



Près d'un ménage sur deux est inquiet pour sa situation financière

Charges et prix en hausse demeurent les principales difficultés évoquées par les ménages français dans la gestion de leur budget. Pour faire face à cette situation, ils développent de nouveaux modes de consommation. Tels sont les principaux enseignements de la dernière édition du baromètre de Sofinco (marque de Crédit Agricole Consumer Finance), qui s'inscrit au cœur de la consommation et du quotidien des Français.

Une stabilité financière toujours délicate

Plus d'un tiers des ménages français (37 %) considère l'absence de réévaluation des salaires comme un facteur important de dégradation de leur situation financière. Cette inquiétude était partagée par 34 % des interviewés en 2014 (soit + 3 points) et par 25 % d'entre eux en 2012, soit une hausse de 12 points en 3 ans. L'augmentation des charges (coût du logement, électricité, gaz, télévision et Internet) pour 52 % des répondants, et celle des prix, pour 47 % des répondants, sont les deux autres facteurs concourant à la dégradation de leur situation financière. « *Dans ce contexte, 49 % des ménages français ne croient plus en la stabilité de leur situation financière* », explique Didier Bourdonnais, Directeur marketing et communication client de CA Consumer Finance France.

Une envie de retrouver une certaine liberté dans la gestion du budget

Ces dernières années, les Français ont réduit l'ensemble de leurs postes de consommation. En 2011, 40 % des interviewés déclaraient sortir moins fréquemment, 36 % limitaient les dépenses d'habillement et 25 % partaient moins en vacances. Aujourd'hui, ces restrictions perdurent : 33 % des répondants estiment moins sortir (- 2 points en un an), 31 % dépensent moins pour se vêtir (- 3 points) et 21 % font des arbitrages sur leurs vacances (- 5 points). « *Néanmoins, les ménages français souhaitent retrouver une certaine flexibilité dans la gestion de leur budget : 38 % d'entre eux souhaiteraient dépenser plus pour leurs loisirs et 34 % pour l'amélioration de leur logement. Parallèlement, 44 % des ménages souhaiteraient épargner plus s'ils en avaient la possibilité* », précise Didier Bourdonnais.

Internet et la consommation collaborative pour mieux gérer son budget

Pour 60 % des Français, les offres disponibles sur Internet permettent de mieux gérer leur budget. La consommation collaborative suscite également un intérêt croissant : près de 60 % des Français seraient prêts à avoir recours à la location entre particulier et aux achats groupés pour faire des économies. Quels que soient leurs revenus (54 % pour les revenus les plus faibles et 60 % pour les plus élevés), les ménages français accordent un intérêt notable à ces nouveaux modes de consommation.



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 30 septembre et 1^{er} octobre 2015. 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.