

4^{ème} édition - Enquête « Budget, stratégies financières et bons plans des Français pour Noël »

Malgré la situation sanitaire, Noël reste synonyme de plaisir et de partage avec un budget moyen global en augmentation

- La grande majorité des Français redoute que les fêtes de fin d'année ne soient annulées dans leur famille ou chez leurs amis (63% d'entre eux) du fait de la situation sanitaire actuelle, en particulier les plus jeunes (73% pour les moins de 35 ans).
- Malgré les conséquences économiques de la crise sanitaire, Noël reste synonyme de plaisir et de partage : le budget moyen global progresse fortement pour atteindre la somme moyenne de 603 euros (+54€ rapport à 2019).
- Les cadeaux restent le premier poste de dépenses, en augmentation successive depuis ces dernières années (372€ ; +17€ par rapport à 2019 et +32€ par rapport à 2018), suivis des repas dont le budget reste relativement stable (134€ ; +3€ par rapport à 2019).
- Comme l'année précédente, les Français ont l'intention de déposer en moyenne 7 cadeaux sous le sapin. La majorité des cadeaux seront achetés en ligne (4,6 en moyenne).
- Une part importante du budget consacré à Noël sera dépensé en ligne (222€ soit 40% du budget global ; en légère hausse par rapport à 2019 : 215€).
- Le click & collect tire son épingle du jeu puisque près de 3 Français sur 5 (59%) déclarent y avoir recours.
- Moment incontournable de l'année, la grande majorité des Français disent s'organiser pour anticiper leurs dépenses de Noël et réaliser de bonnes affaires :
 - 60% d'entre eux (+5pts) mettent de l'argent de côté tout au long de l'année et près d'un quart (24% ; -4pts) se constitue une cagnotte à partir d'un mois donné.
 - Plus de 2 Français sur 5 (42% ; +6pts) déclarent faire leurs achats lors de périodes promotionnelles et 40% d'entre eux affirment acheter leurs cadeaux de Noël dès le mois de novembre (stable par rapport à 2019).
- Concernant l'achat des cadeaux, on note qu'un Français sur dix a recours au crédit à la consommation ou à une facilité de paiement (9%), notamment les foyers avec enfants (17%). Un Français sur 5 (20%) et un tiers des foyers avec enfants (30%) déclarent qu'avoir recours à une facilité de paiement est une nécessité pour pouvoir financer les fêtes de Noël.

Villeneuve d'Ascq, le 24 novembre 2020 – À un mois des fêtes de Noël, Cofidis publie ce jour les résultats de la 4^{ème} édition de l'enquête sur « Budget, stratégies financières et bons plans des Français pour Noël », réalisée en partenariat avec Rakuten, première place de marché omnicanale de France, 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.

Alors que la France est toujours confinée, la grande majorité des Français redoute que les fêtes de Noël ne soient annulées dans leur famille ou chez leurs amis (63% d'entre eux) du fait de la situation sanitaire actuelle, en particulier les plus jeunes (73% pour les moins de 35 ans).

Dans ce contexte plutôt morose où 4 Français sur 10 (41%) déclarent que leur situation financière personnelle est touchée par les conséquences économiques de la crise sanitaire¹, un quart des Français déclare que leur budget consacré à Noël sera inférieur à l'année dernière (25% ; +6pts).

Et pourtant, la réalité ne reflète pas cette perception : cette année, le budget global des Français pour Noël progresse fortement pour atteindre la somme moyenne de 603 euros (+54€ rapport à 2019). Un montant d'autant plus élevé chez les 50 ans et plus (696€ en moyenne ; +5€) et chez les seniors (744€ en moyenne pour les 65 ans et plus ; -16€).

Moins touchées par les conséquences économiques de la crise sanitaire (21% contre 41% au global¹), les personnes plus âgées semblent vouloir profiter de Noël pour gâter leurs proches, enfants et petits-enfants.

