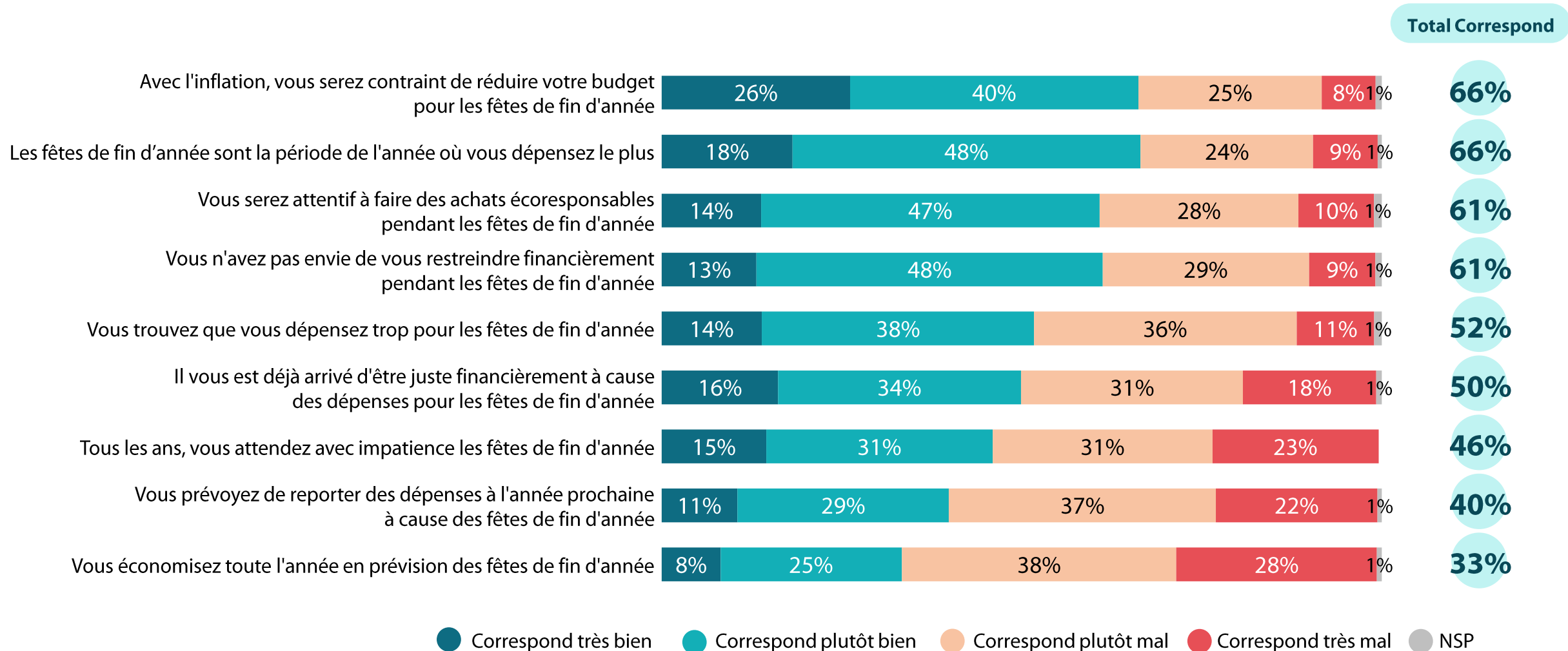




Le rapport des Français aux fêtes de fin d'année



Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle ou non à votre situation concernant les fêtes de fin d'année ?



