

CADEAUX DE FIN D'ANNÉE

Fête de l'enfance ou de la famille ?

Nicolas Herpin, Daniel Verger, Insee

S'il est de nombreuses occasions d'échanger des cadeaux en famille, la période par excellence est celle des fêtes de fin d'année. Les ménages y consacrent les deux tiers de leur budget cadeaux, soit 2,5 % de leur revenu annuel. Petits présents ou "gros Noël", la formule dépend bien sûr du revenu de chacun mais aussi des liens avec le reste de la parenté, en dehors du foyer. Comme l'entraide monétaire entre ménages, ces dons circulent des plus âgés vers les plus jeunes. Le jouet sous l'arbre de Noël n'arrive pas en tête des cadeaux. En valeur, la première place du palmarès est prise par les vêtements et la seconde par les biens de loisir.

Les anniversaires et les autres fêtes du calendrier sont autant d'occasions d'échanger des cadeaux. Ainsi neuf enfants sur dix et sept maîtresses de maison sur dix reçoivent un cadeau d'anniversaire de la part de leur famille. Dans huit ménages sur dix, la fête des mères est l'occasion d'échanges de cadeaux dans le foyer. Récente et plus commerciale, elle est aussi plus célébrée que la fête du saint patron, puisqu'une personne sur six reçoit un cadeau de sa famille à cette occasion. La Saint Valentin fait l'objet d'un cadeau une fois sur trois (tableau 1). La participation aux fêtes de fin d'année est exceptionnellement forte. Cette période, plus longue, recouvre plusieurs célébrations : Noël, les étrennes, la Saint Nicolas... Entre Noël 1994 et le 1^{er} janvier 1995, seulement 3 % des ménages n'ont ni reçu ni donné aucun cadeau et 8 % des personnes n'ont reçu aucun cadeau. Même dans les milieux modestes ou se trouvant dans une passe difficile, ne pas offrir de cadeau reste exceptionnel (tableau 2). Seulement 8 % des foyers ouvriers n'offrent aucun cadeau de fin d'année, 12 % des ménages où la contrainte budgétaire est serrée (les personnes

sont nombreuses par rapport aux apporteurs de ressources) et 5 % des ménages dont le chef ou son conjoint est au chômage.

Petits cadeaux et gros Noël

Les cadeaux de Noël et du jour de l'An représentent les deux tiers (62 %) des dépenses de l'année consacrées aux cadeaux, lors de fêtes calendaires. Importantes, ces dépenses de Noël sont aussi très concentrées. Beaucoup de ménages offrent de petits cadeaux, alors qu'il existe par ailleurs un nombre minime d'achats très onéreux. Ainsi la valeur globale des cadeaux offerts par les 50 % de ménages les moins dépensiers ne représente que 12 % de la valeur globale des cadeaux échangés dans l'ensemble de la population. Pour la moitié des ménages, le budget cadeaux de Noël reste inférieur à 3 500 F ; il est même inférieur à 350 F pour 10 % des ménages. Mais 10 % y consacrent plus de 7 500 F. La dépense moyenne s'élève à 4 038 F.

Les cadeaux de Noël représentent 2,5 % du revenu annuel moyen : 2 % chez les cadres

① Les cadeaux reçus à l'occasion de fêtes

	Provenance	
	Foyer	Extérieur
Fêtes de fin d'année	83	95
Anniversaire de la naissance		
Maîtresse de maison	70	62
Son conjoint	75	60
Ses enfants	91	74
Anniversaire de mise en couple	39	14
Fête du saint patron		
Maîtresse de maison	17	9
Son conjoint	17	8
Ses enfants	22	12
Fête des mères	69	75
Fête des pères	61	63
St Valentin	26	3

Lecture : 70 % des maîtresses de maison reçoivent des cadeaux en provenance de membres de leur foyer à l'occasion de leur anniversaire ; 62 % en reçoivent de parents, enfants ou amis extérieurs au foyer. Pour les différentes fêtes, les calculs portent sur les seules personnes concernées. Champ : Ménages des cinq régions Haute-Normandie, Ile-de-France, Poitou-Charentes, Aquitaine et Provence - Alpes - Côte d'Azur.
 Source : Enquête 1995 sur les cadeaux de fin d'année, Insee

INSEE PREMIERE

mais plus de 3 % chez les ouvriers et les employés (tableau 3). L'effort consenti est donc sensiblement plus élevé dans les milieux modestes, même si les achats de Noël d'un ménage ouvrier ne représentent que les deux tiers de la dépense d'un foyer de cadre ou de profession libérale.

