

“opinionway pour



Les Français et les activités manuelles en cadeau de Noël

Octobre 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie



Echantillon de **1009 personnes, représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

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.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 23 au 24 octobre 2024**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,3 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1009 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour WeCanDoo »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : *INSEE*



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18 à 24 ans	10%
	25 à 34 ans	15%
	35 à 49 ans	24%
	50 à 64 ans	25%
	65 et plus	26%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



Les résultats



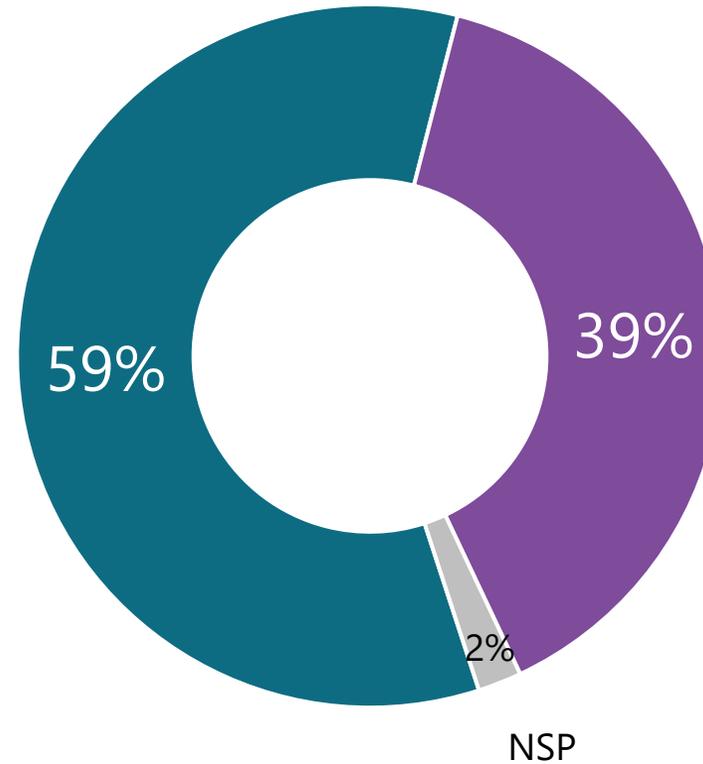


La préférence entre un cadeau matériel ou une expérience à vivre en cadeau de Noël



Q. Cette année, pour Noël, que préféreriez-vous recevoir ?

Un cadeau matériel



Une expérience à vivre

La préférence entre un cadeau matériel ou une expérience à vivre en cadeau de Noël