“ Le budget consacré aux cadeaux pour les fêtes de fin d’année

Q. Cette année, quel budget allez-vous consacrer à vos cadeaux pour les fêtes de fin d’année ?

Question ouverte numérique, réponses spontanées



549 € Les foyers gagnant 3500 euros par mois et plus

484 € Les Français âgés de 65 ans et plus

434 € Les Français qui ont des enfants

426 € Les Français en couple

325 € Les Français issus des catégories populaires

223 € Les foyers gagnant moins de 2000 euros par mois



216 € Les Français âgés de 18 à 24 ans

Le nombre de destinataires des cadeaux pour les fêtes de fin d'année

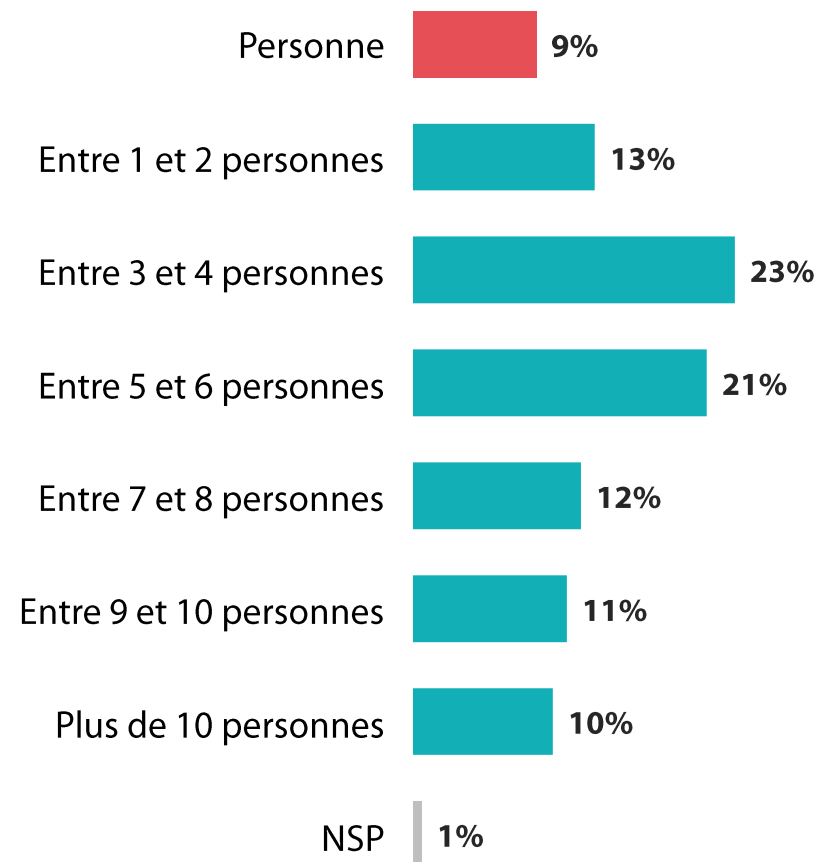
1003 personnes

