

Communiqué de presse

Paris, le 25 août 2016.



A 601 €, le budget loisirs des Français est en nette baisse en 2016

Les ménages français déclarent consacrer 601 € à leurs dépenses de loisirs, soit 10% de moins qu'en 2015. Surfer sur Internet et regarder la télévision restent les deux premiers loisirs cités par les répondants à cette nouvelle édition du Sofinscope, le baromètre de Sofinco (marque de Crédit Agricole Consumer Finance) qui s'inscrit au cœur de la consommation et du quotidien des Français.

Un budget en baisse, mais pas pour les enfants

En 2016, le montant moyen consacré aux loisirs (hors budget vacances) est de 601 €, en baisse de 61 € (- 9,8%) par rapport à 2015. Il retrouve ainsi un niveau proche de celui observé en 2014 et remet en question le rééquilibrage opéré en 2015.

« Les foyers avec enfants disposent d'un budget loisirs de 547 €, contre 627 € pour les foyers sans enfant. L'écart entre les deux passe de 5 € en 2015 à 80 € en 2016, toujours au profit des foyers sans enfants. Malgré une enveloppe loisirs subissant une sévère baisse, les foyers avec enfants maintiennent la part dédiée au plaisir des plus jeunes, en leur consacrant 38 % du budget. On constate toutefois des disparités selon l'aisance du foyer », précise Didier Bourdonnais, Directeur Marketing et Communication Client France de Crédit Agricole Consumer Finance.

Le budget loisirs devrait rester stable l'an prochain

Comme en 2014 et 2015, 63 % des Français (+1 point) déclarent vouloir maintenir leur budget loisirs pour l'année à venir. 10 % affirment même prévoir « dépenser plus » l'année prochaine (+ 2 points par rapport à 2015). A l'inverse, 26% des répondants précisent que leur budget loisirs diminuera. Pour justifier ce resserrement budgétaire, 63 % des Français qui réduiront leurs dépenses, donnent comme principale raison le manque de moyens financiers.

Le multimédia, loisir toujours préféré des Français

Interrogés sur les loisirs qu'ils pratiquent, les Français placent en tête l'ordinateur et le surf sur Internet (64 % des répondants, - 10 points), suivis de la télévision (60 % des répondants, stable par rapport à 2015), et ce, pour la cinquième année consécutive. Accessibles et peu coûteuses, ces activités devançant la fréquentation des proches (51 %, + 2 points), les loisirs culturels (44%, + 3 points) ou encore les loisirs de plein air (43%, + 6 points) ainsi que la pratique ou l'écoute de la musique (38%, stable).

Une durée du temps de loisirs à la baisse

Chaque semaine, les Français interrogés consacrent aux loisirs en moyenne 9h46 (- 44 minutes par rapport à 2015). Pour autant, cette baisse n'impacte pas leur satisfaction puisque 70% d'entre eux jugent suffisant le temps dont ils disposent pour leurs loisirs, soit un chiffre stable par rapport à 2015.

« Placés dans une situation où ils ont à la fois moins de budget et moins de temps pour les loisirs, les Français choisissent d'optimiser ces moments de détente en privilégiant les activités les plus épanouissantes. Le plaisir, le bien-être et l'enrichissement que procure un loisir reste le premier critère de choix, devançant ainsi toujours le prix », conclut Didier Bourdonnais.



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 du 6 au 8 juillet 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.