

5e édition - Budget, stratégies financières et bons plans des Français pour Noël

Risque de pénuries de jouets : les Français misent sur le Made in France pour leurs cadeaux de Noël

À un mois des fêtes de Noël, Cofidis, acteur majeur du crédit à la consommation, publie la 5^{ème} édition de son enquête “Budget, stratégies financières et bons plans des Français pour Noël”, réalisée en partenariat avec Shopinvest et CSA Research. Cette année, en plus de réduire la voilure côté budget, les Français envisagent de se tourner vers des produits artisanaux et d’acheter davantage dans les commerces de proximité. Focus.

CHIFFRES-CLÉS DE L’ENQUÊTE

- **Seulement un tiers (35%)** des Français se déclarent plus confiants qu’en 2020 sur le bon déroulé des fêtes de Noël.
- **Plus d’un quart des Français (26%)** se disent inquiets face au risque de pénuries. Un chiffre qui monte à **41%** chez les moins de 35 ans, et **38%** dans les foyers avec enfant(s).
- Face à cette menace, **61% des Français** envisagent de se tourner vers des produits fabriqués en France et **61%** également d’acheter davantage dans des commerces de proximité.
- **33%** des Français envisagent d’acheter des produits d’occasion et **23%** de fabriquer eux-mêmes leurs cadeaux.
- **533€** : le budget moyen consacré aux fêtes de fin d’année par les Français est en nette baisse par rapport à 2020 (**-70€**).
- Une réduction de budget qui concerne les deux postes de dépenses les plus importants : cadeaux (**327€, soit -45€**) et repas (**117€, soit -17€**).
- **60%** des Français mettent de l’argent de côté tout au long de l’année pour leurs achats de Noël.
- Pour financer leurs achats, **64%** des Français piochent dans leur budget dédié aux dépenses courantes et **33%** utilisent des chèques ou bons cadeaux.
- Enfin, **1 Français sur 10** a recours au crédit à la consommation ou à une facilité de paiement pour financer ses cadeaux.



Villeneuve-d'Ascq, le 23 novembre 2021 - Après une année 2020 inédite, ponctuée de confinements, de couvre-feu, et de fêtes de fin d'année marquées par les recommandations sanitaires, Noël 2021 pourrait s'annoncer sous de meilleurs auspices. Pourtant, seulement un tiers des Français (35%) se déclarent plus confiants sur le bon déroulement des fêtes de fin d'année.

Les Français inquiets face aux menaces de pénuries de jouets

Interrogés sur les perturbations annoncées dans le commerce mondial, qui font notamment craindre une pénurie de jouets dans les semaines à venir, les Français se montrent inquiets pour plus d'un quart d'entre eux (26%). Un chiffre qui grimpe à 41% chez les moins de 35 ans, à 34% chez les CSP- ou encore à 38% dans les foyers avec enfant(s).

Face à ces perturbations, les Français redoublent de solutions : 61% d'entre eux envisagent ainsi de se tourner vers des produits artisanaux fabriqués en France pour pallier le risque de pénuries, et 61% d'acheter davantage dans des commerces de proximité. Par ailleurs, un tiers des Français (33%) envisagent d'acheter des produits de seconde main, et 23% de fabriquer eux-mêmes leurs cadeaux.

Enfin, si les Français continuent de jongler entre commerce en ligne et points de vente physiques pour leurs achats de Noël, seuls 10% des Français feront davantage leurs achats de Noël en ligne en comparaison aux années précédentes. A noter qu'en 2020, après un deuxième confinement intervenu entre octobre et décembre, ce chiffre avait grimpé à 16%.

Un budget de Noël en nette baisse cette année

Mais cet optimisme relatif se traduit davantage par une envie de se retrouver lors des fêtes que par des folies budgétaires. En effet, si le nombre de cadeaux achetés reste stable cette année (7 en moyenne), le budget des Français pour Noël subit quant à lui une forte baisse.

Cette année, les Français prévoient de consacrer en moyenne 533€ pour Noël, soit 70€ de moins que pour 2020. Comme déjà observé lors de la précédente édition, les personnes les plus âgées sont celles qui vont consacrer le budget le plus important à Noël : 674€ pour les 65 ans et plus en moyenne. A contrario, les moins de 35 ans prévoient un budget moyen de 406€.

Dans le détail des postes de dépenses, les deux postes budgétaires qui pâtissent le plus de cette contraction budgétaire sont le poste « cadeaux » et le poste « repas » qui sont également et traditionnellement les deux postes les plus importants. Ils enregistrent respectivement une baisse de 45€ pour l'achat des cadeaux (327€) et de 17€ pour les repas (117€).

Les budgets consacrés à la décoration, à la tenue vestimentaire et aux transports sont également en baisse (respectivement 25€, 21€ et 21€). Ce sont ces postes de dépenses secondaires pour les Français qui seront les premiers à faire l'objet d'une baisse ou d'une limitation en cas de besoin : la tenue vestimentaire en premier lieu (28%), les décorations

(15%) en second... Et en dernier lieu, ils limiteront leur budget pour les repas (5%), qui restent sacrés pour les Français !

