



**56 % des Français prêts à dépenser plus de 8 000 € pour leur mariage**

*Le baromètre de Sofinco (marque de Crédit Agricole Consumer Finance) s'inscrit au cœur de la consommation et du quotidien des Français. Cette deuxième édition consacrée au mariage met en évidence les choix opérés par les ménages pour maîtriser au mieux le budget de cette journée inoubliable. Alors que le budget global se stabilise, le budget dédié aux cadeaux (liste de mariage et cadeaux aux mariés) est en baisse.*

### **Un budget mariage stabilisé à 8 283 € pour 65 convives**

Les Français consacrent en moyenne 8 283 € à l'organisation de leur mariage (contre 8 259 € en 2014). Pour 56 % des répondants, ce budget est justifié (en baisse de 3 points par rapport à 2014). En région parisienne, ce budget est estimé à 8 893 €, soit 9 % de plus qu'en province (8 145 €). Les répondants âgés de moins de 35 ans estiment ce budget à 9 726 € en moyenne, contre 7 747 € pour leurs aînés. En moyenne, les Français invitent 65 convives, soit 8 % de moins qu'en 2014.

### **Un recentrage des dépenses vers l'essentiel**

86 % des Français estiment que le budget de cet évènement nécessite des arbitrages. « Néanmoins, le repas, perçu comme le principal poste de dépenses pour 60 % des répondants, n'est pas celui sur lequel ils envisagent de faire des économies », explique Didier Bourdonnais, Directeur marketing et communication client de CA Consumer Finance France. Seuls 14 % pourraient envisager de diminuer les coûts liés au repas ou au traiteur (+ 2 points).

« Les économies seraient plutôt réalisées sur des dépenses plus secondaires, qui peuvent être remplacées par du ' fait maison ' ou considérées comme de petits luxes », précise Didier Bourdonnais. Ainsi, 44 % des répondants feraient des économies sur le budget « photographe / caméraman » (stable), 37 % sur leur hébergement (- 1 point), 35 % sur les cadeaux pour les invités (-1 point), 28 % sur la décoration (stable) et 27 % sur leur lune de miel (stable).

### **Un mariage financé avant tout par l'épargne personnelle**

Pour financer les dépenses de leur mariage, 25 % des Français comptent avant tout sur leur épargne et 61 % en font leur première source de financement. Ils comptent également sur l'aide de leurs parents et de leurs proches (69 %, - 4 points), mais seuls 17 % opteraient principalement pour cette solution.

Les nouveaux moyens de financement suscitent toujours l'intérêt des Français : 41 % envisageraient de faire appel à un crédit (stable), 39 % à des sponsors en échange de visibilité (- 3 points) et 35 % au financement participatif des invités (+ 2 points).

### **Des dépenses en baisse sur la liste de mariage**

56 % des Français souhaitent ouvrir une liste de mariage (+ 1 point). Le budget moyen fixé pour une telle liste s'élève à 4 395 € en moyenne, soit une baisse de 11 % par rapport à 2014. Côté invités, les Français envisagent un budget cadeau moyen de 108 €, en baisse de 21 % par rapport à 2014.

Tous les résultats du Sofinscope sur : [www.sofinscope.fr](http://www.sofinscope.fr)



Contact : Service presse de CA Consumer Finance, +33 (0)1 60 76 93 99 / 88 60, [presse@ca-cf.fr](mailto: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 3 et 4 juin 2015. Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site : [www.sofinscope.fr](http://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.