

Saint-Valentin



Février 2012

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Agenda

1. Objectifs
2. Méthodologie
3. La fête de la Saint-Valentin (célébration, activités, invités, cadeaux et dépenses)
4. Conclusions

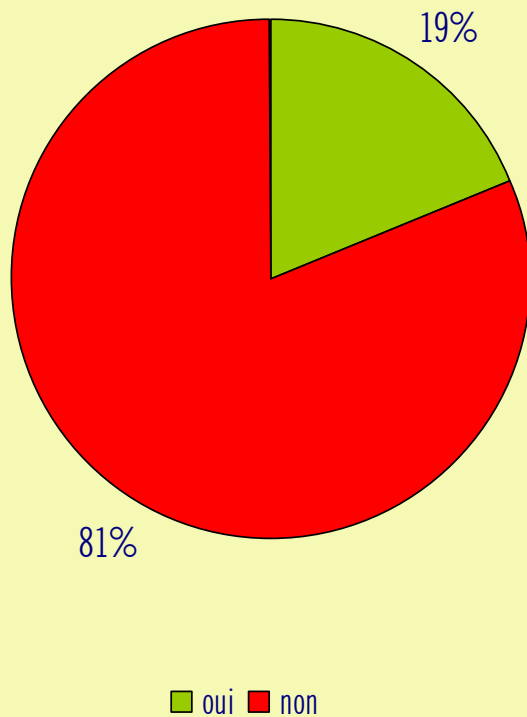
Objectifs

- Déterminer les usages et attitudes ainsi que les habitudes de consommation de la population lors de la fête de la Saint-Valentin.
- Variables analysées
 - Notoriété de l'événement
 - Attitudes, perceptions et comportements en matière de célébration de la Saint-Valentin (dépenses, implication, comportement, activités programmées).

Méthodologie

- Étude quantitative
 - 698 Interviews quantitatives réalisées par téléphone, en Belgique, auprès de personnes âgées de 18 ans ou plus.
 - Field : janvier 2012
 - Échantillon aléatoire stratifié redressé.
 - Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , Student et loi normale).
 - La marge d'erreur totale sur l'échantillon est de 3,8 %.
 - Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction du sexe, de l'âge, de la taille et de la composition du ménage, du type d'habitat, du groupe social, PRA ou non (principal responsable d'achat).

La Saint-Valentin : célébration

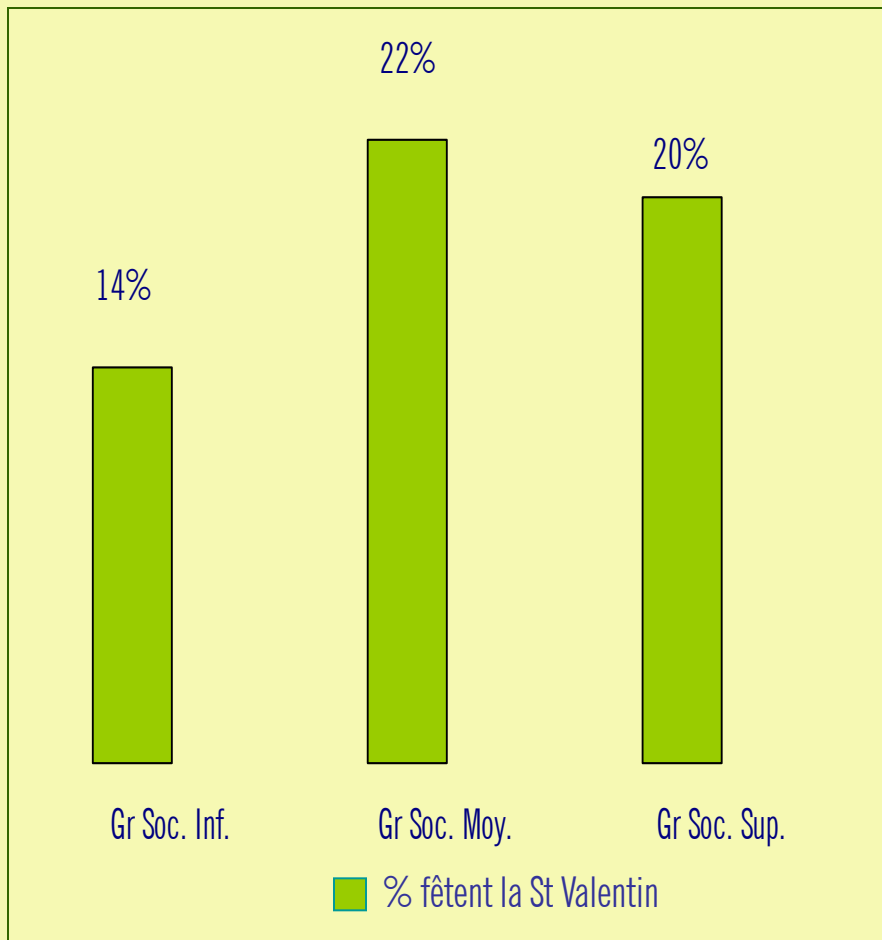


➤ Fêtez-vous la Saint-Valentin ?