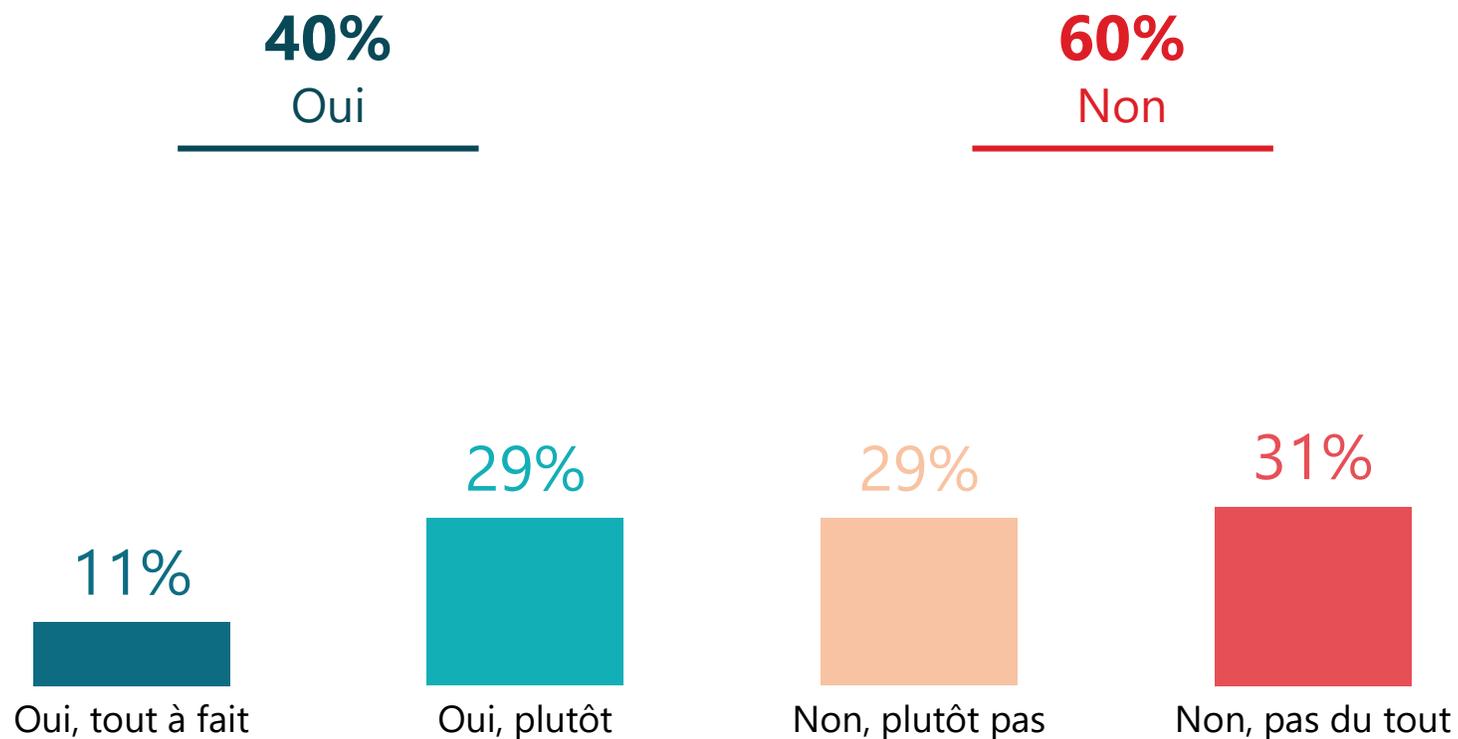
Q. Cette année, pour Noël, que préféreriez-vous recevoir ?

	% Total	Sexe		Age					Statut			Revenu mensuel du foyer		
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000 euros	De 2 000 à 3 499 euros	3 500 euros et plus
Un cadeau matériel	59%	64%	55%	58%	63%	52%	62%	61%	54%	56%	64%	59%	59%	55%
Une expérience à vivre	39%	33%	44%	40%	36%	46%	38%	35%	44%	44%	33%	38%	40%	43%

L'intérêt pour une activité manuelle et créative en cadeau de Noël



Q. Et toujours à Noël, aimeriez-vous recevoir en cadeau une activité manuelle et créative (par exemple un atelier d'initiation avec un artisan) ?





L'intérêt pour une activité manuelle et créative en cadeau de Noël



Q. Et toujours à Noël, aimeriez-vous recevoir en cadeau une activité manuelle et créative (par exemple un atelier d'initiation avec un artisan) ?

	% Total	Sexe		Age					Statut			Revenu mensuel du foyer		
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000 euros	De 2 000 à 3 499 euros	3 500 euros et plus
Sous-total Oui	40%	34%	45%	54%	48%	51%	34%	27%	45%	45%	34%	43%	41%	37%
...Oui, tout à fait	11%	6%	14%	19%	11%	13%	8%	8%	11%	8%	12%	16%	11%	6%
...Oui, plutôt	29%	28%	31%	35%	37%	38%	26%	19%	34%	37%	22%	27%	30%	31%
Sous-total Non	60%	65%	55%	46%	52%	49%	66%	72%	55%	55%	65%	57%	59%	62%
...Non, plutôt pas	29%	30%	28%	22%	33%	25%	31%	30%	27%	28%	31%	24%	28%	33%
...Non, pas du tout	31%	35%	27%	24%	19%	24%	35%	42%	28%	27%	34%	33%	31%	29%

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion
fmicheau@opinion-way.com

Jessie Marius

Directrice d'études
Pôle opinion
jmarius@opinion-way.com