

PROFIL 2021

23% des Français estiment que le confinement a changé l'image qu'ils se faisaient de leur logement

L'année 2020, marquée par une crise sanitaire sans précédent, a remis le logement au centre des préoccupations des Français, amenant nombre d'entre eux à y consacrer un budget plus important. Tel est le principal enseignement de l'étude PROFIL 2021*, 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.

24% des Français souhaitent déménager

Tout au long de l'année 2020, le logement a dû s'adapter pour faire face à une mutation inédite des modes de vie. 23% des ménages français estiment ainsi que le confinement a changé l'image qu'ils se faisaient de leur habitat et 42% jugent qu'il leur a manqué quelque chose, avec en tête de liste un extérieur (jardin, balcon ou terrasse). Le premier confinement a même convaincu 24% des ménages interrogés qu'un déménagement s'imposait.

La cuisine au centre

En raison de la fermeture des restaurants, la cuisine est redevenue un lieu de vie important pour de nombreuses familles. Ainsi, un quart des ménages non équipés d'une cuisine intégrée déclarent que le confinement leur a donné envie de s'équiper, tandis que 14% des ménages équipés souhaitent en changer. Ces achats ou renouvellements se feraient grâce à un crédit dans 41% des cas.

Des logements majoritairement inadaptés au télétravail

La mise en place du confinement au printemps 2020 s'est traduite par une augmentation importante du nombre de télétravailleurs, dans des espaces souvent inadaptés. 37% des personnes en activité ont été concernées, et elles sont encore 23% à être en télétravail au moins un jour par semaine aujourd'hui. Or 80% déclarent ne pas avoir d'espace de travail aménagé chez elles.

Le boom des loisirs à la maison

Les Français ont été nombreux à s'adonner à leurs activités de loisir chez eux. De nombreux ménages se sont ainsi équipés en matériel de sport ou en instruments de musique. La vente de piscines a également surfé sur la crise de la Covid-19, sachant que la France est le deuxième parc au niveau mondial derrière les Etats-Unis.

Bricolage et jardinage en hausse

2020 a été l'année du bricolage pour les Français, dont le marché enregistre une croissance de près de 5% (source : Fédération des Magasins de Bricolage). Les jardineries ne sont pas en reste, en progression de 2,2% sur l'activité jardin, qui demeure le lieu le plus convoité par les Français en 2020 : 59% déclarent avoir pratiqué le jardinage l'an passé.

Des logements trop gourmands en énergie

Autre prise de conscience : le bilan énergétique des maisons françaises. Un tiers des Français trouvent en effet que son logement lui coûte trop cher en gaz et en électricité, qui constituent les énergies dominantes pour le chauffage. 7,5% des propriétaires de maison se déclarent ainsi prêts à changer de système, et 43% d'entre eux s'orienteraient vers une pompe à chaleur, avec un recours au crédit dans 54% des cas. Les panneaux photovoltaïques ne représentent que 8% des équipements, et 3,4% des ménages souhaiteraient s'équiper principalement pour un motif économique. 6,4% des propriétaires ont également l'intention de changer les fenêtres de leur logement pour en améliorer l'isolation.

Un changement des comportements d'achat ?

L'année écoulée aurait pu laisser croire que la vente en ligne allait prendre le pas sur la vente physique. C'est pourtant l'inverse qui ressort de l'étude puisque, selon les univers de consommation, plus de deux Français sur trois concrétiseront leur acte d'achat en magasin. Pour autant, la digitalisation du parcours d'achat est bien en marche puisque la majorité des consommateurs (jusqu'à 70% pour l'aménagement de la cuisine) préparent leurs achats d'équipement de la maison en ligne. Ce phénomène s'expliquerait par une situation sanitaire qui peine à s'améliorer et qui pousse les consommateurs à préparer davantage leurs achats afin de passer le moins de temps possible en magasin.

Le crédit à la consommation facilite la concrétisation des projets d'achats

En 2020, 24,9% des ménages remboursent un crédit à la consommation, et 21,3% de ces ménages l'utilisent pour financer l'équipement de leur maison. Par ailleurs, le panier moyen financé à crédit est supérieur de 30% au panier moyen sans financement. Élément incontournable de l'équipement des ménages, le crédit à la consommation contribue ainsi de façon directe à l'économie.

Quels projets pour les Français en 2021 ?

Cette année 2020 inédite, où les consommateurs ont vu leurs habitudes bouleversées, aura permis aux Français de faire un état des lieux de leur logement pour s'adapter à un nouveau mode de vie, mariant professionnel et personnel. Le confort, la performance énergétique, l'aménagement d'espaces dédiés au travail et aux loisirs restent des tendances fortes en 2021, avec en priorité des dépenses pour des travaux de réaménagement, des achats d'électroménager et des investissements dans du matériel informatique ou de la téléphonie.

« La maison redevient un véritable lieu de vie pour toute la famille, avec plus de respect pour l'environnement, plus d'équipement, plus de confort, plus de bien-être et également plus de loisirs », conclut Evelyne Haond, Directrice du Développement de l'Équipement de la Maison chez Sofinco.

** Etude menée en ligne du 25 octobre au 4 novembre 2020 auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 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-2021-by-sofincopartner>

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

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

À propos de Crédit Agricole Consumer Finance

Crédit Agricole Consumer Finance, filiale spécialisée en crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A., distribuée (en France, principalement via ses marques commerciales Sofinco, Viaxel et Creditlift Courtage), 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. Aux côtés de grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et d'institutionnels dans les 19 pays où il est présent, CA Consumer Finance propose à ses partenaires des solutions souples, responsables et adaptées à leurs besoins et à ceux de leurs clients. L'excellence relationnelle, la responsabilité en proximité et l'engagement sociétal sont les piliers qui font de CA Consumer Finance un groupe qui agit chaque jour dans l'intérêt de ses clients et de la société. Au 31 décembre 2020, CA Consumer Finance gérait 91 milliards € d'encours de crédit.

Pour en savoir plus : www.ca-consumerfinance.com

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.