



8^{ème} édition du baromètre de Noël

497€ : budget moyen des Français à Noël, le plus bas depuis 2017

Cofidis, acteur majeur du crédit à la consommation, publie les résultats de la 8^{ème} édition de son enquête sur le budget des Français pour Noël, réalisée en partenariat avec CSA Research. Un enseignement prédomine : si les Français comptent bien profiter de la magie de Noël cette année, ils le feront sous la contrainte d'un contexte économique toujours pesant et avec un budget moyen au plus bas jamais observé depuis 2017.

Les chiffres clés de l'enquête

- Le budget moyen des Français consacré à Noël est de 497€ (-52€ vs. 2023) ;
- Près d'1 Français sur 2 (45%) est inquiet vis-à-vis de l'impact du contexte économique sur la préparation des fêtes ;
- Au centre des inquiétudes concernant l'organisation et la préparation des festivités : le **prix des denrées alimentaires (75% -15 pts vs 2023)**, le **prix des cadeaux (66%, -18 pts vs 2023)**, le **prix du carburant (28%, -44 pts vs 2023)** mais aussi les perturbations dans les transports pour 20% ;
- Les Français achèteront en moyenne 7 cadeaux cette année (stable depuis 2019) ;
- Les cadeaux sont d'ailleurs leur premier poste de dépenses cette année, mais en baisse (323€, -9€ vs 2023), suivi par le traditionnel repas de Noël, en hausse (132€, +12€ vs 2023), et des décorations pour les fêtes (27€) ;
- Pour 30% des Français, les moments passés avec leurs proches sont le symbole qui incarne le mieux la magie des fêtes de Noël, un constat particulièrement vrai pour les 65 ans et plus (40%) ;
- Pour optimiser leur budget, les stratégies privilégiées sont : faire ses achats lors des périodes promotionnelles (37%, -3pts vs 2023), faire des cadeaux uniquement aux enfants (22%) ou n'effectuer qu'un seul cadeau pour un couple (16%)

Les fêtes de Noël n'effacent pas complètement les inquiétudes financières des Français

En 2024, à l'approche des fêtes de fin d'année, la magie de Noël ne semble toujours pas effacer l'inquiétude des Français liée au contexte économique. En effet, **près d'1 Français sur 2 (45%) se déclare pessimiste quant à l'impact du contexte économique sur l'organisation de leurs fêtes de Noël**, un sentiment d'autant plus partagé par les jeunes de moins de 35 ans (52%) et les femmes (49%).

Les Français, particulièrement attachés à l'instant privilégié du traditionnel repas de Noël, sont avant tout préoccupés par **l'augmentation du prix des produits alimentaires (pour 75% des répondants qui se déclarent inquiets, une baisse de 15 pts vs 2023)**. Viennent ensuite **le prix des cadeaux (66% -18 pts vs 2023)**, et **le prix du carburant, toutefois en nette baisse cette année (28% vs 59% en 2023)**. Il est également à noter **qu'1 Français sur 5 (20%) se déclare inquiet vis-à-vis des conséquences des perturbations dans les transports** sur l'organisation de leurs fêtes.

Dans ce contexte, **près d'un quart des Français (24%) envisage de moins dépenser** cette année pour Noël que l'an passé. En effet, **le budget moyen des Français alloué à cette période est de 497€ (-52€ vs 2023), soit le niveau le plus bas enregistré depuis la création du baromètre en 2017, année où les Français avaient déclaré dépenser un budget moyen record de 749€**. Dans le détail, le budget alloué à Noël varie du simple au double selon l'âge, 323€ chez les 25-34 ans, contre 718€ chez les 65 ans et plus.

Une baisse éloquente du budget, qui sera ressentie sur l'ensemble des dépenses pour les consommateurs, en particulier sur **celles des tenues vestimentaires (23%)**, pourtant loin d'être en tête des premiers achats de Noël. Parmi les Français cherchant à faire des économies, **18% déclarent vouloir faire des concessions sur l'achat de cadeaux**, quand **16% d'entre eux limiteront l'investissement lié aux décorations de Noël**.

