



LA CRAVATE, LE CADEAU QUI DEPLAIT LE PLUS CE NOËL [1]

La cravate arrive au premier rang du palmarès des cadeaux les plus décevants (24%), suivie par les sous-vêtements et chaussettes (13%) et les ustensiles de cuisine (10%)

- **Une hotte remplie d'argent** : un tiers des Français (34%) voudrait recevoir de l'argent ce Noël, c'est le cadeau le plus souhaité cette année, suivi par des vêtements (27%) et des chèques cadeaux (26%)
- **Chacun son plaisir** : si les femmes espèrent trouver des produits de beauté (39%) et des bijoux (36%) dans leurs petits souliers, les hommes rêvent de quelques billets d'euros (33%), ou d'une tablette (26%). Les moins de 25 ans, voudraient de l'argent (56%) ou des vêtements (47%), alors que les seniors apprécient le plus les livres (31%)
- **Le challenge pour trouver le cadeau parfait** : 69% des Français affirment avoir déjà reçu un cadeau de Noël qui ne leur plaisait pas et près d'un sur dix (9%) même souvent. Si les trois quarts des femmes (76%) ont déjà été déçues par un cadeau, plus d'un tiers des hommes (34%) affirment que cela ne leur est jamais arrivé
- **Les Français attachés à leurs cadeaux** : près des deux-tiers de Français (64%) affirment avoir gardé le dernier cadeau qui ne plaisait pas. 12% l'ont donné quelqu'un d'autre, 7% l'ont revendu via un site web, 7% l'ont réoffert à une autre personne et 2% l'ont jeté
- **Les achats après les Fêtes** : Près de la moitié des Français (49%) ont déjà acheté des cadeaux après Noël pour faire des économies et encore 10% ont l'intention de le faire pour la première fois cette année. Ils vont majoritairement attendre les soldes (56%) ou cherchent des promotions sur Internet le lendemain de Noël (50%)

Paris, le 17/12/2013 – Entre la liste idéale envoyée au père de Noël et l'ouverture de ses cadeaux, tout peut arriver... Quel est le cadeau de Noël tant désiré ainsi que le plus redouté des Français cette année ? Le site de réductions en ligne, ma-Reduc.com, en collaboration avec le cabinet LH2, a mené l'enquête sur le comportement des Français face aux cadeaux de Noël les plus et les moins désirés. Si l'argent (34%) est le cadeau le plus souhaité par les Français cette année, la cravate, quant à elle, représente le cadeau le plus décevant (24%), et cela pour la deuxième année consécutive.

Des Français déçus

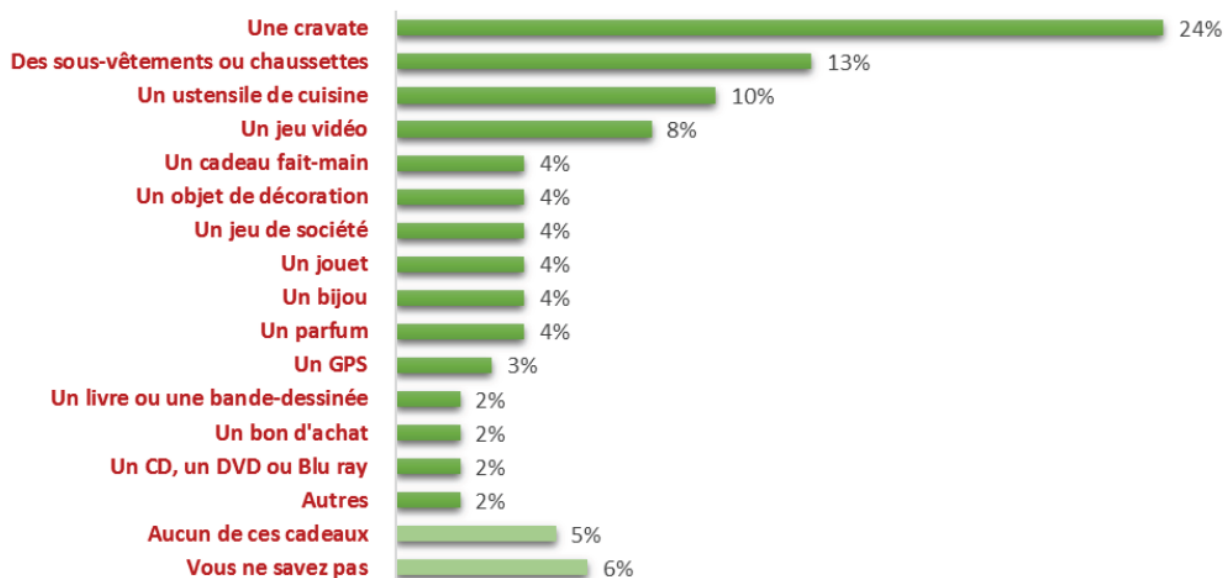
Chaque année, ce sont des milliers de Français qui se retrouvent déçus au moment du déballage de leurs cadeaux de Noël. Selon les résultats du sondage, près de 7 Français sur 10 (69%) ont déjà reçu un cadeau de Noël qui ne leur plaisait pas du tout, et cela concerne particulièrement les femmes (76%). De plus, 18% des moins de 25 ans confient être souvent déçus par leurs cadeaux de Noël, un taux deux fois plus élevé que la moyenne de la population française (9%). En revanche, un tiers des hommes (34%) affirment que cela ne leur est jamais arrivé. Enfin, ce sont des cadeaux qui coûtent souvent chers : plus d'un cadeau sur 5 (22%) est évalué à une valeur de plus de 50€.

