

FM N°111932

Contact Ifop :

Frédéric Micheau

Directeur Adjoint

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

frederic.micheau@ifop.com

35 rue de la gare 75019 Paris

Tél : 01 45 84 14 44

Fax : 01 45 85 59 39



POUR

bonial

Les Français et les intentions d'achats de cadeaux pour la Saint-Valentin

Principaux enseignements

Janvier 2014

Sommaire

- 1 - La méthodologie	1
- 2 - Les principaux enseignements	4
La Saint-Valentin est célébrée par deux tiers des Français, et à cette occasion, la moitié d'entre eux achèteront un cadeau à leur conjoint.....	5
La plupart des Français choisissent leur cadeau en fonction des souhaits de leur conjoint, et l'achèteront en magasin physique.	7
Conclusion	9

- 1 -

La méthodologie

Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Retrouvez les sondages et analyses de l'Ifop sur :



iPhone



iPad



www.ifop.com



[@ifopopinion](https://twitter.com/ifopopinion)



Ifop Opinion

Etude réalisée par l'Ifop pour :	Bonial
Echantillon	Echantillon de 1004 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).
Dates de terrain	Du 29 au 31 janvier 2014.

Précision relative aux marges d'erreur

La théorie statistique permet de mesurer l'incertitude à attacher à chaque résultat d'une enquête. Cette incertitude s'exprime par un intervalle de confiance situé de part et d'autre de la valeur observée et dans lequel la vraie valeur a une probabilité déterminée de se trouver. Cette incertitude, communément appelée « marge d'erreur », varie en fonction de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé comme le montre le tableau ci-dessous :

INTERVALLE DE CONFIANCE A 95% DE CHANCE						
Et si l'effectif est...	Si le pourcentage trouvé est...					
	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
50	6,2	8,5	11,3	13,0	13,9	14,1
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
250	2,8	3,8	5,1	5,8	6,2	6,3
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
350	2,3	3,2	4,3	4,9	5,2	5,3
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
450	2,1	2,8	3,8	4,3	4,6	4,7
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
4000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
10000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0

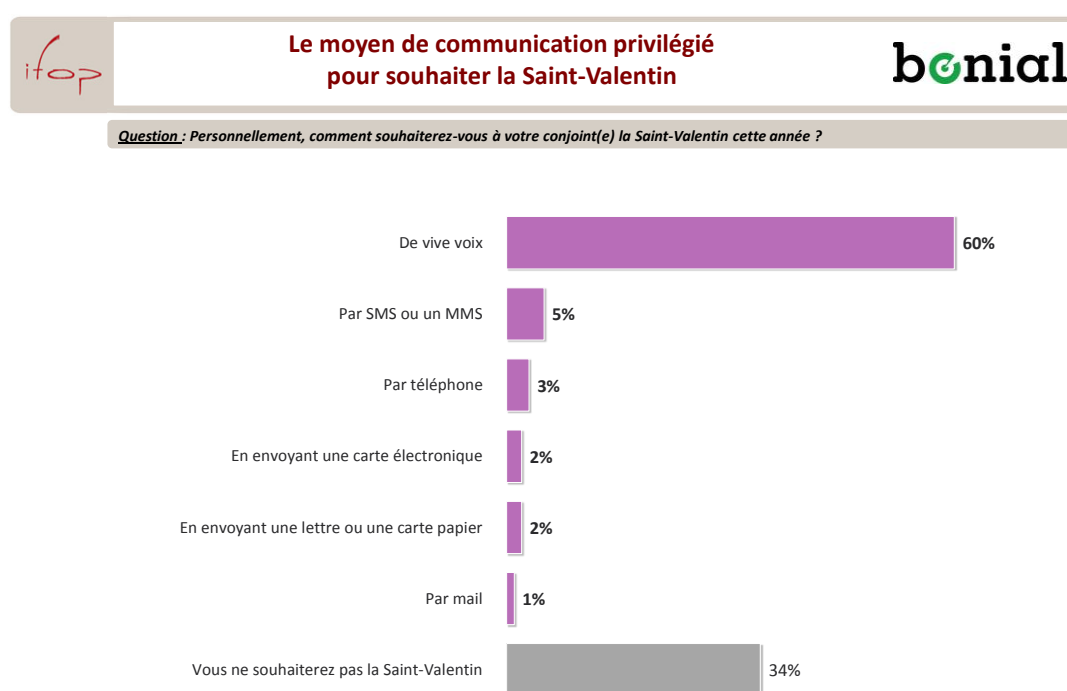
Exemple de lecture du tableau : dans le cas d'un échantillon de **1000** personnes, si le pourcentage mesuré est de **10%**, la marge d'erreur est égale à **1,8**. Le vrai pourcentage est donc compris entre 8,2% et 11,8%.

