

# Sofinscope

LE BAROMÈTRE QUI VOUS DONNE UN TEMPS D'AVANCE  
SUR LA CONSOMMATION

## 10 ans de consommation des Français



## **PREAMBULE**

---

Le Sofinscope est un **observatoire créé par OpinionWay à la demande de Sofinco en 2011**, avec pour objectif de suivre les tendances de consommation des Français et l'impact sur leurs dépenses au quotidien.

En 10 ans, **près de 100 études ont été conduites**, sur des sujets aussi variés que la santé, les transports, l'énergie, les loisirs, les vacances, le logement, les technologies, l'alimentation, la rentrée scolaire, les fêtes et le mariage, l'économie du partage...

Au total, **ce sont près de 100 000 Français qui ont été interrogés en 10 ans**, essentiellement dans le cadre de sondages en ligne auprès d'échantillons représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus, constitués selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



Dix ans que le Sofinscope prend le pouls des Français et de leur consommation. Dix ans que ce baromètre, créé par Sofinco, nous aide à mieux les comprendre et mieux les accompagner au quotidien et dans leurs projets.

Dix ans et un constat majeur qui nous engage pour l'avenir : les Français veulent mieux consommer. Manger plus sain, réduire leur impact environnemental et sociétal, consommer plus local. Cette aspiration universelle transcende les différences de revenus et dépasse les orientations idéologiques. Elle rassemble les métropoles et les campagnes. Elle a été encore accentuée par la crise sanitaire.

Pour autant, dans leur grande majorité, les Français ne semblent pas vouloir moins consommer. Leur appétit pour les nouvelles technologies, le bricolage ou les voyages ne se dément pas. Smartphones, consoles de jeux ou abonnements VOD se diffusent rapidement dans les foyers. La déconsommation demeure un phénomène marginal ou très contextuel, comme en témoigne la reprise foudroyante de la consommation post-confinement.

Exigeants, les Français ? En effet. Leur consommation change parce qu'ils arbitrent de plus en plus entre leur budget, leurs besoins et leurs désirs. Ils jonglent avec leurs convictions, leurs contraintes et l'envie d'accéder à tout ce que l'époque leur promet.

Depuis 70 ans, Sofinco permet aux Français d'accéder au progrès. En les écoutant avec le Sofinscope, nous comprenons mieux leurs nouvelles attentes de consommation. Nous soutenons leur pouvoir d'achat et leur permettons de concrétiser leurs projets. Et ainsi, nous renforçons leur pouvoir de choisir et d'agir dans la société.

**Stéphane Priami**

Directeur général de Crédit Agricole Consumer Finance  
et Directeur général adjoint de Crédit Agricole S.A. en  
charge du pôle Services financiers spécialisés

