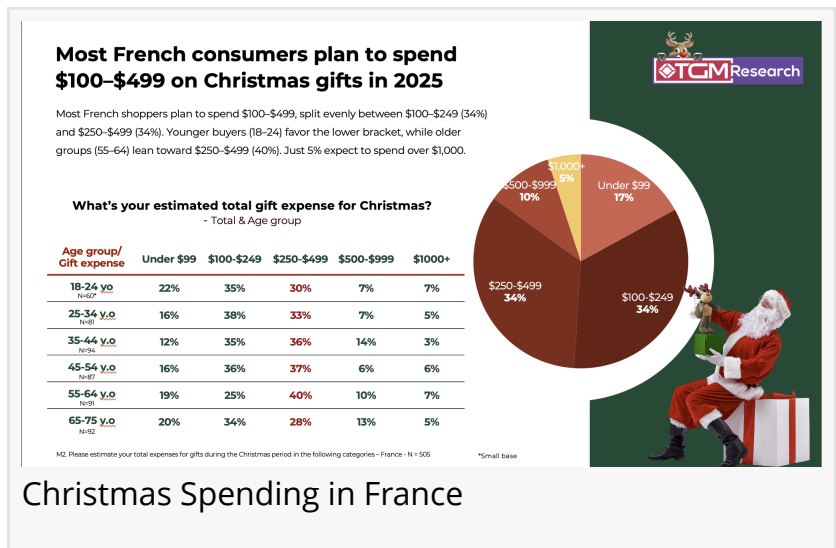


Les consommateurs français adoptent un Noël 2025 alliant raffinement et sens

Le rapport TGM Christmas Insights révèle que les Français optent pour des cadeaux plus conscients, valorisant la qualité, l'authenticité et la signification.

SINGAPORE, November 10, 2025 /EINPresswire.com/ -- Cette année, les acheteurs français prouvent que la générosité réfléchie reste intemporelle. Selon le rapport [TGM Christmas Insights 2025](#) en France, la saison festive française se distingue par l'équilibre, le goût et la profondeur de sens.



“En France, offrir un cadeau n’est pas une simple transaction ; c’est un acte d’expression”, déclare Greg Laski, PDG de TGM. “Les consommateurs privilégient la qualité, la connexion et l’authenticité - des valeurs qui rendent Noël vraiment significatif.”

“

En France, offrir un cadeau, c’est avant tout exprimer un lien — un geste guidé par la qualité, la connexion et l’authenticité.”

Greg Laski, PDG de TGM

Principaux enseignements du rapport [Christmas Insights 2025 – France](#)

Les achats de Noël commencent plus tôt

- La plupart des consommateurs français entament leurs

achats début novembre (21 %) ou mi-novembre (25 %), tandis que 19 % s’y mettent début décembre.

- L’achat de cadeaux est perçu comme un rituel calme et réfléchi, alliant préparation et plaisir de la saison.

Des dépenses généreuses mais réfléchies

- La majorité prévoit de dépenser entre 100 et 499 USD, répartie équitablement entre les tranches de 100–249 USD (34 %) et 250–499 USD (34 %).

- Le prix (79 %), la qualité (62 %) et les promotions (43 %) guident les décisions, traduisant une évolution vers des achats plus significatifs et orientés vers la qualité.

Un shopping hybride au cœur de l'expérience

- 32 % des acheteurs prévoient de faire leurs achats à la fois en ligne et en magasin, tandis que 28 % préfèrent principalement les boutiques physiques.
- Les outils numériques viennent compléter — sans remplacer — le plaisir de flâner dans les marchés et boutiques.

Catégories de cadeaux les plus populaires : Les vêtements (48 %) et les jouets (43 %) dominent, suivis par les cartes cadeaux et les livres. Les gros dépensiers (plus de 500 USD) privilégient les vêtements et cartes cadeaux, tandis que les budgets plus modestes optent pour la nourriture et les boissons, illustrant l'attachement des Français à l'élégance et aux expériences sensorielles.

