

Nantes, le 30 novembre 2016

## Noël, une obligation redoutée pour plus d'un tiers des Français

Alors que le compte à rebours de Noël a commencé, Amaguiz, l'assurance en ligne du Groupe Groupama, dédie son deuxième Observatoire du mode de vie des Français à Noël et à sa place dans notre société. Selon ce sondage OpinionWay pour [Amaguiz.com](http://Amaguiz.com), si 63 % des Français apprécient toujours autant Noël, ils sont 45 % à le décrire comme un marathon épuisant. Focus sur [Noël](#), entre l'image d'Epinal et la réalité des Français.

### Noël, une fête appréciée mais également redoutée

Pour les Français, Noël est un moment convivial à partager avec leurs proches (82 %), un sentiment qui réunit toutes les générations. Sans surprise, seules les personnes qui fêtent Noël seules (6 %) ne se retrouvent pas ou peu dans cette assertion.

Ils sont également 63 % à apprécier toujours autant Noël. Pour 24 % d'entre eux, Noël est même une fête attendue avec impatience et toujours aussi magique qu'à l'époque de leur enfance : une affirmation particulièrement marquée chez les moins de 34 ans. 76 % des Français appréciant Noël considèrent néanmoins que la magie de leur enfance a disparu, et le fait que des enfants soient présents au sein du foyer n'y change rien. Noël aurait-il donc perdu de sa magie ?

36 % des sondés n'hésitent pas à clamer leur indifférence vis-à-vis de Noël, devenu un moment moins important. Les hommes se montrent plus détachés que les femmes de cette fête, avec 6 points d'écart qui les séparent.

Plus d'un tiers des Français décrivent même Noël comme une obligation qu'ils redoutent, un chiffre qui monte à 44 % chez les 35-49 ans et qui ne varie que d'un point en fonction de la présence ou non d'enfants au sein du foyer.

Enfin, 55 % des Français avec enfants mineurs affirment que la période de Noël est devenue un marathon épuisant.

Des chiffres significatifs donc, pour des termes forts de sens, qui mettent à mal le sentiment positif que les Français affichent de prime abord vis-à-vis de Noël.

### Cadeaux et tensions familiales ternissent l'image de Noël

Les raisons de voir les côtés négatifs de Noël prendre le dessus sont nombreuses. En tête, les tensions familiales et autres « dossiers » qui pourraient ressortir à l'occasion du réveillon. Une idée qui préoccupe 36 % des Français. La famille source de préoccupations donc, mais la santé et l'inconfort également. Ainsi, la prise de poids liée au repas de Noël arrive en deuxième position toutes catégories d'âge confondues (30 %) et passe même en préoccupation principale chez les 65 ans et plus (37 %) ! Un sujet sur lequel hommes et femmes semblent à l'unisson (respectivement 29 % et 30 %). Les longs trajets en voiture pour se rendre chez ses proches arrivent ensuite. Comme quoi Noël en famille, c'est bien, mais quand cela inclut des heures de route, ça l'est moins.

Côté organisation, ce sont les cadeaux qui s'attirent les foudres des Français. Ils sont ainsi 57 % à considérer contraignant de trouver un cadeau pour chacun de leurs proches.

## En 2016, Noël se fera en famille, à plusieurs reprises et avec un cadeau... utile !

Sans surprise, **les Français fêtent avant tout Noël avec leur famille** (81 % avec leurs enfants ou parents, 60 % avec l'ensemble de leur famille), un peu moins avec leur belle-famille : seulement 33 % !

Ils sont près de la moitié à **participer ou organiser plusieurs repas de Noël** pour voir toute la famille, une situation qui dénote un clivage des générations : 64 % des 18-34 ans célèbrent Noël à plusieurs reprises quand les 50 ans et plus ne sont que 34-35 %. Les 35-49 ans sont eux 51 %.