Les cadeaux à ne pas offrir

Pour la deuxième année consécutive, la cravate (24%) arrive en tête des cadeaux qui déçoivent le plus les Français à Noël, suivi des sous-vêtements/chaussettes (13%) et de l'ustensile de cuisine (10%). Recevoir un bijou à Noël déçoit deux fois plus les hommes que les femmes (5% contre 2%). Les sous-vêtements sont un cadeau qui déplaît beaucoup moins les moins de 25 ans (7%) que les seniors (18%), qui, inversement seraient moins déçus que les jeunes s'ils recevaient un livre en cadeau (taux de déception à 7% chez les 18 à 25 ans contre 0,5% chez les plus de 65 ans).

A savoir, le cadeau culturel (CD, DVD, Blu-Ray) (2%), le bon d'achat (2%) et le livre ou bande dessinée (2 %) sont les cadeaux qui portent globalement le moins de risque de décevoir à Noël.

Cadeaux les moins désirés



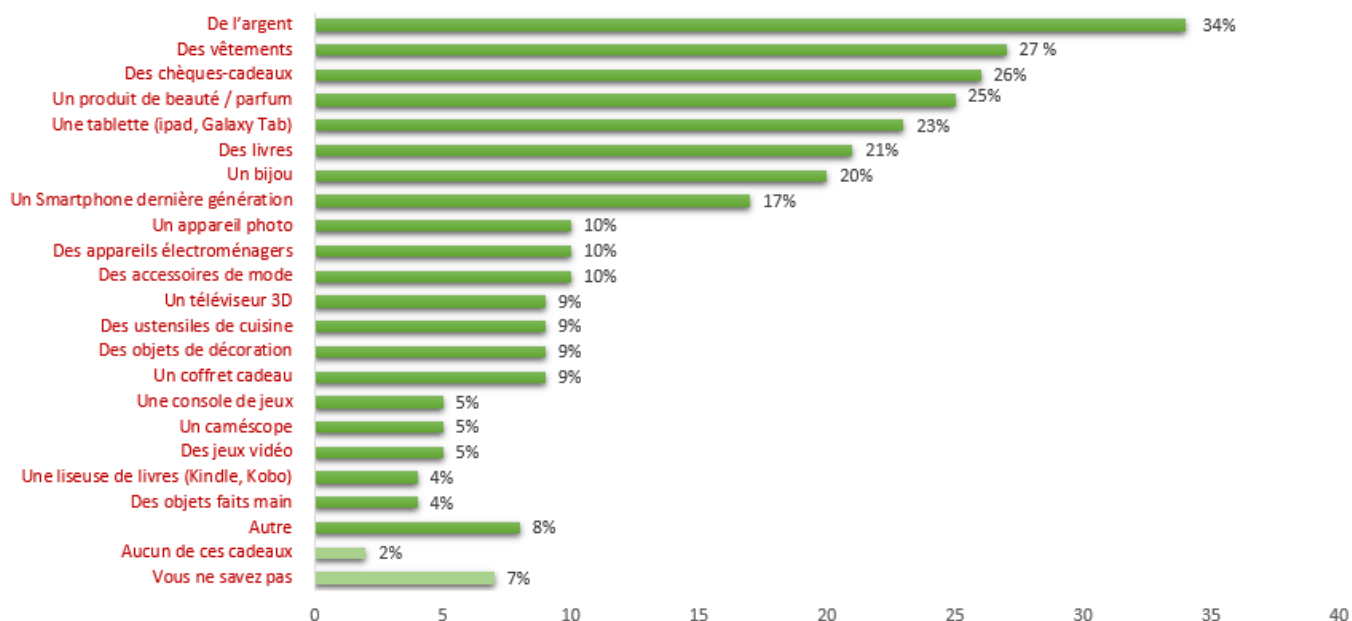
Alors que font les Français avec leurs cadeaux ratés ? Près de deux tiers (64%) affirment qu'ils ont toutefois conservé le dernier cadeau non-désiré, 12%, l'ont donné à quelqu'un d'autre, 7% l'ont vendu sur Internet, 7% l'ont réoffert à une autre personne et seulement 4% l'ont ramené au magasin pour l'échanger. Ce sont notamment les jeunes de moins de 25 qui ont le moins de scrupule pour les revendre sur Internet (19%), tandis que les seniors y sont particulièrement attachés, 7 sondés sur 10 dans le groupe des plus de 65 ans les gardent.

Noël 2013 : Les cadeaux stars

