



Etude

CADEAUX DE NOËL : UNE MAJORITÉ DE FRANÇAIS CONTRAINTS PAR LEUR BUDGET

CONSULTEZ NOTRE
ÉTUDE COMPLÈTE

À l'approche des fêtes de fin d'année, le contexte économique continue d'influencer les habitudes des Français. Selon le 5^e baromètre "Les Français et les achats de Noël" réalisé par OpinionWay pour [Bonial](#), le budget moyen consacré aux cadeaux de Noël diminue pour atteindre 414 €, soit 12 € de moins qu'en 2023. Cette réduction budgétaire n'entame cependant pas l'esprit festif : les Français prévoient toujours d'offrir en moyenne 7 cadeaux par personne. Par ailleurs, les magasins physiques reprennent une place centrale dans les achats, tandis que les solutions économiques, comme les promotions et les catalogues de Noël, restent des choix privilégiés pour préserver le plaisir d'offrir.

Un budget réduit pour les cadeaux de Noël

Malgré un ralentissement de l'inflation, les Français restent vigilants dans la gestion de leurs dépenses pour Noël. Le budget moyen consacré aux cadeaux s'élève à **414 €**, en baisse de 12 € par rapport à l'an dernier. Toutefois, les 65 ans et plus se montrent les plus généreux avec un budget moyen de 545 €.

7 cadeaux en moyenne

Même avec un budget en baisse, les Français prévoient toujours en moyenne **7 cadeaux** par personne, un chiffre qui reste stable. Cette donnée témoigne d'une volonté de préserver ce moment de partage, malgré le contexte économique. Par ailleurs, la proportion de Français déclarant ne pas vouloir acheter de cadeaux diminue nettement, passant de 14% l'an dernier à seulement **9%** cette année.

Comme chaque année, les parents se montrent naturellement plus généreux, prévoyant d'offrir davantage de présents à leurs proches. Les familles avec **deux enfants ou plus** prévoient jusqu'à **9 cadeaux** en moyenne, avec un budget qui augmente également passant de **498 €** contre 405 € pour les foyers sans enfant.

“

“Cette année encore, les Français prouvent qu'ils savent concilier prudence budgétaire et générosité, témoignant de leur volonté de préserver la magie de Noël. Leur comportement reflète des choix d'achats plus réfléchis, privilégiant des solutions économiques telles que les promotions pour maintenir le même nombre de cadeaux avec un budget plus réduit. “

Laurent Landel
PRÉSIDENT DE BONIAL



Un attachement aux achats en magasin pour les fêtes

Les magasins physiques restent le choix numéro un des Français pour leurs achats de Noël pour **82%** d'entre eux (+3 points par rapport à l'an dernier). Si les grandes surfaces restent un point de passage privilégié (43%, -1 point), avec des disparités régionales marquées (50% dans le Nord-Ouest contre 35% en Île-de-France), ce rituel s'accompagne d'un regain d'intérêt pour les **enseignes spécialisées**. Les magasins de jouets enregistrent une progression significative (+8 points, atteignant 29%) tout comme les magasins culturels et de loisirs (34%, +3 points), les enseignes d'hygiène et cosmétique (22%, +6 points), ou encore les bijouteries (16%, +6 points).

“

“Les magasins spécialisés inspirent une véritable confiance grâce à leur expertise et garantissent à la fois qualité et large choix de produits. Leurs offres attractives et avantages spécifiques séduisent les consommateurs à la recherche du cadeau idéal au meilleur prix.”

Laurent Landel
PRÉSIDENT DE BONIAL



En complément, les achats en ligne conservent une place significative dans les habitudes d'achats (**68%**, +1 point), surtout chez les jeunes : **77% des 18-24 ans** envisagent de réaliser leurs achats de Noël sur internet.

Les catalogues de Noël, un rituel bien ancré

Les Français abordent leurs achats de cadeaux de Noël avec une attention toujours aussi marquée aux **prix** qui reste le principal critère de choix du lieu d'achat (**39%**), devant le **choix des produits (20%)** et les **promotions (12%)**. Cette vigilance se traduit par des pratiques bien installées : plus de la moitié des acheteurs (51%, =) comparent les prix et les offres via les sites internet des enseignes, et près d'un quart (22%) recherchent des codes promotionnels ou du cashback.

Par ailleurs, les catalogues restent un outil incontournable dans la préparation des achats de Noël. Cette année, près d'un Français sur deux (**48%**, +2 points) prévoit de les consulter, avec une préférence pour les **catalogues en ligne (32%)** mais aussi pour ceux reçus à domicile (29%). Parmi eux, 47% des parents de familles nombreuses envisagent de les consulter, contre 27% des Français sans enfant.

Amazon, la principale hotte de Noël

Plus d'un Français sur deux prévoit d'acheter des cadeaux sur Amazon cette année (52%, stable). La plateforme en ligne reste privilégiée par les Français issus des catégories populaires (60%) et les parents de deux enfants ou plus (73%).

Méthodologie

Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 1 006 personnes.

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.

Les interviews ont été réalisées du 25 au 26 octobre 2024.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : "**Sondage OpinionWay pour Bonial**" et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER

emily.tamazirt@bonial.fr

+33 7 69 20 93 87



Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter [notre site internet](#).

117 quai de Valmy, 75010 Paris - France
Bonial is an Axel Springer SE Company