**Laila Mamou**

Directrice générale déléguée de Sofinco

# **10 ANS DE CONSOMMATION DES MENAGES**

**Comment les dépenses ont-elles évolué ?**

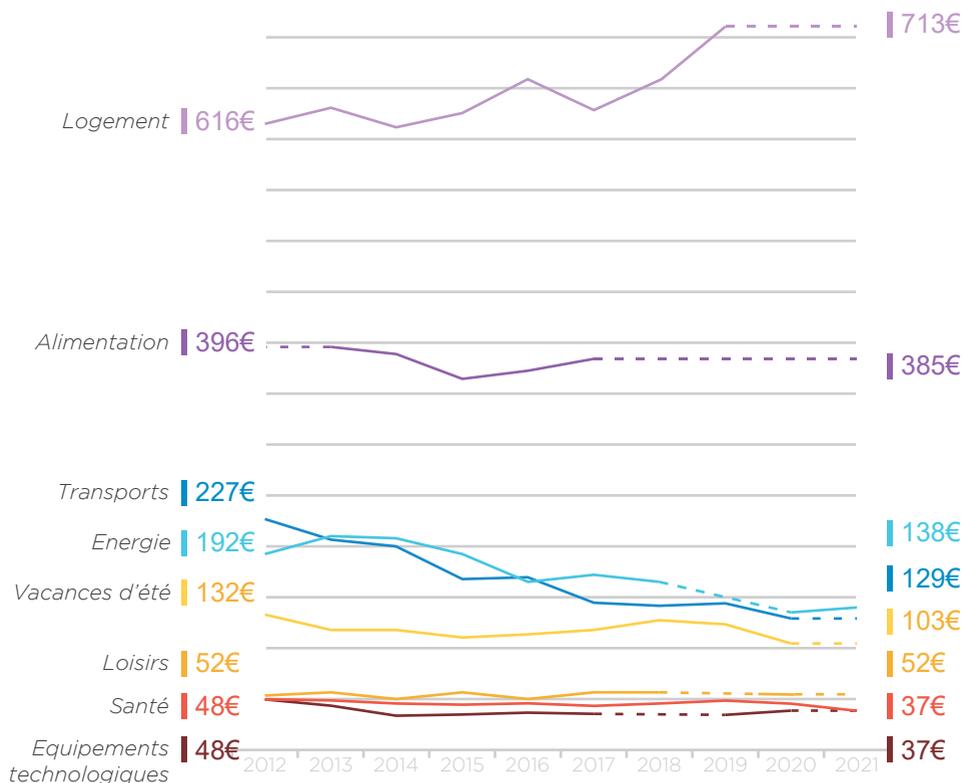


## LE LOGEMENT : LE SEUL POSTE DE DÉPENSES QUI AIT SIGNIFICATIVEMENT AUGMENTÉ AU COURS DE LA DÉCENNIE



Graphie 1 - Evolution des dépenses mensuelles liées au logement  
(seules les années où cette thématique a été abordée dans le Sofinscope sont représentées)

Parmi l'ensemble des postes de dépenses passés à la loupe par OpinionWay pour Sofinco pendant 10 ans et présentés dans le graphique 2, **le logement est le budget qui a le plus augmenté** : son coût moyen est passé de 616 euros par mois en 2012 à 713 euros en 2019, **soit une augmentation de 16% en moins de 10 ans**. Évaluée par les Français à 23,2% en 2012, la part des dépenses de logement dans les revenus mensuels de leur foyer représentait 21,9% en 2019. Le pouvoir d'achat gagné par les Français pendant la période<sup>1</sup> a permis de faire face à des dépenses de logement qui ont augmenté en valeur absolue.



Les lignes en pointillés correspondent aux années pour lesquelles nous ne disposons pas de données

Graphe 2 – Evolution des dépenses mensuelles par poste budgétaire au sein des ménages français interrogés dans le cadre du Sofinscope (questions posées à partir de 2012)

Environ 30% des Français déclarent éprouver des difficultés financières à faire face à leurs loyers ou remboursements d'emprunt immobilier.

On observe sur ces questions **des situations très inégalitaires** : **si, au global, l'augmentation des dépenses de logement a été de 16%, elle a été de 36% pour les jeunes** qui entrent dans la vie active (les 25-34 ans ayant vu leur charge de logement passer de 605 à 825 euros), contre seulement 7% des 65 ans et plus. Elle est également **plus élevée en région parisienne** (23%) et, surtout, dans le **Sud-Est**<sup>2</sup> (37%), qu'en province en général (14%). **Elle n'a pas affecté les cadres (0%), ni les plus hauts revenus (0%),** mais elle a particulièrement touché les **ouvriers (30%)** et les foyers disposant de **moins de 1 000 euros par mois (22%)**. Elle touche également **davantage les locataires (21%)** que les propriétaires (6%).



Par ailleurs, ce sont surtout les ménages les plus modestes (55% de ceux disposant d'un revenu inférieur à 1 000 euros par mois), notamment locataires d'un logement HLM (54%), qui ressentent le plus de difficultés à faire face à ces dépenses.