Q. Et à combien de personnes envisagez-vous d'offrir des cadeaux pour les fêtes de fin d'année ?

Question ouverte numérique, réponses spontanées



5 personnes
en moyenne

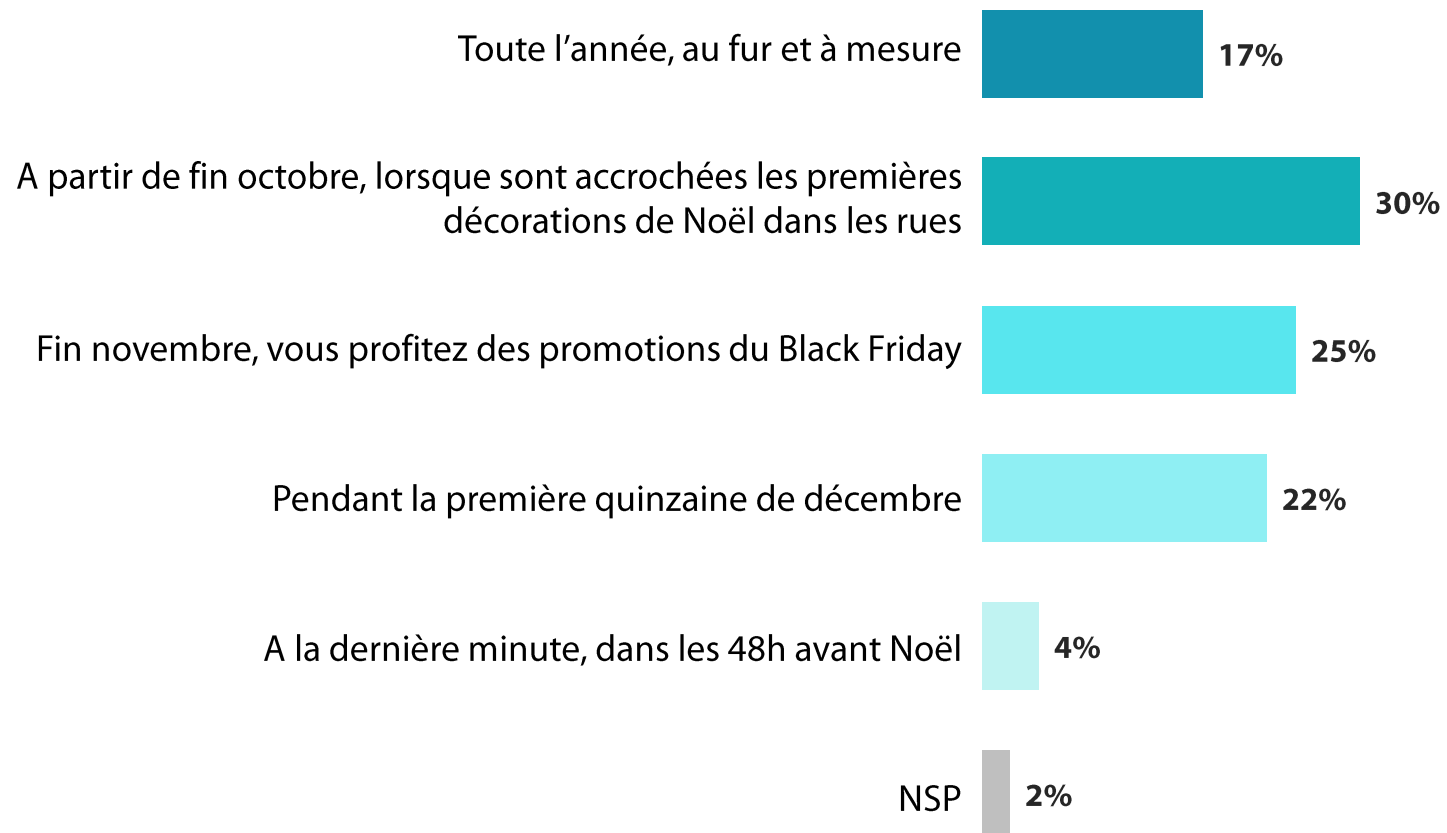




Le moment d'achat des cadeaux de Noël



Q. A quel moment achetez-vous la plupart des cadeaux que vous comptez offrir à vos proches pour Noël ?



72%
Avant le mois
de décembre

26%
Pendant le mois
de décembre



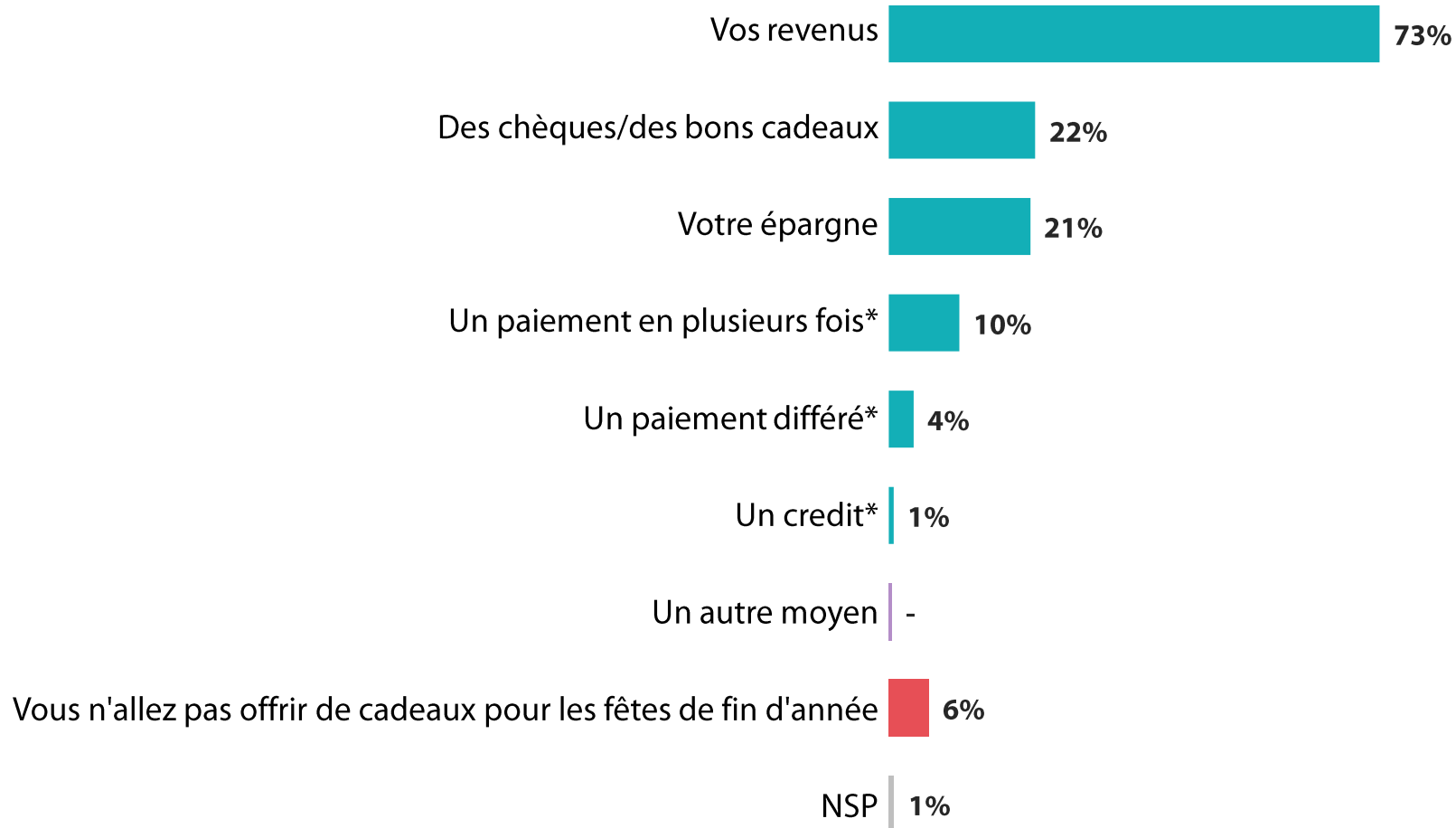


Les moyens de financement des cadeaux



Q. Par quels moyens avez-vous ou allez-vous financer vos achats de cadeaux pour les fêtes de fin d'année ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