Les dépenses de Noël, des frais anticipés tout au long de l'année

Moment phare de l'année pour beaucoup, Noël implique, cette année encore, une anticipation des dépenses pour une large majorité des Français (62%), les plus prévoyants étant (et comme tous les ans) les femmes (67%), les employés (68%) et les personnes ayant au moins un enfant (71%).



D'ailleurs, les Français sont une majorité (60%) à mettre de l'argent de côté tout au long de l'année pour cette occasion. À noter que ce chiffre est en constante augmentation depuis la première vague de l'enquête (+7 points depuis 2017). Un quart (24%) anticipe quelques mois avant, et la même proportion (24%) va plutôt avoir tendance à reporter ses dépenses au début de l'année suivante pour pouvoir boucler son budget de Noël.

Cette anticipation s'illustre également dans le moment d'achat : près d'un tiers (29%) des Français commence à acheter ses cadeaux de Noël dès le mois d'octobre, 40% dès novembre et 31% au cours du mois de décembre.

Pour financer leurs achats, les Français déploient plusieurs stratégies :

- la très large majorité d'entre eux (64%; -3 points par rapport à 2020) puise dans le budget dédié aux dépenses courantes;
- un tiers des Français (33%; +3 points) utilise des chèques ou bons cadeaux;
- un peu plus d'un quart piochent dans leur épargne personnelle (28% ; +7 points)

Enfin, 11% des Français utilisent un crédit à la consommation ou une facilité de paiement pour financer leurs cadeaux. Un moyen pour 43% d'entre eux de lisser leurs dépenses sur la fin d'année et d'éviter, ainsi, d'être à découvert.

*"Malgré un Noël 2020 marqué par les restrictions liées à la crise sanitaire, nous constatons en effet cette année, à travers cette enquête, un enthousiasme moins exacerbé à l'approche des fêtes de fin d'année. L'envie de se retrouver en famille, entre amis, est bien là, oui, mais pas à n'importe quel prix ! Les cadeaux et les repas sont les premiers postes de dépenses revus à la baisse dans le budget des Français. L'envie de privilégier le Made in France et le DIY dans les choix des cadeaux à offrir, face aux risques de pénuries mondiales de matières premières, donne le LA d'un des grands enseignements de cette enquête : les conséquences de la crise sanitaire continuent d'avoir un impact important sur la manière de consommer des Français. Ce Noël 2021 sera résolument marqué par la prudence", **déclare Mathieu Escarpit, Directeur marketing de Cofidis.***

"Depuis près de deux ans maintenant, nous faisons face à une crise inédite dont les perturbations ont un impact sur le commerce mondial. Face à cela, les Français semblent, cette année, vouloir davantage se tourner vers des solutions alternatives, plus durables et responsables pour réaliser leurs cadeaux de Noël. Cela nous conforte dans nos engagements écologiques, déployés depuis plusieurs années pour privilégier, par exemple, la fabrication française de notre marque 3 SUISES

*avec une collection Réédition entièrement Made in France. Par ailleurs, chez Rue du Commerce, nous avons à cœur de sensibiliser nos consommateurs à la seconde main à travers nos offres "pack reprise" et reconditionné, qui proposent une seconde vie aux produits", **affirme Karine Schrenzel, Co-owner et DG 3 SUISES et Rue du Commerce.***

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

Contacts presse - Agence BABEL

Ève Taraborrelli - 07 77 30 45 96 - eve.taraborrelli@agencebabel.com

Mélanie Godin - 06 47 89 61 92 - melanie.godin@agencebabel.com



Méthodologie de l'enquête

Une étude réalisée par CSA Research pour Cofidis France, par questionnaire auto-administré du 25 octobre au 2 novembre 2021 auprès d'un échantillon représentatif de 1 007 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.

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

À propos de Rue du Commerce

Créé en 1999, Rue du Commerce est un acteur pionnier et incontournable du e-commerce français. Précurseur, le spécialiste du High-Tech est le premier acteur français à lancer sa place de marché en France, en 2007. Rue du Commerce propose plus de 6 millions d'offres produits, dont plus 1300 marques et enseignes de référence dans les domaines de la High Tech, du Smart Home et de l'équipement de la maison.

Depuis le rachat par Shopinvest en 2020, Karine Schrenzel et Olivier Gensburger ont entamé de profonds changements. Leur volonté ? Renouer avec l'ADN du site en se recentrant sur la qualité de l'offre et sur les services novateurs qui font sa renommée. Afin de proposer une offre toujours plus qualitative et complète, Rue du Commerce développe des partenariats avec les enseignes partageant des valeurs communes.

Écologiquement et socialement engagé, Rue du Commerce valorise les produits innovants de jeunes start-up françaises à travers le French Lab, un rendez-vous mensuel qui affiche son soutien à la French Tech. Également acteur de l'économie circulaire, le site étoffe continuellement son offre de produits reconditionnés via le Pack Reprise qui permet donner une seconde vie aux produits. Partenaire de l'association ENVIE, Rue du Commerce œuvre pour la réinsertion professionnelle et pour l'accroissement de son activité de reconditionnement. Rue du Commerce est aujourd'hui N°1 des « sites de e-commerce généralistes » selon la classement Capital.