Pour ne pas décevoir ses proches, vaut mieux adopter une approche pragmatique cette année : après l'argent (34%), les Français souhaitent retrouver des vêtements (27%) et des chèques cadeaux (26%) sous leur sapin. Les femmes sont beaucoup plus enthousiastes sur les produits cosmétiques et parfums que les hommes (39% vs 9%), c'est en effet le cadeau le plus désiré par les dames, suivi de très près par les bijoux (36%). Inversement, la gente masculine se montre beaucoup plus passionnée par des cadeaux high-tech, ils rêvent d'une tablette (26% chez les hommes vs 20% chez les femmes), un ordinateur portable (22% vs

16%), un téléviseur 3D (12% vs 5%) où une console de jeux (8% vs 3%). On constate également que les livres sont plus appréciés par les femmes (25%) et ceux qui ont plus de 65 ans (31%) que par les hommes (16%). Comme l'année dernière, on note également un fort engouement pour les cadeaux high-tech, plus de la moitié des Français (56%) voudrait en recevoir un, et ce phénomène est particulièrement prononcé parmi les moins de 25 ans (69%). Désirée par près d'un Français sur 4 (23%), la tablette est le cadeau high-tech « phare » de cette année, sollicité par toutes les générations : 27% dans le groupe des 18-24 ans, 26% chez les 35-49ans (26%), et même 22% chez les seniors de 65 ans et plus. Elle est suivie d'un ordinateur portable (19%) et d'un Smartphone dernière génération (17%).

Cadeaux souhaités à Noël



Astuce économie : les achats après Noël

Acheter ses cadeaux de Noël après les Fêtes : une astuce économie adoptée par près de la moitié des Français (49%) dans l'objectif de faire des économies. Si 17% confient le faire chaque année, un tiers (33%) se laisse tenter de temps en temps pour acheter des cadeaux pour moins cher. Un comportement qui se développe en temps de crise : 1 Français sur 10 (10%) ne l'a jamais fait avant mais compte se lancer pour la première fois cette année.