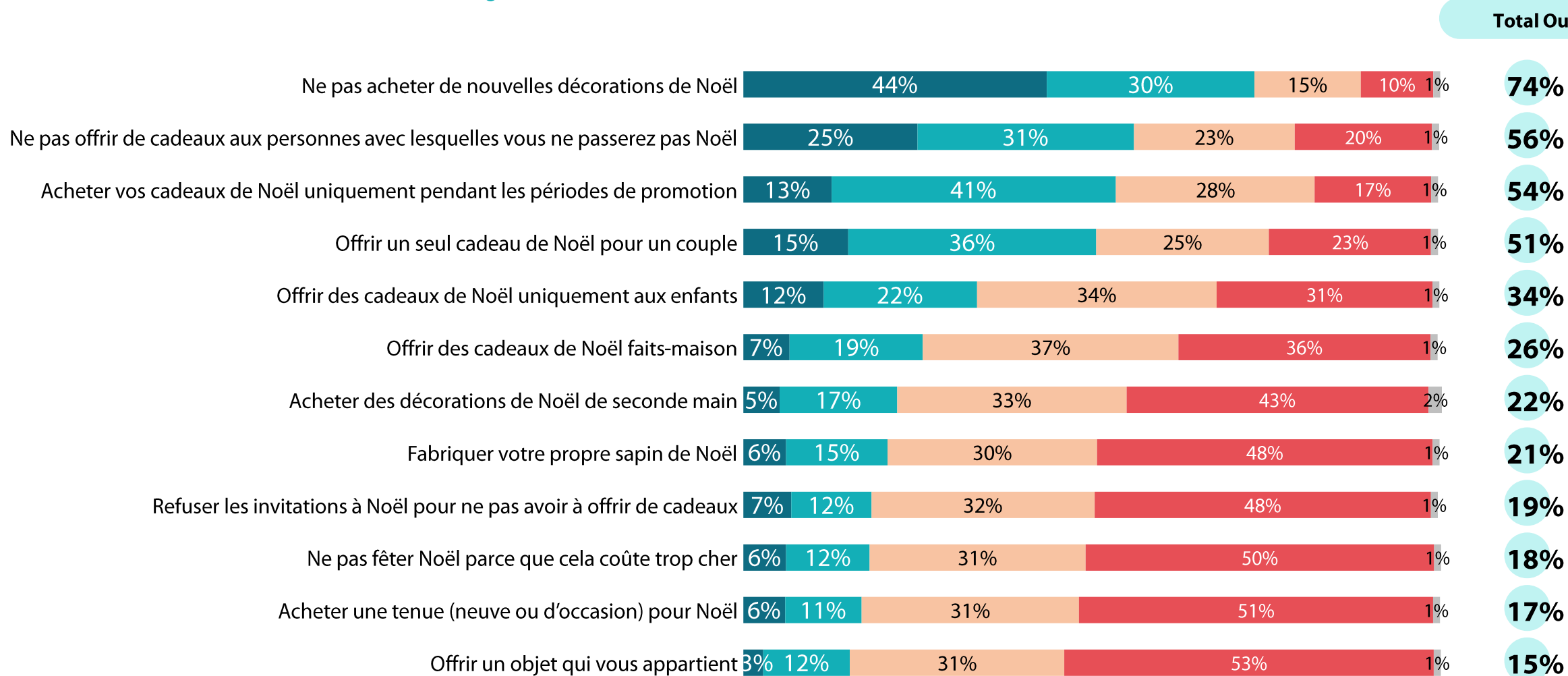


**Sous-total
Facilités de
paiement*
13%**

Les arbitrages envisagés à l'occasion des fêtes de fin d'année



Q. Pour les fêtes de fin d'année, envisagez-vous de réaliser chacune des actions suivantes ?



● Oui, certainement ● Oui, probablement ● Non, probablement pas ● Non, certainement pas ● NSP