- Cette année, le nombre de consommateurs célébrant la fête des amoureux est passé sous la barre des 20%.
- L'attitude des consommateurs vis-à-vis de la Saint-Valentin diffère d'une région à l'autre. En effet, alors que les Wallons sont plus enclins que la moyenne à célébrer cette fête (29%), les consommateurs flamands en sont moins friands (14%). Cette tendance générale s'accroît dans les villes wallonnes (32%) d'une part, et dans les communes rurales (12%) et les petites localités (7%) flamandes d'autre part. Quant aux Bruxellois, près d'un sur 4 (24%) célèbre la Saint-Valentin.
- Cette année encore, les ménages d'une personne et les seniors (65 ans et plus) sont moins nombreux à prendre part à la fête (respectivement 7% et 11%), contrairement aux ménages de 4 personnes (30%).

Base : Répondants

La Saint-Valentin : célébration par groupes sociaux



➤ Fêtez-vous la Saint-Valentin ? (différences par groupes sociaux)

- La classe moyenne compte le plus d'adeptes de la Saint-Valentin puisque plus d'un consommateur sur 5 déclare célébrer cette fête. Les consommateurs plus nantis sont un peu plus rares à se plier à cette coutume, de même que ceux des milieux moins favorisés.
- Dans la classe moyenne, la proportion de consommateurs qui fêtent le 14 février reste stable par rapport aux chiffres de 2011. La Saint-Valentin connaît par contre une légère baisse de popularité auprès des autres groupes sociaux (respectivement -2% dans les groupes sociaux modestes et -3% dans les groupes sociaux plus fortunés, ce qui les fait passer sous le niveau des classes moyennes).

Base : Répondants

La Saint-Valentin : célébration dans le temps

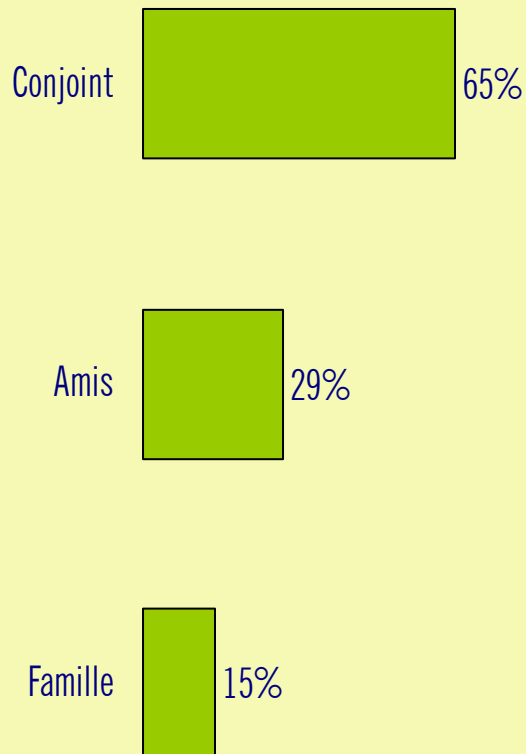


➤ Fêtez-vous la Saint-Valentin ? (évolution dans le temps)

- La proportion de la population qui fête la Saint-Valentin est relativement constante entre 2006 et 2010.
- Toutefois, la chute apparue l'an dernier continue mais ralentit. Cette diminution résulte d'un effet couplé de la crise économique et d'un manque d'engouement pour cette fête, souvent jugée comme trop commerciale et négative par les personnes qui ne vivent pas en couple.