Noël apparaît en effet comme un moment particulièrement important pour de nombreux Français, synonyme de plaisir et de partage : les cadeaux restent le premier poste de dépenses, en augmentation successive depuis ces dernières années (372€ ; +17€ par rapport à 2019 et +32€ par rapport à 2018). Comme l'année précédente, les Français ont l'intention de déposer en moyenne 7 cadeaux sous le sapin. La majorité des cadeaux seront achetés en ligne (4,6 en moyenne).

Le budget consacré aux repas reste stable (134€ ; +3€ par rapport à 2019). S'il faut faire des concessions, les Français toucheront avant tout aux budgets dédiés à la tenue (27% d'entre eux ; -8€ vs 2019) et à la décoration (15% ; -5€).

Compte tenu de la situation sanitaire et des restrictions en vigueur, une part importante du budget consacré à Noël sera dépensé en ligne (222€ soit 40% du budget global, stable par rapport à 2019 : 215€). Les cadeaux commandés via Internet seront principalement les produits culturels (58% ; +2pts), les jeux ou jouets (55% ; stable par rapport à 2019) et les produits high tech (40% ; +9pts).

De son côté, près de 3 Français sur 5 (59%) déclarent faire appel au click&collect, en particulier par les ménages avec enfants (71%) et les moins de 35 ans (71%).

Moment incontournable de l'année, la grande majorité des Français disent s'organiser pour anticiper leurs dépenses de Noël et réaliser de bonnes affaires :

- 60% d'entre eux (+5pts) mettent de l'argent de côté tout au long de l'année et près d'un quart (24% ; -4pts) se constitue une cagnotte à partir d'un mois donné. On remarque que les plus prévoyants sont les plus âgés (66% des 50 ans et plus).
- Plus de 2 Français sur 5 (42% ; +6pts) déclarent faire leurs achats lors de périodes promotionnelles et 40% d'entre eux affirment acheter leurs cadeaux de Noël dès le mois de novembre (stable par rapport à 2019).

Afin de financer les cadeaux, les Français puisent avant tout dans leur budget dédié aux dépenses courantes (67% ; -1pt), utilisent des chèques ou bons cadeaux (30% ; +1pt) ou piochent dans leur épargne personnelle (28% ; +7pts). On note également qu'un Français sur dix a recours au crédit à la consommation ou à une facilité de paiement (9% ; -2pts), notamment les foyers avec enfants (17%). Un Français sur 5 (20%) et un tiers des foyers avec enfants (30%) déclarent qu'avoir recours à une facilité de paiement est une nécessité pour pouvoir financer les fêtes de Noël.

Parmi les autres astuces et bons plans, les Français déclarent cumuler des points sur leurs cartes fidélité et les utiliser pour leurs achats et/ou avoir recours aux services de cash back (30%)

« Après une année compliquée, les Français ont envie de profiter pendant les fêtes de Noël, malgré la crainte de ne pas être en famille. Le budget global est en hausse par rapport à l'an dernier, tiré par les cadeaux. Néanmoins, les conséquences de la crise sanitaire sur le pouvoir d'achat des Français sont bien présentes et on observe la mise en place de nouvelles stratégies financières chez les Français : plus d'anticipation dans les dépenses de Noël, plus d'achats lors des périodes promotionnelles et l'utilisation de l'épargne cumulée pendant la crise et du paiement en plusieurs fois. Un tiers des foyers avec enfants déclare que le paiement en plusieurs

¹ Baromètre CSA pour Cofidis. *Les Français et leur pouvoir d'achat*. Juin 2020

fois est une nécessité pour pouvoir financer les fêtes de Noël », déclare Mathieu Escarpit, Directeur Marketing de Cofidis.

« Depuis toujours, la mission fondamentale et indéfectible de Rakuten est le soutien des commerces, quelle que soit leur taille et leur structure. En ces temps difficiles, nous nous engageons plus que jamais à leurs côtés. Et puisque qu'une grande part des achats de fin d'année devrait être réalisée en ligne, nous mettons tout en œuvre pour aider les consommateurs à trouver les meilleures offres directement chez leurs commerçants locaux. En tant que première place de marché omnicanale en France, nous sommes fiers de constater que plus de 3 Français sur 5 font appel au click & collect, un dispositif aujourd'hui essentiel à la survie des petits commerces et qui confirme la complémentarité entre le physique et le digital. » déclare Armando Pastor, Directeur Marketing de Rakuten France.