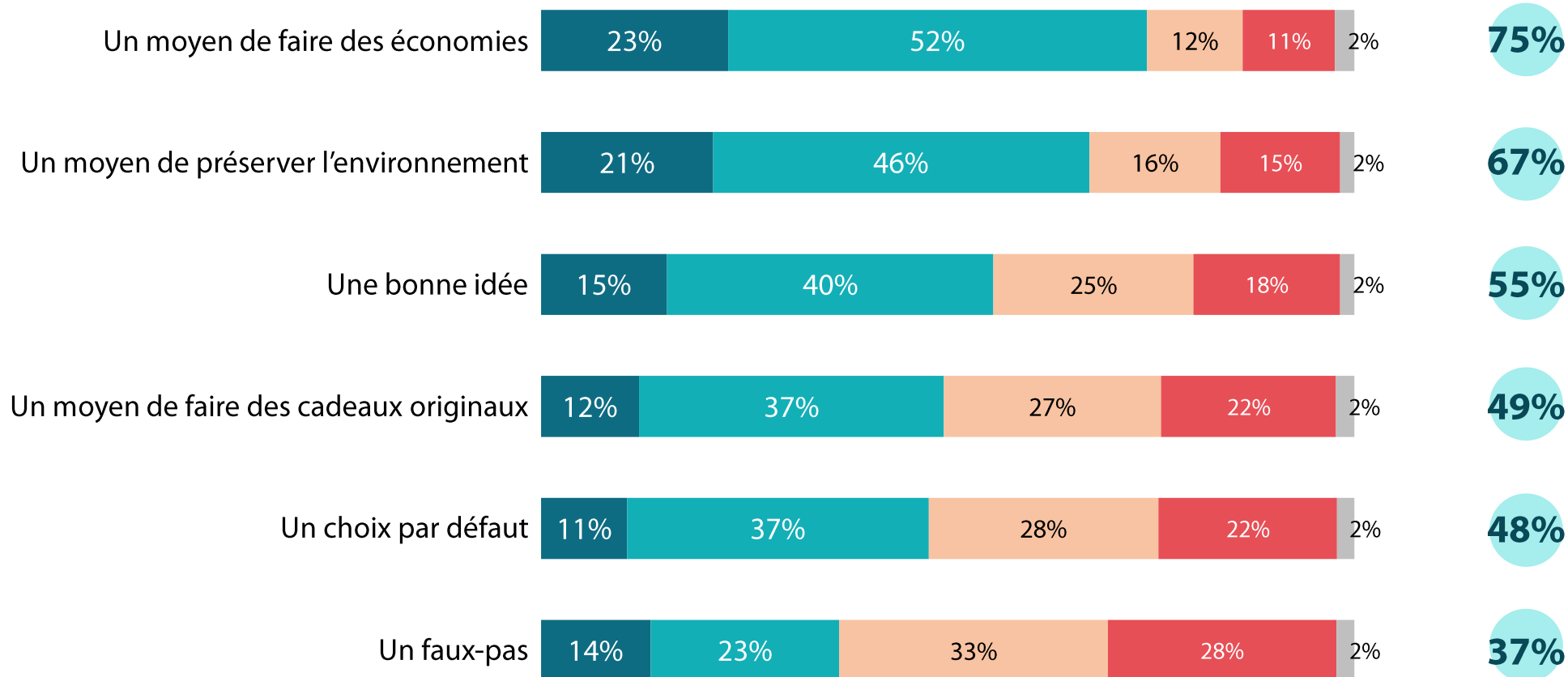


L'opinion détaillée sur les cadeaux d'occasion



Q. Diriez-vous qu'offrir un cadeau d'occasion à un proche à Noël, c'est... ?

Total Oui



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

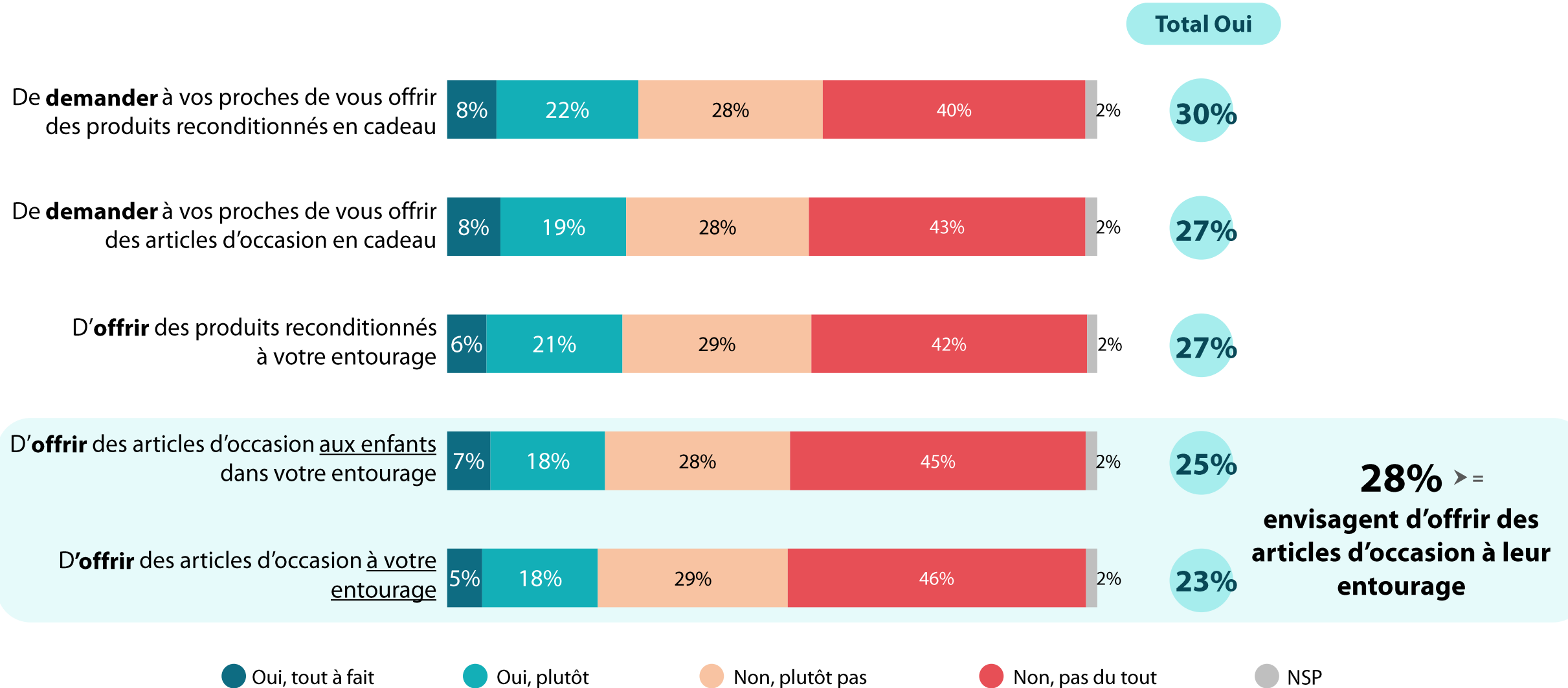