Pour faire face à ces difficultés, **la première solution envisagée est de réduire les autres dépenses de consommation** (59%) plutôt que d'essayer d'augmenter ses revenus (30%). D'ailleurs, les Français sont nombreux à dire que la part du budget qu'ils consacrent à leur logement a un impact important sur leurs autres dépenses, que ce soit les vacances (50%), mais aussi **d'autres postes plus essentiels comme l'alimentation (49%) ou la santé (41%)**. Depuis le début de nos mesures en 2012, ce poids sur les dépenses contraintes a progressé de 3 points sur l'alimentation et est resté stable sur la santé. Enfin, 52% estiment que la part de leur budget consacrée au logement a un impact important sur leur capacité d'épargne, ce qui peut conduire à renforcer les inégalités en temps de crise (voir les situations contrastées vécues par les Français sur ce point depuis le début de l'épidémie de Covid-19 – cf. la partie “Les Français et leur épargne : après la crise sanitaire, frugalité ou retour à la consommation ?”).

Une autre solution émerge pour compléter ses revenus et financer son logement : le mettre en **location sur des plateformes** ou sites spécialisés mettant en relation des particuliers. En 2019, 24% des Français éprouvant des difficultés pour payer leur logement déclaraient l'avoir déjà mis en location sur ce type de plateforme, ou envisager de le faire (vs. 8% de l'ensemble des Français interrogés sur cette question un an plus tôt).

Est-ce pour faire baisser la pression du coût du logement, ou donner valeur d'épargne à ce budget qui augmente en devenant propriétaire que beaucoup, notamment parmi les classes moyennes, se sont **réfugiés dans le périurbain, ces espaces résidentiels à la périphérie des villes** ? Le mouvement de périurbanisation n'est pas nouveau, mais a connu une croissance quasi ininterrompue depuis les années 1960/70 et n'a pas faibli au cours des dernières années<sup>6</sup>. Or, la poursuite de **ce type d'habitat crée aussi pour les propriétaires de nouvelles dépenses contraintes**, notamment en matière de transports, ainsi que des problèmes d'accès à certains commerces et services<sup>7</sup>.





## FOCUS : LA PAUPÉRISATION DES LOCATAIRES

Confirmant plusieurs autres études sur le sujet, on observe à travers ces 10 ans de Sofinscope **une situation de plus en plus difficile pour les locataires** en comparaison des propriétaires. Selon le baromètre d'opinion de la DREES (la Direction des recherches, des études, de l'évaluation et des statistiques, appartenant au ministère de la Santé), si le logement est un sujet qui préoccupe une majorité de Français (59%), ce n'est le cas que de 45% des propriétaires, mais de 72% des locataires<sup>3</sup>.

Les données du Sofinscope montrent d'ailleurs que, bien que les dépenses de logement soient plus importantes pour les propriétaires (825 euros en moyenne, contre 629 euros pour les locataires), **le taux d'effort des locataires est bien plus élevé** (35%, contre 16% pour les propriétaires).

Cette tension peut s'expliquer par le fait que **le profil sociologique des locataires s'est paupérisé**. Selon une étude du ministère des Affaires sociales<sup>4</sup>, la part de propriétaires a été divisée par deux entre 1973 et 2013 pour le quart le plus pauvre des ménages (passant de 34% à 16%), alors qu'elle a augmenté de 36% à 44 % pour le quart le plus aisé<sup>5</sup>.

En septembre 2019, selon les données du Sofinscope, un quart des Français (25%) estimait que la part des revenus de leur foyer consacrée aux dépenses de logement était trop importante, mais ce n'était le cas que pour 20% des propriétaires, contre 37% des locataires. Ce sont aussi **davantage les locataires qui éprouvent des difficultés financières à faire face à leurs loyers** (47%) que les propriétaires à faire face à leur remboursement d'emprunt immobilier (22%). Près des deux tiers des locataires (64%) affirment que le poids de leur budget logement a un **impact important** sur leurs dépenses alimentaires (vs. 49% pour l'ensemble de la population) et 55% éprouvent le même sentiment quant aux dépenses de santé (vs. 41%).