Base : Répondants

La Saint-Valentin : les invités

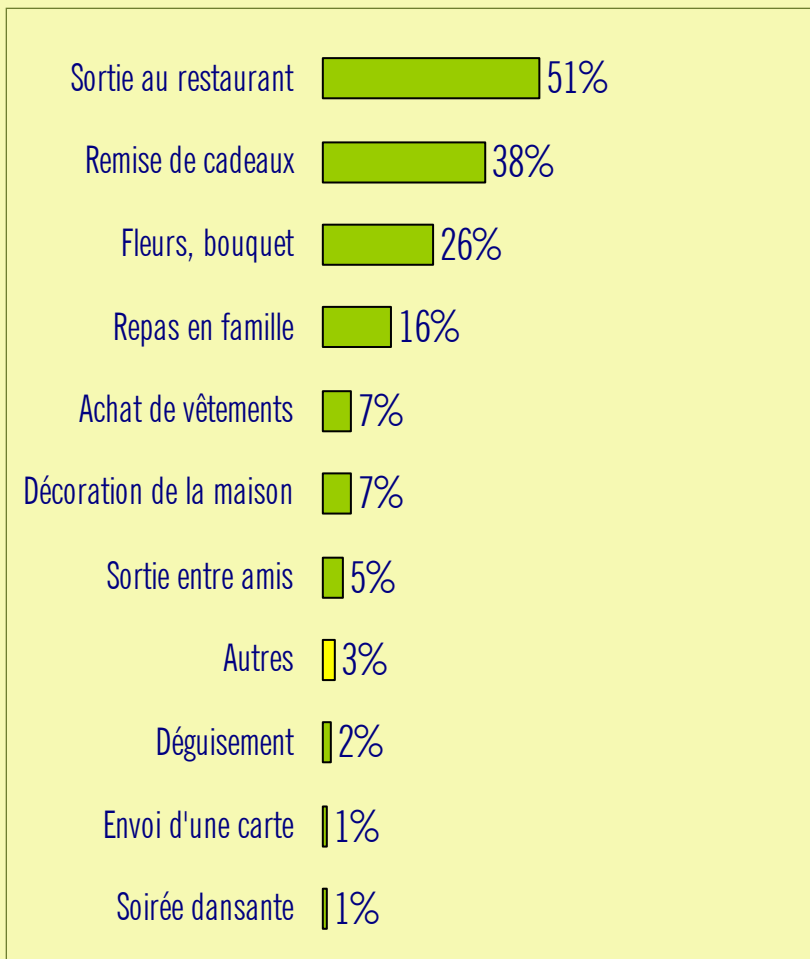


➤ Avec qui fêtez-vous la Saint-Valentin ?

- Pour près de 2 consommateurs sur 3, le conjoint est le partenaire privilégié pour célébrer la fête des amoureux. Les ménages de 3 personnes (88%) et les Flamands (84%) sont beaucoup plus attachés que la moyenne à une Saint-Valentin en tête à tête. De même que, dans une moindre mesure, les 40-49 ans, les seniors (75% chacun) et les 18-29 ans (71%). Au contraire, les Bruxellois ne sont que 13% à passer le 14 février avec leur partenaire.
- Passer la soirée de Saint-Valentin entre amis séduit près de 3 consommateurs interrogés sur 10. En effet, cette tendance a connu une forte croissance en un an puisque seuls 4% des consommateurs avaient opté pour ce programme à la même période l'année dernière. Il s'agit surtout des consommateurs vivant à Bruxelles et des ménages d'une seule personne.
- Moins d'un consommateur sur 5 fête la Saint-Valentin entouré de sa famille proche.

Base : répondants qui fêtent la St Valentin

La Saint-Valentin : les activités



➤ Comment fêtez-vous la Saint-Valentin ?