De vrais signes d'éclaircie pour accompagner la magie des fêtes de Noël

Si, pour une grande partie des Français, l'inquiétude reste de mise à l'approche des fêtes, **une majorité d'entre eux (55%) se déclare tout de même confiants vis-à-vis du contexte économique**, une évolution non négligeable depuis 2023 (+11%), et signe de l'impact du ralentissement de l'inflation sur leur portefeuille.

Un optimisme bienvenu à l'heure de profiter de la magie accompagnant les fêtes de Noël. **D'ailleurs selon les Français, les moments partagés avec leurs proches (30%) représentent le mieux l'essence même de Noël**. Ce constat est d'autant plus fort chez les plus âgés qui chérissent particulièrement ces temps de retrouvailles familiales (40% chez les personnes âgées de 65 ans et plus). **Les décorations, illuminations dans les rues et magasins séduisent 24% des Français, en particulier les habitants de l'agglomération parisienne (30%)**.

Si, afin de préserver leur budget, **les Français font en priorité des économies sur les vêtements (23%), les cadeaux (18%), et les décorations de Noël (16%)**, il est à noter que **32% des répondants déclarent ne pas chercher à limiter leurs dépenses cette année (+6pts vs 2023)**. Il s'agit du plus haut niveau enregistré depuis 2021 (33%), laissant présager l'amorce d'une amélioration sur le pouvoir d'achat des Français, dans un contexte économique qui tend à arrêter de se dégrader.

Les Français prévoient par ailleurs d'offrir en moyenne 7 cadeaux à Noël. Un chiffre parfaitement stable depuis 2019. Il s'agit d'ailleurs, comme chaque année depuis la création du baromètre, du premier poste de dépense des Français (323€, -9€ vs 2023) devant :

- **Le repas, 132€** (+12€ vs 2023)
- **Les décorations, 27€** (+4€ vs 2023)
- **La tenue vestimentaire, 21€** (+1€ vs 2023)
- **Enfin, les dépenses liées au transport sont de 17€** (-6€ vs 2023)

Enfin, dans l'esprit d'optimisation de leur budget de Noël, **les Français comptent d'abord et avant tout sur les offres promotionnelles précédant Noël pour faire leurs achats**, notamment de cadeaux (37% -3pts vs 2023). **Faire des cadeaux uniquement aux enfants (22%)**, ou bien **n'offrir qu'un présent pour un couple (16%)** restent également des méthodes prisées à l'heure de faire les contes de Noël. Enfin, il reste à noter que **29% des Français n'adoptent aucune stratégie dans l'objectif de faire baisser la note des fêtes de fin d'année**, un chiffre en hausse en 2024 (+5 pts vs 2023),

« Cette année, les fêtes de Noël se déroulent une nouvelle fois dans l'inquiétude pour des Français pourtant plutôt enclins à ressentir un impact positif du contexte économique sur leur pouvoir d'achat. Noël 2024 laisse présager une vraie éclaircie grâce au ralentissement de l'inflation sur le portefeuille des Français. Ils sont plus sereins dans la gestion de leur budget, bien que des arbitrages et des stratégies financières soient toujours de mise pour passer les fêtes », déclare Mathieu Escarpit, Directeur Marketing Cofidis France.

Pour en savoir plus sur le budget Noël des Français, rendez-vous sur [Question de Budget](#)

Méthodologie de l'enquête

Échantillon de 1010 Français, représentatif de la population nationale française âgée de 18 ans et plus, administré en ligne du 17 au 21 octobre 2024. Échantillon constitué d'après la méthode des quotas basée 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 10 000 partenaires, Cofidis est depuis plus 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

Contacts presse - Agence BABYLONE

Vivien Michelet – 06 63 27 22 28 – vivien.michelet@babylone.fr
Léon Pourchon – 07 60 40 30 65 – leon.pourchon@babylone.fr