Enfin, **les locataires sont aussi les plus exposés à la précarité énergétique** : 45% n'ont pas et n'envisagent pas de poser du double vitrage (vs. 28% pour l'ensemble des Français), l'isolation des combles est inenvisageable pour 64% (vs. 44%), celle des toits et murs pour 66% (vs. 47%), de même que le changement des appareils de chauffage (70%, vs. 60%) ou de la chaudière (69% vs. 58%). Et la situation est encore plus compliquée pour les locataires vivant en appartement.

## L'ALIMENTATION : UN BUDGET QUI SE MAINTIENT À UN NIVEAU ÉLEVÉ, DANS UN CONTEXTE DE RECHERCHE DE QUALITÉ



Graph 3 - Evolution des dépenses mensuelles liées à l'alimentation  
(seules les années où cette thématique a été abordée dans le Sofinscope sont représentées)

Après le logement, **l'alimentation constitue le deuxième poste de dépenses** des Français, avec un montant mensuel moyen de 385 euros en 2017<sup>8</sup>. Après un creux enregistré en 2015, le rebond du budget alloué à l'alimentation au milieu de la décennie est sans doute à relier à une **exigence accrue de qualité**. En effet, même si le prix (cité par trois quarts des Français) reste le critère de choix principal depuis les premières éditions du Sofinscope, on observe **une attention portée à la qualité** qui le rattrape, voire le dépasse : **en 2017 en effet, 55% des Français disaient être plus vigilants sur la qualité que sur les prix (soit +5 points en 2 ans)**.

Si plus de la moitié des Français (52%) sont d'accord pour dire qu'acheter chez les commerçants producteurs (bouchers, agriculteurs, charcutiers...) revient "plus cher mais en vaut la peine", **la grande surface reste néanmoins le lieu d'achat privilégié** (supermarché pour 38% et hypermarché pour 37%), très loin devant le marché (4%) ou le producteur (2%).

Cependant, ces chiffres cachent des réalités plus complexes, et plusieurs experts du secteur relèvent le **changement de paradigme qui se pose depuis quelques années au modèle des GMS**, et notamment des hypermarchés. **Si la grande surface reste le lieu d'achat privilégié pour l'alimentaire, on y dépense moins**, mais peut-être, aussi, mieux : les ventes en volume diminuent, tandis qu'elles augmentent en valeur<sup>9</sup>. **Entre 2015 et 2018, le chiffre d'affaires en GMS n'a progressé que de 0,3%, soit 10 fois moins vite que les autres canaux de vente** (dont Internet et les circuits courts)<sup>10</sup>. Les Français continuent à fréquenter très majoritairement ces enseignes, mais elles ont de plus en plus à faire face à une concurrence atomisée<sup>11</sup>. Les hypermarchés, notamment, enregistrent des baisses de chiffre d'affaires que les données de fréquentation ne peuvent pas, à elles seules, refléter<sup>12</sup>.



## L'ÉNERGIE : UN BUDGET TENDU POUR LES MÉNAGES



Graph 4 - Evolution des dépenses mensuelles liées à l'énergie  
(seules les années où cette thématique a été abordée dans le Sofinscope sont représentées)

Troisième poste de dépenses des Français, **le budget énergie est celui qu'ils ont le sentiment d'avoir vu le plus augmenter** au cours de la dernière décennie. Près de 6 Français sur 10 (58%) affirmaient en mars 2021 que le montant des dépenses pour l'énergie dans leur logement (gaz, électricité, fuel...) avait augmenté depuis 5 ans. C'est plus que pour le carburant (45%), les abonnements numériques classiques (Internet, téléphonie, télévision, 32%) ou ceux à des plateformes de streaming (musique, séries TV, films, documentaires..., 24%). Cependant, **en 2012, les Français étaient 87% à dire que leur budget énergie avait augmenté au cours des 5 dernières années. Le sentiment que le budget énergie est à la hausse est donc de moins en moins partagé dans la société française.**