- 2 -

Les principaux enseignements

La Saint-Valentin est célébrée par deux tiers des Français, et à cette occasion, la moitié d'entre eux achèteront un cadeau à leur conjoint

- **Les deux tiers des Français et des Françaises fêteront la Saint Valentin cette année (66%) tandis que 34% ne la célébreront pas.** La grande majorité d'entre eux souhaiteront à leur conjoint leurs vœux de vives voix (60%). Les outils digitaux plus impersonnels sont largement moins plébiscités pour ce type d'occasion: 5% des personnes interrogées souhaiteront la Saint-Valentin par SMS ou au MMS, 3% auront recours au téléphone et autant feront appel à Internet via une carte électronique (2%) ou un mail (1%). Enfin, seule une part marginale des Français restent attachés à la lettre ou à la lettre papier (2%).



Dans le détail, on constate que les hommes seront plus nombreux à souhaiter une bonne Saint-Valentin à leur compagne que l'inverse (70% contre 62% des femmes), et notamment ceux âgés de 35 ans et plus (73%). L'attachement à cette fête se révèle plus important au-delà de 35 ans : 72% des personnes âgées de 35 à 49 ans la souhaiteront à leur conjoint contre 63% des moins de 35 ans. Les seniors apparaissent cependant moins enclins à céder à la tradition (57%). Si la grande majorité des 35 ans et plus exprimeront leurs sentiments de vive voix (63%), les plus jeunes tendent davantage à se tourner vers le SMS ou le MMS (11% parmi les moins de 25 ans). Sans surprise, les premiers concernés sont les interviewés vivant en couple : 80% d'entre eux souhaiteront la Saint-Valentin à leur compagnon ou compagne, et la très grande majorité le feront de vive voix (76%).

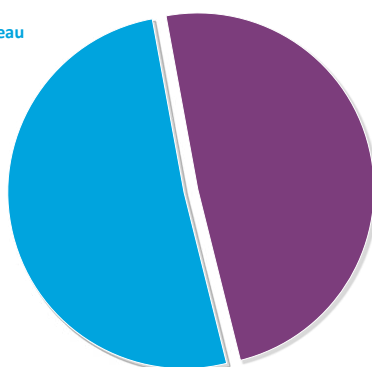
La Saint-valentin est également plus fréquemment souhaitée parmi les membres des catégories socioprofessionnelles supérieures (73%) et les professions intermédiaires (70%) qu'au sein des catégories populaires (64%). Les cadres supérieurs et professions libérales se distinguent par un recours moins marginal au SMS ou MMS (10%) ou au téléphone (9%).

- **La moitié des Français comptent offrir un cadeau à leur conjoint à l'occasion de la Saint-Valentin (51%).** A l'inverse, 49% n'ont pas l'intention de procéder à un tel achat.

Les hommes sont plus nombreux à déclarer se plier à l'exercice (56% contre 46% des femmes) et en particulier parmi ceux de 35 ans et plus (57%). De même, les membres des catégories socioprofessionnelles supérieures seront plus enclins à faire de telles dépenses (57% contre 50% des catégories populaires). Logiquement, les interviewés vivant en couples sont plus nombreux à s'acheter des cadeaux (59%), et en particulier parmi ceux ayant des enfants (62%).