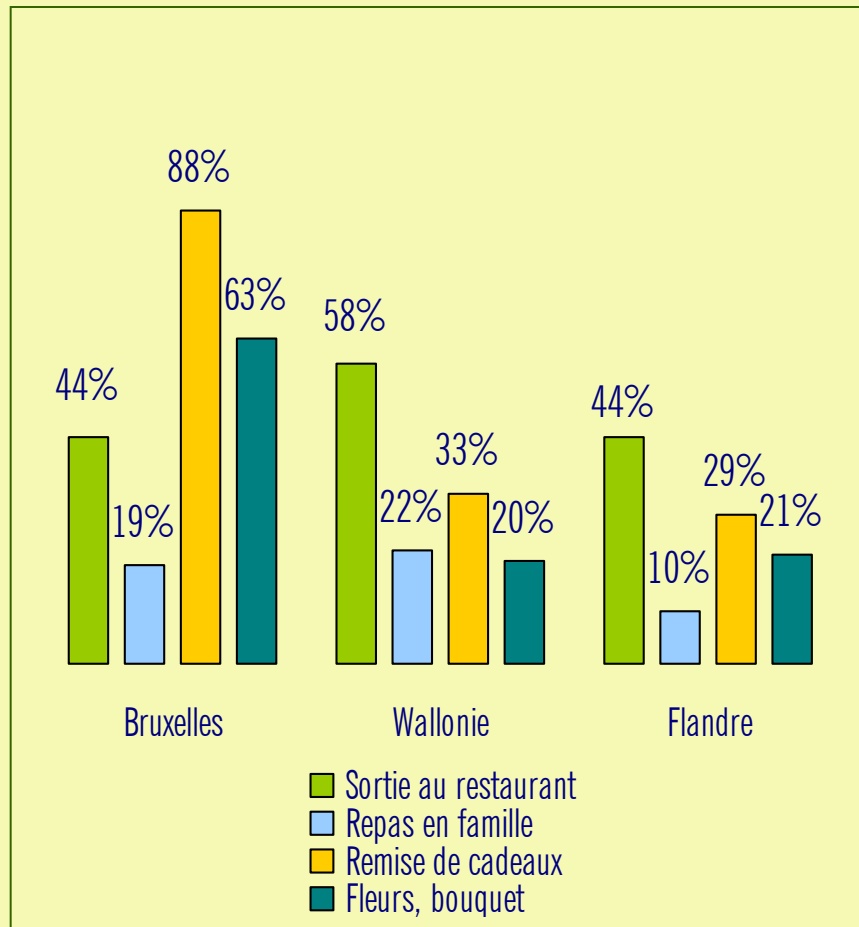
- La moitié des consommateurs sortent au restaurant pour la Saint-Valentin, tandis que moins de 3 sur 4 s'échangent des cadeaux à cette occasion.
- Un répondant sur 4 compte sur les fleuristes pour créer un joli bouquet destiné à leur bien-aimé(e). Et 1 sur 6 concocte de bons petits plats à savourer en famille.
- Les quatre activités préférées des consommateurs à l'occasion de la Saint-Valentin restent inchangées (de même que leur ordre de préférence) depuis 2011. Toutefois, à l'exception de la remise de cadeaux qui connaît un léger essor (+2%), chaque activité voit le nombre de ses partisans se restreindre (respectivement -2% pour la sortie au restaurant, -6% pour les fleurs et -8% pour le repas en famille).
- Les autres activités intéressent moins d'un consommateur sur 10. L'envoi d'une carte enthousiasme très peu de consommateurs (7% en 2011).

Base : répondants qui fêtent la St Valentin

La Saint-Valentin : les activités

- Près d'un consommateur sur cinq fête la Saint-Valentin. Toutefois, les activités liées à cette fête varient selon le profil sociodémographique :
 - **La sortie au restaurant (51%)**: Ce type d'activité est beaucoup plus fréquent chez les consommateurs issus des petites localités wallonnes (78%) et chez les consommateurs subissant d'importantes privations matérielles (74%). Les 30-39 ans (69%) ne sont pas en reste. Au contraire, elle est moins fréquente chez les seniors (31%), les groupes sociaux à revenus modestes (23%) et les ménages de 3 personnes (19%).
 - **La remise de cadeaux (38%)**: Plus de 2 jeunes consommateurs — âgés de 18 à 29 ans — sur 3 (68%) offrent un cadeau à leur partenaire à l'occasion de la Saint-Valentin.
 - **L'envoi de fleurs ou la remise d'un bouquet (26%)**: Les jeunes de 18 à 29 ans (16%) et les consommateurs vivant dans une commune rurale wallonne (8%) optent rarement pour ce type de présent. Au contraire, plus de 6 Flamands habitant dans une petite localité sur 10 (67%) offrent volontiers ce genre de cadeau. Les Bruxellois partagent leur goût pour les fleurs (63%).
 - **Le repas en famille à domicile (16%)**: Les ménages de 4 personnes (3%) et les 30-39 ans (0%) sont nettement moins tentés que la moyenne par une soirée en famille le 14 février.