Implications pour les marques et les distributeurs

Les données révèlent une nette évolution des comportements d'achat en France : les achats commencent plus tôt, les choix sont plus intentionnels et la qualité reste le moteur de l'émotion. Pour rester pertinentes, les marques doivent s'adapter à cet état d'esprit réfléchi, axé sur l'expérience et la signification.

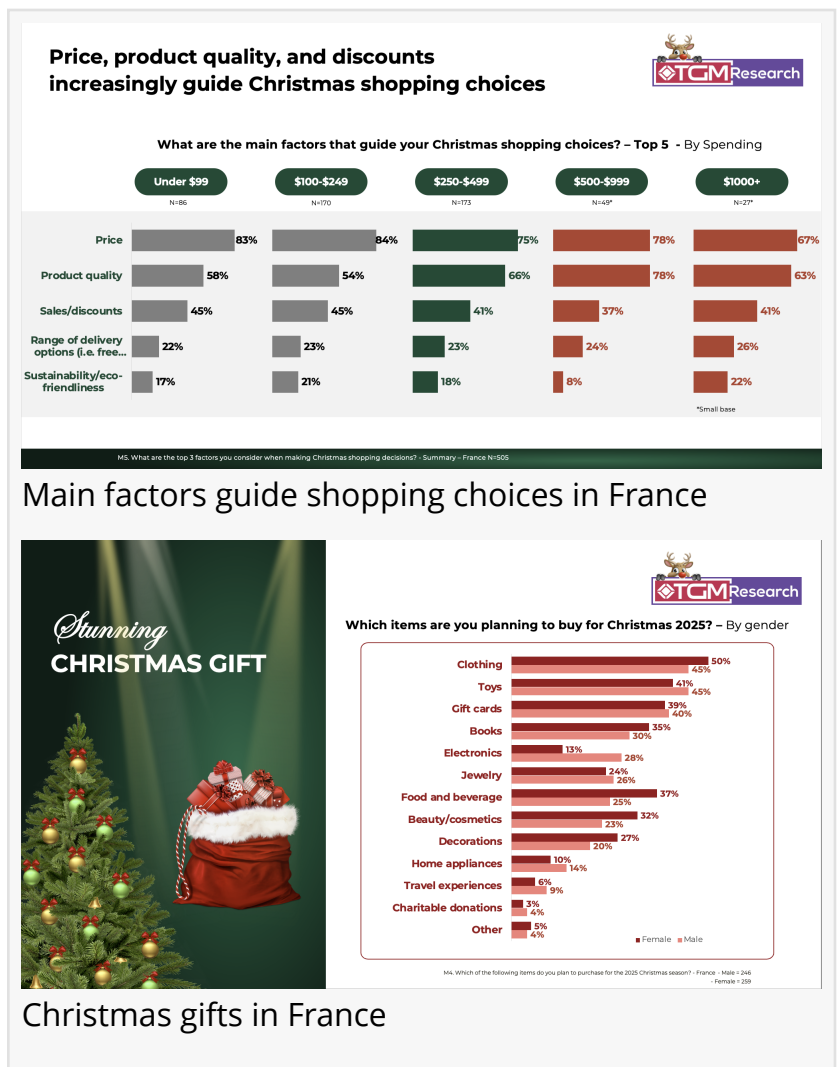
Alors que les consommateurs se préparent pour la saison des fêtes, le rapport TGM Christmas Insights 2025 constitue une ressource précieuse pour anticiper leurs besoins :

<https://tgmresearch.com/global-christmas-insights-report-2025.html>

Méthodologie

[TGM Research](#) a mené 505 entretiens en ligne assistés par ordinateur (CAWI) auprès d'adultes français âgés de 18 à 75 ans, entre le 16 et le 25 septembre 2025. Les données sont représentatives au niveau national par âge et par sexe. Toutes les réponses ont été vérifiées, nettoyées et pondérées pour garantir leur fiabilité statistique.

Vu Ngoc Anh Thuyen
TGM Research



thuyen@tgmresearch.com

Visit us on social media:

[LinkedIn](#)

[Facebook](#)

[TikTok](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/865916250>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2025 Newsmatics Inc. All Right Reserved.