

Communiqué de presse

Massy, le 24 janvier 2023.

ETUDE PROFIL 2023

Habitat et ameublement : une valeur refuge pour laquelle plus de la moitié des ménages ont l'intention de réaliser au moins un achat en 2023

Ces deux dernières années, le marché de l'aménagement de la maison a bénéficié d'un engouement sans précédent du consommateur. Avec la crise énergétique et l'inflation ces derniers mois, les Français sont touchés dans leur consommation. 9 Français sur 10 déclarent ainsi qu'ils modifieront leurs dépenses en 2023 et s'engagent dans des arbitrages visant à rendre leur consommation plus responsable et leur habitat plus économe en énergie. Tels sont les principaux enseignements de l'étude **PROFIL 2023***, réalisée conjointement par Sofinco, marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance en France, et l'Institut de la Maison (IPEA), qui décrypte les tendances de consommation et de financement pour l'équipement de la maison.

L'augmentation du prix de l'énergie est responsable à plus de 65 % des baisses de dépenses des Français

Lorsqu'on les interroge sur les raisons pour lesquelles ils ont dû revoir leur consommation à la baisse en 2022, la hausse de la facture énergétique apparaît comme une des raisons majeures. Face à cette crise énergétique et conscients que l'inflation va se renforcer au cours des premiers mois de l'année 2023, 92% des ménages déclarent qu'ils modifieront leurs dépenses. Sans surprise, ce sont les dépenses liées aux sorties qui seront rognées en premier (68,3% des ménages) puis l'énergie (59,9%) et l'habillement (59,4%). Les dépenses liées à l'équipement de la maison arrivent en 5^e position avec 53,5% des ménages qui estiment qu'ils diminueront ce poste de dépenses.

11 millions de ménages déclarent vouloir acheter des meubles en 2023

Les meubles devançant ainsi fortement l'électroménager (3,8 millions de ménages) ou la décoration (5,1 millions de ménages). La moitié des ménages déclare cependant être attentive au pays dans lequel ils ont été fabriqués. Ce dernier étant souvent un gage de qualité pour les consommateurs interrogés, qui estiment pour les trois quarts qu'un meuble de fabrication française sera de meilleure qualité. 70 % des ménages estiment même qu'une production hors de l'Union européenne pourrait leur faire renoncer à un achat de mobilier. L'achat Made in France ne se fera cependant pas à tout prix. Ainsi, un peu plus d'un tiers des Français est prêt à payer en plus entre 0 et 5 % du prix du produit et la moitié serait prête à payer entre 5 % et 10 % de plus.

En dehors du meuble, les ménages misent principalement sur des travaux légers de rafraîchissement. Cette année, avec plus de 5 millions d'entre eux qui souhaitent acheter de la peinture, du papier peint ou des revêtements de sol.

À la recherche d'économie d'énergie

Les Français sont à la recherche de solutions pour diminuer leur facture d'énergie. 14,2% des Français souhaitent effectuer des travaux d'isolation (mur, toiture et fenêtre), soit un peu moins de 2 millions de ménages. La priorité est donnée à parts égales aux fenêtres et à la toiture (42,5% des ménages) puis aux murs (34%). La recherche de gain passera aussi par le changement du système de chauffage. 7,1% des propriétaires de maison déclarent vouloir le changer et près de la moitié d'entre eux (43,7%) feront le choix de la pompe à chaleur. Une tendance différente par rapport à l'an dernier où le chauffage à bois était privilégié. Cette volonté de rendre moins énergivore le logement devrait se confirmer avec l'augmentation de la hausse du plafond de « MaPrimeRénov' » et les contraintes réglementaires visant les passoires thermiques.

