



**Pour la première fois depuis deux ans, le budget santé des Français est en hausse de 1,5%**

*Inversant la tendance observée depuis 2014, le budget santé des Français marque une légère augmentation en 2016 (+1,5 %). Néanmoins, les Français misent encore sur le report ou le renoncement à leurs soins pour maîtriser leur budget. Tels sont les principaux enseignements de la 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 légère hausse...**

Le budget santé annuel restant à la charge des Français connaît sa première augmentation depuis deux ans et atteint 526 € (+1,5 %). De fortes disparités sociales apparaissent notamment entre les hommes (634 € par an) et les femmes (431 € par an).

### **... malgré le report ou renoncement aux soins qui s'accroît**

« Plus d'un Français sur deux (62 %) reporte ou renonce à des soins, notamment pour l'achat de lunettes, de lentilles ou de prothèses dentaires (51 %, +4 points) », précise Didier Bourdonnais, Directeur Marketing et Communication Clients de CA Consumer Finance France. Les Français s'orientent davantage vers les médicaments génériques (65 %, +3 points), et demandent plus fréquemment des devis préalables aux soins (43 %, -2 points). Parallèlement, les Français ne souhaitent pas renoncer à la relation de confiance qu'ils ont avec leur médecin : seuls 17 % privilégient les consultations à l'hôpital et 16 % ont choisi de s'adresser à un praticien aux honoraires moins élevés.

### **Se soigner ailleurs, mieux s'entretenir, les solutions pour dépenser moins**

Les solutions de soins à l'étranger, moins coûteuses qu'en France, séduisent 13 % des répondants. Il s'agit essentiellement de l'achat de petit matériel médical (9 %, +2 points) ou de médicaments (6 %, +1 point). Parallèlement, les Français sont plus attentifs à la prévention : 61 % d'entre eux affirment être plus attentifs à leurs pratiques pour se maintenir en bonne santé. « Ainsi, aujourd'hui 15 % des Français déclarent utiliser des objets connectés dans le cadre de leur démarche de prévention : les montres ou les bracelets de running, pour le suivi de l'activité physique (pour 8 % des répondants), des applications de running ou de surveillance du sommeil (8 %) ou des applications de suivi budgétaire des dépenses de santé (3 %) », ajoute Didier Bourdonnais.

### **Les mutuelles d'entreprises : quelles conséquences pour les actifs ?**

Les Français qui disposent d'une mutuelle d'entreprise sont 68 % à la trouver suffisante pour couvrir leurs besoins de manière optimale. Pour les 30 % ayant souscrit à une mutuelle complémentaire ou l'envisageant, les principales motivations sont avant tout les soins optiques (66 %), dentaires (63 %), avant les soins courants (41 %) et les hospitalisations (40 %).

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)

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

**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 29 et 30 avril 2015. Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site : [www.sofinscope.fr](http://www.sofinscope.fr).

**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.