

LA PLUS GRANDE ÉTUDE SUR LE SECTEUR NUPTIAL



LE LIVRE BLANC DU MARIAGE

Un livre de Mariages.net

réalisé en collaboration avec le
professeur Carles Torrecilla,

esade et Google





© **WEDDING PLANNER S. L. U.**

DEUXIÈME ÉDITION : Mai 2023

Imprimé en Espagne

AUTEUR : Carles Torrecilla

ÉDITEURS : Rubén Comesaña, Chantal Castelló

DESIGN ÉDITORIAL ET IMPRESSION : Factoría Prisma

COLLABORATRICES : Yolanda García, Elisia Amorim, Danaé Marghélis

Avec la collaboration de Esade Business School et
Google Marketing Solutions

REMERCIEMENTS : Guillermo Albizuri, Clément Bourgois

Tous droits réservés. La reproduction de tout ou partie de cette œuvre à des fins commerciales par quelque moyen ou procédé que ce soit, y compris la reprographie et le traitement informatique, ainsi que la distribution d'exemplaires par location ou prêt public, est strictement interdite sans l'autorisation écrite de The Knot Worldwide, sous peine des sanctions prévues par la loi.

En cas d'utilisation des données contenues dans cet ouvrage, la source doit être mentionnée comme suit : « Livre Blanc du Mariage, publié par Mariages.net en collaboration avec Carles Torrecilla, professeur à l'Esade, et Google ».

Sommaire

Préface	7
Introduction	8
Méthodologie	11

Chapitre 1

TENDANCES DU MARCHÉ	14
Tendances	16
Croissance	18
Outils de recherche	20

Chapitre 2

PROFIL GÉNÉRAL	22
Âge	24
Où les couples se sont-ils rencontrés ?	25
Enfants	26
Pourquoi attendre ?	28

Chapitre 3

AVANT LE MARIAGE	30
Les fiançailles	32
Motivations	36
L'envie de se marier	38
Préparatifs	39
Contrats de mariage	40
Recherche d'informations	41
Recherche des prestataires	42
Décisions	44
Stress pré-mariage	46
Wedding planner	47
Horaire	48
Dates	49

Lieu de réception	50
Découverte du lieu	52
Le choix du lieu	54
Éléments clés de la sélection du lieu	55
Motifs de non sélection	56
Fonctionnement du lieu de réception	57
Les invités	58
Qui sont les invités ?	60
Loger les invités	61
Invités par région	62
Coût par invité	63
Choix du menu	64
Le repas	65
Faire-part	66
Style des faire-part	67
Papeterie	68
Cadeaux	69
Enterrement de vie de célibataire	70

Chapitre 4

DURANT LE MARIAGE	72
Cérémonie	74
Le costume du marié	76
La robe de mariée	78
Le style de la robe de mariée	80
Bijoux	82
Beauté de la mariée	83
Photo	84
Vidéo	86
Musique	88
Animation	91
Fleuriste	92
Cadeaux aux invités	93
Transport	94
Y avait-il une préoccupation pour un mariage éco-friendly ?	96
Traditions	98
Doutes	100

Chapitre 5

APRÈS LE MARIAGE	102
La lune de miel	104
Diffusion sur les réseaux sociaux	107
Le coût du mariage	108
Quel genre de mariage pour quelle valeur ajoutée ?	113
Dépenses imprévues	114
L'avis des couples sur leurs prestataires	116
Domicile conjugal	117

Chapitre 6

LES ENTREPRISES RÉPONDENT	118
Chiffre d'affaires	120
Qualité	121
Changement de profil du client	122
La satisfaction du client	123
Positionnement	124
Comment est perçu le client	126
Critères de sélection	128
Concurrence	130
Publicité	132
Internet et opinions	134
Exclusivité	135
Spécialisation dans les mariages	136
Les sources de conflits	137

CONCLUSIONS	138
--------------------------	------------

UN NOUVEAU REGARD SUR LE SECTEUR

Chez Mariages.net, notre mission a toujours été d'aider les couples du monde entier à organiser un des jours les plus importants de leur vie en collaboration avec les **plus de 50 000 entreprises** qui nous font confiance. Notre monde change constamment, les mariages et le comportement des couples évoluent. Pour assurer la robustesse de notre secteur, nous travaillons au quotidien avec les professionnels du monde du mariage.

Suite au succès du premier livre, nous voulions absolument mettre à jour les informations pour présenter les nouvelles tendances et identifier les opportunités découlant des changements de comportement des couples lorsqu'ils organisent leur mariage. Ce livre se veut un allié des professionnels du secteur qui cherchent à **grandir et à apporter davantage de valeur** aux couples lors du plus beau jour de leur vie.



VIRGINIA CÁNOVAS

**Responsable Marketing
Europe & Amérique Latine
The Knot Worldwide**

DES OPPORTUNITÉS CLAIRES

La mission de Google consiste à organiser l'information à échelle mondiale pour la rendre utile et accessible à tous. C'est un plaisir de poursuivre notre collaboration avec Mariages.net pour construire une rétrospective du secteur nuptial sur ces dernières années et pouvoir détecter de nouvelles tendances et opportunités.

Cette étude nous a permis d'établir trois grands constats. En premier lieu, malgré la pandémie, le secteur nuptial est resté solide et continue sa croissance. En témoignent les recherches réalisées sur le mariage pendant cette période. En deuxième lieu, il existe une saisonnalité très marquée dans les recherches avec des pics à certains moments de l'année. En dernier lieu, le téléphone portable a largement devancé l'ordinateur, il est devenu le principal dispositif de recherche.

L'intérêt et le nombre de recherches autour du mariage ont augmenté de façon stable sur les dernières années, ce qui démontre le grand potentiel du secteur. Les professionnels du mariage peuvent s'appuyer sur ces données et travailler leur visibilité et présence sur internet pour se rapprocher des couples qui veulent se marier.

GUILLERMO ALBIZURI

**Managing Director chez Travel,
Finance, Education & Digital
Natives
Google Marketing Solutions**



UN RÊVE DEVENU RÉALITÉ



Il y a quelques années, nous avons formé un groupe de travail composé de professionnels et d'universitaires pour réfléchir sur la façon dont nous pouvions contribuer à l'amélioration d'un secteur très morcelé, mais dont le poids économique et l'importance du service offert aux clients étaient capitaux. Il nous est très vite apparu que si «l'information, c'est le pouvoir», nous devons alors apporter quelque chose de complet, une vision à 360°, tant pour les prestataires que pour les clients, pour leur permettre de prendre des décisions informées au lieu de se laisser guider par des intuitions ou des lieux communs. En résumé, il s'agissait de professionnaliser davantage le secteur pour mieux satisfaire les clients dans tout ce qui concerne un des jours les plus importants de leur vie.

Le défi n'était pas des moindres. La prémisse de départ était de réunir tous les talents pour que la magie opère et, de fait, nous avons réussi à créer un écosystème d'experts, chacun dans son domaine, afin que savoirs et compétences puissent s'unir pour une bonne cause. À trois, Mariages.net, Esade Business School et Google, nous nous sommes mis au travail avec enthousiasme pour donner naissance au *Livre Blanc du Mariage*.

L'étude a non seulement permis de démonter des clichés mais aussi de souligner des changements invisibles et pourtant transformateurs du secteur et des attentes des clients. Ce livre est devenu le premier d'une série que nous mettons à jour régulièrement dans le but d'accompagner le secteur dans son évolution.

Je savais déjà que la collaboration entreprise-université était toujours fructueuse, mais dans ce cas précis je reconnais qu'il a été particulièrement satisfaisant de constater la transformation que vit le secteur nuptial. De plus, j'ai pu voir comment les conseils donnés, toujours fondés sur des données et des chiffres réels, ont aidé les entreprises, créant ainsi un secteur bien portant, en croissance et avec des clients plus satisfaits.

CARLES TORRECILLA

Professeur à Esade Business School

L'INFORMATION, C'EST LE POUVOIR

La formation des professionnels du secteur nuptial a toujours été notre priorité. Pour nous, l'information est synonyme de pouvoir dans le sens où une analyse détaillée du marché et des clients sera toujours le point de départ de toute stratégie. Dans le monde du mariage, connaître le comportement des couples et être au fait de leurs préférences, de leurs motivations et de ce qui motive leurs prises de décisions est crucial pour obtenir de bons résultats d'année en année.

Face à un environnement changeant, il est plus que nécessaire de connaître les dernières tendances en vente et en marketing. Chez The Knot Worldwide, groupe dont Mariages.net fait partie, nous sommes convaincus que cela passe par une formation continue. C'est pour cette raison que nous avons beaucoup investi dans notre Campus afin de vous proposer du contenu de qualité et toujours actuel. Ce livre est la plus grande étude publiée sur le secteur nuptial, né de notre collaboration avec la Esade Business School et Google : vous y trouverez les tendances du moment ainsi que les opportunités d'aujourd'hui et de demain pour les entreprises du secteur.

Vous, professionnels du mariage, avez la chance de travailler dans un secteur très particulier où règnent la joie et le bonheur des couples qui comptent sur vous pour organiser un des plus beaux jours de leur vie. Chez Mariages.net nous nous engageons à travailler à vos côtés tous les jours en vous apportant les outils et les connaissances nécessaires pour que notre secteur poursuive sa croissance et continue d'apporter de l'émotion et de la gaieté aux couples du monde entier.

Continuons notre chemin, ensemble.

JOSÉ MELO

**VP, Sales EMEA
The Knot Worldwide**



MÉTHODOLOGIE

Vous avez entre vos mains une étude rigoureuse que nous perfectionnons chaque année, fruit d'une méthodologie à laquelle seules les grandes entreprises avaient accès jusqu'à présent. Un effort tout particulier a été fait en faveur d'une présentation visuelle amenant des données, des analyses et des conclusions finales.

Cette étude s'appuie sur les sources suivantes :

1. Sources secondaires de référence :

- INSEE (Institut National de la Statistique et des Études Économiques)
- Études et rapports de Mariages.net
- RNCS (Registre National du Commerce et des Sociétés)

2. Données extraites des serveurs de Google spécifiquement pour cette étude, à la demande du chercheur.

3. Questionnaires envoyés via une plateforme en ligne à des bases de données qualifiées (appartenant à l'univers faisant l'objet de cette étude).
Questions au format adapté en fonction de l'objectif de chaque cas (QCM, échelles numériques, questions ouvertes, etc.).
Réalisation d'un filtrage en amont pour valider les questionnaires auprès d'un échantillon de participants :

104 questions différentes
1 279 questionnaires envoyés à des entreprises du secteur
2 131 + 1 020 questionnaires envoyés à des couples contractants
4 430 questionnaires remplis et validés au total

4. Données tirées du portail Mariages.net et basées sur les informations fournies par plus de 34 400 couples.

4 430
*Questionnaires
valides complétés*

Pour faciliter la lecture et impulser les changements souhaités, les résultats et les conclusions sont structurés de façon à ce que chaque page présente l'état de la question et les sections suivantes :

à retenir

L'information la plus importante sur chaque sujet.

fait intéressant

Éléments allant au-delà de l'évidence.

notre conseil

Le croisement des données et des informations nous permettent de proposer des conseils reflétant les nombreuses conclusions de cette étude. **Chaque page contient des idées destinées à améliorer le secteur dans chacun des thèmes abordés.**

Ce livre constitue donc une étude complète tirant son contenu de plusieurs sources, structuré grâce à des méthodologies diversifiées et qui, nous l'espérons, participera à la croissance de votre entreprise ou, si vous êtes un couple et que vous prévoyez de vous marier, permettra de mettre un terme aux nombreuses idées reçues autour du mariage. En définitive, nous espérons qu'il contribuera au développement du secteur nuptial.



TENDANCES DU MARCHÉ

CHAPITRE 1

Les prédictions que nous faisons dans l'édition précédente de ce livre se sont révélées exactes : la saison 2022 des mariages a été exceptionnelle. La tendance se consolide pour 2023 puisque les agendas semblent pleins. Le défi sera donc de travailler à la croissance constante du secteur dans les années à venir. En plus de la **REPRISE** du rythme habituel des mariages, le secteur a bénéficié de toutes les célébrations reportées à cause de la pandémie. L'association de ces deux facteurs a été particulièrement avantageuse pour le secteur dont les **RÉSULTATS** ont été excellents. On remarque également une légère baisse de la concurrence car certaines entreprises ont été durement frappées par la pandémie. Cependant, elles réapparaîtront et c'est pour cette raison que ce livre est un bon outil pour les professionnels : toutes les informations qu'il apporte permettent de bien préparer l'avenir.

TENDANCES

«UN MARCHÉ EN EXPANSION MALGRÉ LA PANDÉMIE»

Le secteur nuptial vit un grand moment et les données fournies par Google en sont la preuve : le volume de recherche sur le thème du mariage est en hausse.

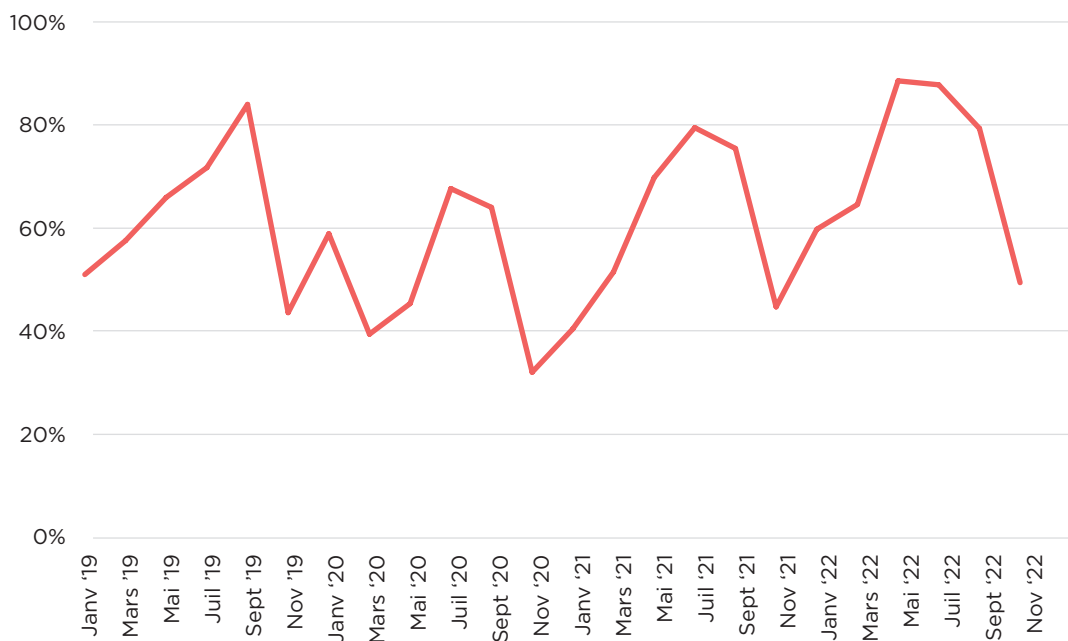
Pour saisir réellement ce qui se passe sur le marché, il est toujours très intéressant d'observer le nombre de recherches autour des mariages sur Google : les informations révèlent **une augmentation interannuelle de 15% entre 2019 et 2022. La reprise a été rapide entre 2020 et 2022**, après les effets de la pandémie de 2020 qui a vu des annulations et des reports de célébrations en raison des restrictions sanitaires. Plus concrètement, **la croissance entre juillet 2019 et juillet 2022 se situe au-dessus de 20%**, tendance à la hausse qui s'est maintenue toute l'année dernière.

L'avenir est donc plein d'espoir puisqu'en 2022 le secteur a réussi à retrouver et **dépasser le volume de recherche de 2019**.

Hormis cette tendance à la hausse, il convient de rappeler qu'il y a une **saisonnalité annuelle bien définie** : décembre est le mois qui connaît le moins de recherches en lien avec les mariages. En revanche, il existe une augmentation considérable des recherches par termes et combinaisons de mots sur le thème du mariage.

Les entreprises du secteur devraient augmenter leur investissement annuel de plus de 30% afin de pouvoir tirer profit de cette croissance.

LE VOLUME DE RECHERCHE SUR GOOGLE SUR LE THÈME DU MARIAGE POURSUIT SA TENDANCE CUMULÉE À LA HAUSSE



Source : Google

CROISSANCE

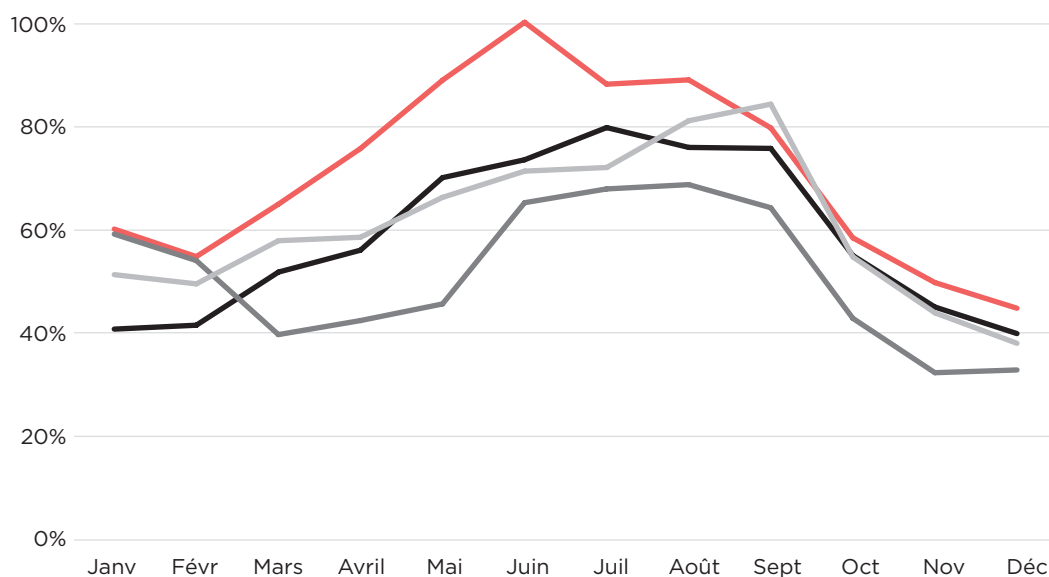
«LA SAISONNALITÉ EST TRÈS MARQUÉE»

La croissance dans la recherche d'informations continue d'être élevée, si on ne tient pas compte de l'année 2020. Que ce soit de la part des couples ou des invités, l'effet de saisonnalité des mariages se reflète au travers des recherches effectuées sur Internet.

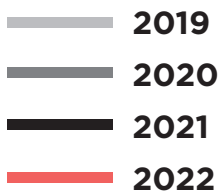
Cependant, en comparant le graphique avec celui du nombre de mariages par mois, nous constatons une certaine corrélation mais il ne s'agit pas d'un graphique très marqué.

À la différence des pays voisins, la France garde une saisonnalité très forte. Cela entraîne une concurrence accrue sur la période mai-septembre, ce qui exigera des ressources plus importantes à ce moment-là.

LES RECHERCHES SUIVENT LE SCHÉMA DE LA SAISONNALITÉ HABITUELLE



Source : Google



OUTILS DE RECHERCHE

«LE SMARTPHONE CONTINUE D'ÊTRE ROI»

La croissance observée à partir des graphiques des pages précédentes s'explique par l'augmentation des recherches sur les smartphones. On peut dès lors affirmer que celui-ci est sans aucun doute le dispositif le plus utilisé pour faire des recherches.

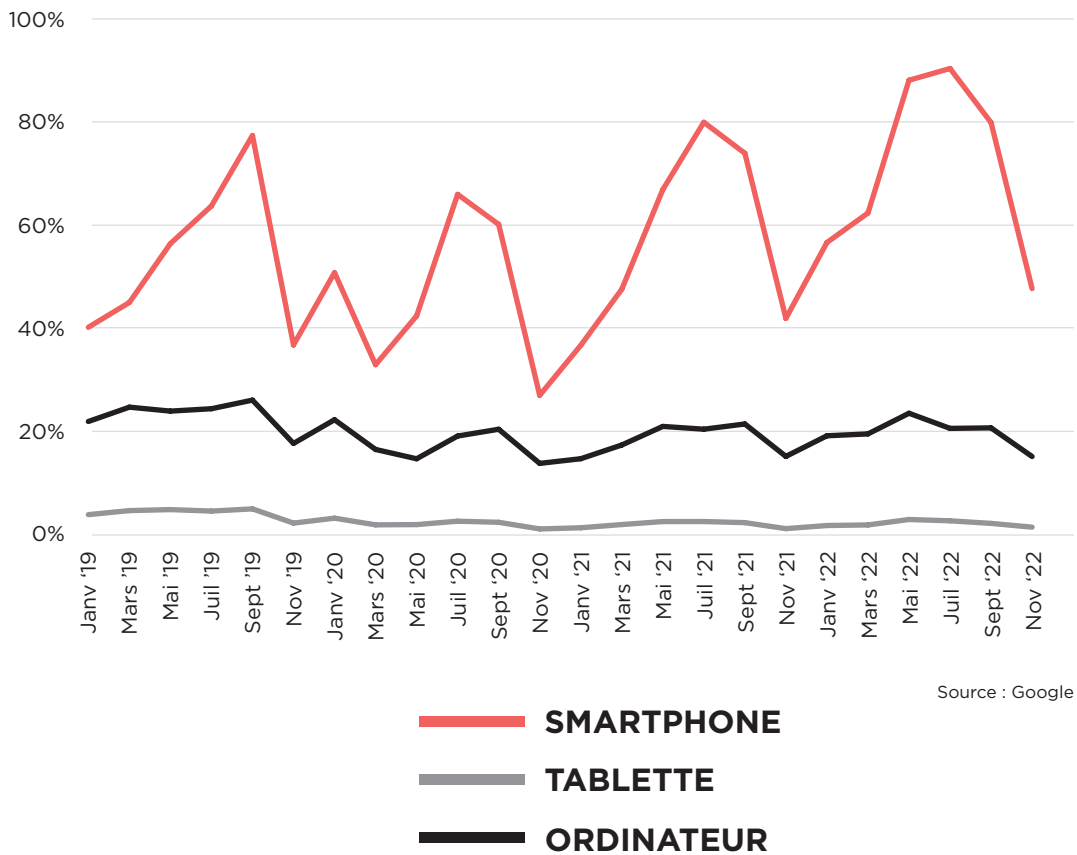
Et c'est précisément l'utilisation massive du téléphone portable qui pourrait, à terme, entraîner une saisonnalité bien plus relative puisque justement ce dispositif permet de faire des recherches partout et à tout moment.

Chaque année, le nombre de recherches augmente et coïncide avec la haute saison des mariages, à savoir entre avril et octobre. C'est pendant ces mois que l'on observe le plus de recherches.

Par ailleurs, l'ordinateur continue de perdre sa place progressivement dans le processus de recherches et les tablettes ne sont pas du tout utilisées. Dans tous les cas, il faudra suivre de près ces évolutions au cours des prochaines années.

Les conclusions ne laissent aucun doute : les entreprises du secteur nuptial doivent revoir leur stratégie pour s'assurer que tous leurs contenus sont *mobile first*, avec des messages immédiats, des visuels et un *responsive design* pour une visualisation correcte. Malgré tout, il ne faudrait pas laisser l'ordinateur de côté, bien au contraire : il faut continuer à optimiser les sites, proposer plus d'informations explicatives avec plus de détails pour faire aboutir la vente.

LE SMARTPHONE DÉTRÔNE L'ORDINATEUR





PROFIL GÉNÉRAL

CHAPITRE 2

Le **PROFIL DES COUPLES CHANGE** et leur comportement aussi. Ils mettent plus de temps à se décider mais, une fois fixés, le mariage arrive rapidement. Il faut éviter de se baser sur des estimations et plutôt anticiper ces changements.

La **MOYENNE D'ÂGE** continue d'**AUGMENTER** et entraîne des changements intéressants qui peuvent faire la différence entre un mariage mémorable et un mariage plein d'embûches. Les prestataires devront être plus rapides et devront également répondre à des **DEMANDES DIFFÉRENTES**. Un service de qualité repose sur une professionnalisation accrue et une adaptation aux changements. Dans un environnement très changeant, l'étude de marché doit devenir une habitude incontournable pour toutes les entreprises.

ÂGE

À QUEL ÂGE LES COUPLES SE MARIENT-ILS ?

à retenir

Avec 3,5 mariages pour 1000 habitants, les couples se marient en moyenne à 36,6 ans et l'âge le plus courant est de 30 ans pour les deux partenaires.