Adultes et enfants confondus, 38 % des personnes reçoivent un "gros Noël", dont la valeur dépasse 1 500 F. Ceux-ci appartiennent bien sûr à des ménages aisés : cadres et professions libérales, ménages où aucun des conjoints n'est au chômage. Mais l'aisance financière n'est pas le seul facteur. La valeur des cadeaux reçus dépend aussi des flux d'échanges occasionnés par les fêtes de fin d'année.

L'insertion du foyer dans les relations de parenté

Les fêtes de fin d'année sont l'occasion pour le ménage de manifester son ouverture et de raffermir les liens qui l'unissent à d'autres foyers. Les deux tiers des cadeaux sont offerts à des personnes appartenant à un autre foyer que le sien et, en moyenne, ces cadeaux offerts à l'extérieur du ménage représentent 62 % de la valeur totale du budget cadeaux.

Un tiers des ménages ont offert au moins un cadeau à des amis à cette période de l'année ; mais ces dons ne représentent pas même 10 % du budget cadeaux. Les dépenses coûteuses vers l'extérieur sont en priorité orientées vers la parenté (tableau 4). Dans les 2 470 F dépensés en moyenne par ménage pour des personnes n'appartenant pas à leur foyer, 58 % vont aux foyers des enfants, la part des petits enfants (31 %) l'emportant sur celle de leurs parents ou des enfants célibataires indépendants (27 %).

Les liens avec la famille de la mère sont-ils plus intenses que ceux avec la famille du père ? Pour les couples ayant des deux côtés des ascendants vivants, 81 % ont reçu au moins un cadeau en provenance des parents, des oncles et sœurs, des grands parents ou des cousins de la maîtresse de maison et 67 % seulement de la parenté de son conjoint. En montant dépensé, la famille du côté de l'épouse dépense pour les cadeaux de fin d'année 30 % de plus que celle du côté de l'époux. Une précédente enquête avait établi

que l'échange des cadeaux entre le foyer de la fille et celui de ses parents n'était pas plus intense qu'entre celui du fils et celui de ses parents [1]. Dix ans plus tard, la conclusion inverse semble s'imposer : les relations inter-générationnelles, telles qu'elles sont révélées par l'échange des cadeaux, sont davantage marquées par une organisation matriarcale de la parenté. La diminution du mariage et la montée du divorce contribuent à centrer le réseau de parenté autour de la relation mère-fille.

L'insertion du foyer dans le réseau de parenté explique en grande partie le montant des cadeaux reçus. Deux configurations sont favorables au "gros Noël". D'abord l'existence d'ascendants de deux générations. A niveau de vie et milieu social égal, le "gros Noël" est particulièrement fréquent quand le foyer est entouré par ceux des parents mais aussi ceux des grands parents. Une autre configuration familiale stimule particulièrement

2 Aucune dépense pour les cadeaux lors des fêtes de fin d'année

En % des ménages de la catégorie

Ensemble	4,7
Milieu social du ménage ¹	
Agriculteur	8,8
Artisan, commerçant, entrepreneur	1,0
Cadre, profession libérale	0
Profession intermédiaire	0,4
Employé	6,1
Ouvrier	7,8
Étudiant et autre sans profession	17,4
Chômage du chef de ménage ou de son conjoint	5,2
Contrainte budgétaire serrée ²	11,7
Age du chef de ménage	
40 ans et moins	0,8
41 à 64 ans	4,9
65 ans et plus	9,1

1. Les retraités sont classés dans la catégorie sociale de leur dernière profession.

2. Les 20 % de ménages pour lesquels le rapport "Nombre d'apporteurs de ressources / Nombre de personnes" est le plus faible.