L'intérêt pour des cadeaux d'occasion lors des fêtes de fin d'année



1003 personnes

Q. Cette année, pour les fêtes de fin d'année, envisagez-vous... ?

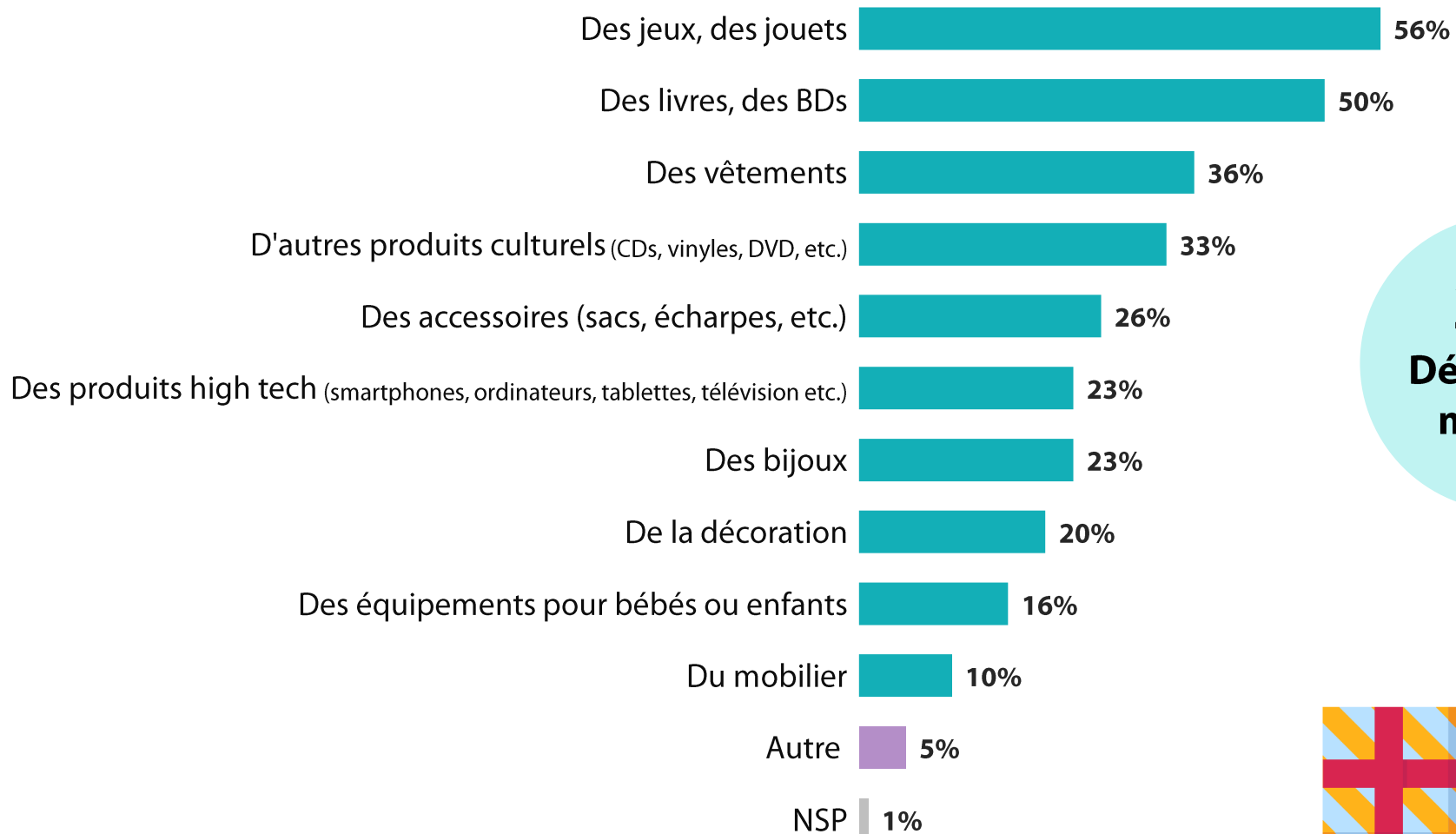


Les types de produits d'occasion envisagés en cadeau à Noël

285 personnes

Q. Quels produits d'occasion envisagez-vous d'offrir à Noël ?

Question posée uniquement à ceux qui envisagent d'offrir des cadeaux d'occasion, soit 28% de l'échantillon
Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