Si 56% vont même attendre la période des soldes pour acheter les derniers cadeaux, un Français sur deux, parmi ceux ayant déjà acheté des cadeaux de Noël après Noël, se connecte sur Internet dès le lendemain de Noël pour profiter des promotions en ligne. Ce comportement est encore plus prononcé chez les 25-34 ans où ils sont presque deux-tiers (65%).

Le top 5 des cadeaux les plus achetés après les fêtes : le chocolat (45%), les vêtements (41%), les jeux et jouets pour enfants (33%), les produits culturels (29%) et les produits high-tech (27%).

« Chaque année à Noël, les Français investissent beaucoup de temps et d'argent pour dénicher le cadeau parfait pour chacun de leurs proches. Cependant, cette mission n'est malheureusement pas toujours

*couronnée de succès. Selon notre étude, 69% des Français ont déjà reçu des cadeaux qui ne leurs plaisaient pas et pour près d'un Français sur 10 ça arrive même régulièrement », commente **Olivier David, Directeur Général de ma-Reduc.com.***

« Pour la deuxième année consécutive, le cadeau qui déplaît le plus est la cravate, considéré comme le cadeau le plus décevant par près d'un quart des Français. Dans le contexte économique actuel, les consommateurs font de plus en plus attention à leurs dépenses et souhaitent ainsi recevoir des cadeaux « utiles » dans leur vie au quotidien ou des objets qu'ils sont réticents à s'offrir à eux-mêmes. Pour éviter la déception, les Français préfèrent se faire financer leurs cadeaux plutôt que de se faire surprendre. En effet, le cadeau le plus souhaité cet année est de l'argent et plus d'un Français sur quatre voudrait un chèque cadeau » conclut Olivier David.

Les résultats détaillés de l'enquête ma-Reduc.com réalisée par LH2 sont disponibles sur simple demande

1. Sondage en ligne réalisé du 2 au 4 décembre 2013 par l'institut LH2 auprès d'un échantillon de 1011 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, profession de l'interviewé, après stratification par région. Les données ont été redressées pour limiter les biais d'un recours à des internautes panélisés et atteindre une juste représentativité des Français âgés de 18 ans et plus.

A propos de ma-Reduc.com

Créé en 2004, ma-Reduc (www.ma-reduc.com) regroupe la plus grande communauté d'internautes qui partagent chaque jour leurs bons plans shopping chez plus de 17 000 marchands en ligne répartis dans toutes les catégories : High Tech, Mode, Voyage, beauté, déco, loisirs...

www.ma-reduc.com est un site édité et géré par RetailMeNot, Inc. (www.retailmenot.com/corp) le leader mondial dans le domaine des coupons et réductions en ligne. Les sites web de l'entreprise permettent aux consommateurs à la recherche d'économies de trouver des centaines de milliers d'offres auprès de marchands à travers le monde. La société édite un éventail de sites en Amérique du Nord, au Royaume-Uni, en France, au Pays-Bas ainsi qu'en Allemagne.

Devenez Fan de ma-Reduc.com sur Facebook (<http://www.facebook.com/maReduc>) en cliquant "j'aime" et suivez notre actualité via Twitter @maReducFR.

A propos de LH2

Fondé en 1977, Louis Harris devient LH2 en 2005. Spécialiste des études d'opinion et de marché, LH2 est structuré autour de 7 grands pôles d'expertise : Opinion Institutionnel, Banque Assurance, Energies, Services Industrie, Grande Consommation, Technologies Médias, et LH2 Create.

Le département Opinion Institutionnel rassemble une dizaine de spécialistes des études d'opinion, qualitatives et quantitatives, qui accompagnent leurs clients institutionnels, privés ou associatifs sur leurs problématiques politiques, sociétales ou de communication.

Département Opinion Institutionnel

Adélaïde Zulfikarpasic

Directrice du département – 01 55 90 21 41 - adelaide.zulfikarpasic@lh2.fr

Suivez notre actualité via Twitter @InstitutLH2

Contacts Presse :

Ma-Reduc.com

Astrid Canevet

Tél : +33 1 84 17 22 19

acanevet@rmn.com

LEWIS PR

Béregère Deleage et Pierre Gatey

Tél : +33 1 83 94 04 98

RetailMeNot@lewispr.com