Champ : Ménages de Haute-Normandie, Ile-de-France, Poitou-Charentes, Aquitaine et Provence - Alpes - Côte d'Azur.

Source : Enquête 1995 sur les cadeaux de fin d'année, Insee

3 L'effort financier du ménage pour ses cadeaux de fin d'année

Milieu social du ménage*	Revenu annuel 1994 (en Francs)	Budget cadeau (en Francs)	Taux d'effort (en %)
Agriculteur	94 500	2 804	3,0
Artisan, commerçant, entrepreneur	171 700	4 869	2,8
Cadre, profession libérale	289 700	5 661	2,0
Profession intermédiaire	178 700	3 870	2,2
Employé	114 500	3 887	3,4
Ouvrier	122 700	3 592	2,9
Ensemble	158 600	4 038	2,5

* Les retraités sont classés dans la catégorie sociale de leur dernière profession.

Champ : Ménages de Haute-Normandie, Ile-de-France, Poitou-Charentes, Aquitaine et Provence - Alpes - Côte d'Azur.

Sources : Division revenus, Enquête 1995 sur les cadeaux de fin d'année, Insee

4 Les cadeaux offerts hors du foyer

	Destinataires d'au moins un cadeau (en %)	Valeur moyenne des cadeaux (en Francs)	Part dans la valeur totale des cadeaux externes (en %)
Enfants et petits enfants	37	1 429	58
Parents, grands parents, frères, sœurs, oncles, tantes de la maîtresse de maison ...	53	561	23
dont : couples ayant des ascendants vivants dans les deux parentés	78	735	
Parents, grands parents, frères, sœurs, oncles, tantes de son conjoint ...	34	277	11
dont : couples ayant des ascendants vivants dans les deux parentés	65	570	
Amis, collègues, autres	33	203	8
Ensemble	90	2 470	100

Lecture : 37 % des ménages offrent au moins un cadeau à leurs enfants et petits enfants vivant hors de leur foyer. Ces dépenses s'élèvent à 1 429 F en moyenne par ménage ayant offert au moins un cadeau. Dans le budget moyen des cadeaux offerts à l'extérieur, la part destinée aux enfants et aux petits enfants s'élève à 58 %.

Champ : Ménages de Haute-Normandie, Ile-de-France, Poitou-Charentes, Aquitaine et Provence - Alpes - Côte d'Azur.

Source : Enquête 1995 sur les cadeaux de fin d'année, Insee

l'échange de cadeaux à cette période de l'année : le foyer est relativement avancé dans son cycle de vie – puisque des enfants s'en sont déjà émancipés – mais il a encore des parents (ou même des grand parents) vivant de façon indépendante.

Fête de l'enfance ?

Le flux des cadeaux part des plus âgés et se dirige vers les plus jeunes : des parents vers les enfants, des grands parents vers les parents et les petits enfants. Dans le bilan des échanges entre les ménages, les jeunes foyers sont gagnants puisque le montant des cadeaux reçus dépasse en moyenne de 1 160 F celui des cadeaux offerts. Le solde est légèrement négatif pour les ménages dont l'âge se situe entre 41 et 64 ans. Il est plus fortement négatif, de près de 3 000 F, pour les ménages plus âgés. La réciprocité ne réglemeute donc pas à court terme l'échange des cadeaux de Noël. La circulation des cadeaux s'inscrit plutôt dans le cycle de vie, où l'on reçoit pendant sa jeunesse et où l'on restitue plus tard mais aux générations plus jeunes. D'autres formes d'aide, par exemple la prise en charge du loyer ou des soins médicaux, l'achat de l'automobile, vont également dans le même sens. La valeur excédentaire annuelle de l'ensemble des aides et des cadeaux est le double de celle observée pour les seuls cadeaux de Noël.

