

Communiqué de presse

Paris, le 17 novembre 2016



A 416 €, le budget annuel consacré aux nouvelles technologies poursuit sa hausse

Depuis cinq ans, le Sofinscope, baromètre de Sofinco (marque de Crédit Agricole Consumer Finance), analyse le budget des Français consacré aux nouvelles technologies.

Aujourd'hui objets du quotidien, les équipements technologiques pèsent de plus en plus sur le budget annuel des Français. Cette hausse s'explique par une nouvelle tendance à les considérer comme un achat plaisir et confirme l'intérêt toujours plus important des Français pour les produits et services liés aux nouvelles technologies.

Entre réponse à un besoin et achat plaisir

Après une baisse importante en 2014, le budget annuel consacré aux équipements technologiques connaît ces deux dernières années une hausse de 18 € (+4,5%), pour atteindre 416 €. « Cette nouvelle augmentation confirme la nécessité qu'ont les Français de continuer à acquérir et renouveler leurs produits technologiques. Ce budget, toujours perçu comme une contrainte par plus d'un Français sur deux, répond aussi de plus en plus à leur souhait de se faire plaisir. C'est particulièrement vrai pour les jeunes qui associent l'objet technologique à un achat de loisirs », explique Didier Bourdonnais, Directeur marketing et communication client de CA Consumer Finance France. A 45% (+3 points), et même 57% des moins de 35 ans, la part des Français qui considèrent la technologie comme un achat de loisirs, est à son plus haut niveau depuis 2013.

Ce budget en hausse n'empêche pas les Français d'être vigilants lors de leurs achats. Le prix (66%, - 4 points) et la qualité (59%, +17 points) restent leurs principaux critères de choix.

De nouvelles habitudes de consommation

Les équipements technologiques les plus mobiles et aux multiples usages se développent au détriment des plus anciens. On constate un déclin de l'ordinateur fixe (62%, -3 points) au profit de l'ordinateur portable (66%, +5 points), et du mobile simple (66%, -9 points) au profit du smartphone (56%, +2 points). Du point de vue des divertissements, les consoles de jeux, de salon ou portables (39%, +5 points), gagnent du terrain sur les lecteurs de Blu-Ray (54%, -3 points) ou les chaînes Hi-Fi (52%, -3 points). Par ailleurs, les objets technologiques les plus récents comme les liseuses (8% des foyers équipés) ou les objets connectés (7%) peinent à se démocratiser et semblent pour le moment demeurer des marchés de niche.

« Ces équipements que privilégient les Français devraient par ailleurs occuper une place encore plus importante à l'avenir. 58% des Français déclarent ainsi qu'ils vont renouveler ou acquérir au moins un équipement technologique cette année. Les ordinateurs portables (22%, +10 points) et les smartphones (21%, +4 points) arrivent en tête des achats prévus », déclare Didier Bourdonnais.

Conséquence de l'obsolescence programmée ou d'un besoin plus pressant d'obtenir les derniers équipements, la fréquence de renouvellement des équipements détenus au sein du foyer, augmente alors même que l'an dernier marquait un ralentissement du rythme d'achat.

Au-delà des équipements, les abonnements liés à leur utilisation (accès internet, câble, plateforme de téléchargement...) constituent la plus grande part des dépenses en technologies, avec un budget annuel de 1 092 € (soit +48 euros par rapport à l'an dernier).

Les technophiles, un comportement à part

Les technophiles (7% de la population) se montrent particulièrement dépensiers en termes d'objets technologiques avec une moyenne de 771 € par an contre 416 € pour l'ensemble des Français. Les propriétaires d'objets connectés se distinguent par leur plus grande attention à l'innovation (35% contre 15% pour la population française) et à leur attrait pour la marque des produits (32% contre 16%).



Tous les résultats du Sofinscope sur : www.sofinscope.fr

Contact : Service presse de CA Consumer Finance, +33 (0)1 60 76 93 99 / 88 60, presse@ca-cf.fr

A propos du Sofinscope :

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque de CA 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 Opinion Way pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française. Les enquêtes ont été réalisées les 2 et 3 novembre 2016. Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site : www.sofinscope.fr.

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

A propos de Sofinco :

Sofinco est une marque de Crédit Agricole Consumer Finance, acteur majeur du crédit à la consommation en Europe. Crédit Agricole Consumer Finance, filiale spécialisée en crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A., distribue (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. Présent aux côtés de grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et d'institutionnels dans les différents pays où il est présent, Crédit Agricole Consumer Finance est un partenaire incontournable du commerce.