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

Résultats détaillés

Fêtes de fin d'année : un budget global en forte progression

Alors que la France est toujours confinée, la grande majorité des Français redoute que les fêtes de Noël ne soient annulées dans leur famille ou chez leurs amis (63% d'entre eux) du fait de la situation sanitaire actuelle, en particulier les plus jeunes (73% pour les moins de 35 ans).

Également, 62% des personnes interrogées craignent ne pas pouvoir fêter Noël avec autant de proches qu'ils le souhaiteraient du fait des restrictions concernant les rassemblements, notamment les 35/34 ans (71%).

Dans ce contexte plutôt morose où 4 Français sur 10 (41%) déclarent que leur situation financière personnelle est touchée par les conséquences économiques de la crise sanitaire, **un quart des Français déclare que le budget consacré à Noël sera inférieur à l'année dernière** (25% ; +6pts).

A l'inverse, 8% d'entre eux estiment que le budget sera supérieur, notamment les moins de 35 ans (17%).

Et pourtant, la réalité ne reflète pas cette perception : **cette année, le budget global des Français pour Noël progresse fortement pour atteindre la somme moyenne de 603 euros** (+54€ rapport à 2019). Un montant d'autant plus élevé chez les 50 ans et plus (696€ en moyenne ; +5€) et chez les seniors (744€ en moyenne pour les 65 ans et plus ; -16€).

Moins touchées par les conséquences économiques de la crise sanitaire (21% contre 41% au global), les personnes plus âgées semblent vouloir profiter de Noël pour gâter leurs proches, enfants et petits-enfants.

Noël, toujours synonyme de plaisir et de partage

Les cadeaux restent le premier poste de dépenses, en augmentation successive depuis ces dernières années (372€ ; +17€ par rapport à 2019 et +32€ par rapport à 2018). Comme l'année précédente, **les Français ont l'intention de déposer en moyenne 7 cadeaux sous le sapin**. La majorité des cadeaux seront achetés en ligne (4,6 en moyenne).

Le budget consacré aux repas reste stable (134€ ; +3€ par rapport à 2019), devant les décorations (28€ ; -5€), la tenue (26€ ; -8€) et les transports (22€ ; -9€).

S'il faut faire des concessions, les Français toucheront avant tout aux budgets dédiés à la tenue (27% d'entre eux ; -8€ vs 2019) et à la décoration (15% ; -5€).

Des achats majoritairement en ligne et en click&collect

Compte tenu de la situation sanitaire et des restrictions en vigueur, **une part importante du budget consacré à Noël sera dépensé en ligne** (222€ soit 40% du budget global, stable par rapport à 2019).

Les cadeaux commandés via Internet seront principalement les produits culturels (58% ; +2pts), les jeux ou jouets (55% ; stable par rapport à 2019) et les produits high tech (40% ; +9pts). Parmi les achats un peu moins plébiscités en ligne que l'an dernier, on retrouve les vêtements, chaussures et accessoires pour enfants (19% ; -1pt) et l'électroménager (7% ; -6pts).

De son côté, près de 3 Français sur 5 (59%) déclarent faire appel au click&collect, en particulier les ménages avec enfants (71%) et les moins de 35 ans (71%). Une pratique également répandue chez les CSP+ (68%) et les franciliens (68%).

Le paiement en plusieurs fois, une nécessité pour un tiers des foyers avec enfants

Moment incontournable de l'année, la grande majorité des Français disent s'organiser pour anticiper leurs dépenses de Noël et réaliser de bonnes affaires.

60% d'entre eux (+5pts) mettent de l'argent de côté tout au long de l'année et près d'un quart (24% ; -4pts) se constitue une cagnotte à partir d'un mois donné. On remarque que les plus prévoyants sont les plus âgés (66% des 50 ans et plus).

Seuls 21% des Français reportent certaines dépenses à une période ultérieure (après Noël), notamment les personnes divorcées (37%).

Plus de 2 Français sur 5 (42% ; +6pts) déclarent faire leurs achats lors de périodes promotionnelles et 40% d'entre eux affirment d'ailleurs acheter leurs cadeaux de Noël dès le mois de novembre (stable par rapport à 2019).

Toutefois, **un tiers des Français effectueront la totalité de leurs achats de cadeaux dans les semaines précédant Noël**, en plein « rush », en particulier les 50 ans et plus (19%), les hommes (18%) et les foyers sans enfant (16%).

Afin de financer leurs cadeaux, **les Français emploient différentes stratégies :**

- **La majorité puise dans leur budget dédié aux dépenses courantes (67% ; -1pt)**, notamment les retraités (78%) et les professions intermédiaires (77%) ;
- **Près d'un tiers utilise des chèques ou bons cadeaux (30% ; +1pt)**, en particulier les employés (43%) et les 18/24ans (42%) ;
- **Un peu plus d'un quart piochent dans leur épargne personnelle (28% ; +7pts)**, principalement les retraités (36%).

On note également qu'un Français sur dix a recours au crédit à la consommation ou à une facilité de paiement (9% ; -2pts), notamment les foyers avec enfants (17%). **Un Français sur 5 (20%) et un tiers des foyers avec enfants (30%) déclarent qu'avoir recours à une facilité de paiement est une nécessité pour pouvoir financer les fêtes de Noël.**

Parmi les autres astuces et bons plans, **les Français déclarent cumuler des points sur leurs cartes fidélité et les utiliser pour leurs achats et/ou avoir recours aux services de cash back (30%).**

Il s'agit avant tout des 18/24 ans (42%) et des foyers avec enfants (36%).

Méthodologie de l'enquête

Une étude réalisée par CSA Research pour Cofidis France et Rakuten France, par questionnaire auto-administré du 14 au 19 octobre 2020 auprès d'un échantillon représentatif de 1006 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 avec l'offre la plus large du marché en matière de solutions de paiement. L'accompagnement de ses partenaires dans le développement de leur activité est au cœur de ses préoccupations. Fort de son positionnement centré sur la satisfaction client, Cofidis apporte des solutions de paiement fluides, omnicanal et parfaitement intégrées dans les parcours d'achats. Pour en savoir plus : www.cofidis.fr

A propos de Rakuten France

Rakuten, créée en 1997 au Japon, figure dans le top 5 des plateformes de e-commerce mondiales. Animée par une vision optimiste du commerce comme moyen de grandir et réussir ensemble grâce à la technologie, elle se positionne comme un intermédiaire de confiance entre les acheteurs et les vendeurs, en se plaçant au service de ces derniers. Rakuten promeut l'empowerment auprès de ses 7 000 commerçants-partenaires (TPE, PME, marques et enseignes), grâce aux Rakuten Corners qui préservent leur univers et leur image en ligne ou encore à Rakuten Instore, une IA inédite de click &

collect destinée à générer du trafic en magasin. Rakuten redonne aussi le pouvoir aux acheteurs avec le Club R, le programme de fidélité le plus généreux du e-commerce français rassemblant plus de 7 millions de membres qui bénéficient, sans engagement, de remises systématiques de 5 à 20% en Rakuten Points, utilisables sur l'ensemble des services du groupe. Rakuten est aussi acteur engagé dans l'économie circulaire et pour l'empowerment des vendeurs particuliers. Avec 50% de produits vendus d'occasion sur la plateforme, elle leur a permis de générer plus de 500 M € de compléments de revenus sur les 10 dernières années. Pour en savoir plus : www.rakuten.com

Contacts presse Cofidis / Rakuten France

Astrid Billard – astrid.billard@agencebabel.com – Tel : 01 53 00 11 75