D'ailleurs, en moyenne, le budget qu'ils y consacrent tend à baisser, passant de 192 euros en moyenne par mois en 2012 à 138 euros en 2021. Cette baisse peut s'expliquer notamment par le **développement de comportements frugaux et de bonnes pratiques de maîtrise de la consommation**, qui se sont généralisés de longue date, mais qui connaissent un **coup d'arrêt en 2021**, même s'ils restent majoritaires. Il en va ainsi de gestes qui, très répandus et stables entre 2012 et 2020, ont chuté en 2021 : baisse de la consommation d'eau, achat d'ampoules basse consommation, limitation de l'utilisation du sèche-linge, réduction de la température du logement... D'autres gestes ont connu une lente érosion : limitation de l'usage des appareils ménagers, achat d'appareils à faible consommation d'énergie, extinction des appareils plutôt que les laisser en veille, usage des heures creuses... une part de l'explication réside sans doute dans le fait que, télétravaillant davantage, une partie des actifs français ont davantage utilisé leurs appareils domestiques à toutes les heures de la journée<sup>13</sup>.

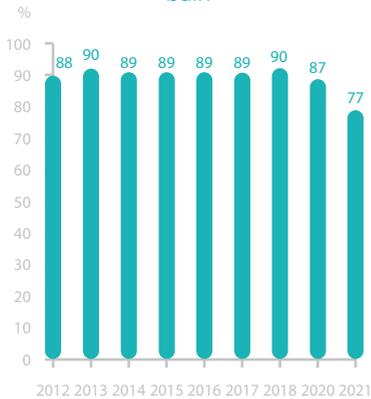


## En 2021, une régression des écogestes

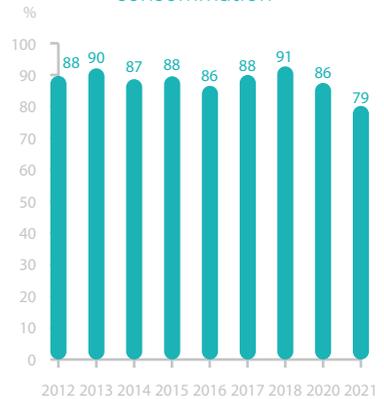
Graphe 5 – Evolution des comportements des Français interrogés dans le cadre du Sofinscope en matière de maîtrise de la consommation d'énergie depuis 2012

NB. Rappel de la question posée : « Avez-vous déjà adopté ce type de comportement pour réduire les dépenses énergétiques de votre logement ? ».

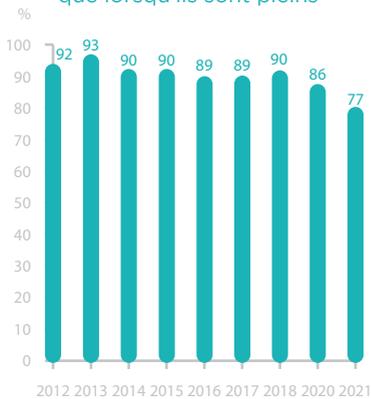
### Préférer la douche au bain



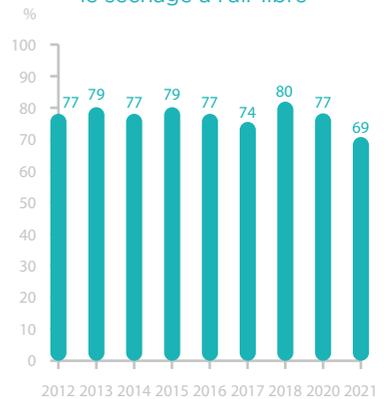
### Acheter des ampoules basse consommation