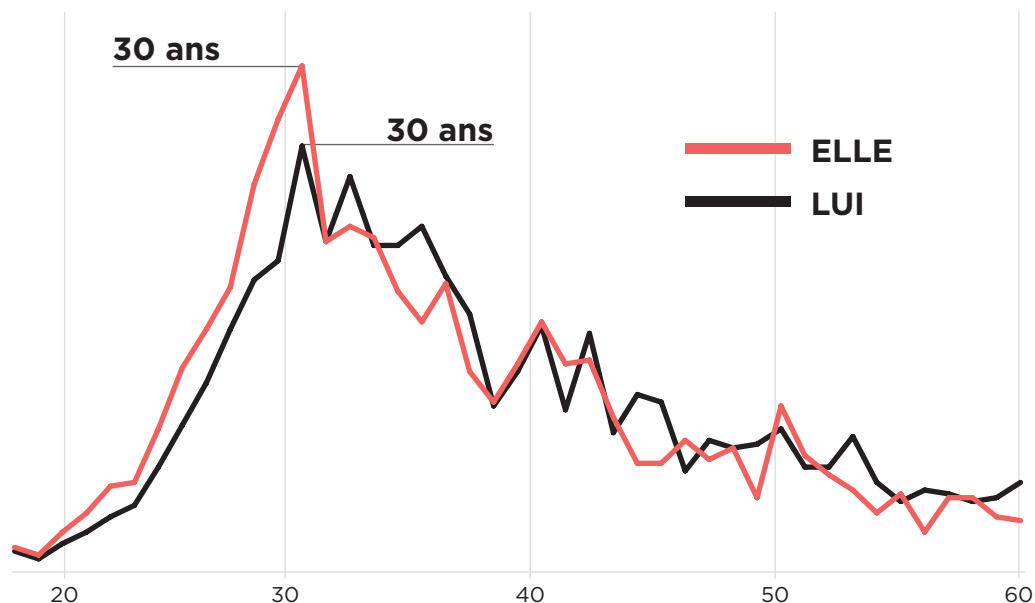
fait intéressant

En moyenne, l'écart d'âge entre les contractants est de 3,3 ans. Cependant, pour la première fois, les partenaires ont le même âge dans la plupart des cas et pour 28% des cas, c'est elle qui est plus âgée que lui. Les choses ont bien changé !

notre conseil

L'augmentation progressive de l'âge moyen du couple implique de nombreux éléments qui doivent être pris en compte. Désormais, ce sont les couples qui financent leur mariage, ils sont plus matures et prennent plus de décisions. Ils ont plus tendance à inviter leurs amis au détriment de ceux de leurs parents, réduisant ainsi la moyenne d'âge des invités.

ÂGE DES COUPLES AU MOMENT DU MARIAGE



OÙ LES COUPLES SE SONT-ILS RENCONTRÉS ?

à retenir

Bien que pour 1 couple sur 4 l'amour ait surgi par le biais d'amis, les applications de rencontres et les réseaux sociaux totalisent 21% des rencontres ! C'est le pourcentage le plus élevé parmi les pays concernés par cette étude.

fait intéressant

Cependant, le lieu de travail et les études restent d'excellentes occasions pour rencontrer l'âme soeur, plus que les applications ou les réseaux sociaux. Dans 6% des cas, les couples se connaissent depuis l'enfance.

notre conseil

Il faudra réfléchir sur l'incidence du télétravail et des études en ligne sur les rencontres et la formation de couples, ainsi que sur leur cheminement jusqu'au mariage. Les espaces physiques et virtuels de socialisation, tels que les afterworks, les espaces de coworking mais aussi les applications de rencontres ou de réunions sociales répondent à cette nouvelle réalité sociale. Tous ces chiffres méritent d'être suivis de près et c'est ce que nous ferons.

COMMENT SE SONT RENCONTRÉS LES COUPLES ?

27%

Amis ou par le biais d'amis en commun

21%

Sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, etc.) ou application de rencontre (ex : Tinder)

13%

Au travail

12%

Dans le cadre de leurs études (université, collège, lycée, etc.)

12%

Dans un environnement social (bar, soirée, concert, etc.)

6%

Ils se connaissaient depuis l'enfance

2%

Dans un centre religieux

7%

Autre

ENFANTS

LES COUPLES ONT-ILS DES ENFANTS AVANT LE MARIAGE ?

à retenir

Plus d'1 couple sur 2 a déjà des enfants avant de se marier, que ce soit avec un ex conjoint (23%) ou le conjoint actuel (34%).

fait intéressant

1 enfant sur 3 est issu du couple que forment les marié(e)s. Dans 77% des cas, il s'agit de leur premier mariage.

notre conseil

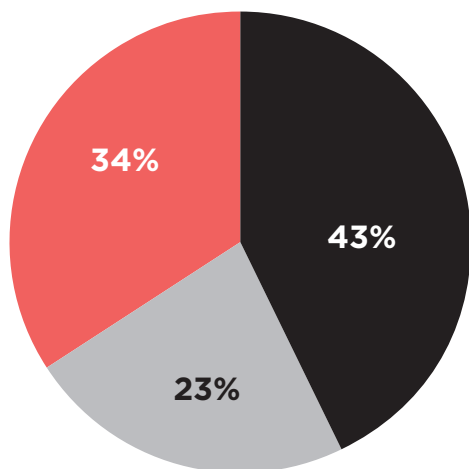
Faire participer les enfants durant la cérémonie, la réception ou encore prévoir des animations, sont des initiatives très appréciées et qui seront bien accueillies par les couples ayant des enfants.

*Plus d'**1 couple sur 2** a des enfants avant le mariage.*



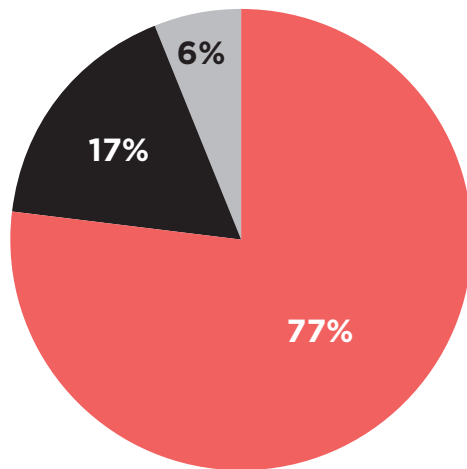


ENFANTS



- Non
- Oui, avec le/la conjoint(e) actuel(le)
- Oui, avec une autre personne

MARIAGE



- Le 1er mariage pour tous les deux
- Le 2ème mariage ou plus pour l'un des deux
- Le 2ème mariage ou plus pour tous les deux

POURQUOI ATTENDRE ?

LES COUPLES FRANÇAIS SAVENT CE QU'ILS VEULENT
ET TRÈS RAPIDEMENT

à retenir

Au fur et à mesure que les années passent, la probabilité qu'a un couple de se marier diminue. Constat surprenant : c'est durant les 3 premières années qu'ont lieu la plupart des demandes en mariage. Elles diminuent avec le temps.

fait intéressant

Il s'agit d'une tendance très différente par rapport à d'autres pays où le pic de demandes se situe entre 5 et 7 ans de relation.

notre conseil

Suivre de près les applications, les activités et les environnements où ont lieu les rencontres est une bonne stratégie car les couples sautent le pas très vite.

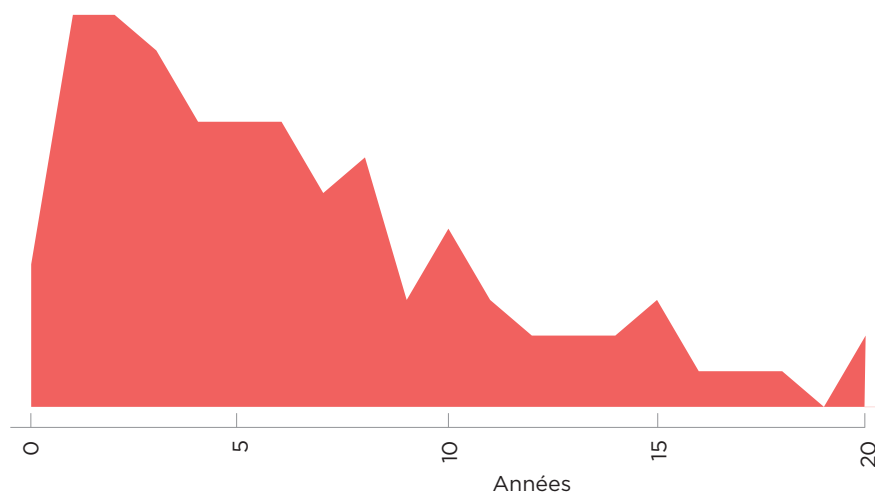
***Le plus tôt sera
le mieux***

***Plus les années passent, plus la
probabilité de se marier diminue.***





DEPUIS COMBIEN DE TEMPS ÉTAIENT-ILS/ELLES EN COUPLE ?





AVANT LE MARIAGE

CHAPITRE 3

Organiser un **MARIAGE** n'a rien de facile et aujourd'hui se marier rime avec grande fête mais aussi avec planification. Les couples qui décident de sauter le pas se retrouvent à devoir prendre toute une série de **DÉCISIONS** comme par exemple les raisons invoquées pour se marier, la recherche d'informations, la demande en mariage, la sélection des prestataires, le choix de la date, du lieu de réception, du nombre d'invités, du menu, des faire-part, de l'enterrement de vie de célibataire, des cadeaux...

Nous avons examiné chacun de ces éléments afin d'en donner une vision plus claire et réelle. Dans ce chapitre, vous découvrirez non seulement de nombreux faits surprenants mais aussi beaucoup d'**INFORMATIONS UTILES** permettant d'offrir une meilleure expérience aux futur(e)s marié(e)s **LORS DE LEURS PRÉPARATIFS.**

LES FIANÇAILLES

QUEL EST LE MOIS DES DEMANDES EN MARIAGE ?

à retenir

52% des couples suivent la tradition de l'échange de bague et de montre/boutons de manchette.

fait intéressant

La demande en mariage reste très ancrée, elle a eu lieu pour 87% des couples. C'est le début de la magie et c'est pour cette raison que le secteur doit investir pour maintenir cette tradition qui a baissé dans les pays voisins. La plupart des fiançailles ont lieu en fin d'année, jusqu'au mois de février, puis connaissent une petite hausse à nouveau en été. Mars, avril et novembre sont, en revanche, des mois creux.

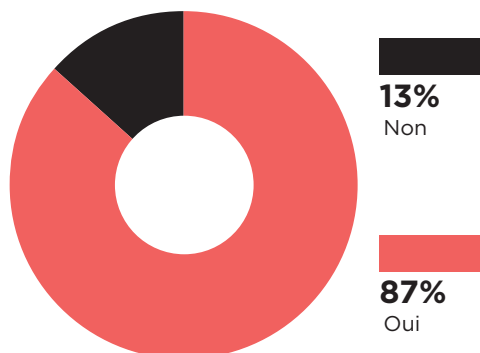
notre conseil

On constate que les traditions autour de la demande en mariage sont en baisse, notamment à mesure que diminue le revenu. Un constat qui s'explique sûrement par un manque de promotion de la part des entreprises du secteur.

***Décembre**
est le mois de l'amour par
excellence.*

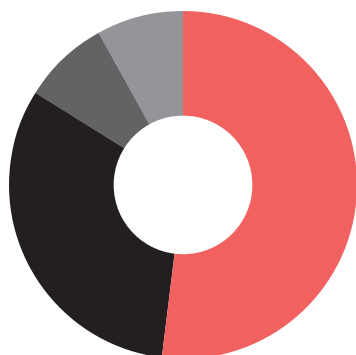


Y A-T-IL EU UNE DEMANDE EN MARIAGE ?





CADEAUX DE DEMANDE EN MARIAGE



52%
Bague et montre/
boutons de manchette

32%
Rien

8%
Bijou identique
pour les deux

8%
Autres

FIANÇAILLES EN FONCTION DU MOIS

Janvier **10%**

Février **12%**

Mars **4%**

Avril **4%**

Mai **5%**

Juin **9%**

Juillet **8%**

Août **11%**

Septembre **7%**

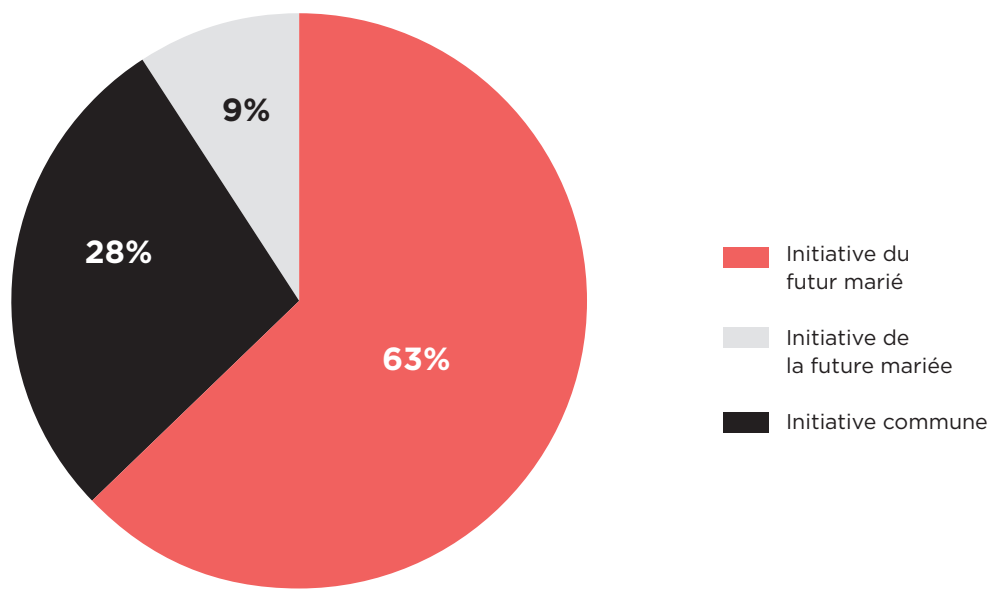
Octobre **5%**

Novembre **4%**

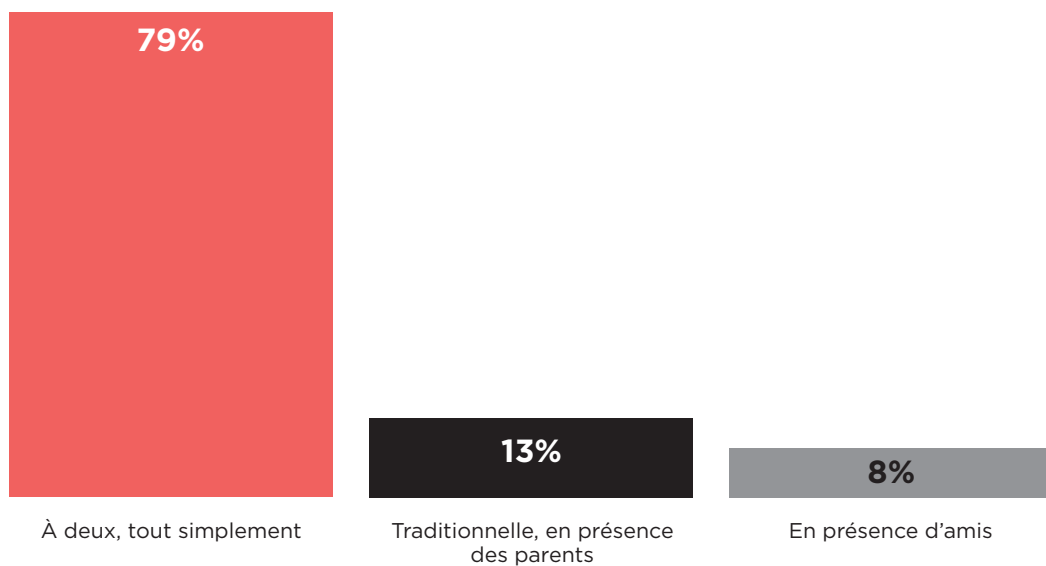
Décembre **20%**

*Décembre est de
loin le mois de
l'amour avec le plus
de demandes en
mariage.*

QUI FAIT LA DEMANDE EN MARIAGE ?



COMMENT SE PASSE LA DEMANDE EN MARIAGE ?



MOTIVATIONS

QU'EST-CE QUI POUSSE LES COUPLES À SAUTER LE PAS ?

à retenir

La raison principale qui pousse les couples à se marier est leur désir de franchir une étape dans leur histoire d'amour, mais pour 26% d'entre eux c'est surtout une bonne occasion pour faire la fête entre amis. 10% d'entre eux le font pour formaliser leur relation vis-à-vis des enfants et seulement 1% se marie pour pouvoir en avoir. Ces deux pourcentages sont en claire diminution. Un peu plus de 4% sautent le pas pour des raisons légales et ce pourcentage est en hausse.

fait intéressant

Aspect intéressant : 26% des couples se marient pour le plaisir de faire la fête avec leurs amis, ce qui signifie que ces mariages seront synonymes de grand divertissement et seront moins empreints de traditions.

notre conseil

Les prestataires devront faire preuve de créativité pour proposer des styles de mariage différents, des formats originaux, des décorations et idées adaptées aux demandes de chaque couple.

49%

des couples désirent franchir une étape dans leur histoire d'amour.





QUELLES SONT LES MOTIVATIONS DES COUPLES ?

49%

Envie de franchir un nouveau cap dans leur histoire d'amour

26%

Une occasion de faire la fête avec leurs amis et/ou la famille

10%

Formaliser la relation pour les enfants

4%

Raisons juridiques

3%

Les années qui passent

3%

Pour pouvoir vivre ensemble

1%

Pour pouvoir avoir des enfants rapidement

0%

Pression sociale et des amis qui se marient

4%

Autres raisons

QUI AVAIT LE PLUS ENVIE DE SE MARIER ?

à retenir

28% des couples reconnaissent que l'envie de se marier provenait de l'un des deux.

fait intéressant

Et cette envie provient indifféremment de l'un ou de l'autre.

notre conseil

Les prestataires doivent s'efforcer de motiver et transmettre le bonheur du mariage aux deux partenaires puisqu'il s'agit d'un achat conjoint. Cela évitera des inefficacités et des négociations qui n'auraient pas lieu si la valeur réelle était perçue. En définitive, tout va dans le même sens : avoir des clients plus heureux !

QUI AVAIT LE PLUS ENVIE DE SE MARIER ?

LA MARIÉE



LE MARIÉ



PRÉPARATIFS

COMBIEN DE TEMPS DURENT-ILS ?

à retenir

La majorité des couples organisent leur mariage un an ou plus à l'avance.

fait intéressant

La France est le pays d'Europe où les préparatifs sont les plus longs. Néanmoins, la tendance de ces délais est à la baisse.

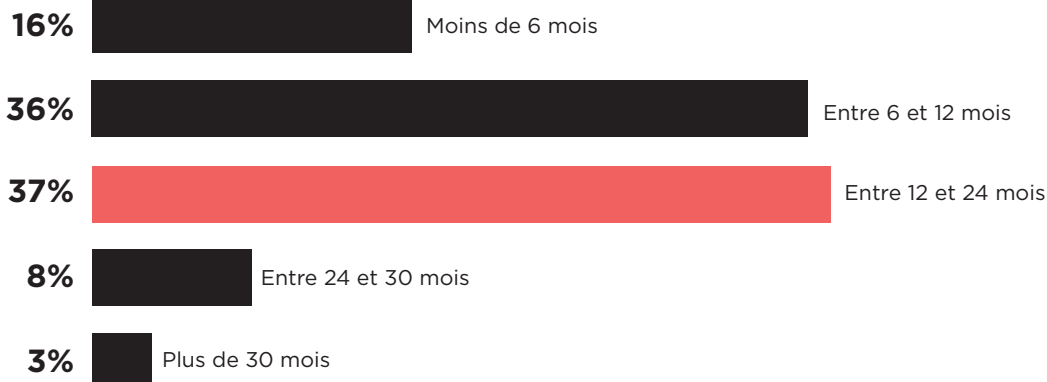
notre conseil

La réduction du temps des préparatifs est un élément dont le secteur doit prendre conscience : il faudra être plus rapide et proposer des alternatives. Les ventes flash prennent de plus en plus d'importance sur le marché, plus qu'on ne le croit. Pour preuve, les campagnes de Black Friday menées par Mariages.net qui ont eu d'excellents résultats.

12
mois

*C'est en
moyenne la
durée des
préparatifs
d'un mariage
en France.*

DURÉE DES PRÉPARATIFS DU MARIAGE



CONTRATS DE MARIAGE

LES COUPLES SE PROTÈGENT-ILS LÉGALEMENT ?

à retenir

En matière de régime matrimonial, il n'y a pas de différence significative d'une région à l'autre. Le recours aux contrats de mariage ne s'explique pas par un facteur culturel.

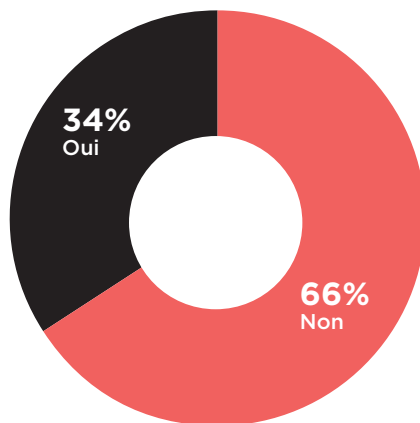
fait intéressant

Il y a beaucoup plus de contrats de mariage en France que dans les pays du sud de l'Europe (8% en Italie et 18% en Espagne).

notre conseil

Veiller à conseiller les couples sur les aspects juridiques du mariage car la législation change. Cette prestation peut être incluse dans les services proposés par un wedding planner sous la forme d'un forfait plus complet qui comprendrait un accompagnement pour les démarches juridiques et administratives.

CONTRAT DE MARIAGE



RECHERCHE D'INFORMATIONS

COMMENT LES COUPLES S'INFORMENT-ILS ?

à retenir

Le processus d'information et de conseil est très «internetisé», et il en est de même pour les avis partagés par les autres couples. Actuellement, Internet et les réseaux sociaux sont les espaces préférés pour s'informer et prendre contact. C'est un grand changement qui s'opère dans le secteur depuis une bonne décennie et que les entreprises ne peuvent pas ignorer.

fait intéressant

94% des couples qui s'informent sur Internet sont à la recherche d'idées pour leur mariage. 63% naviguent sur la toile à la recherche de prestataires, et ce pourcentage est en augmentation. Les couples sont de plus en plus nombreux à consulter les reportages de vrais mariages pour trouver de l'inspiration.

notre conseil

Les entreprises devront prendre soin de leur réputation en ligne, car les couples s'appuient sur les commentaires des clients pour vérifier la qualité du service.

COMMENT LES COUPLES S'INFORMENT-ILS ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois



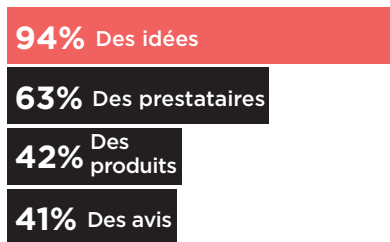
94%
Cherchent des idées sur Internet

63%
Cherchent leurs prestataires en ligne

29%
Créent un site pour leur mariage

QUE RECHERCHENT LES COUPLES SUR INTERNET ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois



RECHERCHE DES PRESTATAIRES

LESQUELS SONT LES PLUS DIFFICILES À TROUVER ?

à retenir

La recherche du lieu de réception et le choix du coiffeur sont un véritable casse-tête pour 1 couple sur 6. Ils ont aussi des difficultés à trouver les services suivants : maquilleur(se), robe de mariée, photographe ainsi que les cadeaux pour les invités.

fait intéressant

Organiser un mariage n'est pas simple, la plupart des couples le font pour la première fois et doivent prendre beaucoup de décisions en peu de temps. Les couples regorgent d'idées pour faire de leur jour J un moment inoubliable et unique. Il faut donc que les entreprises soient présentes pour eux durant cette étape afin de les aider grâce à leur expérience et leur savoir-faire.

notre conseil

Les entreprises doivent veiller à cerner l'esprit des couples dès l'étape d'inspiration et de recherche qui peut survenir à tout moment de l'année, y compris avant même de prendre la décision de se marier. La clé se trouve dans la diffusion et visibilité de l'offre via les canaux digitaux.

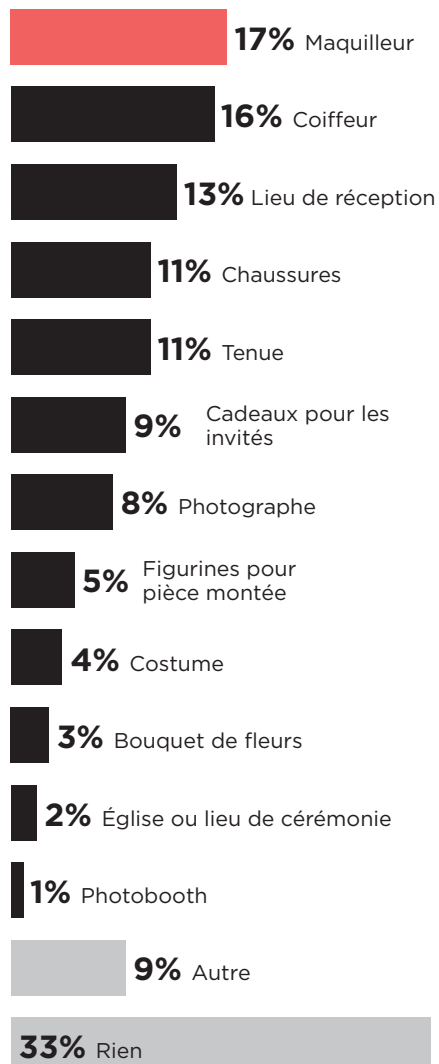
67% des couples ont des **difficultés** à trouver certains services liés au mariage.