La Saint-Valentin : les activités

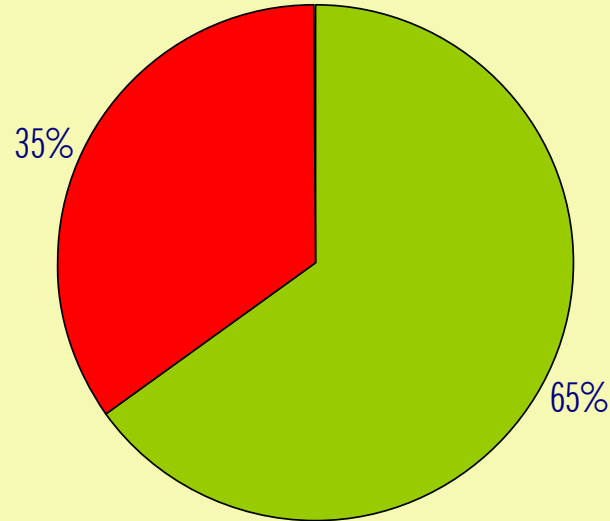


➤ Différences par région

- Les activités liées à la Saint-Valentin diffèrent selon les régions.
- La grande majorité des Bruxellois préfèrent (se voir) offrir des cadeaux. L'offre de fleurs reste toutefois bien présent dans le paysage de la Saint-Valentin Bruxelloise puisque plus de 6 consommateurs sur 10 s'adonnent à cette activité. Moins de la moitié des répondants vont au restaurant à cette occasion.
- Au contraire, la sortie au restaurant est l'activité préférée des consommateurs au Nord et au Sud du pays, suivie par la remise de cadeaux.

Base : répondants qui fêtent la St Valentin

La Saint-Valentin : les cadeaux



■ oui ■ non

➤ A l'occasion de cette fête, avez-vous offert des cadeaux ?

- Près de 2 consommateurs sur 3 offrent des cadeaux, des fleurs ou des cartes à la Saint-Valentin.
- L'offre de cadeaux, fleurs et cartes, confondus est plus restreinte (-10%) que l'an passé. Globalement, cette offre est marquée depuis 2007 (58%) par une évolution en dents de scie.