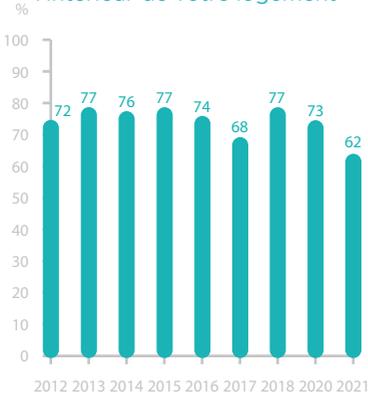
### Ne faire tourner vos appareils ménagers que lorsqu'ils sont pleins



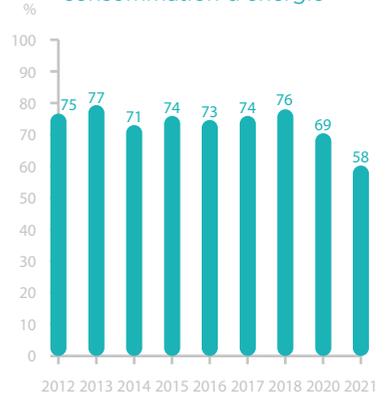
### Ne pas utiliser votre sèche-linge et préférer le séchage à l'air libre



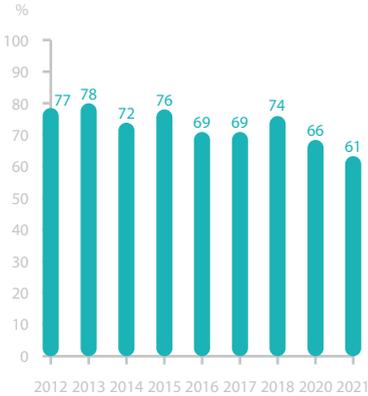
### Réduire la température moyenne à l'intérieur de votre logement



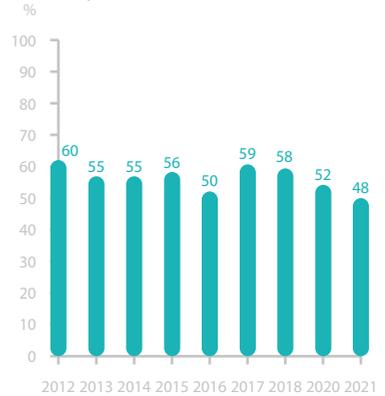
### N'acheter que des appareils à faible consommation d'énergie



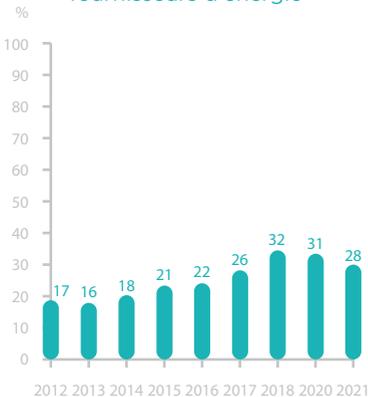
### Eteindre vos appareils ménagers, téléviseurs, ordinateurs etc. au lieu de les laisser en veille



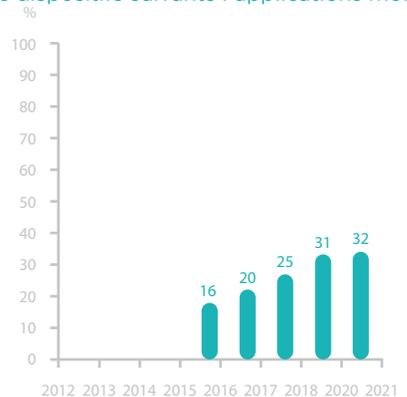
### Ne faire tourner vos appareils ménagers qu'aux heures creuses



### Faire jouer la concurrence entre les fournisseurs d'énergie



### Suivre votre consommation énergétique à l'aide d'un des dispositifs suivants : applications mobiles...



De manière **contre-intuitive**, on observe que **les moins vertueux sur ces questions sont plutôt les jeunes**. En revanche, ils sont plus nombreux à changer de fournisseurs d'énergie au profit d'une énergie renouvelable (59% des moins de 35 ans, vs. 48% de l'ensemble des Français) et à avoir recours au co-voiturage ou à la mobilité douce (vélo, trottinette, etc.) pour leurs déplacements (57% vs. 43%) : une autre manière de consommer plus responsable, mais sans changer certaines autres habitudes. Cette situation paradoxale a été mise en lumière dans d'autres études : **a priori sensibles aux enjeux environnementaux, les jeunes n'en demeurent pas moins consommateurs**<sup>14</sup>. Une enquête OpinionWay pour l'ADEME réalisée en 2017 a également permis de mesurer que **les jeunes étaient peu impliqués dans les écogestes**.