62%
Culture
(livres, BDs, autres produits culturels)

38%
Mode
(Vêtements, accessoires, bijoux)

25%
Décoration, mobilier





Les canaux d'acquisition des produits d'occasion

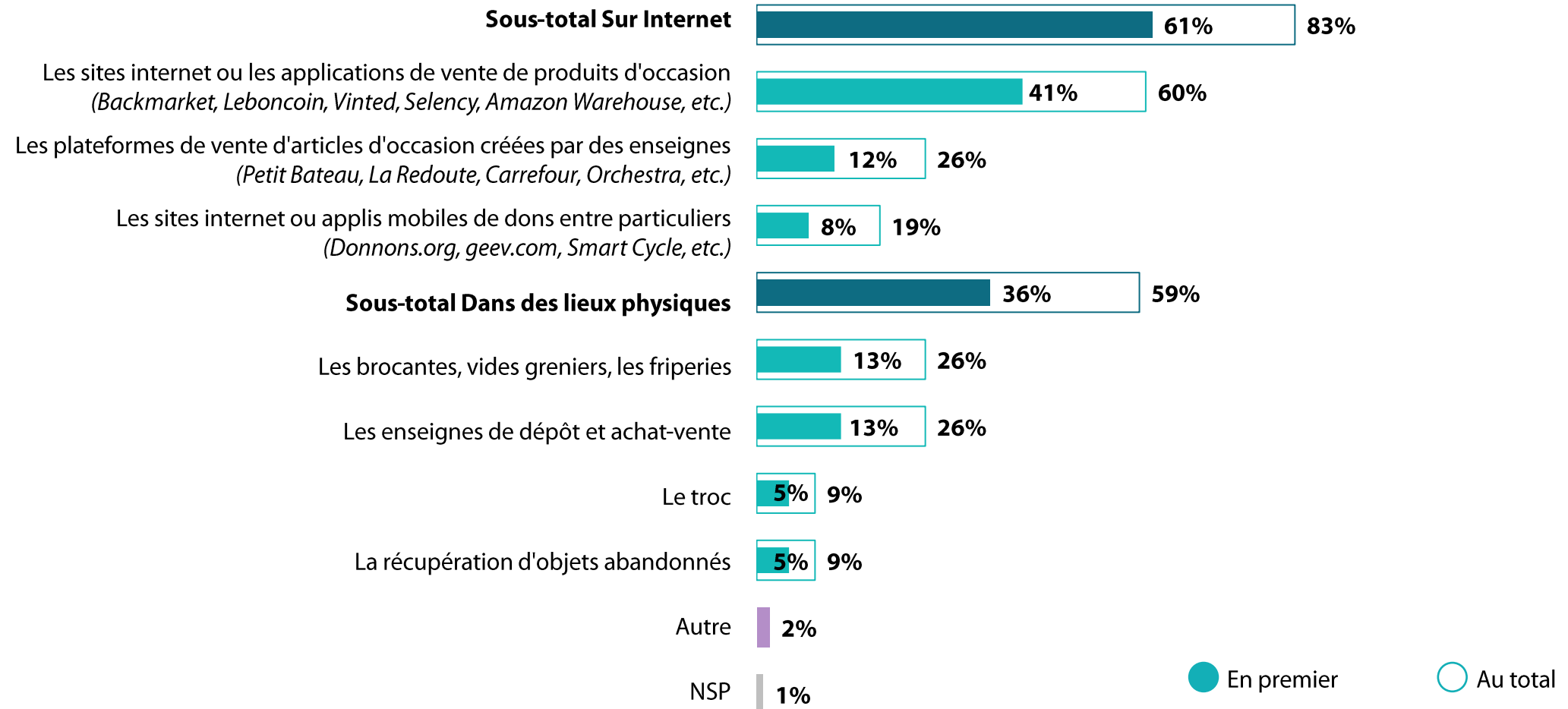


285 personnes

Q. Pour acquérir vos cadeaux d'occasion pour les fêtes de fin d'année, quels moyens parmi les suivants allez-vous privilégier ?

Question posée uniquement à ceux qui envisagent d'offrir des cadeaux d'occasion, soit 28% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



● En premier

○ Au total

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.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

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

Directrice conseil
Pôle Opinion

equarre@opinion-way.com

Jessie Marius

Cheffe de projet
Pôle Opinion

jmarius@opinion-way.com