



association professionnelle  
des émetteurs de **chèques**  
et **cartes cadeaux**

Communiqué de presse  
Paris, le 23 novembre 2022

## Face à l'inflation, les salariés plébiscitent les titres cadeaux pour soutenir leur pouvoir d'achat à l'approche de Noël

C'est ce qu'il ressort de l'enquête<sup>[1]</sup> Harris Interactive sur les attentes de salariés français pour les fêtes de fin d'année et la contribution socio-économique des titres cadeaux effectuée pour le compte des émetteurs professionnels de chèques et cartes cadeaux multi-enseignes, réunis au sein de l'A3C.

Plus que jamais en cette période d'inflation et de difficultés économiques, où la tension sur les prix des produits alimentaires et de l'énergie est très forte et s'intensifie sur l'ensemble des biens de consommation, les titres cadeaux sont perçus comme des instruments permettant de soutenir les achats de fin d'année, et de pouvoir donner au mot « trêve » de Noël tout son sens.

### Les titres cadeaux d'œuvres sociales et culturelles : le cadeau préféré des salariés français

Comme le montre l'étude, 65% des salariés du privé et du public ont reçu un cadeau de leur employeur ou comité social et économique (CSE) dans le cadre des activités sociales et culturelles. Plus d'une fois sur deux, il s'agissait de titres cadeaux. C'est d'ailleurs la prestation d'œuvre sociale préférée des salariés devant le chèque-vacances ou encore le panier gourmand.

Près de 8 millions de salariés et d'agents publics bénéficient chaque année de titres cadeaux, versés par plus de 155.000 entreprises, CSE et collectivités.

**76% des titres cadeaux sont attribués pour Noël**, puis pour diverses occasions (rentrée scolaire, départ à la retraite) ou des événements familiaux (naissance/adoption, mariage/PACS...).

### Des univers de consommation variés pour les salariés

Trois univers sont privilégiés par les bénéficiaires pour dépenser leurs titres cadeaux : l'habillement, les jouets/jeux et l'équipement de la maison.

Quant aux titres cadeaux spécifiquement dédiés à l'achat de produits et services culturels, ils sont utilisés à 41% pour des livres papier et à 39% pour des sorties culturelles.

La part de titres cadeaux versés sous format numérique (cartes cadeaux ou crédits cadeaux dématérialisés), qui peuvent être utilisés en magasins de proximité et sur internet, a augmenté de 40% depuis 2018.

### L'inflation menace également les fêtes de fin d'année

En 2020 et 2021, le plafond autorisé de dotation de titres cadeaux a été rehaussé dans le cadre de la crise sanitaire. Cette mesure a eu les effets escomptés puisque près d'**un salarié sur trois a reçu un montant de titres cadeaux supérieur en 2021**, grâce auquel ils ont pu maintenir ou augmenter leur budget cadeaux, entraînant un surplus de consommation dans les commerces locaux.

---

<sup>1</sup> Perception et utilisation des titres cadeaux et culturels. Enquête réalisée en octobre 2022 par Harris Interactive auprès d'un échantillon de 1698 répondants représentatif des salariés Français.



Cette année, les frais de rentrée scolaire ont pesé lourdement sur le budget des familles. L'inflation et la crise énergétique n'épargneront pas la période des fêtes de fin d'année et suscitent une forte inquiétude des salariés, des entreprises et des CSE. **Plus de 8 salariés sur 10 envisagent ainsi de diminuer leurs dépenses pour Noël.**

### **Pour une hausse du plafond de dotation des titres cadeaux**

Aujourd'hui de 171€ par salarié contre 250€ en 2021, cette hausse apparaît comme une solution pour soutenir le pouvoir d'achat dédié aux fêtes de fin d'année et la consommation dans les commerces locaux, qui concentrent une part importante de leur chiffre d'affaires sur cette période.

**84% des salariés souhaitent donc que leur employeur ou CSE leur alloue un montant supérieur de titres cadeaux** pour les aider dans leurs achats de fin d'année. Et 95% des personnes interrogées souhaitent que l'augmentation du montant des titres cadeaux soit pérennisée.

### **Un soutien massif, immédiat et direct à l'économie locale**

Les titres cadeaux sont un levier efficace de consommation au profit des commerçants grâce à la conjonction des effets déclencheur et multiplicateur de la dépense : 47% des bénéficiaires déclarent qu'ils n'auraient pas concrétisé leur acte d'achat en l'absence d'octroi de titres cadeaux, et 61% qu'ils ont dépensé plus que la valeur de leur titre. **Pour 1 euro de titres cadeaux attribués, ce sont 1,60 euros qui sont injectés dans l'économie locale.** En moyenne, le panier de dépenses est de 206 euros pour 130 euros de titres cadeaux reçus.

83% des bénéficiaires dépensent leurs titres cadeaux dans les commerces de proximité. Quant aux achats sur internet, ce sont les enseignes disposant de magasins en France qui sont largement privilégiées.

L'effet sur l'activité est immédiat, puisqu'ils sont utilisés en moyenne en moins de 2 mois et au maximum dans l'année.

**Ainsi, les titres cadeaux d'œuvres sociales attribués aux salariés ont permis, en 2021, d'injecter plus de 2 milliards d'euros dans l'économie française.**

*« Dans un contexte d'inflation historique et de forte inquiétude des Français concernant leur budget de fin d'année, cette étude démontre que les titres cadeaux d'œuvres sociales participent plus que jamais de l'amélioration du quotidien des salariés. Fruit du dialogue social au sein des entreprises, les titres cadeaux soutiennent de façon immédiate et efficace le pouvoir d'achat des familles au bénéfice des commerces de proximité. C'est pourquoi l'A3C appelle à une hausse du plafond de dotation des titres cadeaux »* précise Marina FERREIRA, Présidente de l'A3C.

*Créée en 2005, l'A3C (Association des émetteurs de chèques et de cartes cadeaux) est une association régie par la loi du 1er juillet 1901 qui regroupe les principaux acteurs de l'émission de titres cadeaux multi-enseignes. Elle vise à promouvoir les bonnes pratiques de ses membres et labelliser les entreprises adhérentes afin d'apporter des garanties indispensables aux enseignes, aux entreprises, comités sociaux et économiques ou particuliers clients ainsi qu'aux bénéficiaires. En 2022, les sociétés émettrices adhérentes à l'A3C sont les suivantes : BIMPLI ; EDENRED FRANCE ; GLADY ; GROUPE BEST ; GROUPE UP ; SYNEDIS-ILLICADO.*

### **Contact presse :**

Marina FERREIRA, Présidente de l'A3C - [marina.ferreira@up.coop](mailto:marina.ferreira@up.coop) - 01 41 85 40 02