



Communiqué de presse
Le 3 décembre 2013

Le Père Noël est une femme !

En France, 95% des femmes s'occupent de tous les cadeaux de Noël du foyer !*

Si pour 90% d'entre elles cela reste un plaisir, elles avouent, pour plus de la moitié, manquer de temps et d'idées, surtout pour les hommes et les ados. Etre sûres de faire plaisir reste une priorité pour 83% d'entre elles tout en maîtrisant leur budget (pour 65%) et du coup, cela génère pas mal de stress. 78% déclarent avoir peur de décevoir avec leurs cadeaux et près d'une sur deux reconnaît avoir déjà acheté un cadeau par dépit.

Pour être certaines de faire plaisir, **les femmes se tournent de plus en plus vers la carte cadeau multi-enseignes, qui arrive désormais en 6^{ème} position des sélections cadeaux de fin d'année***, dépassant même le prêt-à-porter, les bijoux, la maroquinerie et les coffrets cadeaux.



Crédit Drubig Photo - Fotolia

Eclairage sur ces superwomen de Noël

Pour mieux connaître le rôle des femmes dans les coulisses de la préparation des cadeaux de Noël, le JournalDesFemmes.com et CCM Benchmark Institut en partenariat avec illicado, le leader de la carte cadeau multi-enseignes en France, ont mené une enquête auprès de plus de 1 000 femmes représentatives de la population française.

Le cadeau de Noël, une affaire de Femmes

Elles sont plus de neuf femmes sur dix à déclarer s'occuper de tous les cadeaux du foyer (et ce tous âges et catégories socioprofessionnelles confondus) et plus d'une sur trois organise même une petite cérémonie de remise de cadeaux pour les enfants.

Noël... quoi qu'on en dise... c'est avant tout une affaire de femmes !

Pour les femmes, Noël reste une période magique – une femme sur deux se dit très sensible à la magie de Noël - même si elles l'avouent, un brin stressante, puisque 78% d'entre elles ont parfois ou toujours peur de décevoir avec leur sélection cadeaux.

Pour leur propre cadeau, elles sont malignes, puisqu'une femme sur deux fait connaître sa *wishlist* à son entourage ... et près de 60% des femmes feignent la joie par politesse lorsqu'elles sont déçues du cadeau qu'on leur offre .

Les cadeaux les plus difficiles à trouver : pour les hommes et les ados

Un parfum, une montre, un pull... Il en a déjà et il ne les met jamais ? 62% des répondantes affirment que c'est bien pour les hommes et les ados que le choix des cadeaux est le plus ardu. Quand trois femmes sur quatre, en majorité de moins de 35 ans, se disent en manque d'idées pour satisfaire les hommes de la famille, une sur quatre se torture les méninges pour dénicher LE cadeau qui donnera le sourire à son ado, surtout pour les femmes de plus de 50 ans.

Trois femmes sur cinq ont déjà acheté un cadeau par dépit

Trois femmes sur cinq âgées de 35 à 49 ans disent acheter « occasionnellement » un cadeau par dépit et près d'une femme sur dix de moins de 35 ans, « souvent ». Les femmes de plus de 50 ans semblent être plus pugnaces, puisqu'elles répondent à près de 50% que cela ne leur arrive jamais. Peut-être est-ce lié à la période à laquelle elles se lancent dans le marathon des cadeaux : pour plus de la moitié des femmes de plus de 50 ans, les achats sont fait un mois avant les fêtes. A l'inverse, les jeunes s'y prennent davantage au dernier moment puisqu'une femme sur deux de moins de 35 ans s'en occupe deux semaines avant et une sur dix à la dernière minute.

La carte cadeau : la carte à jouer pour réussir les cadeaux de Noël



Pour être certaines de faire plaisir (63% des femmes interrogées) ou plus simplement parce qu'elles n'ont pas d'idée cadeau (pour 30% d'entre elles), **les femmes se tournent de plus en plus vers la carte cadeau** ; une solution pratique qui permet de maîtriser son budget et permettre à celui qui la reçoit de laisser libre cours à ses envies.