Base : répondants qui fêtent la St Valentin

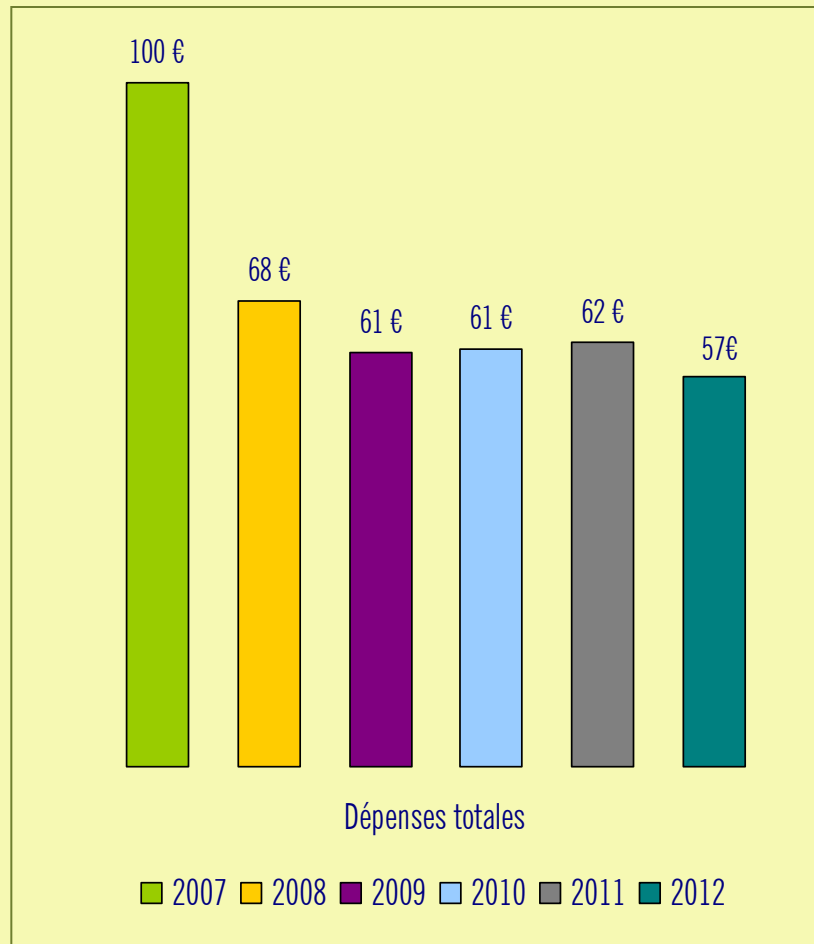
Les cadeaux

- Fleurs et bijoux connaissent un réel succès à la Saint-Valentin.
 - Traditionnellement, le bouquet de fleurs et parfois le montage floral attirent le consommateur soucieux d'offrir un cadeau à sa dulcinée : roses, orchidées, callas, lys, tulipes, gerberas en bouquets côtoient les paniers cadeaux et les arrangements floraux avec un petit mot doux. Les prix des fleurs augmentent avec la demande. En février 2011, par rapport au mois de janvier, les roses avaient augmenté de 63% et les lys de 38%.
 - Les bijoux restent synonymes de séduction et de passion. Les pendentifs cœur sécable ou doubles cœurs, les bagues de fiançailles et alliances recueillent un réel succès auprès des consommateurs.
- Nouvelles offres de cadeaux moins traditionnels
 - De nouvelles offres apparaissent à l'occasion de la Saint-Valentin : un quotidien propose un abonnement avec réduction, une déclaration d'amour originale grâce à un comédien voix off, un puzzle rempli d'amour, des pâtes en forme de cœur, le stylo chocolat rechargeable, des boutons de rose pour un bain en amoureux, un Ice bag Amour pour décorer la table, un grattoir pour homme afin de se gratter l'entrejambe en toute discrétion, un cours de sushis en amoureux, une boîte de chocolat en forme de spermatozoïdes, une grenouille qui se transforme en prince charmant, des jeux amoureux pour pimenter la vie de couple, un jeu de strip-poker, des défis romantiques ou sexy à réaliser, un livre de cuisine composé de recettes gastro-romantiques, etc.
 - Internet n'est pas en reste : le blog de l'amour, inscription sur un site de rencontres, ...
 - Cadeaux dématérialisés : week-end en amoureux (avec ou sans jacuzzi, espaces de bien-être et de massages avec Spa, sauna et hammam), activités à réaliser en couple (plage privée, balade en mer, location de limousine . . .) ou la pratique de l'éco-sexe, faire l'amour de manière écologique.

Les cadeaux

- Les loveshops
 - La fréquentation des loveshops augmente en général pendant la semaine précédant le 14 février mais cette année, certains magasins ont remarqué une affluence plus importante depuis déjà 2 semaines.
 - Cette fête représente la meilleure période de l'année en termes de chiffre d'affaires pour ces commerces. Certains magasins font d'ailleurs des remises à l'occasion de la Saint Valentin.
 - Les articles ne diffèrent pas tellement du reste de l'année, mais le volume vendu augmente. Les clients, hommes et femmes, achètent surtout de la lingerie sexy, une nuisette ou un costume pour jeu de rôle et des produits bien-être pour l'intimité du couple (crème comestible, huile de massage, etc.), mais les sextoys ne sont pas en reste.
- Les magasins de lingerie
 - La Saint-Valentin, comme la Noël, représente une période tout aussi propice pour les magasins de lingerie, qu'ils soient de luxe ou plus abordables.
 - La fréquentation des boutiques augmente et des hommes parcourent plus souvent les rayons que le reste de l'année. Certains magasins ont déjà plus de clients une semaine avant tandis que dans d'autres, l'affluence n'est visible que 3-4 jours avant le 14 février.
 - Le Rouge, couleur de l'Amour, de la passion, s'impose comme couleur phare (et, dans une moindre mesure, le noir) rejoint cette année par les dessous fluorescents mais la priorité est de porter de la lingerie sexy (quitte à ce qu'elle ne soit pas fonctionnelle du tout), quelle que soit la couleur des dessous. Certains magasins présentent même chaque année une collection spéciale Saint-Valentin, où le rouge, le noir et la dentelle dominent.