LE PLUS DIFFICILE À TROUVER POUR LES COUPLES

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois



DÉCISIONS

QUI PREND RÉELLEMENT LES DÉCISIONS ?

à retenir

Aucune ambiguïté à ce sujet : pour la moitié des couples en France, les décisions se prennent à deux. Pour l'autre moitié, c'est l'un des deux partenaires qui les prend.

fait intéressant

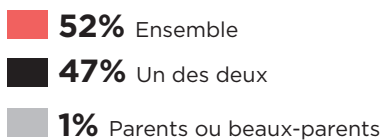
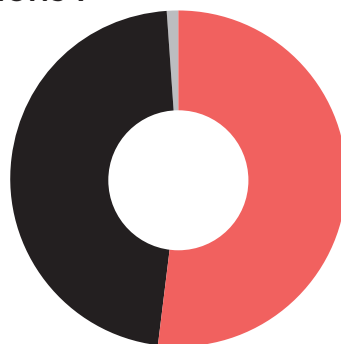
La décision d'embaucher un wedding planner gagne du terrain mais reste un choix minoritaire en comparaison avec d'autres pays.

notre conseil

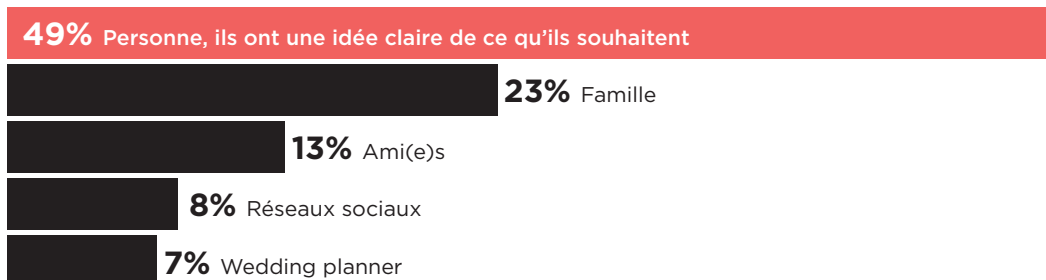
Créer des outils qui facilitent la prise de décision en commun, à l'instar de Mariages.net qui offre la possibilité aux couples d'associer leurs comptes respectifs.



QUI PREND LA MAJORITÉ DES DÉCISIONS ?



À QUI LES COUPLES DEMANDENT-ILS CONSEIL ?



STRESS PRÉ-MARIAGE

COMMENT SE SENTENT LES COUPLES LE JOUR DU MARIAGE ?

58% des couples déclarent que leur mariage fut une journée fabuleuse. En comparaison avec l'Espagne et l'Italie où ce pourcentage est plus faible, 20% des Français disent s'être sentis bien le jour de leur mariage, sans plus. Néanmoins, 20% se sont sentis stressés et 71% disent s'être inquiétés à cause de la météo.

COMMENT SE SENTENT-ILS LE JOUR J ?

58% Fabuleusement bien

20% Stressés

20% Bien

2% Pas très bien (sûrement à cause du stress)

0% Mal

LE PRESTATAIRE QUI A FOURNI LE LIEU DE RÉCEPTION DE LEUR MARIAGE LEUR A-T-IL PROPOSÉ DIFFÉRENTES ALTERNATIVES AU CAS OÙ LA MÉTÉO SERAIT DÉFAVORABLE LE JOUR J (PLUIE, VENTS VIOLENTS, TRÈS FROID OU TRÈS CHAUD) ?

51%

Oui, ils avaient un plan B à la hauteur du plan initial

25%

Oui, ils avaient un plan B, mais ils n'étaient pas très emballés

24%

Non, aucune alternative ne leur a été proposée

LE STRESS FACE À LA MÉTÉO

49% Un peu

29% Aucun

22% Beaucoup

ONT-ILS MIS EN PLACE UNE DE CES ACTIONS AU CAS OÙ LA MÉTÉO SERAIT DÉFAVORABLE LE JOUR J (PLUIE, VENTS VIOLENTS, TRÈS FROID OU TRÈS CHAUD) ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

59%

Choisir un lieu de célébration disposant de différentes alternatives

30%

Voir avec le photographe des alternatives en cas de pluie

27%

Mise à disposition d'objets tels que parapluies, parasols, éventails, poêles pour se chauffer, auvents ou chapiteaux

26%

Maquillage et coiffure «waterproof»

6%

Chaussures antidérapantes

11%

Autres

WEDDING PLANNER

MODE PASSAGÈRE OU TENDANCE ?



13% des couples font
appel à un **wedding planner**.

à retenir

La demande de wedding planner se consolide aux alentours de 13%. Un marché correctement conseillé par des experts en la matière est plus rentable et le degré de satisfaction est plus élevé.

fait intéressant

Des études précédentes indiquent qu'il s'agit d'un service perçu comme très intéressant, mais aujourd'hui seuls 13% des couples engagent un wedding planner. Autrement dit on assiste à une tendance avec du potentiel qui implique un changement culturel mais qui représente aussi une offre facile à comprendre pour le marché.

notre conseil

Les «mariages express» qui s'organisent en 6 mois sont une grande opportunité pour le secteur nuptial. Dans cette optique, il est conseillé de renforcer l'idée de la facilité du service et de ses avantages.

Le marché a tout intérêt à se saisir de ce service pour transmettre aux clients l'idée que, loin d'être une dépense élevée, le wedding planner est en fait la meilleure façon d'optimiser au maximum le budget alloué au mariage.

HORAIRE

À QUEL MOMENT DE LA JOURNÉE LES COUPLES SE DISENT-ILS «OUI» ?

à retenir

65% des mariages ont lieu dans l'après-midi ou en soirée. Les mariages plus traditionnels qui avaient lieu dans la matinée ou vers midi sont de moins en moins courants. Dans 18% des cas, le mariage dure toute la journée et dans 15% des cas il s'étend sur plusieurs jours.

fait intéressant

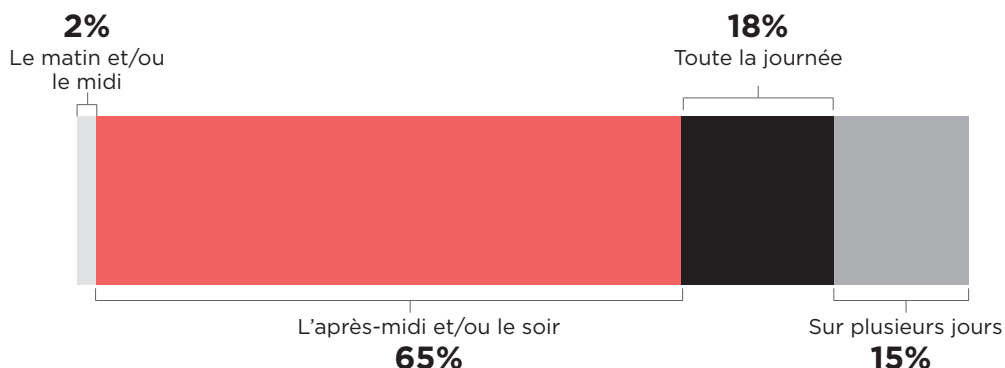
Seulement 2% des mariages (cérémonie et réception) ont lieu le matin ou le midi puisque le repas et la fête postérieure à l'union du couple sont les parties les plus importantes du mariage. Le vin d'honneur est une spécificité française toujours très populaire. 83% des couples organisent un vin d'honneur et 56% ont deux listes d'invités : une pour la réception et une autre pour le vin d'honneur.

notre conseil

Une nouvelle tendance internationale se confirme : celle des mariages célébrés sur plusieurs jours. Ce type de mariage est propre aux pays à forte mobilité géographique et fait de l'union du couple un moment de rencontre pour les familles et amis. Recevoir des invités qui viennent de loin pour assister au mariage conduit les couples à organiser la célébration sur plusieurs jours. Ce phénomène n'est pas encore présent dans des pays comme l'Espagne ou l'Italie.

65%
*des mariages ont
lieu l'après-midi et/
ou le soir.*

QUAND LE MARIAGE A-T-IL LIEU ?



DATES

APRÈS LA PANDÉMIE

à retenir

Les beaux jours d'été sont ceux qui concentrent le plus grand nombre de mariages. Cependant, on remarque que la saison a tendance à s'étirer pour commencer un peu avant, dès le mois d'avril, et se terminer un peu après, à savoir au mois d'octobre.

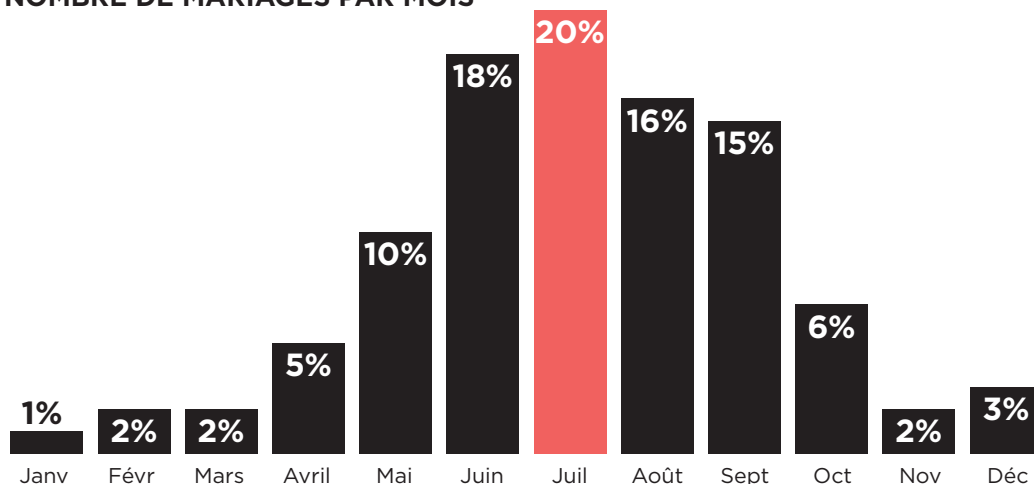
notre conseil

Il faudra garder en tête l'avantage que représente l'investissement promotionnel tout au long de l'année puisque la saison est plus longue. De plus, étant donné que les mariages s'organisent de plus en plus vite, les mois restants correspondent aux mois de préparatifs.

fait intéressant

Durant l'année 2022, de nombreux couples qui avaient reporté leur mariage à plus tard se sont superposés à ceux qui avaient prévu de se marier à ce moment-là. Il est également possible que certains couples se soient dépêchés de se marier par peur d'un autre confinement.

NOMBRE DE MARIAGES PAR MOIS



Source : Utilisateurs inscrits sur Mariages.net en 2022

LIEU DE RÉCEPTION

COMMENT SE FAIT LE CHOIX DES COUPLES ?

à retenir

La majorité des couples (71%) déclarent être flexibles sur la date du mariage si cela leur permet de choisir le lieu de réception. Elle est suivie de près par 29% de couples qui, au contraire, se disent prêts à changer de lieu si la date ne leur convient pas.

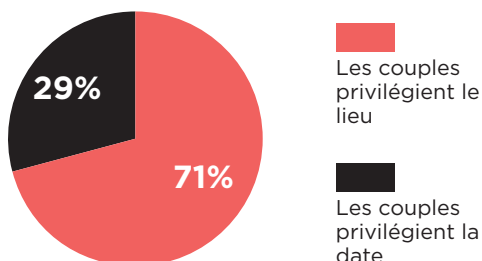
fait intéressant

La beauté du lieu est l'un des principaux critères de choix du lieu de réception. Fait surprenant : la relation qualité/prix n'est le critère le plus important que pour 15% des couples. Nous sommes clairement devant un marché de valeur et non de prix.

notre conseil

Les petits mariages seront de plus en plus nombreux et cela pose la question des espaces : il faudrait y réfléchir, soit pour en créer de nouveaux, soit pour revoir la distribution de ceux qui existent déjà. L'idée centrale est de pouvoir offrir des espaces flexibles permettant d'accueillir des mariages de toute taille. Ce serait un changement pour un succès garanti !

LEQUEL DES DEUX EST PRIORITAIRE, LE LIEU OU LA DATE ?



CRITÈRE DÉTERMINANT POUR LE CHOIX DU LIEU DE RÉCEPTION

41%

La beauté du lieu ou de l'établissement

15%

Qualité/prix

13%

Capacité d'hébergement sur place ou à proximité

11%

Proche du domicile

6%

Proche du lieu de cérémonie

5%

Facilité d'organisation

3%

Raisons sentimentales

2%

Qualité de la nourriture

1%

Prestige

1%

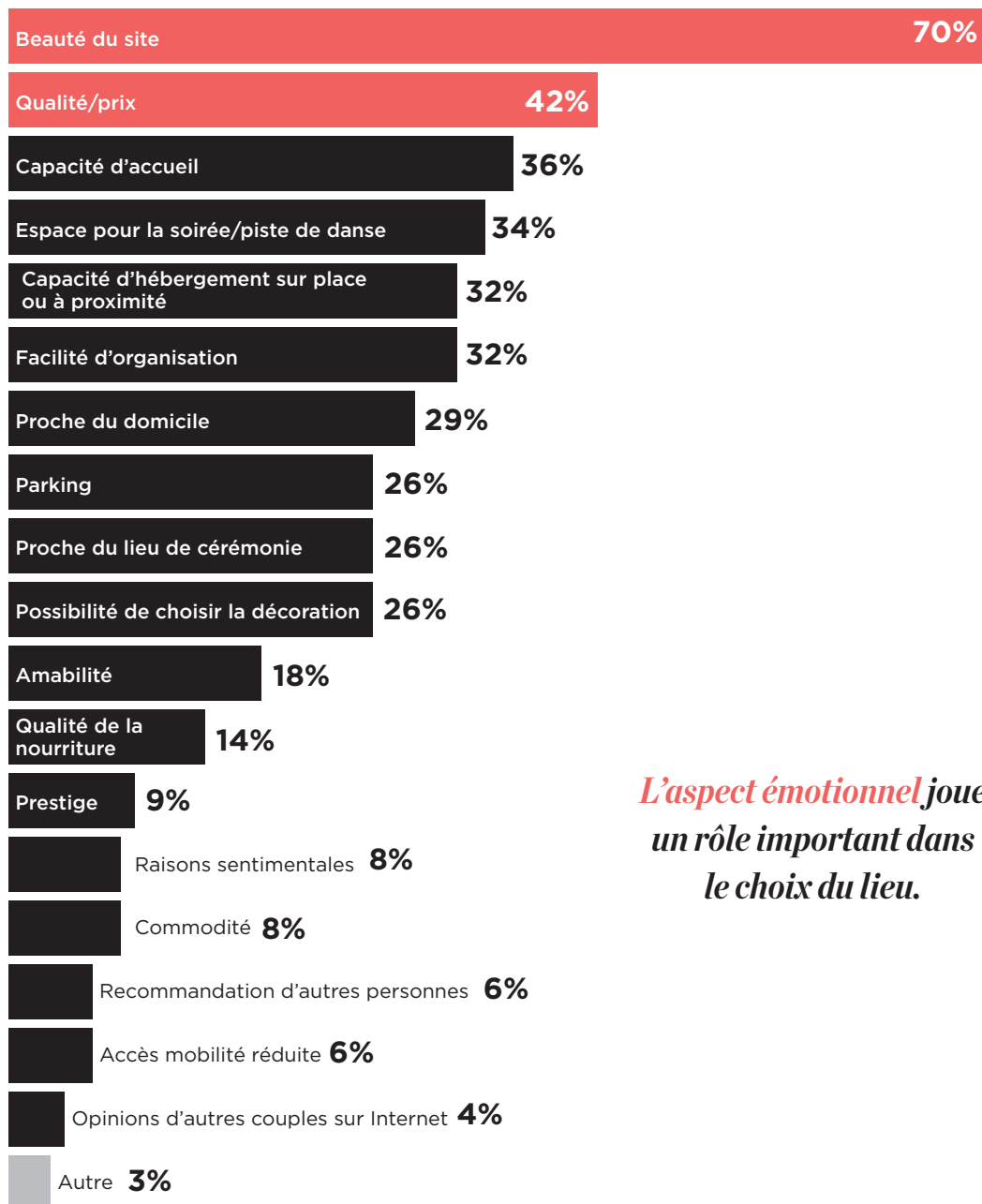
Recommandation d'autres personnes

2%

Autre

QUELS AUTRES ASPECTS INTERVIENNENT DANS LE CHOIX DU LIEU ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois



L'aspect émotionnel joue un rôle important dans le choix du lieu.

DÉCOUVERTE DU LIEU

COMMENT LES COUPLES TROUVENT-ILS
LEUR LIEU DE RÉCEPTION ?

à retenir

61% des couples ne connaissaient pas le lieu de réception de leur mariage.

fait intéressant

À noter que plus de 2 couples sur 3 ont trouvé leur lieu de réception sur Internet.

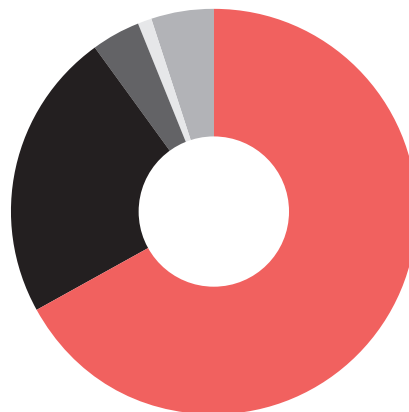
notre conseil

Avoir une présence sur les canaux numériques est un aspect clé pour se faire connaître auprès des couples. Cependant, il faut avoir une stratégie bien définie, transmettre la valeur différentielle de l'espace et montrer les collaborations précédentes avec vos clients pour attirer davantage de couples. Par ailleurs, aménager de nouveaux espaces uniques et atypiques pour y organiser des mariages est aussi une bonne idée qui sera très bien accueillie par les couples à la recherche d'originalité.

67% des couples qui ne connaissaient pas le lieu de réception avant le mariage l'ont découvert sur **Internet**.



COMMENT LES COUPLES TROUVENT-ILS LEUR LIEU DE RÉCEPTION ?

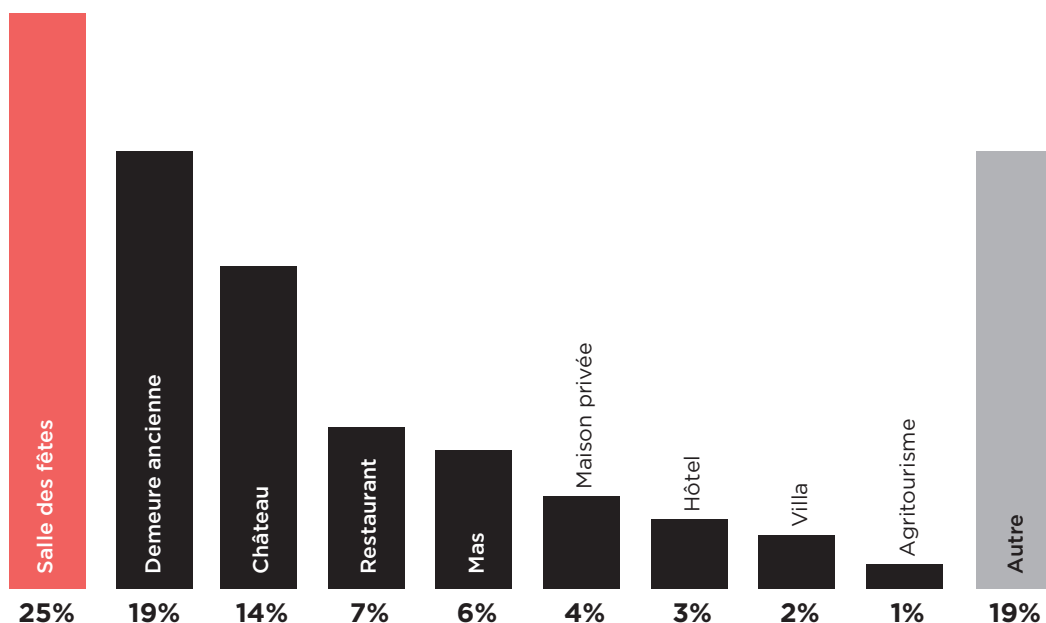


- 67%** Sur Internet
- 23%** Recommandé par un ami ou un membre de la famille
- 4%** Recommandé par un autre prestataire
- 1%** Découvert dans un magazine
- 5%** Autres



DE QUEL TYPE DE LIEU DE RÉCEPTION S'AGIT-IL ?

Concernant le lieu de réception choisi, il n'y a pas de variation pertinente en fonction des revenus et, si la salle des fêtes continue d'être le lieu le plus prisé, nous constatons néanmoins une tendance à la baisse en faveur d'autres options avec davantage de cachet comme la demeure ancienne et le château.



LE CHOIX DU LIEU

COMMENT LES COUPLES CHOISISSENT-ILS LE LIEU DE LEUR MARIAGE ?

à retenir

Les lieux de réception et de la cérémonie doivent se trouver au même endroit. C'est le principal critère concernant le choix du lieu du mariage pour près d'1 couple sur 3. Plus des trois quarts des lieux de réception se trouvent à moins de 30 minutes du lieu de cérémonie.

fait intéressant

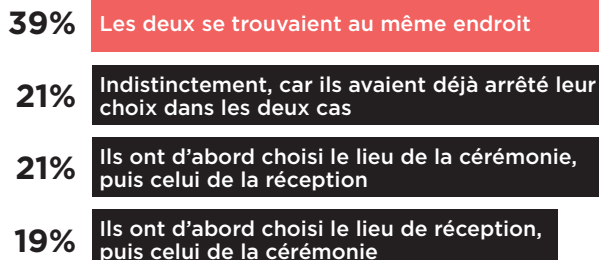
Dans le cas où les lieux sont choisis séparément, le choix du lieu de réception est tout aussi important que celui de la cérémonie.

notre conseil

Les lieux de réception devraient prendre en compte l'ensemble de ces résultats. D'une part, s'ils n'offrent pas la possibilité de célébrer la cérémonie du mariage ils devraient l'envisager. D'autre part, il serait intéressant de promouvoir ce service afin de savoir où et comment se faire connaître sur Internet et avec quel prestataire collaborer.



QUE CHOISISSENT-ILS EN PREMIER : LIEU DE CÉRÉMONIE OU DE RÉCEPTION ?



ÉLÉMENTS CLÉS DE LA SÉLECTION DU LIEU

LA CAPACITÉ D'ACCUEIL EST-ELLE IMPORTANTE ?

Le nombre d'invités conditionne le choix du lieu de réception pour près de 7 mariages sur 10.

à retenir

66% des couples n'envisagent comme option que les lieux qui offrent une capacité d'accueil qui correspond à leurs besoins.

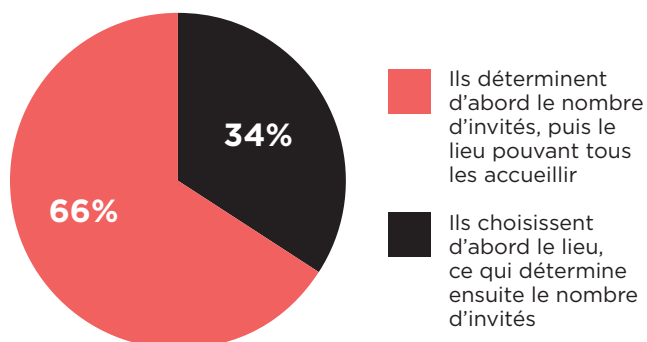
fait intéressant

34% des couples sont prêts à réduire la liste d'invités si l'établissement n'offre pas le nombre de places nécessaires. 40% se voient même obligés à renoncer à la date qu'ils souhaitent. C'est beaucoup trop comparé aux autres pays. Cela crée un appel à la concurrence.

notre conseil

Il est difficile pour les établissements d'avoir une idée précise des ventes perdues à cause d'une capacité d'accueil trop faible. Il serait donc intéressant de s'informer sur les besoins des couples en termes de capacité afin d'envisager d'éventuels agrandissements.

COMMENT LES COUPLES SÉLECTIONNENT-ILS LE LIEU DE RÉCEPTION ?



MOTIFS DE NON SÉLECTION

POURQUOI LES COUPLES NE CHOISISSENT-ILS PAS CERTAINS LIEUX DE RÉCEPTION ?

à retenir

Bien que le prix ne soit pas un critère de choix, il est la raison invoquée par 41% des couples lorsqu'on leur demande pourquoi ils n'ont pas retenu l'établissement. Il est donc indispensable d'établir le prix correctement et de transmettre le mieux possible la valeur différentielle du lieu pour pouvoir défendre son prix.

fait intéressant

23% des couples, pourcentage non négligeable, refusent certains lieux de réception car on leur impose des prestataires spécifiques.

notre conseil

Durant la dégustation test du menu de mariage, les établissements et restaurants doivent veiller non seulement à la qualité des plats mais aussi à expliquer clairement le détail de la prestation, ainsi qu'à fournir un service de qualité et un accueil agréable.