Occasions d'aider de façon discrète les jeunes ménages, les fêtes de fin d'année ne sont plus exclusivement celles des enfants, mais plutôt celles de toute la famille. Certes l'attribution

d'un "gros Noël" dépend de l'âge du destinataire. A niveau de vie, taille du foyer et insertion dans le réseau de parenté égales, le montant des cadeaux reçus à Noël favorise plutôt les enfants. Les plus de 60 ans apparaissent nettement pénalisés. Cependant, tous les enfants ne sont pas favorisés au même degré : les plus de 7 ans reçoivent relativement plus de cadeaux coûteux que les plus jeunes, ces derniers n'étant pas plus gâtés que les adultes de moins de 60 ans.

Destiné presque exclusivement aux enfants, le jouet déposé sous l'arbre de Noël n'est pas en tête du palmarès des cadeaux de Noël. Quand on classe les cadeaux par montant de la dépense, ce sont les vêtements qui viennent en tête, suivis par l'équipement de loisir et l'argent liquide (*tableau 5*). Les jouets arrivent en quatrième position. Classés selon le critère du nombre des cadeaux, les jouets progressent mais n'arrivent qu'en seconde position (*tableau 6*). Ce palmarès des cadeaux ne traduit pas une évolution récente du sens des fêtes de fin d'année. Il y a dix ans, le palmarès était analogue [1]. Les jouets occupaient déjà la seconde position, avec un pourcentage légèrement inférieur à celui de 1994-1995.

La stabilité du palmarès des cadeaux et le stéréotype des rôles familiaux

Le "gros Noël" n'est pas réservé non plus aux seuls grands enfants. Certains adultes en sont de fréquents bénéficiaires : les femmes plus que les hommes (*graphique 1*). Parmi les fem-

mes, les mères en reçoivent plus que les petites filles. C'est peut-être la survivance d'une pratique remontant à la période où la femme, sans activité professionnelle extérieure et donc sans revenu propre, se voyait remerciée par les autres membres du foyer, et surtout son époux, des services "gratuits" qu'elle rend en accomplissant ses tâches de maîtresse de maison, tout au long de l'année, et d'ailleurs plus que jamais au moment des fêtes de fin d'année qui représentent pour elle un surcroît de travail : la maîtresse de maison est l'organisatrice des réjouissances familiales et celle qui a pour tâche d'acheter les cadeaux de chacun. Mais ces remerciements ne sont peut-être pas tout à fait désintéressés. Les femmes sont en priorité les destinataires des bijoux, des vêtements mais aussi des meubles, des nappes, de la verrerie, de la vaisselle et des autres articles pour décorer la table et de l'équipement pour la cuisine. Beaucoup de ces articles "pour la maison" qui ont des prix unitaires plus élevés que les autres articles offerts en cadeau ne sont attribués que pour la forme à la maîtresse de maison. Cette dernière, en effet, n'en aura pas un usage privatif. Si elle apparaît comme particulièrement gâtée, c'est qu'à cette occasion son entourage lui donne des équipements dont l'acquisition améliore le confort du foyer et qui profitent à tous les membres du ménage. Ses goûts personnels ne sont pas toujours pris en compte. Alors que les enquêtes sur la lecture montrent qu'à tout âge et que dans tous les milieux sociaux les hommes lisent moins que les femmes [2 ; 3], ces dernières

5 Palmarès 1994-1995 des cadeaux de fin d'année selon les dépenses

En millions de Francs

Articles	Montants
Vêtements, parure et maroquinerie	708
Equipement de loisir	461
Argent	433
Jouets et jeux	308
Décor du foyer, mobilier	238
Livres, disques, cassettes	156
Equipement de la cuisine, de la table	102
Chocolat, alcool, tabac	98
Parfums et produits de toilette	89
Vacances, excursions	51
Papeterie, gadgets	24

Champ : Ménages de Haute-Normandie, Ile-de-France, Poitou-Charentes, Aquitaine et Provence - Alpes - Côte d'Azur.