Les dépenses lors de la Saint-Valentin

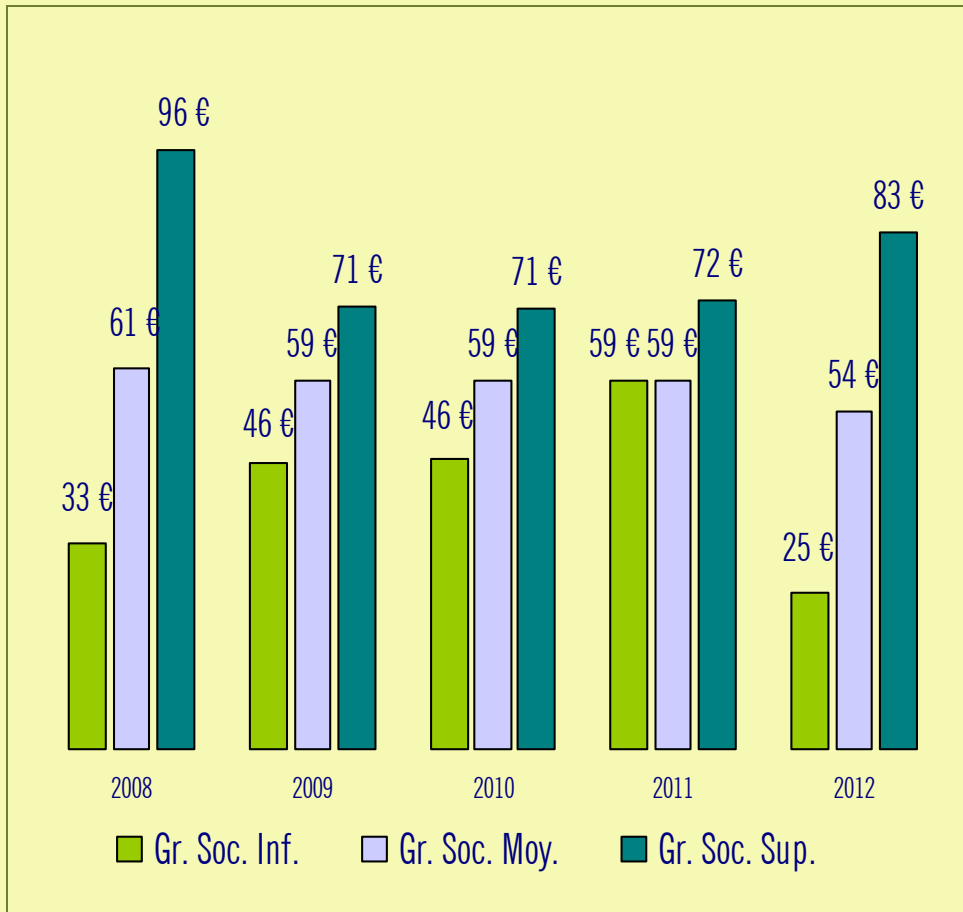


➤ Combien dépensez-vous en moyenne, par personne, lors de cette fête pour les cadeaux et les sorties?

- Les dépenses moyennes effectuées pour célébrer la Saint-Valentin s'élèvent globalement à 57€.
- Stable depuis 3 ans, la tendance à la baisse se confirme cette année. En effet, le budget consacré à la soirée du 14 février a dégringolé depuis 2007, où il atteignait 100€.
- Les dépenses des consommateurs varient fortement selon la localisation géographique et le milieu de vie: la différence est par exemple très importante entre les petites localités flamandes (16€) et wallonnes (135€).