Enfin, côté cadeau, il faudra, pour être sûr de ne pas se tromper, offrir aux plus de 18 ans **un cadeau utile au quotidien**. Loin devant les cadeaux comestibles (24 %) ou esthétiques (19 %), les cadeaux utiles sont plébiscités par 54 % des répondants, avec seulement un point d'écart entre les hommes et les femmes. A noter que si vous optez pour un cadeau plus léger, les hommes préféreront un cadeau comestible et les femmes un cadeau esthétique.

### Un Observatoire pour mieux comprendre le quotidien des Français et les changements qui s'y opèrent

L'assurance, par son métier fondamental de protéger et d'accompagner, doit prendre sa place de partenaire dans la vie. C'est la vision d'Amaguiz, qui souhaite se connecter à la vraie vie, être ancrée dans son époque pour être au plus près des changements avec ceux qui les créent : les gens. C'est ainsi que naît en juin 2016, l'Observatoire du mode de vie des Français d'Amaguiz : un moyen pour l'assureur de prendre le pouls des changements qui s'opèrent. Après un premier observatoire abordant tous les aspects de la vie quotidienne, Amaguiz a souhaité se pencher sur un temps fort de la société française : la fête de Noël.

« *Ce deuxième observatoire se révèle extrêmement intéressant. On remarque notamment un changement de comportement chez les **jeunes générations**, qui associent plus volontiers leurs amis à la fête par exemple. Mais la transition la plus marquée entre les moins de 25 ans et leurs aînés se joue sur les objets connectés. **Les cadeaux connectés arrivent ainsi en deuxième position du cadeau parfait** pour faire plaisir, à égalité avec le cadeau fait main ou luxueux, contre la dernière position sur tous les autres segments d'âge. Ces résultats nous apportent la preuve que les évolutions sociétales en marche sont en phase avec la vision que nous avons de l'assurance : une approche humaine, en mouvement et qui intègre pleinement les évolutions de son temps pour répondre aux besoins de ses assurés », explique Marie-Laure Cassé, Directrice Marketing et Communication d'Amaguiz. Et de conclure : « *On note également que parmi les éléments négatifs liés à Noël, les accidents domestiques ne sont que très peu ressortis, et encore moins chez les femmes. Alors que tout le monde est à la fête, il ne faut pas oublier les fondamentaux de la sécurité, aussi bien routière que domestique ou relative aux accidents de la vie* ».*

#### A propos d'Amaguiz

Amaguiz, filiale du groupe Groupama, propose des offres d'assurances (auto, habitation, garantie des accidents de la vie, emprunteur et chien-chat) par Internet ou téléphone. Amaguiz compte 200 000 contrats, plus de 150 000 clients et emploie 240 collaborateurs.

Plus d'informations sur [www.amaguiz.com](http://www.amaguiz.com) et sur la page [Facebook](#) d'Amaguiz.

#### A propos du groupe Groupama

Fort de ses trois marques – Groupama, Gan, Amaguiz, le groupe Groupama, l'un des premiers groupes d'assurance mutualistes en France, développe ses activités d'assurance, de banque et de services dans onze pays. Le groupe compte 13 millions de clients et 34 000 collaborateurs à travers le monde, avec un chiffre d'affaires de 13,7 milliards d'euros. Retrouvez toute l'actualité du groupe Groupama sur son site internet ([www.groupama.com](http://www.groupama.com)) et sur son compte Twitter ([@GroupeGroupama](#)).



Contact Presse

Charline Robert - 02 72 88 12 72 - [charline@oxygen-rp.com](mailto:charline@oxygen-rp.com)

**A propos du groupe Groupama**

*Fort de ses trois marques – Groupama, Gan, Amaguiz, le groupe Groupama, l'un des premiers groupes d'assurance mutualistes en France, développe ses activités d'assurance, de banque et de services dans onze pays. Le groupe compte 13 millions de clients et 34 000 collaborateurs à travers le monde, avec un chiffre d'affaires de 13,7 milliards d'euros. Retrouvez toute l'actualité du groupe Groupama sur son site internet ([www.groupama.com](http://www.groupama.com)) et sur son compte Twitter ([@GroupaGroupama](https://twitter.com/GroupaGroupama)).*