

Des chèques-cadeaux pour Noël

45% des Français souhaitent en recevoir, mais seulement 28% d'entre eux pensent en offrir

Tendance

Pour Noël, les Français veulent des chèques-cadeaux. 45% d'entre eux souhaitent recevoir ces petits titres de crédit que l'on échange contre des marchandises, si l'on en croit une étude sur les dépenses de Noël du cabinet d'audit Deloitte, publiée en novembre. « Avec des chèques-cadeaux, les gens sont sûrs de ne pas être déçus parce qu'on va leur offrir, puisqu'ils seront libres d'acheter ce qui leur plaira », commente Antoine de Riedmatten, associé chez Deloitte.

Les Français en offrent régulièrement, puisque la croissance de ce marché est de 15% par an, depuis quelques années, selon plusieurs acteurs économiques. Dans les intentions d'achat, ils sont même passés de la 7^e place en 2009 à la 4^e, derrière l'indétrônable parfum-chocolat-livre.

Le cabinet Deloitte y voit trois raisons. Premièrement, avec la crise, qui va encore réduire le budget cadeaux de 4,9% cette année (à 400 euros par famille), « les Français ne veulent pas prendre le risque de se tromper ». Deuxièmement, ils savent qu'un cadeau qui ne plaît pas sera

« On dématérialise le don d'argent »

Samuel Lepastier
psychanalyste

revendu sur eBay le lendemain de Noël. Enfin, ils seraient moins gênés qu'autrefois par la valeur faciale des chèques-cadeaux, car ils savent que chacun peut estimer facilement le prix des objets qu'il reçoit grâce notamment aux comparateurs de prix apparus sur Internet.

C'est surtout aux adolescents que les Français pensent offrir

des chèques-cadeaux. En effet, les jeunes veulent « des sous », pour être libres d'acheter ce dont ils ont envie : ils sont 55% à demander du liquide et 48% des chèques-cadeaux. Jonas Morin, 15 ans, raconte que et ses copains s'offrent souvent de petits chèques-cadeaux de 10 ou 15 euros pour leurs anniversaires : « Celui qui les reçoit met un complément, pour s'acheter un jeu vidéo par exemple. »

Les parents apprécient les chèques-cadeaux car ils leur permettent d'orienter les dépenses de leurs enfants. « J'ai offert des chèques-cadeaux Fnac à un neveu dont je ne connaissais pas bien les goûts, mais dont je souhaitais qu'il achète des livres », indique Emmanuelle, mère de deux enfants.

Sylviane Sègue souhaite que ses amis offrent à sa fille des titres Kadodrive, qui financent son permis de conduire. Jean-



Paul Gilot, le fondateur de Kadodrive, assure avoir eu l'idée de créer ces chèques, valables seulement dans les auto-écoles agréées, après avoir constaté que « nombre de jeunes inscrits ne passent pas leur permis car ils dépensent l'argent autrement ».

Les parents semblent préférer les chèques-cadeaux, sur lesquels les commerçants ne rendent pourtant pas la monnaie, aux cartes-cadeaux, qui permettent de dépenser exactement ce dont on a besoin, parce qu'elles laissent moins de liberté dans le choix des enseignes.

Lorsqu'il s'agit de faire plaisir

de vie (Credoc). « La demande de chèques-cadeaux reflète l'émergence de besoins plus égoïstes, liée à l'évolution d'une société plus individualiste », ajoute-t-elle.

Ce sont surtout les plus riches, les femmes et les plus diplômés qui offrent des chèques-cadeaux : « Parce que les femmes diplômées manquent de temps, au lieu d'aller voir