Véritable choix et non plus par dépit, **la carte cadeau se trouve désormais en 6^{ème} position des sélections cadeaux de fin d'année***.

Plus d'une femme sur dix se dit ainsi prête à acheter une carte cadeau pour faire plaisir à un proche ce Noël .

" Pour être certains de faire plaisir à 100%, nous avons mis en place une offre unique en France avec un principe simple et efficace : la carte cadeau multi-enseignes illicado.

Cette Carte permet au bénéficiaire de faire tout simplement son choix de cadeaux dans des points de ventes ou sur internet, parmi plus de 50 belles enseignes de beauté, prêt à porter, culture, spot, bricolage, décoration, loisirs ... et à celui qui l'offre de maîtriser son temps, son budget et d'être sûr de faire plaisir."

Patrick Grégoire – Président d'illicado

* Enquête réalisée en octobre 2013 par le JournalDesFemmes.com avec le soutien d'[illicado.com](http://www.illicado.com) leader des cartes cadeaux multi-enseignes, auprès de plus de 1 018 femmes dont 28% ont moins de 35 ans, 24% ont 35-49 ans et 48% ont plus de 50 ans. 75% d'entre elles ont des enfants. Au moment de l'enquête, 54% étaient mariées, 23% célibataires et 23% vivaient en concubinage. L'échantillon a été redressé sur les critères de l'âge et de la catégorie socio-professionnelle pour être représentatif de la population française.

Pour plus d'informations : <http://www.journaldesfemmes.com/societe/magazine/enquete-vous-et-les-cadeaux-de-noel/>

A propos de Synédis et de la carte illicado

La Société Synédis a pour objet de commercialiser la carte cadeau multi-enseignes illicado sur le marché français à destination des entreprises et des particuliers. Le nom commercial de cette carte est : "illicado". Créée en 2005, elle est dirigée par son fondateur, Patrick GREGOIRE, ancien directeur de centrale d'achat d'Auchan, et son comité de direction réunit des professionnels de la distribution partageant une connaissance pointue des attentes des consommateurs. **illicado compte plus de 50 grandes enseignes nationales partenaires parmi lesquelles :** la Fnac, Sephora, Décathlon, Boulanger, Voyages Auchan, Camaïeu, Priceminister, Leroy Merlin, Histoire d'or, Sarenza, Simply Market, Cultura et bien d'autres encore. Pour consulter la liste dans son intégralité, rendez-vous sur le site Internet d'illicado www.illicado.com

A propos du JournalDesFemmes.com

Mode, luxe, beauté, déco, people, mariage, cuisine... Avec 5,5 millions de visiteurs uniques par mois, le JournalDesFemmes.com est le premier magazine web féminin haut de gamme surprenant, créatif et participatif décliné autour de 13 chaînes éditoriales.

A propos de CCM Benchmark Institut

CCM Benchmark Institut (www.ccmbenchmark.com/institut) est le pôle études et formations de CCM Benchmark Group, spécialisé sur les thèmes de l'Internet et des nouveaux comportements de consommation. Il publie des analyses et organise des conférences sur les nouvelles tendances digitales, l'e-commerce, l'e-tourisme, la banque et l'assurance en ligne... CCM Benchmark propose également plus de 120 formations dans les domaines de l'e-business, du marketing digital, de la communication, du management et de l'efficacité professionnelle

CONTACTS

Presse ILLICADO PRESSE

AGENCE 914 & VLC* - Tél. 01 42 52 60 29
Devi de CONDAPPA – Tél. 06 29 43 12 19
devi@agence914.fr
Valérie LESEIGNEUR – Tél. 06 68 80 37 35
valerie@agencevlc.com

Le Journal des Femmes

Mélanie Giraud, responsable adjointe
01 47 79 50 62
mgiraud@journaldesfemmes.com