

Massy, le 15 février 2022.

## **Etude PROFIL 2022**

### **Vers une consommation plus responsable des Français pour l'équipement de leur logement ?**

**Après deux années marquées par une crise sanitaire sans précédent, le logement reste au centre des préoccupations des Français en 2021, avec une prise de conscience écologique des ménages quant à son équipement. Tel est le principal enseignement de l'étude PROFIL 2022\*, réalisée conjointement par Sofinco, marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance en France, et l'Institut de la Maison (IPEA), qui décrypte en profondeur les tendances de consommation dans l'équipement de la maison.**

#### **Des consommateurs plus responsables**

43% des consommateurs se disent disposés à payer plus cher un produit qu'ils jugent plus écologique, sans pour autant augmenter leur investissement outre mesure. Ainsi, 40% d'entre eux ne seraient pas prêts à accepter une augmentation au-dessus de 5% du tarif initial, contre 55% qui accepteraient de payer un montant supplémentaire compris entre 5% et 10% du prix de base. La production française à prix égal est par ailleurs plébiscitée par 91% des ménages interrogés. L'indice de réparabilité des produits électroménagers est de plus en plus pris en compte : plus de la moitié des ménages déclarent le consulter avant de réaliser un achat, et 85% déclarent qu'un indice faible pourrait leur faire renoncer à l'achat d'un produit au profit d'un autre à l'indice plus élevé.

#### **Le marché de l'occasion se développe**

L'occasion séduit de plus en plus de consommateurs, tant à l'achat qu'à la revente. Le mobilier arrive en troisième position des produits achetés d'occasion, derrière la voiture et les vêtements. Ce sont ainsi près d'1 million de consommateurs qui ont acheté du mobilier d'occasion en 2021, et ils seront 1,5 million en 2022. Dans le même temps, les ménages n'hésitent pas à donner une seconde vie à leurs équipements : 21% d'entre eux ont donné ou revendu un produit en 2021, dont 37% pour favoriser la seconde main. Une tendance qui va s'accroître avec la mise en place de la loi Agéc en 2022 obligeant les enseignes de mobilier à reprendre les anciens meubles de leurs clients pour l'achat d'un produit neuf équivalent : 76% des ménages interrogés indiquent qu'ils y auront recours.

#### **Des systèmes de chauffage plus économiques et écologiques**

Le bilan énergétique des logements reste une préoccupation importante des Français : 21% des ménages se déclarent insatisfaits de leur système de chauffage, dont 64% qui le trouvent trop coûteux. La hausse constante des prix de l'énergie ces dernières années est en effet devenue une question centrale au moment du choix de son système de chauffage, qui doit être économe tout en étant écologique. La comparaison des déclarations des ménages sur leur équipement en chauffage entre 2020 et 2021 montre la percée des pompes à chaleur (16,8% en 2021 vs 13,2% en 2020). L'électricité, pour sa part, est en retrait (23,1% en 2020 vs 25,7% en 2021), alors que les équipements au gaz se maintiennent (29,4% en 2020 vs 29,6% en 2021). Le chauffage au bois progresse également (11,1% en 2020 vs 12,3% en 2021). Le photovoltaïque séduit de plus en plus : 8,5% des propriétaires de maison déclarent être équipés, et 4,3% souhaitent s'équiper en 2022. Enfin, 5,1% des propriétaires de maison prévoient des travaux d'isolation de leur logement cette année. Ces investissements importants nécessiteront une solution de financement pour près de la moitié des consommateurs.

#### **L'habitat continue son évolution**

Les projets d'aménagement et de réaménagement du logement auront encore été nombreux en 2021. 70% des ménages qui ne s'y sont pas encore attelés partiellement vont effectuer des achats en ce sens cette année. Les intentions d'achats se portent principalement sur les revêtements de mur et de sol (45,6%), la décoration (42,8%) et les meubles (29,8%).

La cuisine reste au centre de l'attention (12% des ménages déclarent vouloir changer leur cuisine intégrée ou s'équiper en 2022), tout comme l'aménagement d'un espace de travail. En effet, même si le temps passé en télétravail a tendance à diminuer, 24% des Français en activité déclarent être en télétravail de manière ponctuelle au moins un jour par semaine (vs 23% en 2021). Devant cette situation qui dure, 30% des télétravailleurs comptent prochainement aménager ou réaménager leur espace de télétravail.

### **Des comportements d'achat inchangés**

Le magasin reste le lieu privilégié par le consommateur pour ses achats d'équipement de la maison, même si plus du tiers des ménages interrogés déclarent que la crise sanitaire actuelle les a poussés à acheter plus régulièrement en ligne pour éviter d'aller en magasin. Comme l'an dernier, les Français sont nombreux à préparer leurs achats en ligne, mais moins à passer à l'acte.

*« La crise sanitaire a accéléré les mutations des marchés et des attitudes des consommateurs vis-à-vis de la planète. Recyclable, éco-responsable, réutilisable, économe en énergie, sont les attentes des Français vis-à-vis de l'équipement de leur logement. La Responsabilité sociale et environnementale des entreprises est au cœur des enjeux des années à venir pour répondre à ces attentes », conclut Christian Fuchs, Directeur Partenariats Stratégiques et Prospection de Sofinco.*

*\* Etude menée en ligne du 26 novembre au 9 décembre 2021 auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 ménages Français sur des critères d'âge, de profession, de région d'habitation, de type de logement et de statut d'occupation de ce logement selon la méthode des quotas. Retrouvez la totalité de l'étude sur : <https://www.sofinco-espacepro.com/outils/vos-outils-sofinco/profil-2022-by-sofincopartner/>*

**Service presse de CA Consumer Finance** : +33 (0)1 87 38 11 81 - [presse@ca-cf.fr](mailto:presse@ca-cf.fr)

**Service presse de l'IPEA** : +33 (0)6 73 47 83 98 - [gazel@institutdelamaison.fr](mailto:gazel@institutdelamaison.fr)

### **À 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 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](http://www.sofinco.fr)

### **À propos de l'IPEA**

L'IPEA est l'Institut de référence sur la connaissance des marchés de l'aménagement et de la décoration de la maison. Depuis septembre 2020, l'IPEA met en avant sa marque « Institut de la Maison » pour officialiser son expertise sur tous les marchés de la maison. L'Institut de la Maison gère deux panels : un auprès des consommateurs et un auprès des distributeurs. Le premier a permis de réaliser, en 2020, plus de 45.000 enquêtes abouties auprès des Français sur leurs achats, leurs intentions d'achats et leur relation à la maison. Le second est un panel auprès des distributeurs sur les marchés du meuble et de la décoration qui suit chaque année plus de 10 milliards de ventes dont 75% déclarées à la référence.