41% des couples ne sélectionnent pas le lieu en raison du prix.

Pour 18% d'entre eux, c'est l'antipathie avec laquelle ils sont reçus qui les fait renoncer au lieu en question. C'est un pourcentage bien trop élevé.

QU'EST-CE QUI A INCITÉ LES COUPLES À REFUSER D'AUTRES LIEUX DE RÉCEPTION ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois



FONCTIONNEMENT DU LIEU DE RÉCEPTION

QUELLE IMPORTANCE ONT LES PRESTATAIRES SPÉCIALISÉS ?

à retenir

En ce qui concerne le fonctionnement d'autres établissements plus généralistes, on distingue une hégémonie des sites spécialisés dans les mariages (69%).

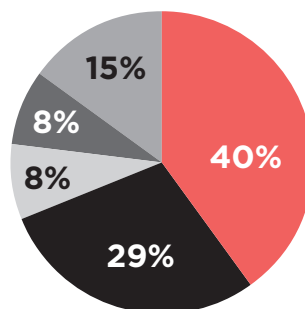
fait intéressant

On constate une nette préférence pour les établissements spécialisés dans les mariages, notamment à mesure qu'augmentent les revenus du couple. Une préférence qui se fait au détriment des restaurants et d'autres établissements plus généralistes.

notre conseil

Développer des entreprises spécialisées dans la gestion d'espaces alternatifs.

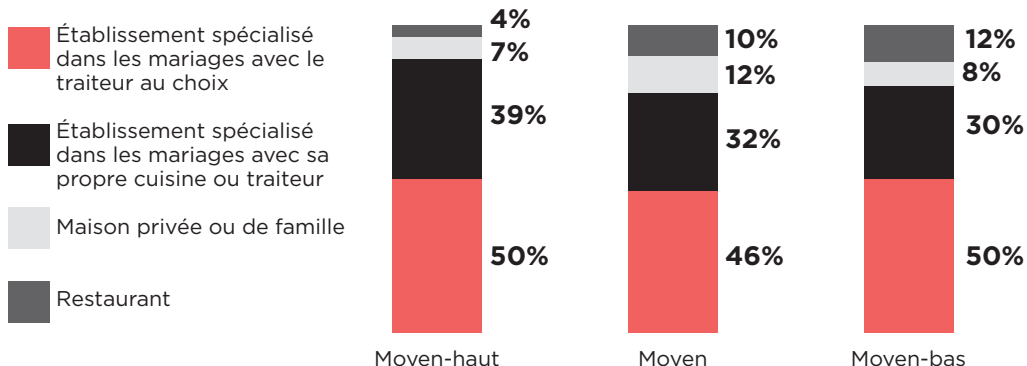
SPÉCIALISATION DU LIEU



- Établissement spécialisé dans les mariages avec le traiteur au choix
- Établissement spécialisé dans les mariages avec sa propre cuisine ou traiteur
- Maison privée ou de famille
- Restaurant
- Autre

CARACTÉRISTIQUES DU LIEU DE RÉCEPTION SÉLECTIONNÉ

En fonction du revenu



LES INVITÉS

COMBIEN SONT-ILS ET COMBIEN DÉCLINENT L'INVITATION ?

à retenir

En France, un mariage compte en moyenne 95 invités. Un chiffre assez bas qui surprend, mais rappelons qu'il s'agit d'une moyenne.

fait intéressant

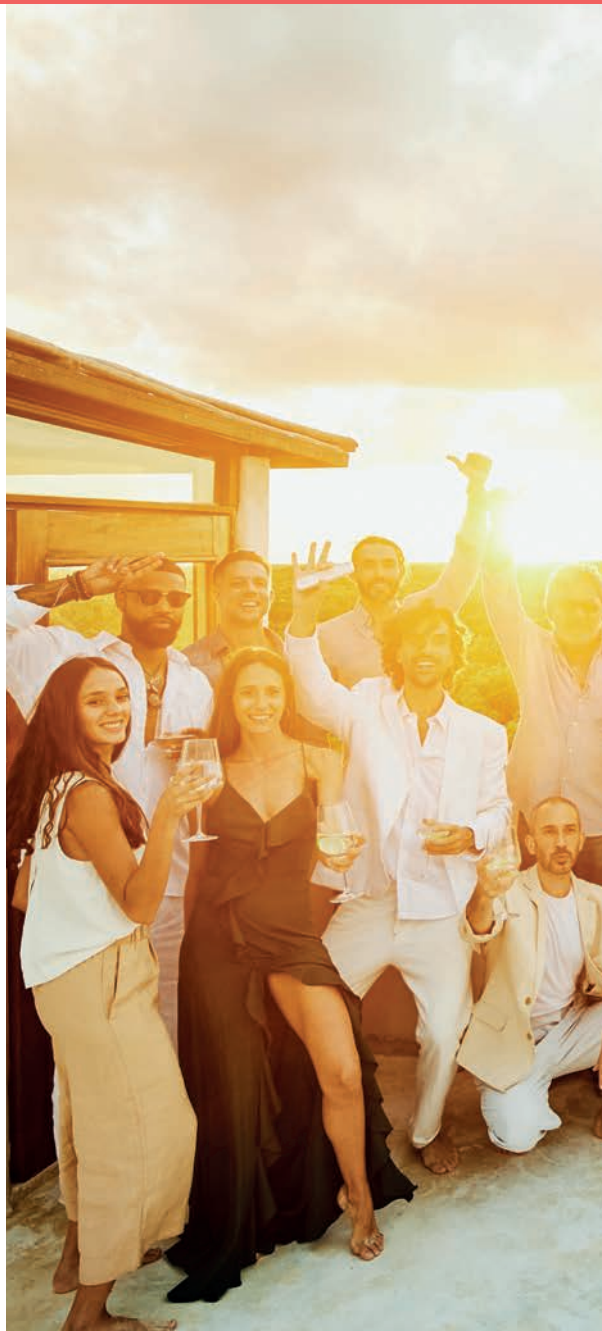
Ces dernières années, le nombre d'invités a baissé pour passer sous la barre des 100 invités, en dessous de la moyenne de pays comme l'Espagne ou l'Italie qui, eux aussi, ont vu ce nombre diminuer. Cette tendance est propre aux pays les plus développés bien que la pandémie explique certainement cette baisse, au moins en partie. À la différence d'autres pays, en France le nombre d'invités augmente en fonction de l'augmentation du revenu.

notre conseil

Il serait intéressant de proposer aux couples des espaces plus emblématiques, plus beaux ou plus originaux adaptés à des petits mariages. En effet, ces types de lieu de réception sont recherchés par les couples et le marché est inondé par des espaces réservés à de grands mariages. Cela s'explique par le fait qu'auparavant le nombre d'invités par mariage était beaucoup plus élevé.

95

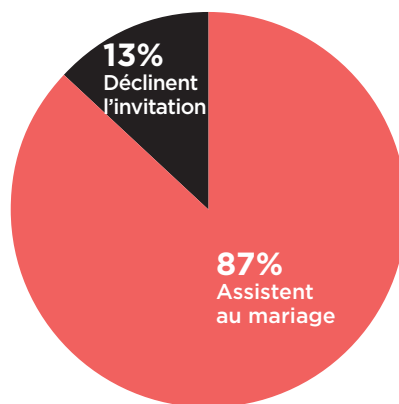
Invités en moyenne



13%

En moyenne, 13% des invités déclinent l'invitation. Un chiffre à prendre en compte par les couples lorsqu'ils établissent la liste des invités car beaucoup de devis sont estimés en fonction du nombre de convives.

COMBIEN D'INVITÉS
N'ASSISTENT PAS AU MARIAGE ?



QUI SONT LES INVITÉS ?

à retenir

Dans près de la moitié des mariages, une partie de la famille n'est pas invitée. Les raisons sont diverses, mais aucune n'est en rapport avec la capacité d'accueil. Dans 31% des mariages, soit il n'y a pas d'enfants soit uniquement les enfants des invités les plus proches.

fait intéressant

Les personnes exclues sont en général des membres de la famille éloignée. Néanmoins, dans 8% des cas, il s'agit de parents et de la fratrie. Ce chiffre est assez similaire dans les autres pays, il oscille entre 7 et 10%. 11% des couples ont refusé d'inviter les partenaires de certains invités mais 15% aurait préféré éviter d'en inviter quelques-uns de plus.

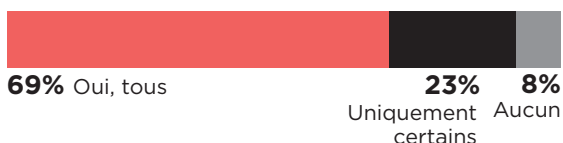
notre conseil

Étudier la possibilité de proposer des mariages en plusieurs parties avec des listes d'invités différentes en fonction du degré de parenté, de l'engagement, etc.

ONT-ILS EXCLU CERTAINS MEMBRES DE LA FAMILLE DE LEUR LISTE D'INVITÉS ?



ONT-ILS INVITÉ TOUS LES ENFANTS DE LEURS INVITÉS, OU SEULEMENT LES ENFANTS DE CERTAINS D'ENTRE EUX ?



ONT-ILS INVITÉ TOUS/TOUTES LES CONJOINT(E)S DE LEURS INVITÉS ?

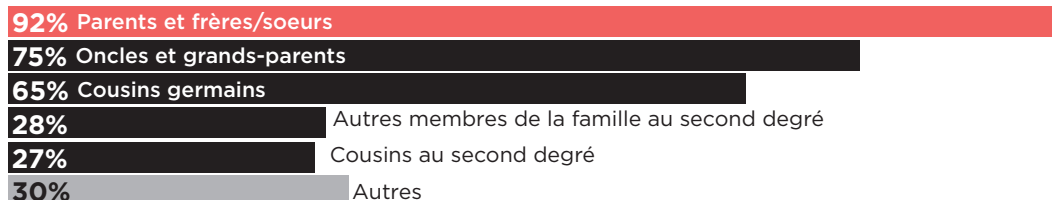


AURAIENT-ILS PRÉFÉRÉ NE PAS INVITER CERTAIN(E)S CONJOINT(E)S DE LEURS INVITÉS ?



QUEL ÉTAIT LEUR DEGRÉ DE PARENTÉ AVEC LES INVITÉS ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois



LOGGER LES INVITÉS

à retenir

Près de la moitié des couples qui se marient proposent un logement à leurs invités. Dans 2 cas sur 3, le coût est pris en charge soit totalement soit en partie par le couple.

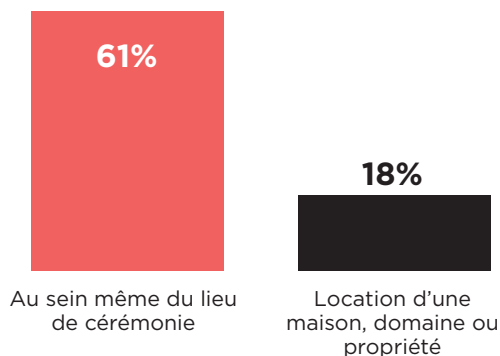
fait intéressant

Dans 61% des cas, il s'agit de chambres au sein même du lieu de cérémonie.

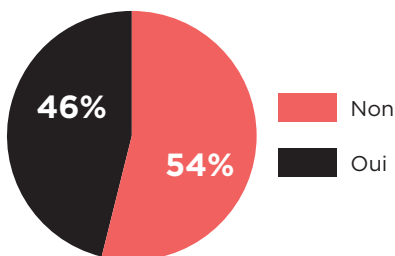
notre conseil

Il s'agit d'un marché important et il faudrait investir dans des structures qui permettent aux invités de dormir sur place.

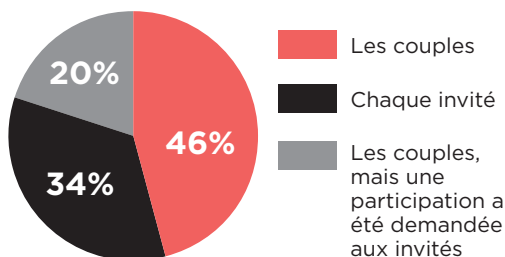
QUEL TYPE DE LOGEMENT ÉTAIT-CE ?



LES COUPLES ONT-ILS RÉSERVÉ LE LOGEMENT POUR LEURS INVITÉS ?



QUI A PRIS EN CHARGE LE COÛT DU LOGEMENT DES INVITÉS ?



INVITÉS PAR RÉGION

LA MOYENNE CHANGE-T-ELLE EN FONCTION DE LA ZONE GÉOGRAPHIQUE ?

à retenir

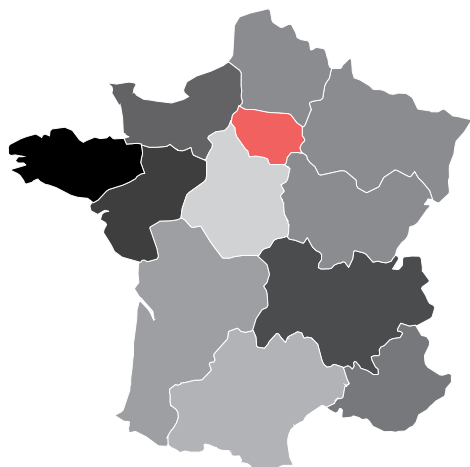
Le nombre d'invités est sensiblement le même quelle que soit la région : on compte 95 invités en moyenne.

fait intéressant

Plus de 5% des mariages ont lieu hors de France métropolitaine.

notre conseil

Puisque selon l'adage un mariage en entraîne un autre, il faudrait étudier la façon d'augmenter le nombre d'invités, notamment en appliquant des tarifs préférentiels pour un plus grand nombre de convives.



MOYENNE DU NOMBRE D'INVITÉS PAR RÉGION

Île-de-France	107
Bretagne	101
Pays de la Loire	100
Auvergne-Rhône-Alpes	97
Normandie	96
Provence-Alpes-Côte d'Azur	93
Hauts-de-France	90
Grand Est	90
Bourgogne-Franche-Comté	90
Nouvelle-Aquitaine	88
Occitanie	87
Centre-Val de Loire	85

COÛT PAR INVITÉ

LE COÛT CHANGE-T-IL EN FONCTION DE LA ZONE GÉOGRAPHIQUE ?

à retenir

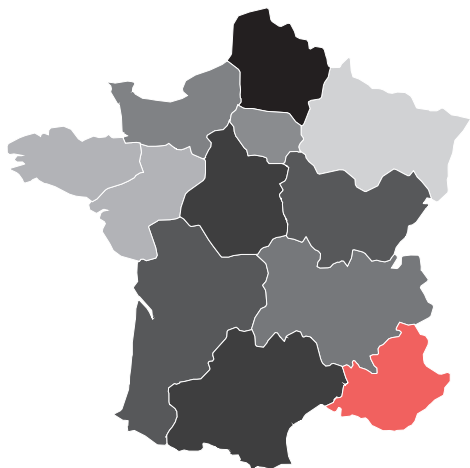
Le coût d'un mariage est similaire d'une région à une autre. Analysés en fonction du nombre d'invités, les chiffres présentent une perspective différente. Il n'y a pas de grande disparité régionale des données en comparaison avec d'autres pays, à l'exception des mariages célébrés en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

fait intéressant

En comparant le coût total avec le nombre d'invités, les différences entre chaque région se réduisent.

notre conseil

En finir avec l'idée reçue selon laquelle il vaut mieux réduire le nombre d'invités. On ne doit pas non plus penser que les mariages plus onéreux sont ceux qui laissent le plus de marge.



COÛT MOYEN PAR INVITÉ SELON LA RÉGION

Provence-Alpes-Côte d'Azur **244 €**

Hauts-de-France **192 €**

Centre-Val de Loire **184 €**

Occitanie **184 €**

Nouvelle-Aquitaine **183 €**

Bourgogne-Franche-Comté **176 €**

Auvergne-Rhône-Alpes **174 €**

Normandie **172 €**

Île-de-France **171 €**

Bretagne **170 €**

Pays de la Loire **170 €**

Grand Est **155 €**

CHOIX DU MENU

COMMENT LES COUPLES CHOISISSENT-ILS LE MENU ?

à retenir

La pandémie a entraîné un grand changement en France : la priorité est désormais le nombre d'invités, quel que soit le niveau des revenus.

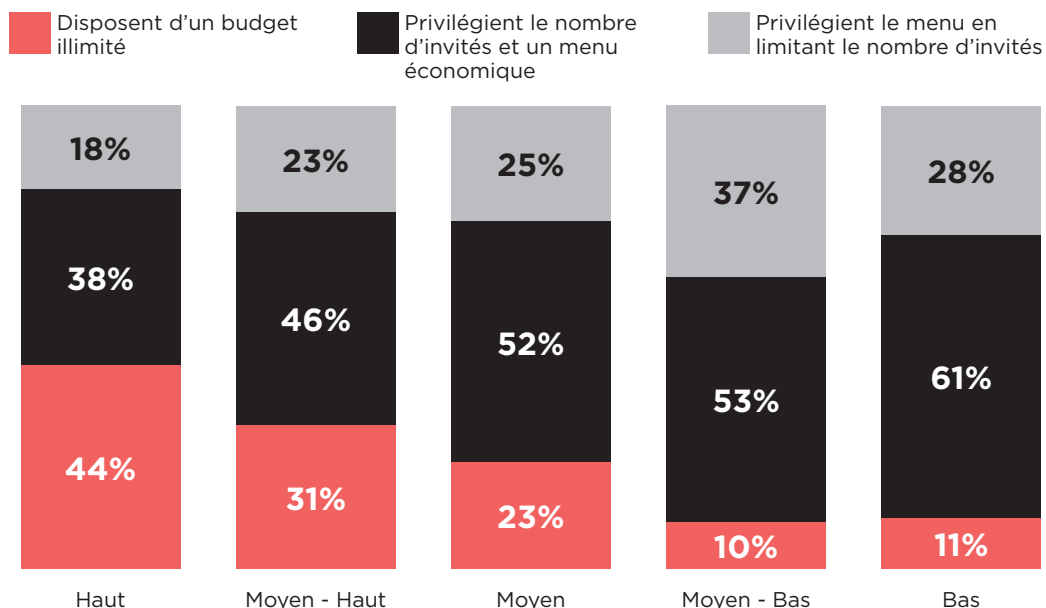
notre conseil

Les entreprises doivent adapter leur discours en fonction du profil des couples. Il faut cerner les priorités de chaque couple et non se limiter uniquement aux moyennes.

fait intéressant

Et pourtant, 1 couple sur 4 déclare ne pas avoir un budget limité, ce qui est assez surprenant. Plus les revenus sont élevés, moins la gestion du budget est stricte. C'est un élément à prendre en compte.

CHOIX DU MENU EN FONCTION DU BUDGET



LE REPAS

COMMENT LES COUPLES PRENNENT-ILS LEUR DÉCISION ?

à retenir

Presque la moitié des couples attend d'avoir goûté les menus d'un ou plusieurs établissements avant d'arrêter leur choix.

fait intéressant

Dans 25% des cas, le choix du menu se fait en fonction des opinions partagées sur Internet et les réseaux sociaux.

notre conseil

Ces chiffres soulignent l'importance de la publicité pour attirer le client lors de la prise de décision, puisqu'il n'a pas encore arrêté son choix et qu'il examine d'autres alternatives.

Près de 41% des couples arrêtent leur choix après une ou plusieurs dégustations de menu.

QUELS SONT LES CRITÈRES DES COUPLES DANS LE CHOIX DU TRAITEUR ?

25%

Opinions ou commentaires sur Internet et réseaux sociaux

23%

Recommandations d'amis

22%

Expérience préalable avec ce traiteur et quelques dégustations de menu

19%

Après avoir essayé différents traiteurs

11%

N'ont pas eu le choix – seul prestataire disponible à la date désirée

FAIRE-PART

COMMENT LES COUPLES ANNONCENT-ILS LEUR MARIAGE ?

à retenir

Dans 83% des cas, les couples ont annoncé leur mariage en envoyant des faire-part papier.

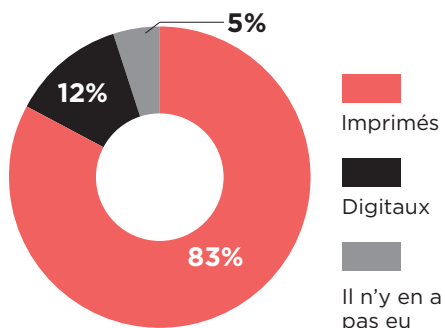
fait intéressant

Les faire-part online atteignent 12% du total, soit presque le double d'il y a quelques années. Une autre tendance à la hausse est l'envoi de pré-invitations, connues sous le nom de Save The Date, pour annoncer la date du mariage.

notre conseil

Proposer aux couples une papeterie diversifiée (marque-pages, save the date, livre d'or, etc.) et assortie aux faire-part pour maintenir une cohérence de style dans tous les éléments du mariage. Autre aspect important qui gagne du terrain : les faire-part éco-responsables. Par ailleurs, il existe des opportunités de croissance car peu de prestataires proposent des options intermédiaires entre les faire-part faits maison et un service professionnel.

COMMENT SONT LES FAIRE-PART ?



STYLE DES FAIRE-PART

PROFESSIONNELS OU FAITS MAISON ?

à retenir

Près de la moitié des couples ne veut pas prendre de risques et fait appel à des professionnels.

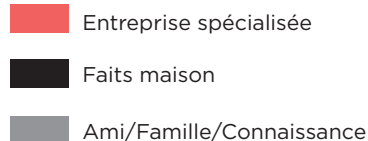
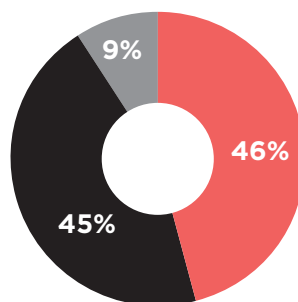
fait intéressant

Les faire-part originaux sont de plus en plus courants. À noter que 39% des faire-part sont modernes et créatifs.

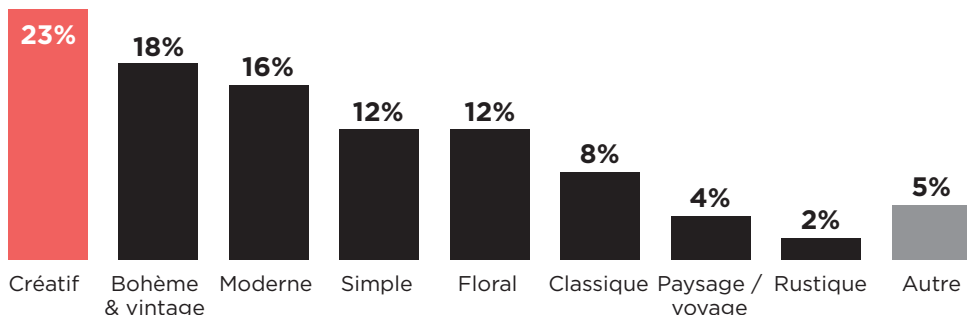
notre conseil

Établir un système de suivi ou de banque de contenus pour être au fait des tendances. Les entreprises de faire-part devront fournir un effort en matière de créativité pour faire face aux faire-part faits maison qui se veulent modernes mais qui ne donnent pas toujours un résultat satisfaisant. Les couples doivent garder en tête que la qualité du papier reflète la qualité du mariage aux yeux des invités et cela peut avoir une incidence sur les cadeaux que ces derniers leur feront.

QUI A FAIT LES FAIRE-PART ?



STYLE DES FAIRE-PART :



PAPETERIE

LE SOIN DU DÉTAIL

à retenir

Dans 85% des mariages, la papeterie ne se limite pas aux faire-part. Et dans 76% des cas, le style de la papeterie est homogène et assorti aux faire-part.

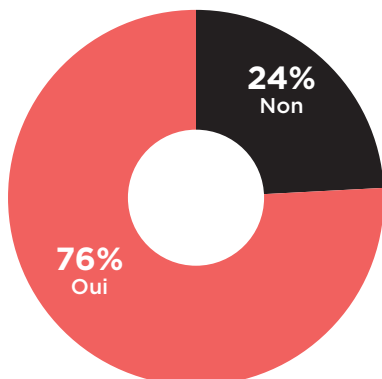
fait intéressant

Les livres d'or et les cartes de remerciement imprimées sont des éléments très présents, bien qu'ils ne soient pas considérés comme indispensables.

notre conseil

Disposer d'échantillons physiques ou digitaux pour pouvoir montrer un aperçu de set complet de papeterie peut aider les couples à visualiser tous ces compléments intégrés dans leur mariage.

LES FAIRE-PART ET LE RESTE DE LA PAPETERIE SONT-ILS ASSORTIS ?



QUELS ARTICLES DE PAPETERIE LES COUPLES ONT-IL ACHETÉS ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

46%

Livre d'or

41%

Save the date papier

40%

Cartes de remerciement papier

29%

Menu

22%

Numéros de table

21%

Marque-places

14%

Affiche plan de table

13%

Livret de messe

5%

Cartes de remerciement virtuelles

3%

Save the date virtuels

15%

Ils n'ont rien acheté d'autre

CADEAUX

QUELS TYPES DE CADEAUX REÇOIVENT LES COUPLES ?

à retenir

Espèces, libre choix des invités, chèque ou virement sont les façons les plus courantes de faire un cadeau aux couples mariés aujourd'hui en France. 7% d'entre eux choisissent la liste de mariage en ligne.

fait intéressant

Bien que 65% des sondés jugent les cadeaux qu'ils ont reçus généreux, ceux-ci ne couvrent pas l'ensemble des dépenses dans 81% des cas. Autre aspect intéressant : il y a en moyenne 10 invités qui ne font pas de cadeau, mais cela ne concerne que la moitié des mariages.

notre conseil

Des outils pour calculer le montant adéquat du cadeau peuvent aider les invités à donner suffisamment pour couvrir les dépenses du couple.

SOUS QUELLE FORME LES COUPLES ONT-IL REÇU LEURS CADEAUX DE MARIAGE ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

77%

Espèces

35%

Libre choix des invités

21%

Chèque

19%

Virement sur le compte courant

7%

Liste de mariage en ligne

2%

Il n'y a pas eu de cadeaux

1%

Liste de mariage en boutique

1%

Dons ONG

L'AVIS DES COUPLES SUR LES CADEAUX QUI LEUR SONT OFFERTS...

7%

28%
Conforme à
leurs attentes

65% Généreux

Insuffisants, ils n'ont pas couvert le prix du repas

LA SOMME DES CADEAUX REÇUS ÉTAIT-ELLE SUPÉRIEURE AUX DÉPENSES DU MARIAGE ?

81% Non

19% Oui

ENTERREMENT DE VIE DE CÉLIBATAIRE

FÊTE OU VOYAGE ENTRE AMIS ?

à retenir

L'enterrement de vie de célibataire mérite un chapitre à part car 38% des couples font un voyage avec leurs amis, contre 36% qui le célèbrent dans leur ville de résidence. 88% le font séparément, ce qui implique deux voyages par couple.

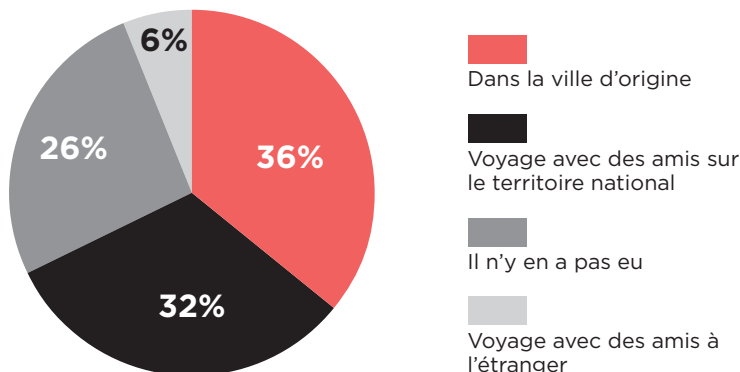
fait intéressant

Le nombre de voyages augmente à mesure qu'augmente le revenu, comme on pourrait s'y attendre. Fait remarquable : le pourcentage de couples ne faisant pas d'enterrement de vie de célibataire a augmenté pour atteindre 26%.

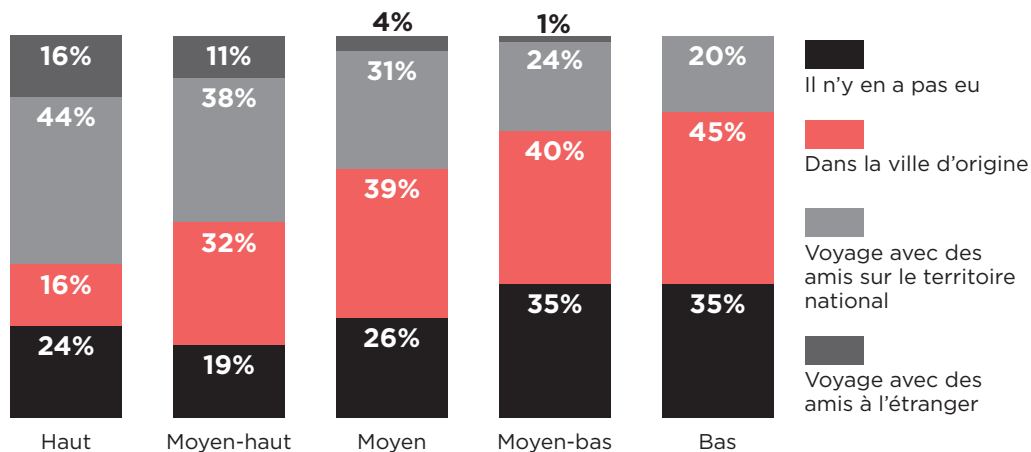
notre conseil

Proposer des espaces et des services intégraux afin de prendre en charge ce moment comme une partie intégrante du processus d'organisation du mariage.

COMMENT S'EST DÉROULÉ L'ENTERREMENT DE VIE DE CÉLIBATAIRE ?



COMMENT S'EST DÉROULÉ L'ENTERREMENT DE VIE DE CÉLIBATAIRE ?





**DURANT
LE MARIAGE**

CHAPITRE 4

La répartition de **NOS DÉPENSES** est loin d'être aléatoire, elle est profondément culturelle.

Néanmoins, il y a de nombreuses idées reçues qui sont fausses. Le plus beau jour de notre vie est le fruit de nombreuses étapes et comporte beaucoup d'éléments : cérémonie, costume, robe, fleurs, décoration, photo, vidéo, musique, coiffure, maquillage, bijoux, transport, animation mais aussi cadeaux pour les invités.

CONNAÎTRE les chiffres et les **TENDANCES** pour chacune de ces catégories peut aider les couples et le secteur à prendre des décisions fondées et donc à profiter ou faire profiter de **MEILLEURS SERVICES** et d'un mariage encore plus réussi. Le renouvellement régulier de cette étude permet d'apporter des conclusions précises. Les entreprises peuvent effectuer les **CHANGEMENTS NÉCESSAIRES** en multipliant le nombre de mariages dans leur région par la dépense moyenne dans leur catégorie et **CALCULER** ainsi les **INVESTISSEMENTS** pertinents à faire.

CÉRÉMONIE

QUEL TYPE DE CÉRÉMONIE LES COUPLES CHOISISSENT-ILS ?

à retenir

Les cérémonies laïques ont le vent en poupe au détriment des cérémonies religieuses.

fait intéressant

Les cérémonies laïques adoptent des rites et une symbolique propre à d'autres cultures. Dans les mariages religieux il y a une hégémonie (84%) du culte catholique, 6% seulement sont des mariages musulmans.

notre conseil

21% sont des cérémonies religieuses célébrant une messe. La pratique des rites et des traditions reste importante et doit être prise en compte par le secteur qui, souvent, pourrait avoir tendance à ne pas toujours en tenir compte.

39%
Religieuse

59%
Laïque

2%
Non officielle



TYPE DE CÉRÉMONIE CATHOLIQUE

21% Avec messe

79% Mariage uniquement



LE COSTUME DU MARIÉ

QUEL GENRE DE TENUE CHOISIT LE MARIÉ ET OÙ L'ACHÈTE-T-IL ?

à retenir

Les costumes avec cravate ou nœud papillon sont en vogue. Dans les deux cas, la grande majorité des futurs mariés opte pour des boutiques spécialisées dans le mariage.

fait intéressant

Malgré les nombreux mariages à thème, il y a peu de variété en matière de costumes dans un pays qui abrite pourtant l'une des capitales de la mode.

notre conseil

Explorer la possibilité de proposer des costumes spécifiques en fonction du type de mariage, de l'horaire ou de la saison. Étendre le concept aux invités.

76%

*des mariés choisissent un costume avec **cravate** ou **nœud papillon**.*

TYPE DE COSTUME

76% Costume avec cravate ou nœud papillon

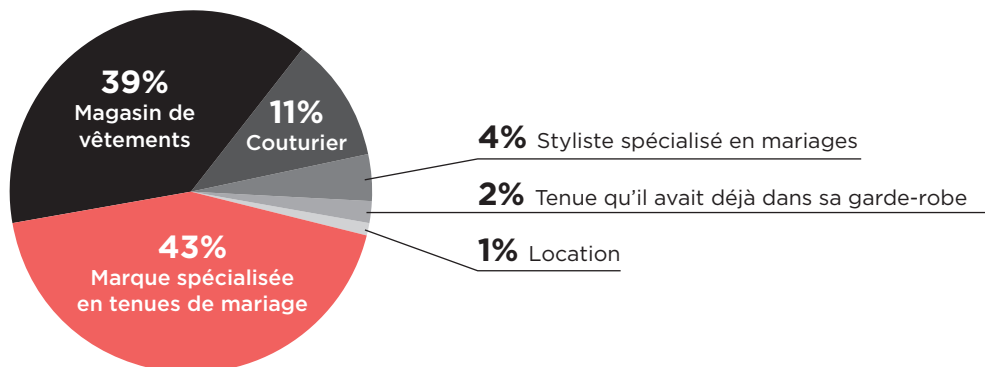
7% Smoking

6% Costume sans cravate ni nœud papillon

3% Informel

7% Autre

PROVENANCE DU COSTUME





TYPE DE COSTUME DU MARIÉ

En fonction du revenu

- Costume avec cravate ou nœud papillon
 ■ Costume sans cravate ni nœud papillon
 ■ Smoking
 ■ Informel
 ■ Queue-de-pie
 ■ Autre

MOYEN-HAUT



MOYEN



MOYEN-BAS



BAS



LA ROBE DE MARIÉE

COMMENT EST LA ROBE DE LA MARIÉE ET OÙ CELLE-CI L'ACHÈTE-T-ELLE ?

à retenir

La couleur ivoire a de plus en plus de succès (44%) et le blanc n'est plus le choix majoritaire (49%), quels que soient les revenus.

fait intéressant

Le décolleté en V est roi sur près de la moitié des robes, mais les modèles, eux, sont très variés. Dans 1 mariage sur 3, la mariée opte pour plusieurs robes ou une robe convertible.

notre conseil

Le domaine des robes de mariée est un terrain de jeu pour l'innovation. Il serait intéressant de développer des styles différents en fonction des moments de la journée.

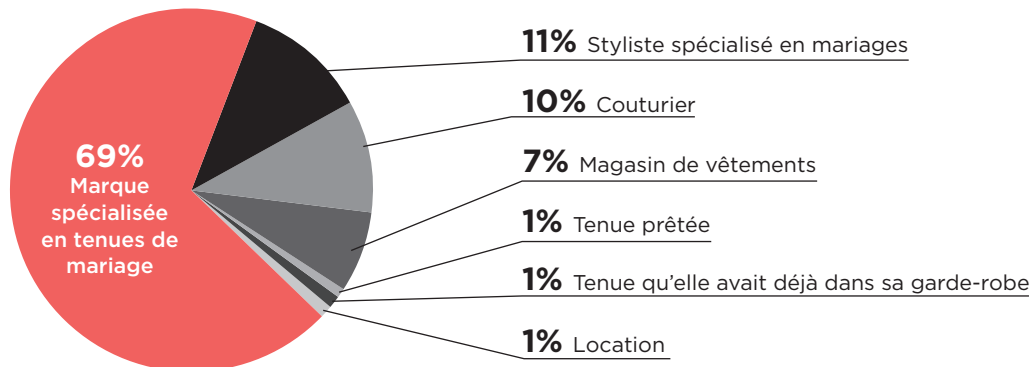
Coût de la robe et des accessoires :

1 600€

*Le prix est **très inférieur** à celui des **pays voisins**. C'est assez **surprenant** pour un pays qui fait référence dans le domaine de la mode.*

PROVENANCE DE LA ROBE DE MARIÉE

Près de 80% des mariées font appel à des spécialistes en mode nuptiale.





COULEUR DE LA ROBE DE MARIÉE

49% Blanche

44% Ivoire

2% Rose

5% Autre

DÉCOLLETÉ

47% En V

13% Bustier

12% Dos-nu

6% Rond

5% Bateau

5% Cœur

4% Épaules dénudées

3% Carré

2% Ras de cou

1% Illusion

2% Autre

COUPE

29% Princesse

23% En A

22% Droite

11% Sirène

6% Impériale

9% Autre

PLUSIEURS TENUES

68% Non

29% Oui, plusieurs robes

3% Oui, une robe convertible

LE STYLE DE LA ROBE DE MARIÉE

QUELLES CARACTÉRISTIQUES DOIT AVOIR LA ROBE DE MARIÉE ?

à retenir

La clé se trouve dans l'adaptation au style ainsi qu'à la silhouette de la mariée.

fait intéressant

En matière de style, la simplicité et l'élégance prédominent.

notre conseil

Puisque le style est le critère principal du choix de la robe, il serait intéressant d'activer des filtres ou de proposer des sondages afin de découvrir en amont le style de la mariée. Présenté sous forme de jeu, cela permettrait d'accélérer le processus d'achat et d'améliorer l'expérience du client.

7 mariées sur 10 déclarent qu'il est primordial que la robe respecte leur style vestimentaire habituel.





PRINCIPAUX CRITÈRES DE SÉLECTION DE LA PREMIÈRE ROBE DE MARIÉE

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

70% Qu'elle lui aille bien et mette en valeur sa silhouette

56% Élégante

51% Qu'elle respecte son style

30% Simple

27% Romantique

11% Pratique

10% Différente, originale

10% Sexy

9% Boho Chic

9% Traditionnelle

7% Spectaculaire

7% Luxueuse

4% Vintage

2% Innovante

1% Hippy

5% Autre

BIJOUX

ACHETÉS NEUFS OU EMPRUNTÉS À LA FAMILLE ?

à retenir

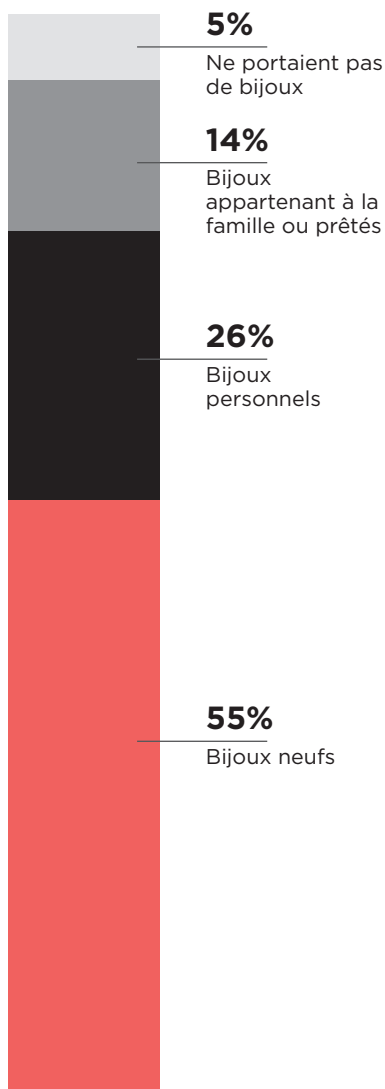
Plus de la moitié des couples achètent des bijoux pour leur mariage. Étant donné la valeur, les délais et l'accès facile aux couples à travers les outils en ligne, les bijoux de mariage peuvent se transformer en une excellente opportunité commerciale.

fait intéressant

14% des bijoux sont prêtés ou appartiennent à la famille. 26% sont des bijoux que le couple possédait déjà.

notre conseil

Offrir un service de reconditionnement de bijoux anciens (nettoyage, polissage...) pour des grandes occasions car cela représente 40% du marché.



BEAUTÉ DE LA MARIÉE

QUEL EST LE BUDGET BEAUTÉ POUR LE JOUR J ?



à retenir

La dépense tourne autour des 200 euros, dont 110 pour la coiffure et 90 pour le maquillage.

fait **intéressant**

La moyenne est surprenante si on la compare par exemple à l'Italie où ce chiffre est deux fois plus important.

notre conseil

Pour un jour aussi important qui restera gravé dans les mémoires et les centaines, voire milliers de photos, les dépenses en soins et beauté sont assez faibles. Réfléchir peut-être à des forfaits pour encourager l'achat de produits ou services.

PHOTO

COMMENT LES COUPLES CHOISISSENT-ILS LEUR PHOTOGRAPHE ?

à retenir

Comme c'est le cas pour d'autres catégories de prestataires, la tendance générale veut que les couples ne prennent pas de risques. La grande majorité (80%) fait appel à des professionnels.

fait intéressant

En ce qui concerne le choix du photographe, 53% des couples l'ont trouvé sur Internet, que ce soit dans des annuaires de prestataires ou en découvrant leurs photos. Dans seulement 2% des cas, le photographe a été imposé par le lieu de réception, ce qui démonte une idée reçue très ancrée.

notre conseil

Augmenter les investissements sur Internet qui constitue le principal canal de captation des clients. Être capable de développer des éléments de différenciation sera également un facteur clé du succès pour les photographes.

COMMENT LES COUPLES TROUVENT-ILS LEUR PHOTOGRAPHE ?

41% En cherchant dans des annuaires et en regardant ses photos sur Internet

33% Recommandation d'un ami

12% Sur les réseaux sociaux

10% Photographe de la famille

2% Un photographe possédant une boutique physique

2% Imposé par le lieu de réception

CRITÈRES IMPORTANTS DANS LE CHOIX DU PHOTOGRAPHE...

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

75% Le style de ses photos

60% Prix

39% Qu'il soit spécialisé dans les reportages de mariage

14% Prestation de remise des photos aux invités

10% Son équipement technique

9% Rapidité de la remise des photos

9% Autres

LES COUPLES FONT-ILS APPEL À DES PROFESSIONNELS ?

Ils n'ont pas fait appel à des professionnels, c'est un ami qui s'est chargé de prendre les photos

13%

64% Ils ont fait appel à des professionnels

16%

Ils ont fait appel à des professionnels et ont utilisé Wedshoots

7%

Ils n'ont pas fait appel à des professionnels, ce sont les invités qui ont pris les photos

PHOTO ET VIDÉO

QUE RECHERCHENT LES COUPLES CHEZ UN PHOTOGRAPHE ?

à retenir

Parmi les critères pour choisir le photographe, le style, la spécialisation et le prix sont les premiers par ordre d'importance.

fait intéressant

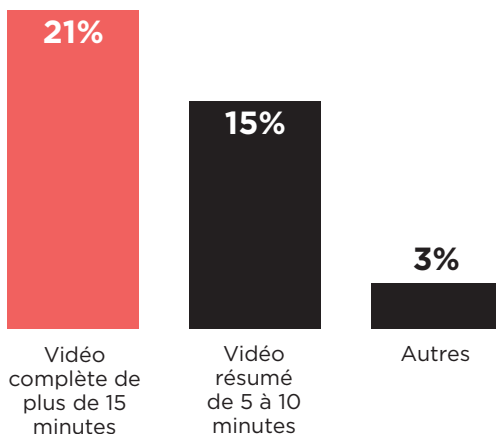
Le service vidéo est en croissance constante.

notre conseil

Développer plusieurs styles sera un gage de succès. Les technologies les plus modernes sont plébiscitées dans plus de 50% des cas. Investir ou collaborer pour pouvoir offrir des packs comprenant la vidéo, le drone et d'autres technologies.

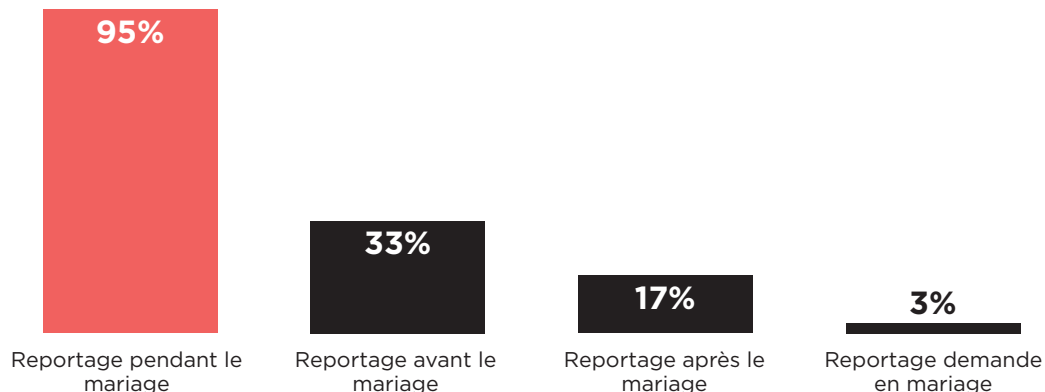
SERVICES VIDÉO SOLLICITÉS

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois



SERVICES PHOTO SOLLICITÉS

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois



VIDÉO

QUELLE EST L'IMPORTANCE DE CETTE PRESTATION ?

à retenir

Les prestations vidéo représentent presque un tiers des mariages actuels (32%). L'introduction des drones, encore peu utilisés, est relativement récente et concerne 14% des mariages.

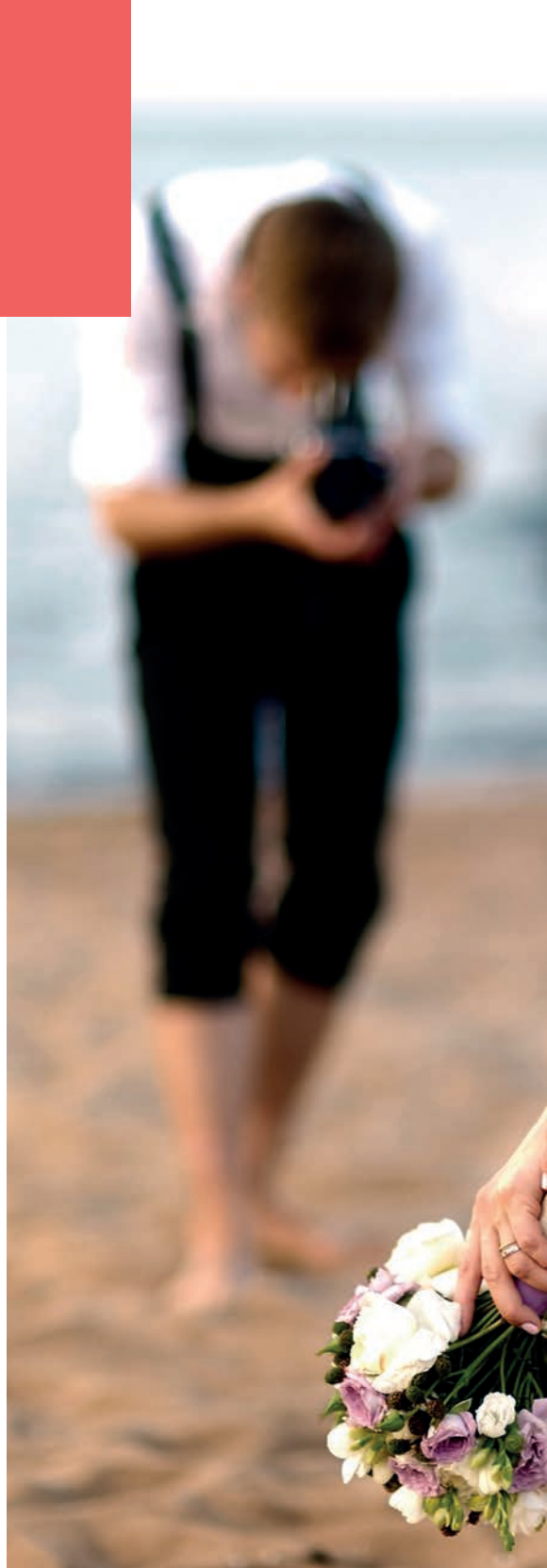
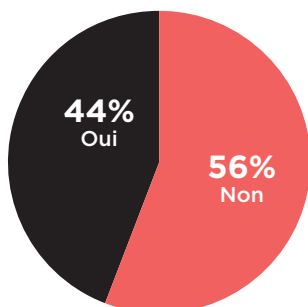
fait intéressant

La projection de vidéos et/ou de photos retraçant la vie du couple est une tradition bien ancrée qui doit être prise en compte dans le timing de l'événement ainsi que le matériel technique nécessaire pour ce type d'animation.

notre conseil

Adopter les nouvelles technologies pour rendre le produit encore plus attrayant : drone, caméras GoPro à mettre à disposition des invités, réalité virtuelle, photo 360°... Ce type de services peut venir compléter le forfait proposé aux couples.

DES VIDÉOS SONT-ELLES DIFFUSÉES LORS DU MARIAGE ?

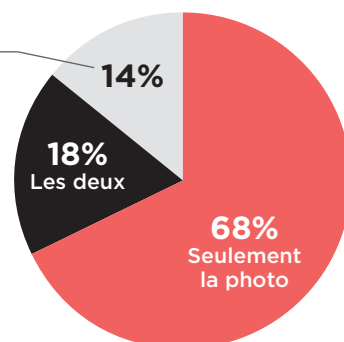


*32% des couples font
appel à un vidéaste.*

*La vidéo continue sa
croissance mais il
faudra innover pour
conquérir les 68%
restants du marché.*

PHOTO OU VIDÉO : QUE CHOISSENT LES COUPLES POUR LEUR MARIAGE ?

