

Massy, le 25 novembre 2021.



Sofinscope, le baromètre qui vous donne un temps d'avance sur la consommation

***100 000 Français interrogés en 10 ans :
entre consommation responsable et pouvoir d'achat***

Depuis dix ans, le Sofinscope prend le pouls des Français et de leur consommation, aidant ainsi Sofinco à mieux les comprendre et mieux les accompagner au quotidien dans leurs projets. A cette occasion, un livre blanc décrypte les principaux enseignements des études conduites.

Un baromètre dédié à la consommation

Le Sofinscope a été créé il y a dix ans par OpinionWay à la demande de Sofinco dans le but d'anticiper les mutations marquantes en matière de consommation, et de mieux les comprendre pour mieux y répondre. Le format barométrique permet d'avoir des mesures sur plusieurs années et de dégager des tendances fortes sur des thématiques en lien avec la consommation. Ce sont ces thématiques, adaptables à l'actualité et aux grands changements sociétaux, qui différencient le Sofinscope et lui permettent de s'éloigner des données chiffrées publiées par des institutions et observatoires publics.

Anticiper les tendances de demain

Grâce à l'analyse des enseignements apportés par les études menées, Sofinco a pu identifier au fil des ans l'évolution des besoins des Français, et y répondre avec des solutions adaptées à leurs aspirations. De nouvelles offres ont ainsi été développées, comme la Location avec Option d'Achat (LOA) proposée sur différents produits, ou les offres dites « vertes » pour accompagner les clients dans leur transition énergétique.

Avec sa nouvelle signature « Le baromètre qui vous donne un temps d'avance sur la consommation », Sofinco entend affirmer son rôle d'entreprise engagée dans la transformation positive de la consommation, en continuant d'accompagner ses clients dans le financement de leurs projets, et de soutenir ses enseignes partenaires dans leur développement.

100 000 Français interrogés

Depuis dix ans, Sofinco interroge les Français pour cerner au plus près les tendances de leur consommation et l'impact sur leur budget. Près de 100 000 Français ont ainsi participé à une centaine d'études Sofinscope sur des sujets aussi variés que la santé, les transports, l'énergie, les loisirs, les vacances, le logement, les technologies, l'alimentation, la rentrée scolaire, les fêtes et le mariage, l'économie du partage...

Un constat : les Français veulent mieux consommer

La crise sanitaire et les questions environnementales ont joué un rôle d'accélérateur sur une transformation de fond : la consommation change. Achats plus raisonnés, qui prennent en considération les dimensions sociales et environnementales : les Français réalisent qu'ils ont le pouvoir de changer les choses et deviennent « consom'acteurs ». En juin 2021, 41% des Français interrogés dans le cadre du Sofinscope déclaraient que la propriété d'équipements et de biens leur semblait de moins en moins indispensable. Louer ou échanger ce que l'on souhaite utiliser, plutôt que posséder, constitue une nouvelle façon de consommer. 53% des Français déclaraient en outre que la crise leur avait donné envie de consommer de manière plus responsable. Les Français, consommateurs et citoyens, sont tiraillés entre ces exigences environnementales ou sociales, leurs affinités, une envie de consommation qui demeure et un pouvoir d'achat qui n'est pas extensible.

« Depuis 70 ans, Sofinco permet aux Français d'accéder au progrès. En les écoutant avec le Sofinscope, nous comprenons mieux leurs nouvelles attentes de consommation et leur permettons de concrétiser leurs projets, renforçant leur pouvoir de choisir et d'agir dans la société. La nouvelle orientation de ce baromètre confirme notre attachement à la raison d'être du groupe Crédit Agricole "Agir chaque jour dans l'intérêt de nos clients et de la société", et s'inscrit parfaitement dans notre démarche "Sofinco for Good, la promesse d'un progrès partagé" », conclut Laila Mamou, Directrice générale déléguée de Sofinco.



Vous souhaitez recevoir la version imprimée du livre blanc « Sofinscope – 10 ans de consommation des Français » ? Faites-en la demande à presse@ca-cf.fr.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante : « Le Sofinscope – Baromètre OpinionWay pour Sofinco ».

Service presse de Sofinco : +33 (0)1 87 38 11 81 - presse@ca-cf.fr

À propos du Sofinscope

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque de Crédit Agricole Consumer Finance. Destiné à sonder les Français sur leurs habitudes de consommation et à mieux les comprendre, ce baromètre qui s'inscrit dans le quotidien des Français est réalisé par OpinionWay pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française.

Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site www.sofinscope.fr.

A propos de Sofinco

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance, filiale de crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A. qui distribue une gamme étendue de crédits aux particuliers et de services associés sur l'ensemble des canaux de distribution : vente directe, financement sur le lieu de vente (automobile et équipement de la maison) et partenariats. Sofinco propose des solutions souples, responsables et adaptées aux besoins de ses clients et de ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels), qui s'inscrivent dans son projet « Sofinco for Good, la promesse d'un progrès partagé ». Le Benchmark UX Finance 2021 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ». En 2020, Sofinco a financé 1,8 million de projets de consommation.

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr