



Communiqué de presse

568€ : le budget moyen des Français pour Noël

Cofidis, acteur majeur du crédit à la consommation en France, publie les résultats de la 6^{ème} édition de son enquête “Budget, stratégies financières et bons plans des Français pour Noël”, réalisée en partenariat avec CSA Research. Malgré un contexte de hausses tarifaires qui touchent tous les postes de consommation, les Français ne sont pas prêts à se priver pour Noël avec un budget dédié à la hausse.

CHIFFRES-CLÉS DE L'ENQUÊTE

- **568€ : budget moyen consacré à Noël par les Français** (+35€ vs. 2021), les cadeaux et les repas restent les principaux postes de dépenses ;
- **53 %** des Français craignent que le contexte **économique impacte les fêtes de fin d'année** ;
- Parmi eux : plus de **8 sur 10** sont inquiets quant au **prix des denrées alimentaires** et 7 sur 10 sur les prix des cadeaux ;
- 7 : nombre de cadeaux achetés en moyenne (stable depuis 2019) ;
- Des dépenses limitées sur des **postes jugés moins prioritaires, comme la tenue vestimentaire (23 %) et la décoration (19%)** ;
- **Le repas reste le poste de dépenses le plus préservé** par les Français pour Noël (seuls 5% chercheront à y limiter leurs dépenses).

Villeneuve d'Ascq, le 21 novembre 2022. En partenariat avec l'institut CSA Research, Cofidis a interrogé les Français sur leurs budgets et stratégies financières à l'approche de Noël. Si plus de la majorité s'inquiète de la hausse des prix, cette période de l'année reste toutefois importante pour les Français qui préserveront l'essentiel pour la célébrer comme il se doit.

Noël 2022 : quand les Français composent avec l'inflation et arbitrent pour préserver l'essentiel

Les fêtes de fin d'année n'échapperont pas à la situation économique actuelle marquée par l'inflation et par l'appréhension des Français quant à leurs finances pour Noël : ainsi, **plus de 1 Français sur 2 est inquiet (53%) de l'impact de la situation économique sur les fêtes de fin d'année. Une inquiétude particulièrement présente chez les 18-24 ans (61%).**

L'ensemble des produits de consommation est ainsi concerné par cette **hausse des prix anticipée par les Français** avec, dans le trio de tête, le prix des **produits alimentaires** (pour 82% des répondants), le **prix des cadeaux** (70%) et du **carburant** (59%).

L'inflation va donc de pair avec une anticipation à la hausse des budgets alloués : les Français s'attendent à devoir dépenser plus pour les différents postes de Noël dont les prix augmenteraient, **le budget moyen pour Noël étant de 568€ cette année (+ 35€ vs 2021).**



Et cette augmentation du budget concernerait tous les postes de dépenses :

- Les cadeaux, avec 354€ (+ 27€ vs 2021)
- Les repas avec 127€ (+ 10€ vs 2021)
- La décoration (27€, +2€vs 2021)
- La tenue vestimentaire (23€, +2€ vs 2021)
- Les transports (23€, +2€ vs 2021).

En parallèle de ces données, il est important de relever quelques nuances liées aux profils des consommateurs. En effet, **le budget alloué à Noël varie du simple au double selon l'âge, 420€ chez les 25-34 ans, contre 725€ chez les 65 ans et plus.** Il évolue également en fonction de la catégorie socio-professionnelle : **400€ chez les personnes sans activité professionnelle** contre **804€ chez les retraités anciennement CSP+.**

Dans ce contexte de hausse tarifaire, et pour maintenir une parfaite maîtrise de leur budget, les Français préservent ce qui, à leurs yeux, est essentiel pour Noël : **l'alimentation et les cadeaux seront les deux postes auxquels les Français toucheront le moins (respectivement 5% et 18% des répondants¹).** A contrario, **ils seront vigilants en premier lieu aux dépenses liées à la tenue vestimentaire (pour 23% des répondants) puis aux décorations (19%).**

Pour bien préparer Noël, anticipation et optimisation restent les maîtres mots

L'inflation et les diverses augmentations poussent les Français à anticiper toujours plus leurs dépenses : pour **40% d'entre eux, les achats commencent en octobre et novembre** afin de profiter d'offres promotionnelles pour leurs cadeaux.

Pour optimiser leur budget, les Français ont également recours à l'utilisation de « cash back » ou de points sur les cartes fidélité, plébiscité par 25% des Français ou encore le choix de ne faire des cadeaux qu'aux enfants pour 24% d'entre eux.

« La crise économique est dans l'esprit de chacun, c'est une évidence. Parmi les chiffres clés, l'étude révèle en effet le budget médian qui sera dépensé, soit 400€ cette année, qui représente 23€ de moins que l'an passé. Cela reflète la dimension d'arbitrage vers laquelle les Français souhaitent se tourner, sans pour autant sacrifier ce qui fera la réussite de leurs fêtes de fin d'année », Mathieu Escarpit, Directeur Marketing de Cofidis.

Pour en savoir plus, [cliquez ici](#)

Contact presse - Agence Babylone

Mélanie Godin - 06 47 89 61 92 - melanie.godin@babylone.fr

¹ Question posée : « *En priorité, vous cherchez à limiter vos dépenses sur...?* »



Méthodologie de l'enquête :

Échantillon de 1 007 Français, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, administré en ligne du 25 au 27 octobre 2022. Échantillon constitué d'après la méthode des quotas sur les critères suivants : sexe, âge, profession, région de résidence et catégorie d'agglomération. Des rappels des résultats de la vague précédente sont également présentés dans ce rapport.

À propos de Cofidis

Avec 10 millions de clients et plus de 1 000 enseignes partenaires, Cofidis est depuis près de 40 ans un acteur majeur 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, omnicanales et parfaitement intégrées dans les parcours d'achats.

Pour en savoir plus : www.cofidis.fr