Les deux +
un drone et/
ou autres
techniques
innovantes



MUSIQUE

QUE CHOISISSENT LES
COUPLES ET COMMENT ?

à retenir

En règle générale la fête se déroule sur le lieu de réception. Le plus important pour les couples (72%) est que le DJ fasse danser les invités. Le prix n'est pas le critère de choix principal car les couples privilégient une prestation musicale adaptée aux goûts des invités, la possibilité de faire des demandes durant la soirée ainsi que des animations.

fait intéressant

Bien que les DJs et autres formations musicales soient des prestations très prisées par les couples pour la cérémonie, les résultats de l'enquête indiquent qu'ils bénéficient encore d'une marge de croissance. La musique en direct a de plus en plus de succès.

notre conseil

D'une part, il faudrait améliorer la promotion de ces services sur Internet, puisque près d'1 couple sur 3 fait ses recherches dans les répertoires en ligne car la salle de réception ne fournit pas la prestation. D'autre part, il faudrait s'ajuster davantage aux demandes du client en s'adaptant à ses goûts et en mettant moins en avant le style et les goûts du professionnel. Cette caractéristique doit être mentionnée clairement car elle apparaît comme un critère clé dans la sélection du prestataire en charge de l'animation musicale du mariage.

74% des couples font la
fête sur place après le repas.



MUSIQUE

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

74% Fin de soirée dans la même salle que celle de la réception

64% Musique durant la cérémonie

42% Musique live pour l'entrée du couple dans le lieu de la cérémonie

34% Musique live pendant l'ouverture du bal

19% Musique live pour l'entrée des invités dans le lieu de la cérémonie

4% Fin de soirée en boîte de nuit

QUEL EST LE CRITÈRE LE PLUS IMPORTANT POUR LA PRESTATION MUSICALE ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

72% Que le DJ mette l'ambiance et fasse danser les invités

64% Qualité de la prestation

45% Que le DJ accepte les suggestions de musique

42% Prix de la prestation

39%

Que le DJ dispose d'un équipement audio/vidéo et de jeux de lumière

30%

Que le DJ passe de la musique actuelle

28%

Que le DJ passe la musique préférée du couple

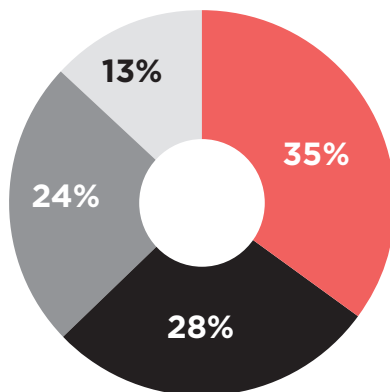
28%

Que le DJ ne semble pas pressé de partir

9% Que la musique soit en direct

7% Autre

COMMENT ONT-ILS CHOISI LE PRESTATAIRE POUR LA MUSIQUE ?



■ Portail internet
■ Ami/famille
■ Recommandation d'un ami
■ Prestataire fourni par le lieu de réception



ANIMATION

COMBIEN DE COUPLES PRÉVOIENT DES ANIMATIONS ?

à retenir

Le chiffre reste stable. Les animations ou spectacles concernent 1 mariage sur 4, qu'il s'agisse d'une initiative des couples ou d'une surprise faite par la famille ou les amis.

fait intéressant

Les données montrent qu'il y a une certaine corrélation entre le revenu des couples et la décision d'embaucher un service d'animation.

notre conseil

Il y a un fort potentiel de croissance pour ce type de service. Danse, magicien, feux d'artifice, flashmob, jazz sont les animations les plus populaires.

UNE ANIMATION EST-ELLE PROPOSÉE DURANT LE MARIAGE ?

En fonction du revenu

 Oui  Non

MOYEN-HAUT



MOYEN



MOYEN-BAS



BAS



FLEURISTE

COMMENT SE FAIT LE CHOIX DES COUPLES ET COMBIEN DÉPENSENT-ILS ?

à retenir

La prestation décoration incluse ne concerne que 6% des mariages, indépendamment du prix ou du niveau du mariage.

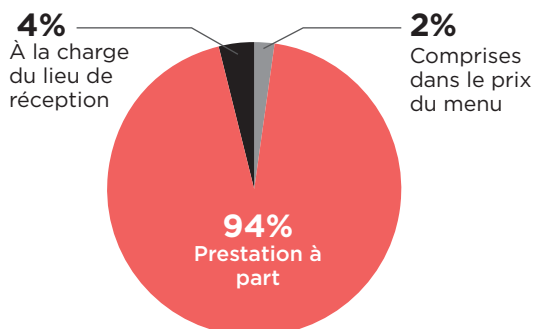
fait intéressant

Les coûts pour la prestation du fleuriste et de la décoration sont très différents et ne se font pas en fonction du nombre d'invités. Le tarif moyen se situe en dessous de 818 euros, ce qui fait que le coût moyen par invité est très faible. Ce prix correspond à des prestations basiques, les tarifs les plus élevés correspondent à des prestations de décoration complètes.

notre conseil

Associer le prix au nombre d'invités pour augmenter le ticket moyen et faire évoluer l'offre en proposant des services de décoration personnalisée.

FLEURS ET DÉCORATION



CADEAUX AUX INVITÉS

COMBIEN DE COUPLES OFFRENT DES CADEAUX À LEURS INVITÉS ?

à retenir

88% des couples ont offert un cadeau à leurs invités.

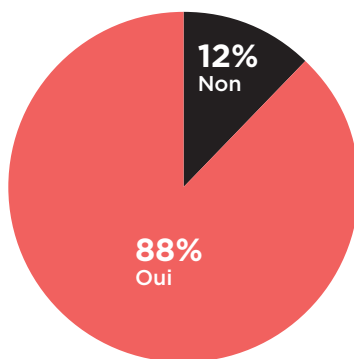
fait intéressant

Sur l'ensemble du sondage il s'agit de la catégorie avec la plus grande pénétration de marché, bien qu'elle soit également l'une des catégories qui génère des doutes. Sachets de dragées, cadeaux gastronomiques, objets artisanaux et solidaires sont les plus répandus.

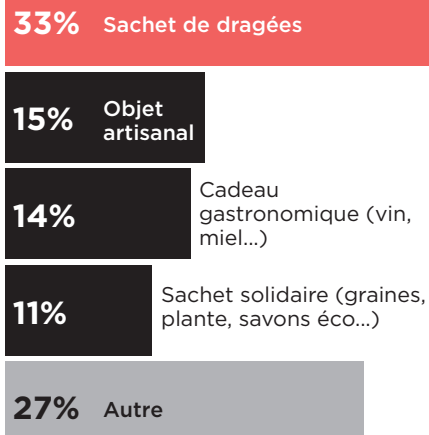
notre conseil

Gagner en visibilité sur ce type de prestation dans les principaux canaux d'inspiration et d'information actuels afin de faciliter le choix des couples.

LES COUPLES OFFRENT-ILS DES CADEAUX À LEURS INVITÉS ?



QUEL TYPE DE CADEAU ?



TRANSPORT

COMMENT LES COUPLES SE DÉPLACENT-ILS ?

à retenir

Il n'y a aucun consensus ni manière standardisée en ce qui concerne l'organisation du transport des couples, tout comme en Espagne et en Italie.

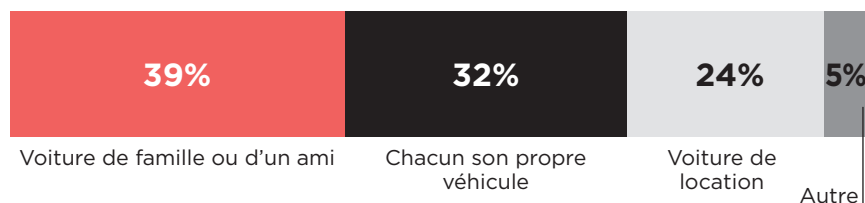
fait intéressant

Dans certains pays, il existe une claire tendance à assurer ou faciliter le transport des invités pour leur éviter de conduire après la fête. Cependant ce n'est pas encore le cas ici.

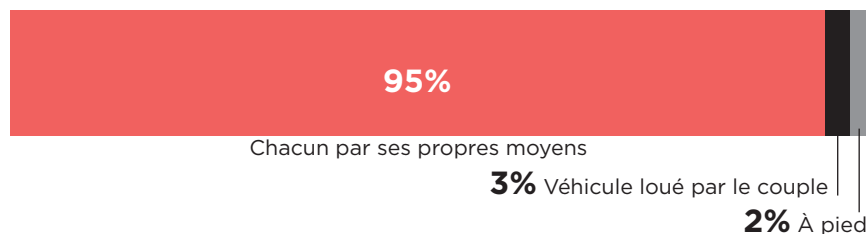
notre conseil

Mettre en place des offres plus compétitives pour le transport des couples qui possèdent les revenus les plus bas comme par exemple proposer des services horaires plus réduits ou des voitures moins chères.

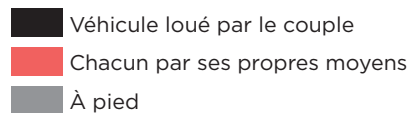
QUEL MOYEN DE TRANSPORT LES COUPLES UTILISENT-ILS ?



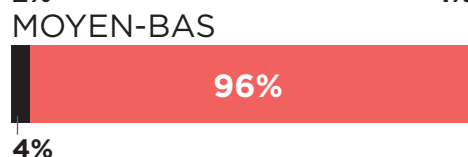
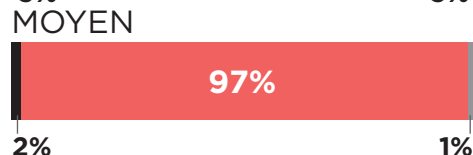
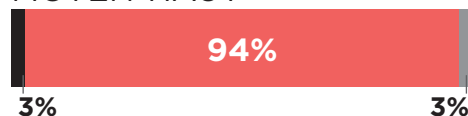
TRANSPORT DES INVITÉS



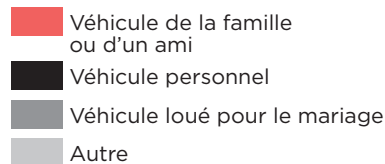
LE TRANSPORT DES INVITÉS EN FONCTION DES REVENUS



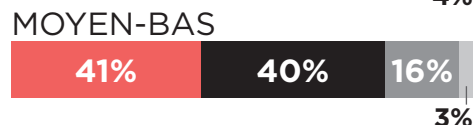
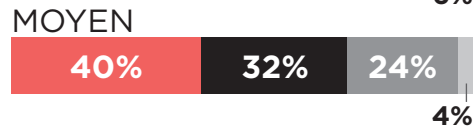
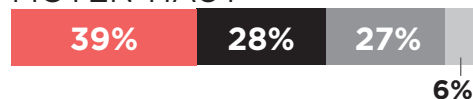
MOYEN-HAUT



LE TRANSPORT DES COUPLES EN FONCTION DES REVENUS



MOYEN-HAUT



Y AVAIT-IL UNE PRÉOCCUPATION POUR UN MARIAGE ÉCO-FRIENDLY ?

à retenir

Pour 1 couple sur 3, il était important que leur mariage soit éco-responsable. Ce chiffre augmentera certainement dans les années à venir. Pour ces couples, c'est la décoration, plus que d'autres aspects, qui a été choisie avec soin.

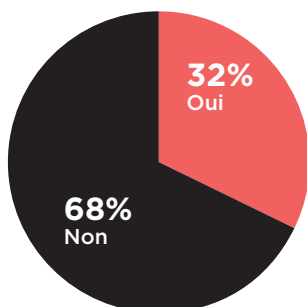
fait intéressant

16% des couples ont engagé des prestataires sensibles à la préservation de l'environnement. Ils ont fait le choix de la proximité et de l'écologie pour les produits et les cadeaux pour leurs invités.

notre conseil

Mesurer l'empreinte carbone et délivrer des certificats éco-responsables seront des actions qui rencontreront de plus en plus de succès, qui seront peut-être décisives dans le choix des couples, voire indispensables à l'avenir.

FAIRE UN MARIAGE ÉCO-FRIENDLY ÉTAIT-IL IMPORTANT ?



ACTIONS MISES EN ŒUVRE EN PENSANT À L'ENVIRONNEMENT

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

67%

Décoration avec des matériaux recyclés et/ou biodégradables

51%

Produits écologiques et locaux

46%

Flleurs préservées ou séchées

38%

Cadeaux écologiques pour les invités

32%

Célébration pendant la journée pour profiter de la lumière naturelle

24%

Invitations écologiques

16%

Embaucher des entreprises éco-friendly

16%

Robe ou costume durable

9%

Maquillage écologique

8%

Moyen de transport écologique

8%

Lune de miel écologique

5%

Cadeaux solidaires

TRADITIONS

CELLES QUI RESTENT ET CELLES QUI S'ESTOMPENT

à retenir

Les traditions sont toujours présentes, certaines se perdent, d'autres se maintiennent et d'autres encore renaissent. Aucune n'est indispensable et seules 2 d'entre elles sont observées dans plus de 50% des mariages. De façon générale, les traditions tendent à perdre du terrain.

fait intéressant

Les principales traditions n'impliquent pas forcément de grosses dépenses, parfois aucune d'ailleurs, mais elles contribuent fortement à apporter une touche spéciale au mariage et le transforment en moment mémorable. Associer ces compléments bon marché à des services peut aider le prix total à être mieux perçu car plus juste.

notre conseil

Un mariage empreint de tradition amènera probablement d'autres mariages et ne sera pas perçu comme une simple célébration de plus. Le secteur et les couples devraient travailler à la récupération des traditions, de leur pourquoi et de leur histoire pour que ce «plus beau jour de leur vie» soit encore plus particulier.



QUELLES TRADITIONS OU COUTUMES ONT-ILS SUIVIES LORS DE LEUR MARIAGE ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

53%

La pièce montée

52%

Le convoi de voitures qui klaxonnent

50%

Le lancer de bouquet

42%

Les dragées

33%

Dormir séparément la veille du mariage

33%

Les 4 éléments : neuf, ancien, bleu, emprunté

27%

La mariée placée à gauche dans l'église

24%

Un rituel de cérémonie laïque*

20%

La fontaine de champagne

16%

Séance first look - une personne de dos ou le couple dos à dos

9%

La soupe à l'oignon

7%

Porter la mariée

7%

Le lancer de riz

6%

La jarrettière

5%

La danse du parapluie

2%

La danse de la brioche

1%

Séance first look - Arrivée les yeux bandés

1%

Les sculptures de charcuterie

1%

Le planter de pin

8%

Autre

*(rituel du ruban, de la bougie, de la rose, jeter une pièce dans l'eau, brûler ses peurs, etc.)

DOUTES

QUELLES SONT LES PLUS GRANDES INCONNUES ?

à retenir

L'élément qui génère le plus de doutes est l'organisation des tables suivie de la partie économique.

fait intéressant

15% des couples assurent qu'ils n'ont eu aucun doute. Pour les autres, avec le large accès à l'information dont ils bénéficient, on constate que les doutes diminuent notamment sur tout ce qui concerne le contenu du mariage en lui-même, la tenue et les prestataires.

notre conseil

Utiliser des outils en ligne pour organiser le plan de table et le modifier facilement. Offrir un service de conseil pour la partie administrative et les démarches qui en découlent.

41% ont des doutes
concernant le *plan de table*.



QUELLE EST LA PARTIE DE L'ORGANISATION DU MARIAGE QUI A SUSCITÉ LE PLUS DE DOUTES ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

41% Plan de table

27% L'aspect économique

16% Décoration

15% Tenue

14% Choix du menu

14% Choix du traiteur

12% Choix du lieu de réception

8% Photographe

8% Cadeaux aux invités

5% Partie administrative

15% Rien

6% Autre



**APRÈS
LE MARIAGE**

CHAPITRE 5

Le mariage n'est pas la fin d'un **VOYAGE**, mais le **DÉBUT**. C'est bien pour cette raison que nous n'avons pas voulu limiter cette étude au jour J. Nous avons donc demandé aux couples et aux prestataires du secteur nuptial ce qui se passait **APRÈS LE MARIAGE**. Et il s'en passe des choses ! Lune de miel, diffusion sur les réseaux sociaux, aspects économiques du budget initial et final, les sources de conflit mais aussi le domicile. Tous ces aspects nous permettent d'avoir une **VISION COMPLÈTE** et détaillée de tout ce qui entoure le jour le plus important de la vie d'un couple.

LA LUNE DE MIEL

QUAND PARTENT LES COUPLES ET OÙ VONT-ILS ?

à retenir

Près d'1 couple sur 3 part tout de suite en voyage, mais 2 sur 3 soit ne partent pas, soit partent plus tard.

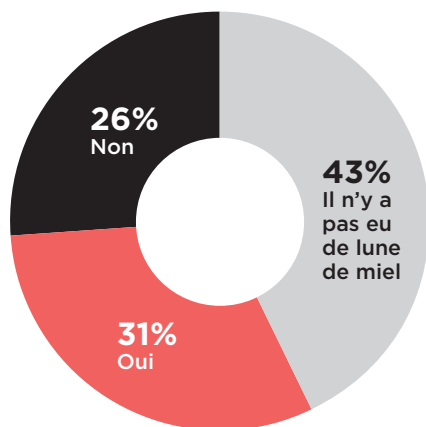
fait intéressant

Constat curieux : plus les revenus sont élevés, plus les couples partent tard.

notre conseil

Mettre en place un système pour que les couples aux revenus les plus faibles reçoivent la lune de miel sous forme de cadeau car, dans le cas contraire, presque la moitié d'entre eux ne part pas en voyage de noces.

LA LUNE DE MIEL A-T-ELLE LIEU APRÈS LE MARIAGE ?



57%
des couples partent
en *lune de miel*.

**LA LUNE DE MIEL A-T-ELLE
LIEU DANS LES JOURS QUI
SUIVENT LE MARIAGE ?**

En fonction du revenu

MOYEN-BAS

47%

Il n'y a pas eu
de lune de miel

36%
Oui

17%
Non

MOYEN

45%

Il n'y a pas eu
de lune de miel

29%
Oui

26%
Non

MOYEN-HAUT

40%

Il n'y a pas eu
de lune de miel

30%
Oui

30%
Non

à retenir

Le voyage de noces dure en moyenne 12 jours s'il est réalisé immédiatement après le mariage ou 14 jours si le couple part plus tard. Si le voyage a lieu sur le territoire national, il dure environ 10 jours.

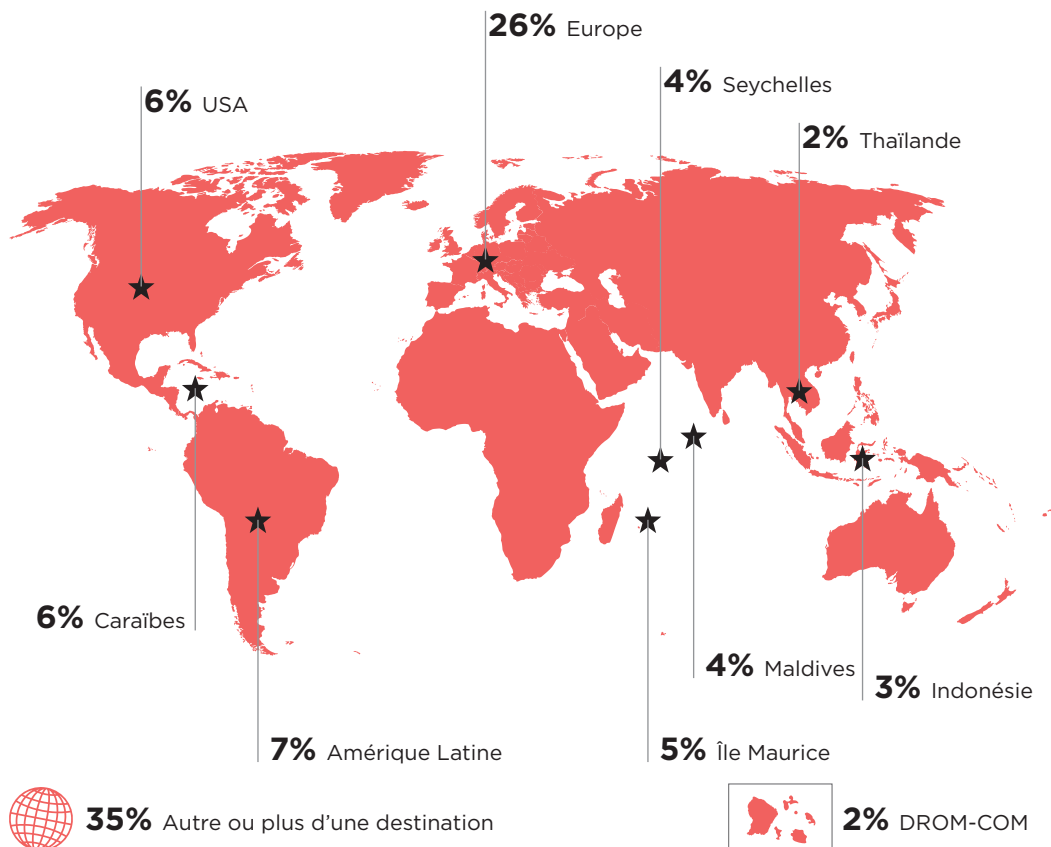
fait intéressant

Parmi les couples qui décident de partir en lune de miel, 81% choisissent de partir à l'étranger. L'Europe et l'Amérique sont les destinations favorites.

*Le coût moyen d'un voyage **national** est de **1 600 euros** et de **5 600 euros** lorsqu'il s'agit d'un voyage **international**.*

notre conseil

Une destination nationale semble être une option plus simple pour tous ceux qui ne peuvent pas faire un long voyage dans la foulée, soit 26% des cas. Si on ajoute à ce pourcentage celui des couples qui ne partent pas, nous arrivons à deux tiers des couples pour lesquels un voyage plus court et moins onéreux pourrait représenter une opportunité de partir.



DIFFUSION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

à retenir

Parmi les pays étudiés, la France est celui où la diffusion du mariage sur les réseaux est la plus basse.

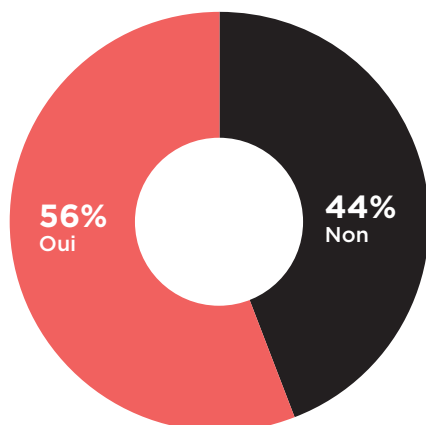
fait intéressant

Par ailleurs, on observe que ce partage se concentre sur un nombre réduit de réseaux sociaux.

notre conseil

Profiter de cette diffusion pour promouvoir les prestataires et leurs services.

LES COUPLES PARTAGENT-ILS DES PHOTOS DE LEUR MARIAGE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?



QUELS RÉSEAUX SOCIAUX UTILISENT LES COUPLES POUR PARLER DE LEUR MARIAGE ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois



56% des couples
partagent volontiers leur
mariage sur les réseaux
sociaux.

LE COÛT DU MARIAGE

COMBIEN COÛTE UN MARIAGE ?

à retenir

Le coût moyen d'un mariage en France a augmenté de façon significative pour atteindre les 17 100 euros. À ce montant il faut ajouter le coût de la lune de miel. Dans le cas d'une destination nationale, le coût total du mariage s'élève à 18 700 euros, tandis que pour une destination internationale, il atteint les 22 700 euros.

fait intéressant

Plus les revenus du couple sont élevés, plus celui-ci est conscient du coût du mariage. Néanmoins, ce sont les couples les plus aisés qui s'éloignent le plus facilement de leur budget initial, que ce soit en pourcentage ou en montant. Lorsque les couples peuvent se le permettre économiquement, ils se laissent guider par les sentiments.

notre conseil

Nous constatons également qu'1 couple marié sur 5 considère que leur mariage a été célébré en grande pompe. Ce type de mariage a une claire corrélation avec le revenu, atteignant plus de 33% dans les CSP hautes et 8% dans les CSP basses. Il serait intéressant de faciliter le financement afin d'augmenter les dépenses pour les couples aux revenus les plus bas.

COMMENT LES COUPLES ONT-ILS PAYÉ LEUR MARIAGE ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

84% Épargne

52% Parents

21% Avec l'argent reçu en guise de cadeau

19% Plusieurs mensualités auprès des prestataires

12% Prêt bancaire

COMMENT LES COUPLES DÉCRIVENT-ILS LA GESTION DE LEUR BUDGET ?

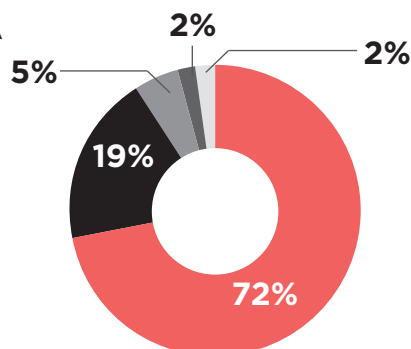
■ Ils savent exactement combien le mariage a coûté

■ Ils ne connaissent pas le budget exact car plusieurs personnes y ont contribué (couple, parents, beaux-parents...)

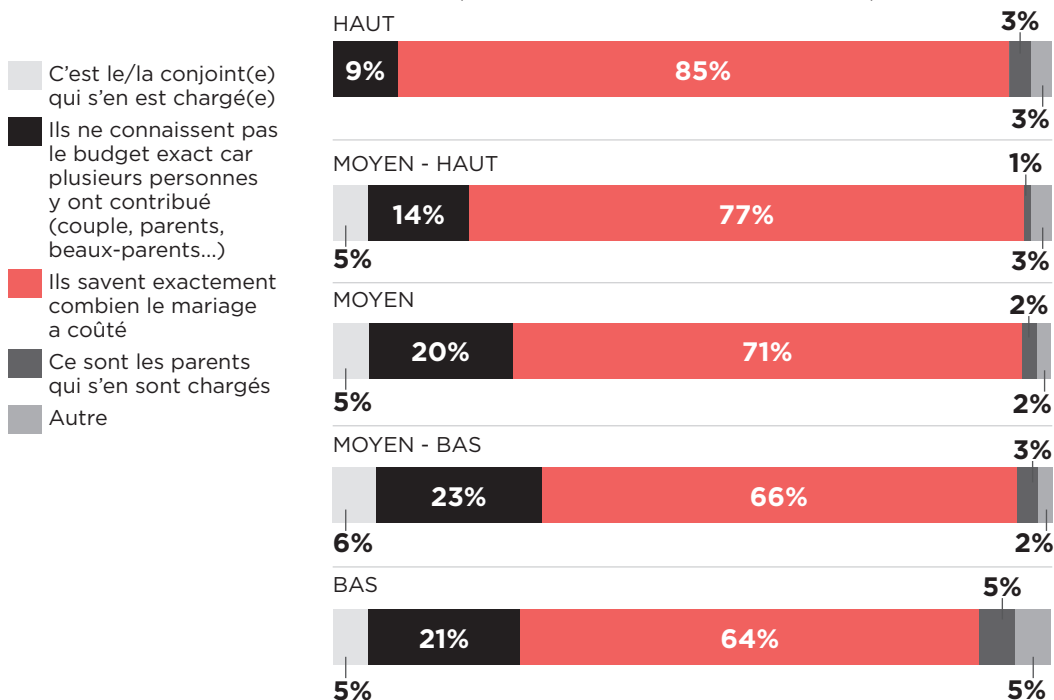
■ C'est le/la conjoint(e) qui s'en est chargé(e)

■ Ce sont les parents qui s'en sont chargés

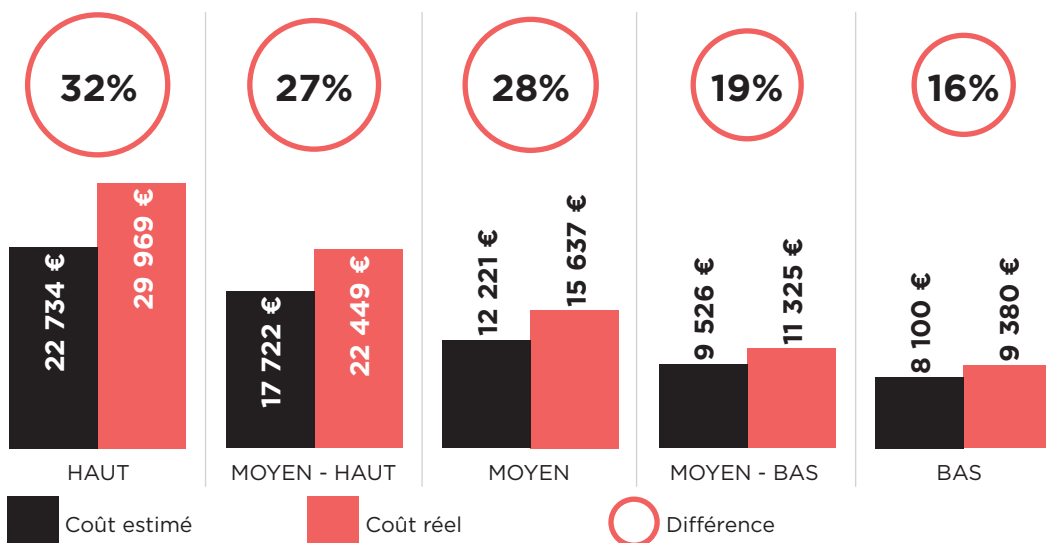
■ Autre



QUI S'EST CHARGÉ DU BUDGET (EN FONCTION DES REVENUS) ?



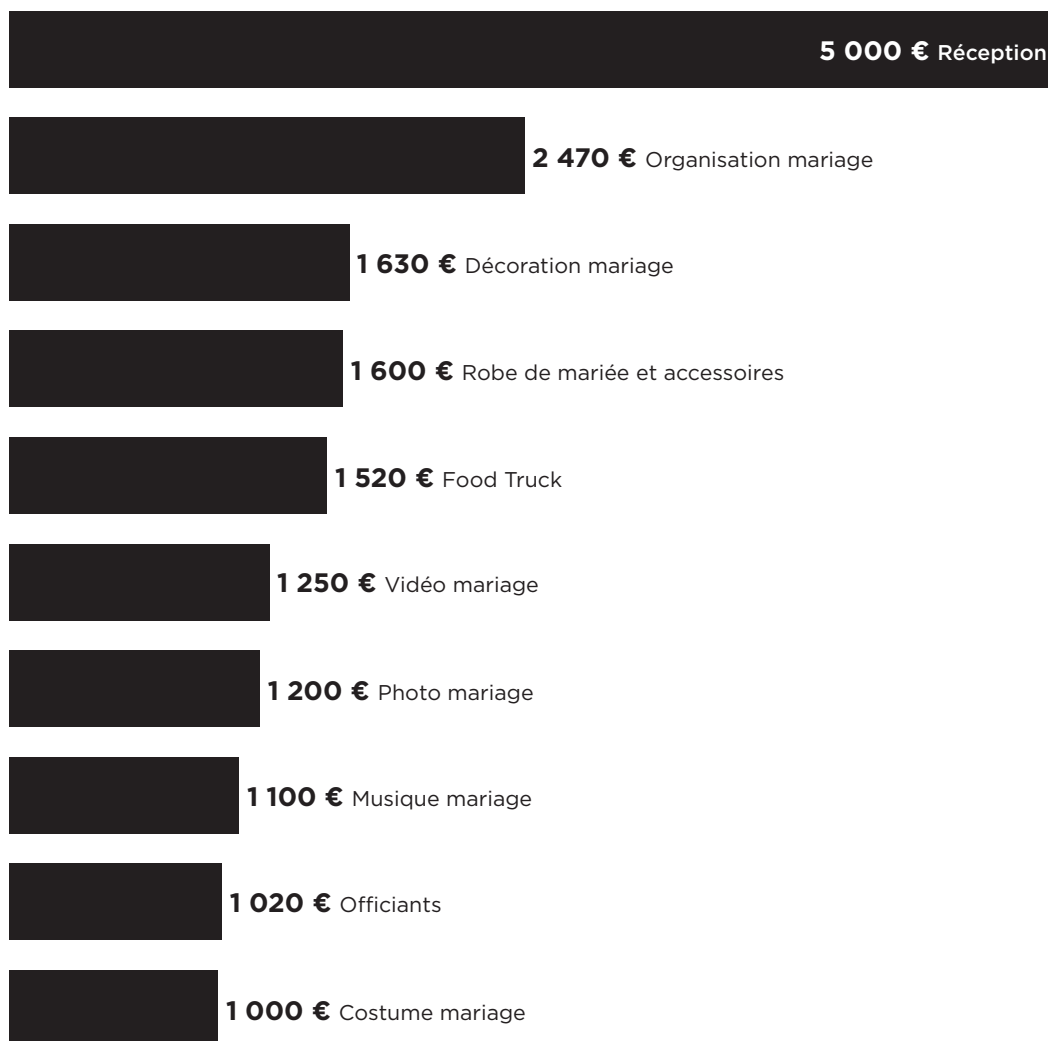
DIFFÉRENCE MOYENNE ENTRE COÛT ESTIMÉ ET COÛT RÉEL EN FONCTION DU REVENU



*Coût total du mariage
sans la lune de miel*

17 100 €

DÉPENSE MOYENNE PAR CATÉGORIE



Source : Données tirées du portail Mariages.net, basées sur des informations fournies par plus de 27 500 couples.

Lune de miel nationale **1 600 €**
Lune de miel internationale **5 600 €**

825 € Bijoux mariage

800 € Fleurs mariage

535 € Wedding cake

520 € Animation mariage

500 € Voiture mariage

425 € Faire-part mariage

215 € Cadeaux invités mariage

110 € Coiffeur

110 € Traiteur mariage (coût par invité)

90 € Maquillage

*Pour un mariage,
chaque couple
engage en moyenne
9 prestataires.*



COMMENT LES COUPLES QUALIFIENT-ILS LEUR MARIAGE ?

Comparaison en fonction du revenu

■ Fastueux ■ Modéré, sans excès ■ Économique

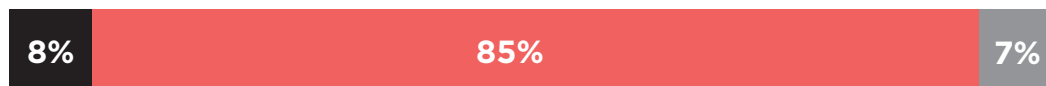
MOYEN - HAUT



MOYEN



MOYEN - BAS



QUEL GENRE DE MARIAGE POUR QUELLE VALEUR AJOUTÉE ?

Les couples célébrant un mariage religieux disposent d'un budget plus élevé pour leur grand jour.

Par ailleurs, on remarque que la moyenne d'âge de ces couples diminue. De façon surprenante, ces deux aspects —âge et budget important— se retrouvent dans tous les pays étudiés.

Les entreprises devraient prendre en compte et promouvoir les traditions parce que celles-ci débouchent sur un marché de grande valeur ajoutée pour les clients.

Les mariages religieux comptent en moyenne 34% de dépenses en plus que les mariages avec cérémonie laïque.

COÛT FINAL DU MARIAGE EN FONCTION DE LA CÉRÉMONIE

21 155 € Religieuse

15 744 € Laïque

ÂGE DU COUPLE EN FONCTION DE LA CÉRÉMONIE

37,8 ANS Religieuse

32,6 ANS Laïque

DÉPENSES IMPRÉVUES

Y A-T-IL EU UN DÉPASSEMENT DU BUDGET ?

à retenir

Près de la moitié des sondés (46%) déclarent ne pas avoir eu de dépenses imprévues importantes.

fait intéressant

Les dépenses supplémentaires en décoration constituent le principal dépassement de budget dans presque 1 mariage sur 3 qui n'arrive pas à se tenir au budget initial prévu, suivi des dépenses pour les fleurs dans 12% des cas. On constate curieusement qu'il s'agit d'éléments qui ne sont pas cruciaux de prime abord et auxquels on ne porte peut-être pas une grande importance au début des préparatifs.

notre conseil

Les différences de budget entraînent des disputes à court terme. Établir les budgets de façon plus claire, conseiller ou proposer des forfaits peut contribuer à éviter ces différences qui finissent par discréditer le secteur.



DÉPENSES IMPRÉVUES

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

46% Aucun frais supplémentaire

27% Décoration additionnelle

12% Fleurs

12% Cadeaux pour les invités

10% Photobooth

10% Bar et restauration

9% Animation pour enfants et baby-sitter

7% Logement

6% Musique

5% Illumination

5% Déplacements

1% TVA non incluse

6% Autres

L'AVIS DES COUPLES SUR LEURS PRESTATAIRES

QUE PENSENT LES COUPLES DE LEURS PRESTATAIRES ?

à retenir

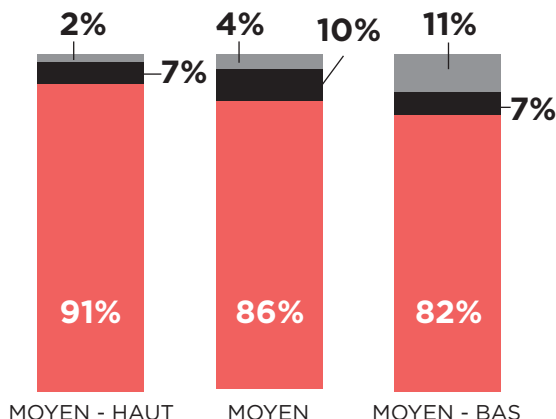
Pas moins de 87% des couples pensent que les prestataires sont conscients qu'il s'agit du jour le plus important de leur vie, qu'ils sont là pour les aider et n'essayent pas d'en profiter. Ce pourcentage est en augmentation chaque année.

fait intéressant

Dans 96% des cas, les couples considèrent que leurs prestataires ont été flexibles et se sont adaptés à leurs demandes. Néanmoins, bien qu'il s'agisse d'un chiffre assez bas, 13% des sondés affirment que leurs prestataires étaient plus intéressés par l'argent qu'autre chose et qu'ils se montraient indifférents.

QUELLE PERCEPTION LES COUPLES ONT-ILS DE LEURS PRESTATAIRES ?

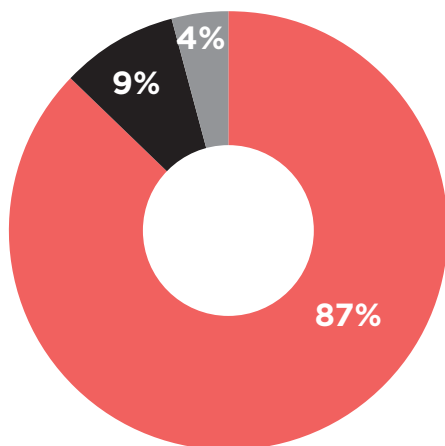
En fonction du revenu



notre conseil

Il serait pertinent de mesurer la satisfaction des couples après le mariage afin de détecter les aspects à améliorer. Ce serait une façon de réduire ce 13% d'insatisfaction et d'éviter de donner une mauvaise image du secteur.

QUELLE PERCEPTION LES COUPLES ONT-ILS DE LEURS PRESTATAIRES ?



- Ils sont conscients qu'il s'agit du plus beau jour de la vie des couples et les aident autant que possible
- Ils tirent profit de tout et ne s'intéressent pas assez aux couples
- Ils font preuve d'indifférence et traitent les couples comme n'importe quels autres clients

DOMICILE CONJUGAL

OÙ VIVENT LES COUPLES APRÈS LE MARIAGE ?

5%

Seulement 5% des couples emménagent dans un nouveau logement après le mariage.



à retenir

91% des couples vivent déjà ensemble avant le mariage.

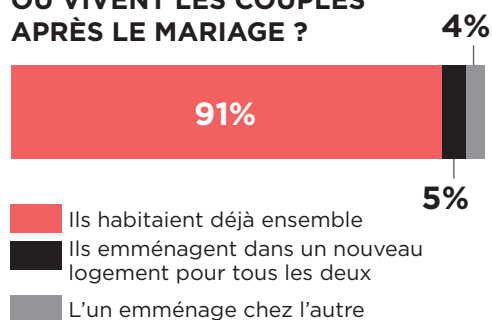
fait intéressant

Seulement 5% des couples emménagent dans un autre logement et, pour 4% des couples, l'un des deux conjoints part s'installer au domicile de l'autre.

notre conseil

La nuit de noces est une vraie opportunité de marché. En effet, les couples souhaitent passer cette nuit dans un lieu spécial.

OÙ VIVENT LES COUPLES APRÈS LE MARIAGE ?





LES ENTREPRISES RÉPONDENT

CHAPITRE 6

Un des aspects les plus gratifiants liés à la création de ce livre a été de constater la contribution massive des entreprises à cette étude. Leur participation, à travers leurs **RÉPONSES**, a permis de compléter l'**ANALYSE AVEC LEUR POINT DE VUE SUR LE SECTEUR**. Nous avons donc pu dresser un **PORTRAIT** très complet de ces entreprises qui consacrent tout ou une partie de leur activité aux mariages.

CHIFFRE D'AFFAIRES

à retenir

Près de la moitié des entreprises (44%) ont connu une croissance de plus de 10%. Le secteur est en plein essor.

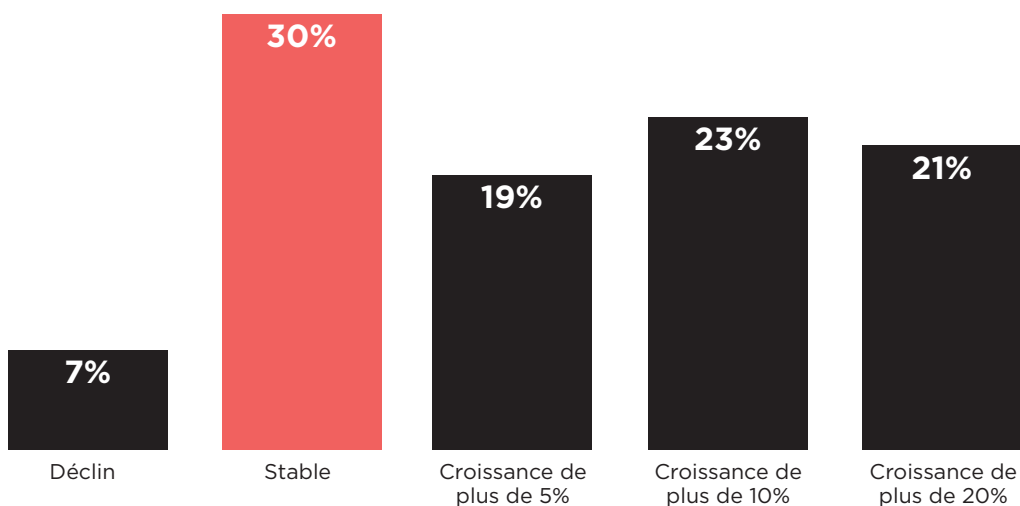
fait intéressant

Bien que les dernières années aient été difficiles en raison de la pandémie, seules 7% des entreprises déclarent avoir fait moins de bénéfices que l'année précédente.

notre conseil

Prendre le temps de réfléchir à la taille que doit avoir l'entreprise pour pouvoir être compétitive dans sa spécialité. En effet, une entreprise peut être exclue du marché à cause de sa faible capacité d'investissement.

LA TENDANCE



QUALITÉ

à retenir

50% des entreprises indiquent que la qualité du service de ses concurrents augmente tandis que 39% déclarent qu'elle se maintient.

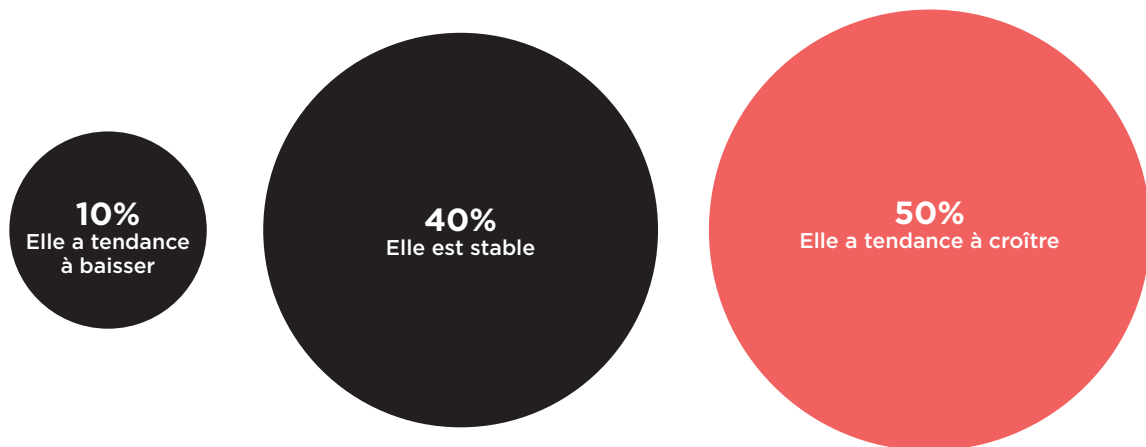
fait intéressant

Cette impression n'est pas la plus courante. La plupart des secteurs économiques considèrent que la qualité et la valeur ne sont pas au rendez-vous. En revanche, pour le secteur nuptial, c'est une tout autre vision : le secteur vit un âge d'or où l'expérience, les émotions, et les facteurs sociaux priment de plus en plus, bien plus que la valeur technique et fonctionnelle d'une offre.

notre conseil

Prendre conscience des perspectives d'avenir lumineuses et réfléchir sur la valeur différentielle que les entreprises peuvent apporter aux couples : convaincre par un service personnalisé plutôt que par le prix.

QUE PENSENT LES ENTREPRISES DE LA QUALITÉ DE LEURS CONCURRENTS ?



CHANGEMENT DE PROFIL DU CLIENT

à retenir

Les clients sont mieux informés et ont des idées claires et précises sur ce qu'ils veulent.

fait intéressant

Les entreprises du secteur sont conscientes du changement opéré par les clients. S'informer et comprendre comment se comportent les nouvelles générations est sans aucun doute le plus grand défi du secteur.

notre conseil

L'expérience des clients étant fondamentale, il faut investir dans la professionnalisation de ce rapport au client et dans tout ce qui peut apporter de la valeur ajoutée pour les couples.

Y A-T-IL UN CHANGEMENT CES DERNIÈRES ANNÉES DANS LA TYPOLOGIE DES COUPLES ?

40%

Oui, ils sont plus informés, arrivent avec des idées précises car ils ont fait des recherches sur Internet, dans les magazines, etc.

35%

Non, même s'ils ont accès à plus d'informations, ils écoutent toujours les conseils d'un professionnel.

25%

Oui, de nos jours ils se marient plus tard et du fait de leur âge ils ont des idées bien arrêtées et savent ce qu'ils veulent.

LA SATISFACTION DU CLIENT

à retenir

2 entreprises sur 3 ne mesurent pas systématiquement la satisfaction de leurs clients. Elles fonctionnent donc à l'instinct, en fonction de leur ressenti et intuition.

fait intéressant

À l'inverse, 1 entreprise sur 3 mesure de façon systématique la satisfaction du client, d'où son utilité. Parmi ces entreprises, la satisfaction moyenne est de 9,25 sur 10. Il ne faut pas oublier que c'est la meilleure façon pour une entreprise de prendre conscience de ses points faibles et donc de trouver des axes d'amélioration.

notre conseil

Les entreprises devraient d'une part évaluer systématiquement la satisfaction de tous leurs clients et d'autre part leur demander de donner leur opinion. Elles pourront ainsi détecter les tendances plus facilement et déceler les opportunités d'amélioration et de croissance.

LES ENTREPRISES CONNAISSENT-ELLES LA SATISFACTION DE LEURS CLIENTS ?



POSITIONNEMENT

à retenir

Il existe une dispersion en ce qui concerne le positionnement sur le marché, même si la relation qualité/prix et le service client sont les principales propositions de valeur des entreprises du secteur. Une entreprise de mariage se distingue de sa concurrence quand elle est capable d'offrir quelque chose d'unique à ses clients, au-delà du prix. C'est pour cette raison que beaucoup d'entre elles choisissent de soigner le service client pour personnaliser leur offre et créer une relation de confiance.

fait intéressant

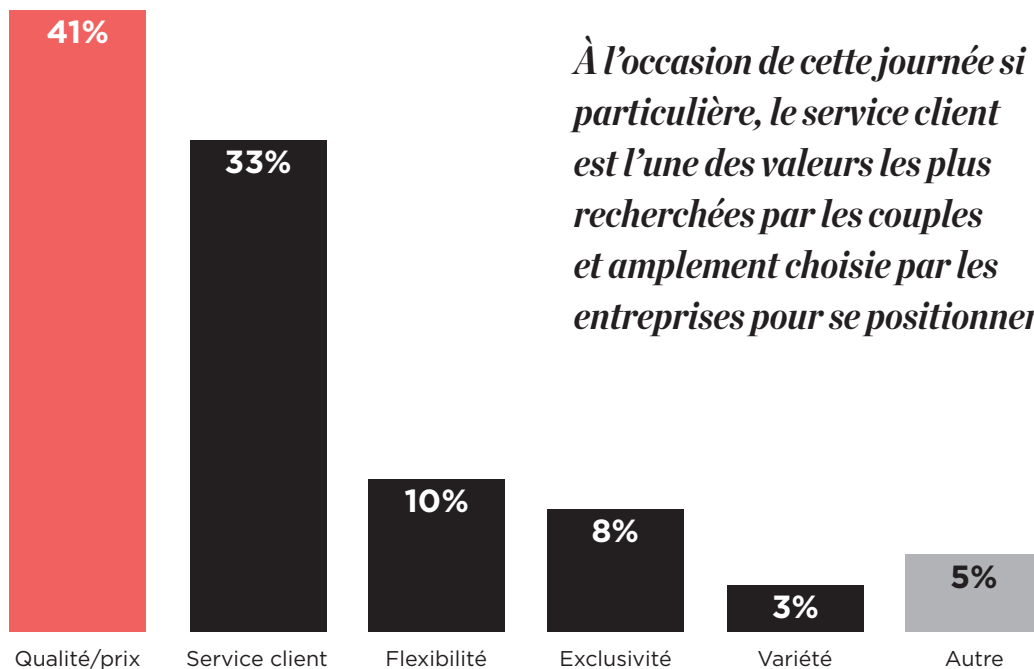
Les dimensions de positionnement (qualité, service, prix, variété...) sont encore simples. Un fait habituel dans les marchés moins matures et en phase de croissance. Le fait que 41% des entreprises déclarent mettre en avant le rapport qualité/prix indique que les positionnements ne sont pas encore bien définis.

notre conseil

Analyser le marché en profondeur pour bien connaître le client idéal de chaque entreprise et ne pas tomber dans des propositions généralistes. Dans un marché très concurrentiel, c'est indispensable pour maintenir sa position. En définitive, le succès repose sur la capacité d'une entreprise à élaborer une proposition de valeur unique et différentielle.