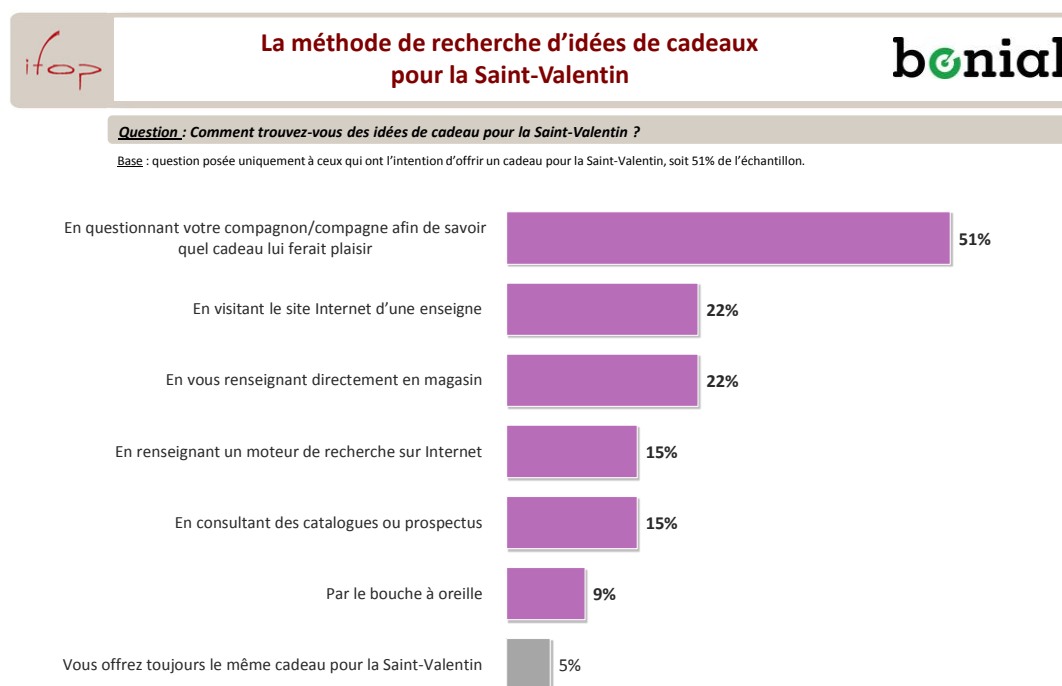
A l'intention d'offrir un cadeau
51%



N'a pas l'intention d'offrir un
cadeau
49%

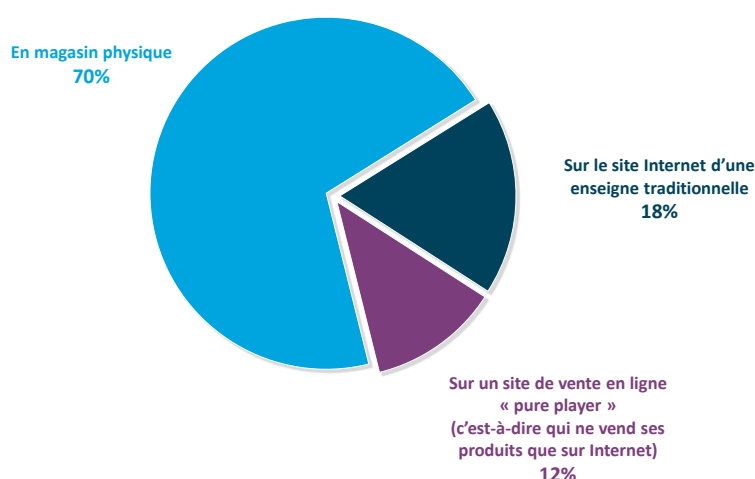
La plupart des Français choisissent leur cadeau en fonction des souhaits de leur conjoint, et l'achèteront en magasin physique.

- **La moitié des interviewés qui offriront un cadeau le 14 février le choisiront sur indication de leur compagnon ou de leur compagne (51%).** 22% d'entre eux se décideront en visitant in site Internet d'une enseigne, autant le feront en se renseignant directement en magasin (22%). 15% des personnes interrogées s'appuieront sur un moteur de recherche et 15% consulteront des catalogues ou des prospectus. Seul 9% se disent influencés par le bouche-à-oreille, et une part marginale des interviewés choisit systématiquement le même cadeau pour son compagnon ou sa compagne.



Les quinquagénaires sont plus nombreux à compter sur leur conjoint pour les inspirer dans leur choix de cadeau (56% des personnes âgées de 50 à 64 ans). De même, la plupart des célibataires ne vivant pas en couple (60%) et des personnes vivant seules disent procéder ainsi (60%). Le recours à Internet est plus fréquent parmi les catégories socioprofessionnelles supérieures : les cadres supérieurs et professions libérales se déclarent plus enclins à visiter un site appartenant à une enseigne traditionnelle (35%) ou un moteur de recherche (21%). Au contraire, les membres de professions intermédiaires sont plus nombreux à se renseigner en magasins (27%), de même que les plus jeunes (36% des moins de 25 ans). Les catalogues et prospectus sont davantage consultés par les femmes (16% contre 13% des hommes), les personnes âgées de 35 à 49 ans (22%), les ouvriers (21%), les membres de professions intermédiaires (20%), ainsi que par les interviewés vivant en couple et ayant des enfants (22%).

- **70% des Français ayant l'intention d'acheter un cadeau à leur conjoint pour la Saint-Valentin l'ont fait ou le feront en magasin physique.** En cette occasion particulière, les canaux de vente numériques sont sollicités par 30% des acheteurs : 18% ont fait ou feront appel à un site d'une enseigne traditionnelle et 12% se tourneront vers un site de vente en ligne pure player.



Les plus jeunes se montrent plus attachés aux points de vente physique : 75% des personnes âgées de moins de 25 ans ont acheté ou achèteront leurs cadeaux en magasin, ainsi que 76% des femmes de moins de 35 ans. Les plus âgés sont moins nombreux dans ce cas (68% des 65 ans et plus), et se tournent plus volontiers vers les sites d'enseignes (29%). La moitié des cadres supérieurs et professions libérales déclarent acheter via des canaux de vente numériques (51%) : 31% achèteront leur cadeau sur le site d'une enseigne, et 20% utiliseront un site pure player. Enfin, on observe que les habitants de région parisienne privilégient davantage les points de vente physique que ceux de province (78% contre 68%).

Conclusion

Cette étude permet de mettre en avant deux enseignements principaux :

- La Saint-Valentin constitue une tradition toujours bien ancrée dans les mœurs des Français, les deux tiers d'entre eux la souhaiteront à leur conjoint ou conjointe. Pour autant, seule la moitié des interviewés disent avoir l'intention d'acheter un cadeau à leur compagne ou compagnon à cette occasion.
- Dans le choix du cadeau, ainsi que pour son achat, Internet et les sites de vente en ligne restent une option minoritaire bien qu'importante. Si la moitié des personnes interrogées choisissent leur cadeau selon les souhaits de leur conjoint, une part importante d'entre eux se renseignent également grâce aux sites web des enseignes et aux moteurs de recherche. De plus, 30% des interviewés qui procèdent à un tel achat se tournent vers les canaux de vente numériques, et en particulier parmi les cadres supérieurs et professions libérales.