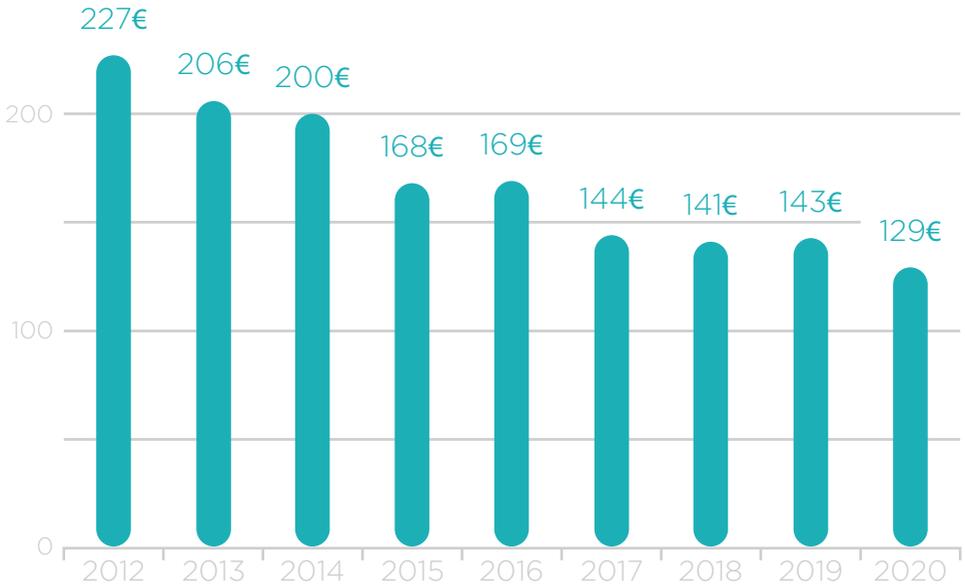


Sur le front des solutions les plus efficaces pour limiter la consommation d'énergie, **de nombreux Français ont déjà réalisé des travaux de rénovation énergétique à leur domicile** : 58% sont déjà équipés de double vitrage (et 12% envisagent de le faire), 40% ont isolé leurs combles (13%), 35% leurs toits et murs (15%)... Des travaux financés pour moitié par **des paiements comptant (52%) et pour moitié par des prêts<sup>15</sup>, aides ou crédits (55%)**.

Cependant, **on observe depuis 2012 une stagnation, voire un tassement du recours à ces travaux** et, encore aujourd'hui, plus de la moitié n'a pas et n'envisage pas de changer de chaudière (58%), ni de système de chauffage (60%) ; près de la moitié n'envisage pas d'isoler ses combles (44%) ni ses toits et murs (47%). Il y a donc un **développement plus confidentiel des solutions les plus efficaces que sont ces travaux d'aménagement et de rénovation**, sans doute parce qu'il s'agit d'opérations **plus coûteuses**, surtout quand on sait que la majorité auto-finance les travaux engagés. Les jeunes et les foyers modestes sont les moins enclins à engager ce type de travaux, mais ce sont les locataires qui restent de loin les moins en capacité d'engager ce type de dépenses.