QUELLE EST LA VALEUR PRINCIPALE DES ENTREPRISES ?



COMMENT EST PERÇU LE CLIENT

à retenir

Le couple type est exigeant, compare et paie les factures en temps et en heure. Ce profil dessiné par les entreprises renforce l'idée que les couples d'aujourd'hui sont bien informés, qu'ils comparent les offres du marché et, par conséquent, qu'ils se montrent exigeants quant à la qualité du service fourni.

fait intéressant

Le couple n'est pas un client facile mais il n'est pas non plus excentrique ni pressé. Il est en revanche négociateur, informé, économe et pose beaucoup de questions. On pourrait le définir comme un client expert, voire professionnel.

notre conseil

Avoir une connaissance précise du client, laisser de côté l'idée selon laquelle les couples se laissent porter uniquement par leurs émotions. Apprendre à traiter avec des couples très informés et réfléchis.

1

Ponctuel dans les paiements

2

Compare

3

Exigeant

COMMENT LE CLIENT EST-IL PERÇU PAR L'ENTREPRISE ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

Les sondés ont évalué chaque option de 1 à 10



CRITÈRES DE SÉLECTION

à retenir

Pour les couples, la priorité se trouve dans la qualité du service mais aussi dans celle de l'accueil des invités. Il est important que ceux-ci soient bien reçus et s'amusent. Néanmoins, il y a un aspect où prestataires et couples semblent ne pas être d'accord : le respect de l'environnement et la santé et sécurité des invités. Les entreprises devraient davantage prendre en compte ces changements récents.

fait intéressant

À la différence d'autres marchés, la personnalisation n'est pas une demande aussi marquée que celle du conseil.

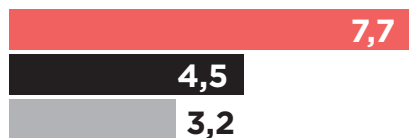
notre conseil

Globalement, le plus important est que tout se passe bien et c'est cet aspect qui doit être priorisé, plus que la personnalisation, en tout cas pour l'instant.

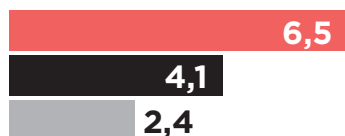


QU'APPRÉCIENT LES COUPLES, D'APRÈS EUX-MÊMES ET D'APRÈS LES ENTREPRISES ?

Les sondés ont évalué chaque option de 1 à 10.



Santé et sécurité des invités



Respect de l'environnement



Que les invités soient bien accueillis et s'amuse



Date du mariage



Qualité



Personnalisation



Possibilité de demander tout ce qu'ils veulent



Disponibilité totale de la part de l'entreprise



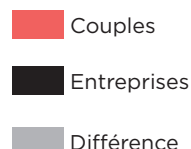
Flexibilité : possibilité de faire des changements au dernier moment



Prix



Un prestataire qui sache comment les conseiller



CONCURRENCE

à retenir

On détecte dans la perception des professionnels une nette augmentation de la concurrence. Toutefois, 37% des entreprises pensent que le marché est stable quant au nombre de concurrents dans leur catégorie. Il s'agit de micro-entreprises qui n'ont pas accès à certaines informations de valeur comme des études de marché.

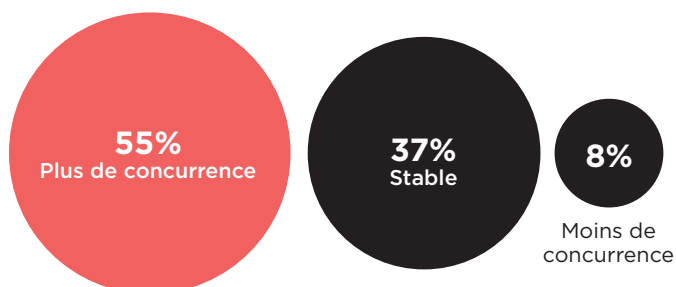
fait intéressant

Malgré tout, cette augmentation de la concurrence ne se traduit pas par une baisse importante des prix, ce qui est cohérent avec la croissance du marché.

notre conseil

Le marché étant en pleine croissance, il est préférable de ne pas se centrer sur une lutte de pouvoir avec ses concurrents mais plutôt d'investir dans des niches de marché permettant à l'entreprise de grandir et dans une proposition de valeur unique et différentielle pour assurer la pérennité de l'activité.

LA CONCURRENCE





PUBLICITÉ

à retenir

La tendance est clairement à l'investissement en publicité dans les canaux de communication digitaux. L'investissement est réduit au minimum dans les canaux traditionnels et présentiels. Par ailleurs, il existe une corrélation claire entre l'investissement et la taille de l'entreprise.

fait intéressant

Le processus de digitalisation de la publicité s'est fait rapidement, en quelques années, certainement en raison de la petite taille de nombreuses entreprises qui n'ont pas eu peur de réagir très vite. L'investissement en publicité varie beaucoup en fonction de la taille de l'entreprise. L'investissement moyen actuel est faible pour un secteur qui doit capter ses clients à un moment précis de leur vie. La plupart des entreprises optent pour un site web, des réseaux sociaux et des portails spécialisés. Toutefois, seuls les deux derniers apportent le flux nécessaire d'opportunités commerciales pour des clients qui ne connaissent pas l'entreprise en question.

notre conseil

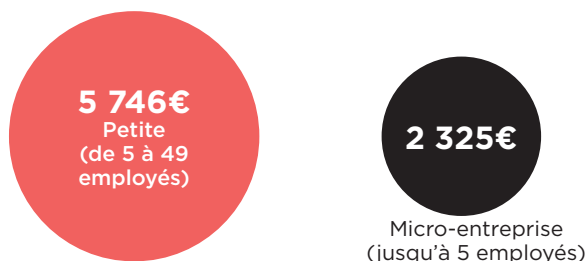
Bien mesurer l'efficacité de l'investissement sur chaque canal de publicité. Investir en se basant sur le ROI et non sur la taille de l'entreprise, qui n'est pertinent que pour des entreprises ou services qui sont déjà à pleine capacité sur des marchés saturés. Dans un marché en croissance, la publicité doit être un élément compétitif clé. Dans le cas contraire, on pourrait croire que le marché ne connaît pas de croissance.

LES ENTREPRISES INVESTISSENT-ELLES DANS LA PUBLICITÉ ?

50%
Oui

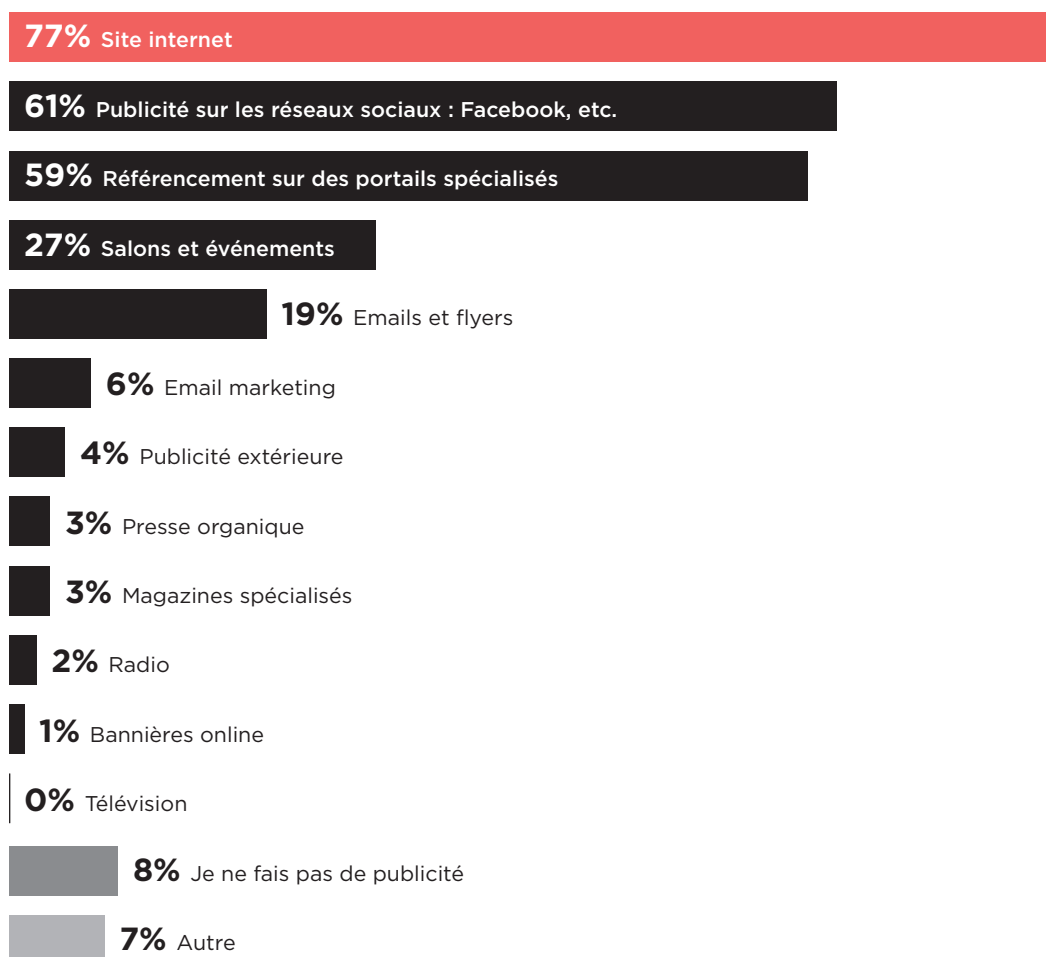
50%
Non

INVESTISSEMENT ANNUEL SELON LA TAILLE DE L'ENTREPRISE



COMMENT SE FAIT LA PROMOTION DE L'ENTREPRISE ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois



INTERNET ET OPINIONS

Pour le secteur, Internet est un élément clé et non un outil accessoire. C'est la principale source de captation de clients pour beaucoup d'entreprises. Il faut adapter l'investissement à l'importance d'Internet. De nombreuses entreprises ne jurent encore que par les solutions gratuites ou investissent sur Internet mais de façon ponctuelle.

COMMENT LES PROFESSIONNELS PERÇOIVENT-ILS INTERNET (SITE WEB, PORTAIL, RÉSEAUX SOCIAUX...) PAR RAPPORT À LEUR ACTIVITÉ ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

62% Cela leur a donné plus de visibilité et de présence médiatique

57% C'est leur principale source de clients

43% La clé pour être compétitif

13% Ils ne l'utilisent pas encore assez sérieusement de manière professionnelle

5% Ils s'en servent un peu, ils débutent

2% Cela a compliqué leur activité

1% Cela leur crée plus de problèmes que d'avantages

EXCLUSIVITÉ

à retenir

26% des professionnels du secteur assurent travailler avec d'autres prestataires tout le temps ou à certaines occasions.

fait intéressant

Le nombre d'établissements qui travaillent en exclusivité avec d'autres prestataires est plus faible que dans d'autres pays.

notre conseil

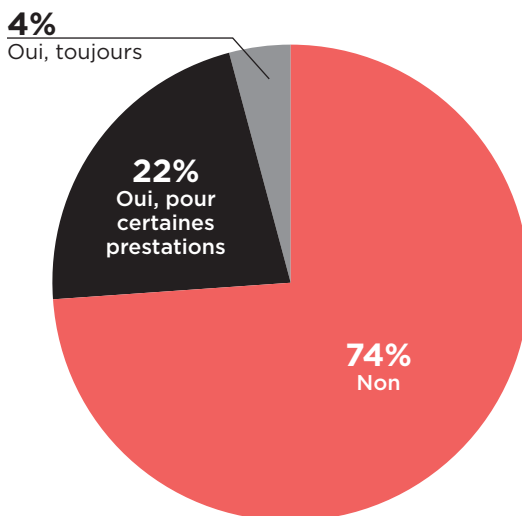
L'établissement lui-même pourrait offrir une gamme de services plus large comme le demandent de nombreux sondés.

Par exemple : photobooth, cadeaux aux invités, plusieurs possibilités de plan de salle... En somme, proposer plutôt qu'imposer.

26% des professionnels du secteur assurent travailler avec d'autres prestataires tout le temps ou à certaines occasions.

Mener une réflexion sur l'équilibre confort/rentabilité et flexibilité/adaptation aux nouvelles tendances qui mettent fin à l'exclusivité. Les couples cherchent en priorité la flexibilité : pour choisir leurs prestataires, ils préfèrent disposer de davantage d'options plutôt que d'être limités par des contrats d'exclusivité.

TRAVAILLENT-ILS AVEC D'AUTRES PROFESSIONNELS EN EXCLUSIVITÉ ?



SPÉCIALISATION DANS LES MARIAGES

à retenir

75% des entreprises du secteur sont spécialisées dans les mariages.

fait intéressant

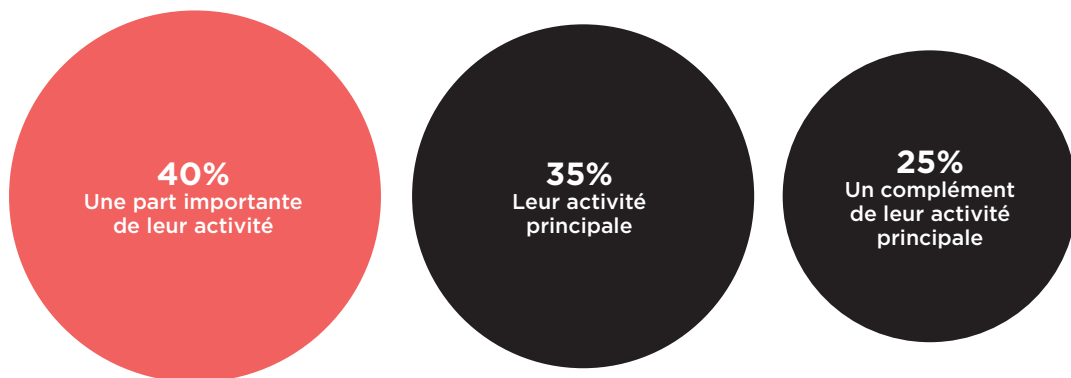
La confiance étant primordiale pour les couples, ceux-ci s'adressent à des entreprises spécialisées dans les mariages. Ce facteur se reflète de plus en plus dans la structure du secteur.

notre conseil

Rester ouvert sur les autres secteurs de l'événementiel pour continuer à innover et à adapter la stratégie au nouveau profil du client et à ses exigences, sans pour autant reproduire les comportements des autres concurrents du secteur nuptial.

75%
des *entreprises*
considèrent les
mariages comme
la partie principale
ou une partie
importante de *leur*
activité.

QUELLE PART REPRÉSENTENT LES MARIAGES DANS LEUR ACTIVITÉ ?



LES SOURCES DE CONFLIT

à retenir

Les annulations, la coordination et les retards dans les paiements sont les principales sources de conflit.

fait intéressant

Il est surprenant de constater que seulement 8% des entreprises interrogées reconnaissent que la qualité du service fourni est source de conflit. Le problème des frais supplémentaires sur les factures a considérablement diminué.

notre conseil

En finir avec les idées reçues sur le secteur qui le discréditent, telles que les extras sur la facture.

*Une fois de plus,
30% des
professionnels affirment
que l'annulation est la
principale source de
conflit.*

QUELS SONT LES PRINCIPAUX MOTIFS DE CONFLIT AVEC LE CLIENT ?

Les sondés ont choisi plus d'une option à la fois

30% Annulations

21% Coordination avec d'autres prestataires

19% Délais de paiement

10% Extras sur la facture

9% Erreurs

8% Qualité du service

37% Autre



JUST
MARRIED!

CONCLUSIONS

CONCLUSIONS

Nous avons approfondi toutes les thématiques en contemplant l'avant et l'après mariage et bien entendu le jour J. Notre étude a balayé tous les aspects, allant de l'initiative du mariage au coût final en passant par les destinations de la lune de miel. Au-delà de toutes ces analyses, il est également utile de dresser quelques conclusions afin d'avoir une vision globale du mariage et de l'évolution du profil des couples mais aussi du secteur.

Dans les éditions précédentes nous avons souligné le caractère injustifié de certaines idées reçues et l'édition de cette année ne fait pas exception. En tant que chercheur, c'est une grande satisfaction que de constater que nos contributions - d'une part fondées sur des analyses et non sur des intuitions et d'autre part menées sur un nouvel échantillon de personnes - se révèlent exactes une fois de plus, d'autant que ces contributions sont particulièrement utiles pour le lecteur intéressé. La pandémie n'a pas vraiment entraîné de changements, elle les a plutôt accélérés car ils avaient été amorcés bien avant. Les exemples les plus emblématiques sont la digitalisation, l'augmentation des recherches via les dispositifs mobiles ou encore les traditions qui tendent à se perdre.

Les couples qui se forment grâce aux applications de rencontres représentent 21% des mariages, un chiffre loin d'être anodin et surtout deux fois plus élevé que dans les pays voisins. Toutefois, il est encore plus facile de rencontrer sa moitié sur son lieu de travail ou pendant les études.

Les mariages ont lieu plus tardivement, c'est-à-dire que l'âge des couples est plus avancé, mais une fois la décision prise, l'organisation est plus rapide. Cela entraîne plusieurs conséquences : des mariages beaucoup plus axés sur la fête, un besoin plus important de disposer de sources d'informations immédiates, l'absence grandissante des membres de la famille éloignée (et parfois pas si éloignée) au profit des amis. Cela est dû aussi au fait que les frais du mariage sont pris en charge par les couples et non par leurs parents. Le mariage s'impose de plus en plus comme un prétexte pour faire la

fête, avec tout ce que cela implique en matière d'animation : les DJs et les groupes de musique en direct ont le vent en poupe !

Les couples étant plus âgés, ils sont mieux informés et ont des idées claires sur ce qu'ils veulent. C'est pour cette raison qu'il leur est parfois difficile de trouver certains éléments et services pour leur mariage. De plus, ils prennent le temps de comparer les prestataires.

Le marché est de plus en plus hétérogène. Il est donc conseillé de prendre en compte cette étude et les données qu'elle présente. Les entreprises devraient également prendre l'habitude de poser davantage de questions aux couples.

Une analyse croisée des chiffres a permis de tirer des conclusions qui n'allaient pas de soi. Il est intéressant par exemple de savoir que les couples qui optent pour un mariage religieux sont plus âgés que les autres et qu'ils dépensent plus pour leur grand jour. Les traditions méritent ainsi toute notre attention, elles permettent au secteur de rester plus sain et de profiter d'une plus grande valeur ajoutée.

Autre changement à prendre en compte : on observe des mariages à toute heure. Peut-être cela est-il dû à toutes les cérémonies reportées. C'est une information qu'il faudra donc confirmer dans une prochaine édition.

La tendance à la diminution du nombre d'invités se poursuit et parallèlement la dépense par invité augmente. Au final, les mariages sont plus petits mais offrent une valeur ajoutée plus importante.

Les listes de mariage liées à une enseigne ne sont plus d'actualité, les couples et les invités optent pour de l'argent en espèces. Cette modalité est tout-à-fait cohérente avec l'âge des couples : ceux-ci, au moment de leur mariage, vivent déjà ensemble et n'ont donc pas besoin d'acheter de meubles ou autres éléments pour leur logement.

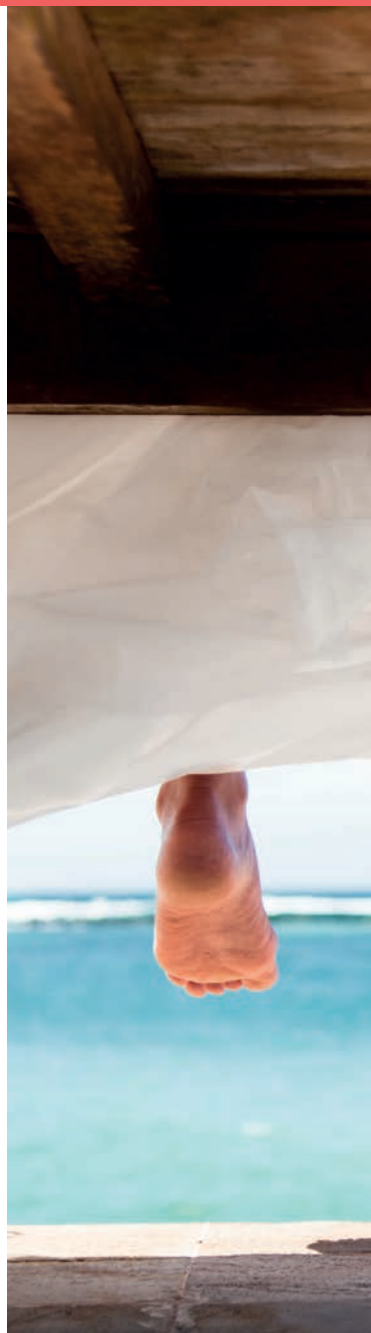
Le schéma «mari plus âgé que la mariée» perd du terrain progressivement : dans 28% des mariages, c'est la mariée qui est plus âgée et pour la moitié d'entre eux il n'y a pas de différence d'âge.

Les couples partagent leurs photos sur Instagram mais s'informent via plusieurs canaux. La plupart d'entre eux découvrent leur lieu de réception sur Internet. La capacité d'accueil, la proximité avec le lieu de cérémonie, la disponibilité le jour choisi, une cuisine in situ et la spécialisation dans les mariages sont les critères clés dans le choix du lieu.

La maîtrise du budget est bonne, la moitié des couples affirme même ne pas avoir eu de dépenses inattendues. 87% d'entre eux ont une bonne opinion des prestataires, ce qui dément une idée reçue. Cependant, les 13% restants nous rappellent qu'il y a toujours de la marge d'amélioration. Pour que cette amélioration soit possible il faudrait que les deux tiers des entreprises qui ne mesurent pas la satisfaction de leurs clients le fassent de façon méthodique.

Plus de la moitié des entreprises du secteur ont enregistré de la croissance et seules 7% ont perdu en chiffre d'affaires. Au niveau stratégique, le positionnement est encore très simple et se centre davantage sur la qualité ou la relation client, éléments peu différenciateurs. Cela ne sera pas un problème tant que le secteur connaîtra la croissance, mais l'augmentation de la concurrence appelle néanmoins à l'investissement dans des stratégies marketing plus poussées.

En résumé, nous sommes devant un secteur sain, complètement remis, vivant des changements à grande vitesse et qui exige de la vigilance pour rester dans la dynamique. Il faut être au fait des changements pour pouvoir s'y adapter rapidement. En guise de conclusion, nous pouvons dire sans aucune hésitation que l'année 2022 a été une très belle année pour le secteur et que le défi à présent est de mettre en oeuvre les stratégies adéquates pour que la croissance soit aussi au rendez-vous durant les prochaines années.







Malgré la pandémie vécue, le secteur nuptial continue de croître à un rythme soutenu. Il s'agit d'un marché changeant et de plus en plus exigeant qui requiert une excellente connaissance du public.

Cette nouvelle édition du livre sera l'occasion d'analyser chacun des aspects clés intervenant dans l'organisation du mariage. Notre objectif est de proposer une vision à 360° offrant une perspective globale et permettant de détecter les nouvelles tendances.

Par ailleurs, pour stimuler la croissance et le développement du secteur, il est nécessaire de conduire une analyse approfondie et détaillée pour pouvoir en tirer des conclusions pertinentes, et c'est ce que nous avons voulu faire dans le livre que vous avez entre les mains.

Carles Torrecilla est Docteur en Commercialisation et Études de Marché, et titulaire d'un Master en Gestion d'Entreprise. Il est actuellement Professeur Titulaire de Marketing à Esade Business School.

Avec la collaboration de