Sur ce type d'investissement, près de la moitié des futurs acheteurs déclarent qu'ils auront recours à une solution de financement. 50,6% des ménages sont prêts à payer plus de 100 euros par mois pour un

nouveau système de chauffage. Côté isolation, les mensualités souhaitées pour la toiture sont stables par rapport à 2022 (34% des propriétaires sont prêts à des mensualités de 200 euros ou plus). La situation a en revanche évolué pour l'isolation des murs et le changement de fenêtres. Les ménages sont désormais prêts à des remboursements plus importants : 37,3% sont prêts à payer 200 euros et plus par mois pour l'isolation des murs (contre 26,3% en 2022) ; Et pour les fenêtres, cette proportion atteint 37,1% (contre 20,5% en 2022). Plus qu'une volonté de rembourser plus rapidement leur crédit, cette hausse est plus vraisemblablement liée à une montée en gamme.

L'occasion : une alternative pour équiper son logement

Un tiers des Français est prêt à se tourner vers le marché de l'occasion pour équiper la maison (29%). Parmi eux, on distingue deux principaux profils : les déco-addicts (30%) qui sont à la recherche de meubles design à bas prix qu'ils pourront renouveler régulièrement au gré de leurs envies ; Et les économes (près de 30 %) qui sont dans une démarche d'achat utilitaire et veulent avoir accès à du mobilier à un prix compétitif. Les meubles, et tout particulièrement les tables et les chaises, sont les produits qui seraient les plus achetés d'occasion (33,5% des futurs acheteurs). Bien entendu, pour une question d'hygiène, la literie est le produit le moins concerné par la seconde main (11,9%).

Favoriser l'usage plutôt que la propriété

De nombreux ménages sont prêts à recourir à la location afin de pouvoir disposer des produits désirés tout en lissant leurs dépenses dans le temps. Si cette tendance est principalement menée pour des raisons économiques, elle n'en a pas moins un impact bénéfique au niveau environnemental et favorise la reprise des produits. Ainsi, plus d'un quart des ménages (27%) est prêt à louer son outillage motorisé de jardin (scarificateur, débrousailluse...) plutôt que de l'acheter. Cette tendance s'observe aussi dans le cycle : presque la moitié des français est prêt à louer une trottinette (45,1%) et près d'un quart pour un vélo (23,9%).

Les Français prêts à réparer leurs équipements

Que ce soit pour leurs meubles ou leur vélo et trottinette, les Français sont de plus en plus nombreux à réparer eux-mêmes plutôt qu'à faire appel à un réparateur ou acheter neuf. Concernant le mobilier, ce réflexe est adopté par 60% des ménages et 7% iront le faire réparer par un professionnel. Cependant, si les Français sont prêts à faire réparer certains de leurs équipements, cela ne sera pas à n'importe quel prix. Ainsi, que ce soit pour le mobilier ou pour le cycle, la majorité des ménages n'est prête qu'à payer 10% au maximum du prix du neuf pour faire réparer le produit.

« Les effets de la crise énergétique et économique sur les attitudes des consommateurs viennent renforcer ceux observés avec le Covid. Bien que la question environnementale soit toujours présente, elle s'accompagne désormais d'une préoccupation financière très forte. Les tendances pour l'équipement de la maison que sont le recyclage, la location ou encore la réparation répondent à ces deux enjeux et les entreprises du secteur ont tout intérêt à favoriser ces comportements », conclut Christian Fuchs, Directeur Partenariats Stratégiques et Prospection de Sofinco.

** Etude menée en ligne du 15 au 29 novembre 2022 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 pro.sofinco.fr :*

<https://www.pro.sofinco.fr/files/live/sites/espacepro/files/actualites/2023/etude-profil-2023-sofincopartner.pdf>

Service presse de Sofinco : Claire Garcia - +33 (0)1 87 38 22 81 - +33 (0)6 80 41 17 77 - presse@ca-cf.fr

Service presse de l'IPEA : +33 (0)6 73 47 83 98 - 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 depuis 70 ans 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 2022 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ».

Pour en savoir plus : 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 2022, 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.