

Communiqué de Presse : Plus de sept Français sur dix envisagent de réduire leurs dépenses pour les fêtes de fin d'année 2022

Alors que les prix des biens et services de consommation ont augmenté de 6,2% sur un an en novembre 2022, plus de 7 Français sur 10 envisagent de réduire leurs dépenses pour les fêtes de fin d'année par rapport à ce qu'ils avaient réalisé en 2021, année où les ménages avaient pourtant été limités dans l'organisation des fêtes. Les dépenses en cadeaux pour les enfants ne sont pas totalement épargnées par ces réductions puisqu'1/3 des Français envisagent de les réduire. Les comportements sont d'abord et avant tout dictés par la contrainte économique et se traduisent notamment par la recherche de promotions et le choix de marques distributeurs ou premiers prix. Toutefois, les considérations écologiques et le souhait de limiter le gaspillage sont également présentes dans les esprits. Plus de six Français sur dix ont l'intention de faire plus par eux-mêmes et 45% ont l'intention d'acheter des cadeaux d'occasion.

Plus de 7 Français sur 10 envisagent de réduire leurs dépenses pour les fêtes de fin d'année : les dépenses en cadeaux pour les enfants ne sont pas totalement épargnées

Les postes sur lesquels les Français envisagent le plus de réduire leurs dépenses par rapport à 2021 sont la décoration et les cadeaux pour les adultes. 50% des interviewés citent ces deux domaines.

Les dépenses pour les repas de fête et les déplacements sont davantage préservés. Respectivement 45% et 44% envisagent toutefois de les réduire par rapport à 2021. Après deux années marquées par une limitation des rassemblements familiaux au moment des fêtes de fin d'année à cause de la pandémie de Covid-19, les Français souhaitent sans doute cette année préserver la sociabilité et privilégier les repas de fête en famille.

Les dépenses en cadeaux pour les enfants, si elles sont encore plus préservées, ne sont pas totalement épargnées. 34% des Français envisagent ainsi de les réduire par rapport à celles réalisées en 2021.

La contrainte budgétaire principale raison pour réduire les dépenses

Les difficultés à boucler son budget sont la principale raison de réduction des dépenses (66% des Français) bien avant le souci de l'environnement (31% des ménages).

Pour réduire leurs dépenses les Français pensent d'abord à acheter malin. 8 interviewés sur 10 vont rechercher les rabais ou les promotions. 6 Français sur 10 vont acheter des produits de marque distributeur ou premier prix ou faire leurs courses dans des hard discount ou des magasins à bas prix.

Les ménages modestes envisagent plus de réduire leurs dépenses

Les ouvriers et les employés sont surreprésentés parmi les individus envisageant de réduire leurs dépenses pour les cadeaux des enfants. Les 30-59 ans sont plus nombreux à envisager de réduire leurs dépenses de cadeaux pour les enfants.

Toutefois les considérations écologiques sont aussi présentes dans les esprits notamment par l'attention portée au gaspillage

52% des Français associent les fêtes de fin d'année à beaucoup de gaspillage inutile (contre 36% une occasion de se faire plaisir en dépensant plus que d'habitude) . Réduire les quantités achetées est ainsi envisagé par plus de 7 interviewés sur 10. Au-delà, de nouvelles habitudes s'installent. Faire plus de choses par soi-même rassemble près des 2/3 des Français et 45% de la population pensent acheter des cadeaux et décorations d'occasion. Depuis la crise des subprimes, des attitudes critiques vis-à-vis de la société de consommation se sont diffusées dans la population. Les périodes de confinement ont incité une part croissante de Français à s'essayer au do it yourself (cuisine, loisirs créatifs, bricolage). Et les préoccupations écologiques sont de plus en plus présentes dans les esprits. Ces tendances s'invitent aujourd'hui dans la préparation de fêtes de fin d'année dans un contexte inflationniste inédit depuis 40 ans.

Les résultats présentés dans ce communiqué issus de la vague de l'enquête « Conditions de vie et aspirations des Français » réalisée online entre le 9 et le 29 novembre 2022 auprès de 3074 individus représentatifs de la population résidant en France métropolitaine.



Le CRÉDOC, Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie, est un organisme d'études et de recherche au service des acteurs de la vie économique et sociale. Depuis sa création, il y a maintenant plus de 60 ans, le CRÉDOC analyse et anticipe le comportement des individus dans leurs multiples dimensions : consommateurs, agents de l'entreprise, acteurs de la vie sociale. Il comprend une trentaine de collaborateurs aux compétences pluridisciplinaires (statisticiens, sociologues, spécialistes du marketing, économistes, linguistes...).

Pour plus d'information :

Franck Lehuede 01 40 77 85 94 - lehuede@credoc.fr

Sandra Hoibian 01 40 77 85 52 – hoibian@credoc.fr

Jorg Muller 01 40 77 85 32 – muller@credoc.fr