Base : répondants qui fêtent la St Valentin

Les dépenses à la Saint-Valentin : différences par profil

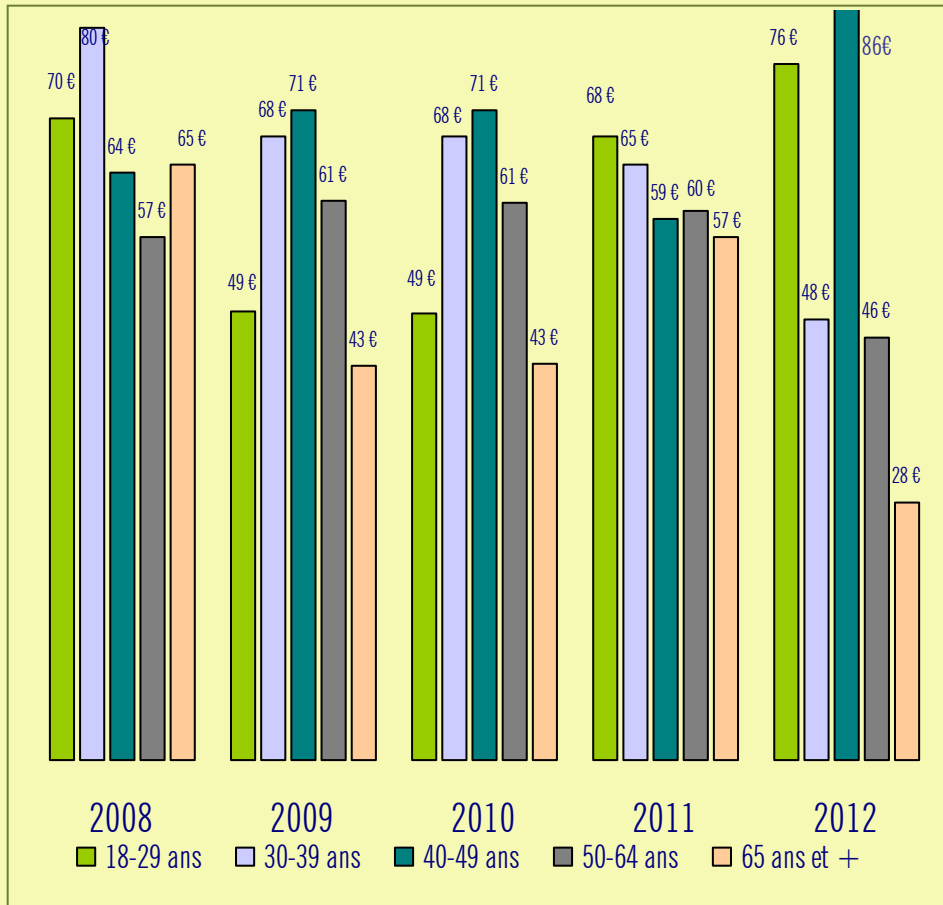


➤ Combien dépensez-vous en moyenne, par personne, lors de cette fête pour les cadeaux et les sorties?

- Le montant alloué à la Saint-Valentin dépend du groupe social d'appartenance, il est plus élevé pour les personnes appartenant au groupe social supérieur.
- Toutefois, le fossé qui s'était atténué entre les différents groupes sociaux en 2011, se creuse de nouveau, pour atteindre un écart presque similaire à celui de 2008.
- Les dépenses des classes sociales modestes diminuent de moitié pour atteindre une somme inférieure à celle de 2008. Au contraire, le budget des classes aisées augmente fortement, après une période stable de 3 ans. Celui des groupes sociaux moyens diminue légèrement mais reste au même niveau que les années antérieures.

Base : répondants qui fêtent la St Valentin

Les dépenses à la Saint-Valentin : différences par profil



➤ Combien dépensez-vous en moyenne, par personne, lors de cette fête pour les cadeaux et les sorties?

- Les dépenses les plus importantes sont réalisées cette année par les 40-49 ans.
- Comme les années précédentes, les personnes de 65 ans et plus sont les plus économes.
- Les dépenses des 18-29 ans ne cessent de croître, tandis que les 30-39 ans continuent de réduire leur budget consacré à la Saint-Valentin.
- Le budget des 3 autres classes d'âge connaît 3 évolutions différentes, en dents de scie: croissant, décroissant puis à nouveau croissant pour les 40-49 ans, croissant puis décroissant pour les 50-64 ans, et décroissant, croissant et à nouveau décroissant pour les seniors.

Base : répondants qui fêtent la St Valentin

Conclusion

- La Saint-Valentin est perçue plus comme une activité commerciale que comme une fête par les amoureux. Ils sont de moins en moins nombreux au fil des ans, moins d'un sur cinq cette année, à célébrer la Saint Valentin.
- La différence entre les régions est toujours bel et bien présente. En effet, l'engouement des Wallons vis-à-vis de la Saint-Valentin est de nouveau beaucoup plus important qu'en Flandre, tandis qu'à Bruxelles, les consommateurs montrent un enthousiasme tiède pour cette célébration.
- Le fossé qui sépare les différents groupes sociaux se creuse à nouveau pour atteindre des écarts proches de ceux de 2008.
- Le partenaire se maintient à la place d'invité d'honneur à la fête des amoureux, place qu'il avait perdue en 2009 et en 2010. Toutefois, les proches restent souvent conviés à partager la soirée, qui s'organise autour d'une sortie au restaurant, de remise de cadeaux, de fleurs, ou d'un repas en famille. Les amis se font également une place au soleil en s'invitant à la fête.
- L'offre de nouveaux cadeaux est bien présente mais les budgets consacrés à la Saint Valentin ont triste mine cette année.

Éditeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Fondation d'utilité publique - NE 417541646
Boulevard Paepsem 20 - 1070 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2012

D 2012-2492-28
©CRIOC

Prix : 19 €



Le CRIOC contribue tant par le choix de ses activités que par l'information qu'il délivre au développement d'une consommation plus durable.

Il a mis en place un système de gestion de l'environnement pour ses activités et ses projets conformément aux exigences du règlement EMAS (Eco-Management and Audit Scheme (EMAS 1221/2009)), qui lui permet, entre autres, de mesurer ses performances environnementales dans un esprit d'amélioration continue.

La déclaration environnementale du CRIOC est disponible sur son site sur <http://www.oivo-crioc.org/files/fr/page12-EMAS.pdf>

©CRIOC - Reproduction autorisée à des fins non commerciales moyennant mention des sources