

JOYEUX NOELS : POURQUOI LES FRANÇAIS MULTIPLIENT LES FESTIVITÉS DE FIN D'ANNÉE ?

A l'approche de Noël, les Français prévoient de multiplier les festivités. Selon une étude Opinionway-The Good Company pour le compte de Monoprix, **un Français sur trois prévoit de fêter plusieurs fois Noël (33%)** : un quart d'entre eux anticipe de participer à deux fêtes de Noël et ils sont 8% à le fêter trois fois ou plus.

Les festivités auront principalement lieu le 24 décembre au soir (66%) ou le 25 décembre à midi (52%). Si les deux dates traditionnellement privilégiées demeurent ancrées dans les habitudes, d'autres moments sont également cités : avant même le 23 décembre (4%), le 23 décembre (8%) et après le 25 décembre (13%), en fonction des groupes et des environnements :

- Les Français qui fêteront Noël avec leur famille sont fidèles aux dates traditionnelles : le 24 décembre au dîner (71%) ou le 25 décembre au déjeuner (62%).
- Ceux qui prévoient de fêter Noël avec leurs amis opteront notamment pour des rassemblements après le 25 décembre (22%).
- Les actifs qui célébreront l'occasion avec leurs collègues prévoient davantage de le faire avant le 23 décembre (11%)

Pour Aurélie Taude, Directrice Marketing de Monoprix : *“ Face à la démultiplication des festivités de fin d'année, nous avons décidé de fêter à nos clients non pas un seul mais plusieurs “Joyeux Noëls” dans nos magasins et sur monoprix.fr ! Les fêtes de fin d'année sont source de plaisir mais paradoxalement aussi de stress pour les Français. Toutes nos équipes sont mobilisées, y compris les 24 et 31 décembre, partout où c'est possible, pour permettre à chacun de réaliser ses courses de dernières minutes, qui sont de plus en plus massives. Notre modèle unique de « tout sous le même toit » (alimentaire, textile, décoration, loisirs, beauté...) et notre présence dans les centres-villes s'y prête particulièrement ».*

La période de Noël révèle aussi des paradoxes dans le ressenti des Français. Même si fêter plusieurs fois Noël constitue une source d'épuisement pour les Français (63%), voire augmente à leurs yeux le risque de tensions familiales (44%), ils en sont néanmoins friands : prolonger la magie de Noël (67%) et le plaisir des fêtes (68%) leur tient à cœur.

De façon pragmatique, les Français fêtent plusieurs fois Noël afin de répondre à leurs obligations familiales (53%) ou professionnelles (21%). En revanche, la multiplicité des occasions pour fêter Noël ne rend pas les Français plus cupides pour autant : seuls 37% des Français fêtent plusieurs fois Noël afin de recevoir plus de cadeaux ! Comme quoi, même si les manières de fêter Noël se multiplient, l'esprit de générosité et d'altruisme de Noël reste - lui - bien d'actualité !

Etude réalisée par OpinionWay - The Good Company auprès d'un échantillon de 1 056 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, 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. Les interviews ont été réalisées par questionnaire autoadministré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview) les 13 et 14 décembre 2023.

À PROPOS DE MONOPRIX :

Monoprix est une enseigne du groupe Casino. Leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France, ses 20 000 collaborateurs animent au quotidien 800 magasins, avec trois formats d'enseigne - Monoprix, monop' et Naturalia – et un site e-commerce, [monoprix.fr](https://www.monoprix.fr). En 2022, Monoprix a réalisé 5 milliards d'euros d'activités. Plus d'informations sur [entreprise.monoprix.fr](https://www.entreprise.monoprix.fr)

Contact presse

pressecorporate@monoprix.fr / 06.75.62.26.41

A PROPOS DE THE GOOD COMPANY

Née en janvier 2019, The Good Company est une agence créative et responsable de naissance qui s'adresse aux marques qui souhaitent développer une communication plus responsable. Parce que la communication des marques aujourd'hui relève autant des actes que de la parole, l'offre de The Good Company est structurée autour de deux piliers : le Conseil et la Création. Agence citoyenne et engagée, The Good Company est en cours de certification B-Corp et également membre de 1% for The Planet. Les salariés détiennent 20% du capital de l'agence, quel que soit leur niveau hiérarchique. Convaincue que la créativité peut être un levier puissant du changement, The Good Company entend concilier une forte exigence créative et stratégique avec une forte exigence sociétale et environnementale.

Pour en savoir plus : www.thegoodco.fr

Contact presse

Nicolas Brodier - BEYOND - nbrodier@beyond-pr.com / 06 15 93 52 10