Source : Enquête 1995 sur les cadeaux de fin d'année, Insee

6 Palmarès des cadeaux de fin d'année selon le type d'article le plus souvent offert

Articles offerts	1983-1984		1994-1995	
	Rang	Fréquence (en %)	Rang	Fréquence (en %)
Vêtements, parure et maroquinerie	1 ^{er}	23	1 ^{er}	21
Jouets et jeux	2 ^e	15	2 ^e	17
Argent	3 ^e	13	3 ^e	12
Chocolat, alcool, tabac	5 ^e	9,5	3 ^e ex aequo	12
Décor du foyer, mobilier	4 ^e	11	5 ^e	11
Livres, disques, cassettes	6 ^e	8	5 ^e ex aequo	11
Parfums et produits de toilette	9 ^e	4,5	7 ^e	5
Équipement de loisir	10 ^e	4	7 ^e ex aequo	5
Équipement de la cuisine, de la table	7 ^e	6,5	9 ^e	4
Papeterie, gadgets	8 ^e	5,5	10 ^e	2
Vacances, excursions	11 ^e	0	11 ^e	0,3

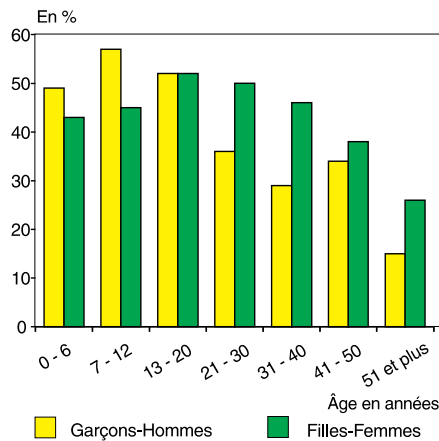
Champ : Ménages de Haute-Normandie, Ile-de-France, Poitou-Charentes, Aquitaine et Provence - Alpes - Côte d'Azur.

Source : Enquêtes 1984 et 1995 sur les cadeaux de fin d'année, Insee

reçoivent cependant moins de livres que les hommes. Elles sont aussi moins fréquemment destinataires de disques et de cassettes. Fête du groupe familial et non de chacun des individus qui le composent, Noël à ce titre gâte bien la maîtresse de maison en tant que symbole de l'attachement que chacun a pour le groupe familial mais rappelle la femme à ses obligations traditionnelles et ne l'encourage pas aux activités improductives et à l'oisiveté, même studieuse, des travailleurs. Aujourd'hui comme par le passé, le rite renforce l'emprise des rôles traditionnels, pour les mères de famille mais aussi pour leurs filles. Aux deux enquêtes "cadeau" distantes de dix ans, le choix des articles donnés à l'occasion des fêtes de fin d'année est orienté en priorité par le sexe et l'âge du destinataire. Les petites filles se préparent à leur rôle de mère de famille en jouant à la poupée. Les cadeaux donnés aux garçons sont plus diversifiés. Les petits soldats et les jeux évoquant la guerre ne subsistent que sous forme de jeux vidéo. Néanmoins les jeunes garçons restent les destinataires privilégiés pour les véhicules à moteur sous toutes les formes possibles, maritimes, aériennes et terrestres. Au fur et à mesure où ils grandissent, les enfants reçoivent de moins en moins de jouets et de plus en plus souvent de l'argent. Si la femme est fêtée comme maîtresse du foyer, les compétences spécifiques reconnues à l'époux en tant que consommateur sont celles du choix du vin, des boissons alcoolisées et des équipements de bricolage.

