



**Le budget consacré aux nouvelles technologies en hausse de 5 %**

*Pour la quatrième année consécutive, le Sofinscope, baromètre de Sofinco (marque de Crédit Agricole Consumer Finance), analyse le budget des Français consacré aux nouvelles technologies. Les ménages consacrent cette année un budget plus important à ce poste de dépense, tout en étant plus attentifs à la qualité et au prix des produits. Tels sont les principaux enseignements de la dernière édition du Sofinscope, qui s'inscrit au cœur de la consommation et du quotidien des Français.*

### **Le budget consacré aux équipements technologiques repart à la hausse**

Après une baisse importante en 2014 (- 127 € par rapport à 2013), le budget annuel consacré aux équipements technologiques connaît à nouveau une légère hausse (398 €, soit + 5 %). « Néanmoins, ce budget est perçu comme une contrainte pour plus d'un Français sur deux (57 %, + 2 points par rapport à l'an dernier) » explique Didier Bourdonnais, Directeur marketing et communication client de CA Consumer Finance France. L'innovation ne représente plus le critère principal dans le choix d'un produit technologique (- 11 points par rapport à l'an dernier). La qualité (58 %, + 17 points), le prix (70 %, + 5 points) et la fiabilité (28 %, - 11 points) sont les trois principaux critères de choix des ménages français.

### **De nouvelles habitudes de consommation**

La fréquence de renouvellement des équipements confirme le déclin entamé en 2014. Alors que 56 % des répondants déclaraient renouveler leur Smartphone au moins une fois tous les 3 ans en 2012, seuls 39 % (- 1 point par rapport à 2014) envisagent de le remplacer avant sa troisième année. Parallèlement, la plupart des Français n'ont pas l'intention d'acquérir de nouveaux produits technologiques (49 %, + 5 points) dans les 12 prochains mois. « Les répondants se montrent plus enclins que les années précédentes à acquérir des produits technologiques simples, comme les téléphones mobiles simples (4 %, + 3 points) », précise Didier Bourdonnais.

### **Les objets connectés : nouveau champ d'exploration**

Les appareils mobiles sont les seuls produits technologiques à avoir connu un accroissement au sein des ménages : les Smartphones (54 %, + 1 point), les tablettes numériques (29 %, + 2 points) et les ordinateurs portables (61 %, + 9 points). Les liseuses et objets connectés, font également leur entrée dans les foyers (respectivement 8 % et 6 % des ménages). Nettement à l'écart des pratiques de l'ensemble de la population, les possesseurs d'objets connectés se distinguent par leur plus grande attention à l'innovation (21 % contre 13 % de l'ensemble des répondants) et à leur attrait pour la marque des produits (32 % contre 15 % de l'ensemble), sans pour autant être significativement plus dépensiers.



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 4 et 5 novembre 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.