La définition traditionnelle des rôles rend peu différent le palmarès des cadeaux d'un milieu social à l'autre. Le seul trait distinctif remarquable est la rareté des cadeaux culturels – livres, disques ou cassettes – offerts dans les foyers ouvriers. La coutume mais aussi la prudence dans le choix des

① Bénéficiaires d'un "gros Noël"



* Gros Noël : cadeaux de fin d'année de plus de 1 500 F.
 Champ : Ménages de Haute-Normandie, Ile-de-France, Poitou-Charentes, Aquitaine et Provence-Alpes-Côte d'Azur.
 Source : Enquête 1995 sur les cadeaux de fin d'année, Insee

produits qui doivent plaire contribuent au conservatisme dans les échanges rituels. A plus de dix ans d'intervalle, la comparaison entre les biens échangés selon qu'il s'agit d'un flux externe ou interne aboutit à des résultats identiques. L'argent liquide et, à un moindre degré les chocolats et alcools, l'emportent dans les dons entre les ménages. Le premier ne demande aucune connaissance sur les préférences du destinataire ; les seconds finissent toujours par trouver preneur en famille même s'ils ne correspondent pas au goût du destinataire. Les vêtements et les parfums sont plutôt des cadeaux que l'on réserve à l'échange entre membres d'un même foyer car, les relations à l'intérieur du ménage étant plus intimes, le donneur parvient sans trop de difficultés à deviner les goûts du destinataire. Offrir un objet, en effet, est une pratique risquée. Le cadeau ne doit pas faire double emploi ni être considéré comme une faute de goût. S'il n'est pas conforme au goût du destinataire, l'article sera remis au fond d'un placard. Pour chaque situation, le cadeau type est celui qui minimise le risque de se trom-

per. Si les stéréotypes perdurent à ce point, c'est bien parce qu'ils correspondent à une certaine rationalité.

Pour comprendre ces résultats

L'enquête "cadeau" a été réalisée par l'Insee, sur un petit échantillon, en janvier et février 1995. 676 ménages ont été interrogés dans cinq régions : Haute-Normandie, Ile-de-France, Poitou-Charentes, Aquitaine et Provence - Alpes - Côte d'Azur. La maîtresse de maison répondait au questionnaire. Celui-ci, outre le tableau de composition du ménage, comportait autant de parties que de membres du ménage. Pour 1 986 personnes, ont été recensés tous les cadeaux reçus et offerts entre le 15 décembre 1994 et le 15 janvier 1995. L'enquête ne comptabilise pas la valeur des cadeaux de mariage ou ceux que l'on apporte lors d'une invitation à dîner. L'exploitation de cette enquête porte donc sur plus de 15 000 articles, cadeaux dont le destinataire est un individu mais aussi "cadeaux collectifs", destinés à plusieurs personnes. Une seule restriction cependant a été apportée aux déclarations des personnes interrogées : l'achat fait pour soi-même n'a pas été compté au nombre des cadeaux, même s'il était présenté comme tel.

Pour en savoir plus

Les chiffres du texte entre crochets renvoient à la bibliographie suivante.

- [1] Herpin N. et Verger D., "Flux et superflu : l'échange des cadeaux en fin d'année", *Economie et Statistique*, n°173, 1985.
- [2] Dumontier F., Singly F. et Thélot C., "La lecture moins attractive qu'il y a vingt ans", *Economie et Statistique*, n°233, 1990.
- [3] Chambaz C., "Les loisirs des lycéens", à paraître en 1996 dans *Economie et Statistique*.
- [4] Merlière S., Vergeau E., "Le Père Noël n'offre pas que des jouets", *Décimal* n°161, Insee Poitou-Charentes.

A RETOURNER A : INSEE-CNGP, B.P. 2718, 80027 AMIENS CEDEX 01

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIERE - Tarif 1996

1 an, 60 numéros = 485 F. (France) 606 F. (Etranger) 770 F. (Etranger par avion)

Nom ou raison sociale : _____ Activité : _____

Adresse : _____

Tél : _____

Ci-joint mon règlement en Francs par chèque à l'ordre de l'INSEE : _____ F.

Date : _____ Signature _____

Direction Générale :
 18, Bd Adolphe-Pinard
 75675 Paris cedex 14
 Directeur de la publication :
 Paul Champsaur
 Rédacteur en chef :
 Baudouin Seys
 Rédacteurs : F. Magnien,
 V. Guihard, C. Dulon
 Maquette : P. Landais
 ISSN 0997 - 3192
 © INSEE 1996