De fait, une étude de l'Observatoire national de la rénovation énergétique (ONRE) montre que **la grande majorité des logements rénovés grâce aux aides sont des maisons individuelles occupées par leur propriétaire** (65% des logements rénovés bénéficiant d'une aide)<sup>16</sup>. **Dès lors, comment aider les foyers les plus modestes et les locataires à rénover leurs logements et, ainsi, à maîtriser leur consommation d'énergie ?**

## LES TRANSPORTS : À REBOURS DES DÉCLARATIONS D'INTENTION, ON OBSERVE PEU D'ÉVOLUTION SUR LES MODES DE TRANSPORT DEPUIS LE DÉBUT DU SOFINSCOPE



Graph 6 - Evolution des dépenses mensuelles liées aux transports

Quatrième budget des Français après le logement, l'alimentation et l'énergie, **les transports constituent le poste de dépenses qui a le plus diminué depuis le début des années 2010**, passant de 227 euros par mois en 2012 à 129 euros en 2020, soit une baisse de 43%. De fait, même avant la crise sanitaire, plusieurs modes de transport avaient vu leur utilisation baisser : de 75% en 2012 à 68% en 2019 pour la voiture ; 18% à 12% pour le métro / RER ; 15% à 13% pour l'autobus ; 8% à 6% pour le train. **La crise sanitaire a amplifié un phénomène de désaffection pour les transports en commun qui était déjà à l'œuvre. En revanche, elle a redonné du sens à l'usage de la voiture.**

Fin 2020, 70% des personnes interrogées déclaraient toujours utiliser le plus souvent la voiture pour leurs déplacements quotidiens, un chiffre qui baisse peu par rapport à 2012 (-5 points). Aujourd'hui, 25% disent utiliser davantage la voiture qu'avant la crise sanitaire. L'édition de janvier 2021 de l'Observatoire des Mobilités Emergentes, lancé par l'ObSoCo et Chronos avec le soutien de l'ADEME et de la SNCF, montre que si 60% des Français estiment que « l'avenir est aux modes de transport collectifs », cette opinion est en baisse de 9 points par rapport à 2018<sup>17</sup>.

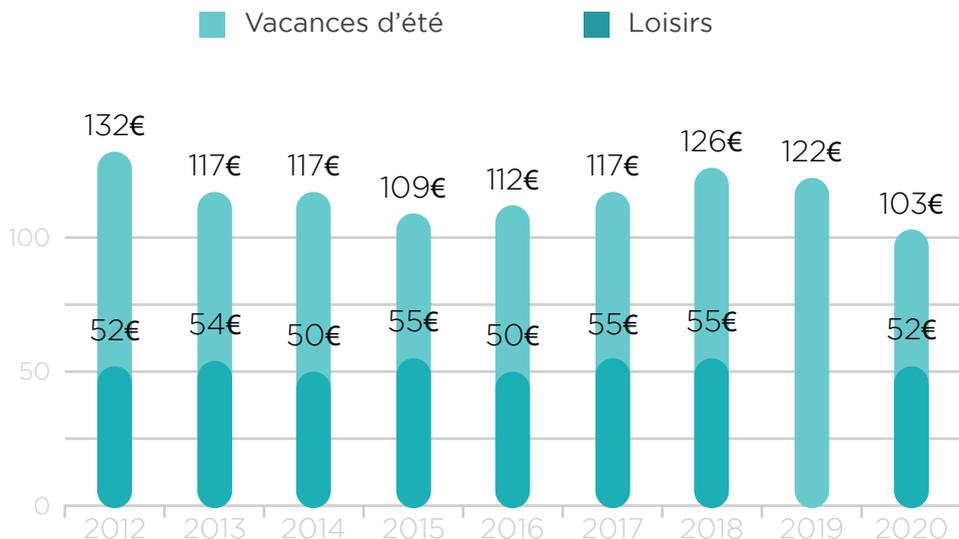
**La crise sanitaire a eu un impact positif sur le budget transport des Français, qui avait tendance à augmenter depuis 2015**, notamment au plus fort de la crise des Gilets Jaunes en 2018. Fin 2020, seul un quart des Français déclarait avoir vu leur budget transport augmenter au cours de l'année précédente, contre 51% en 2019. Près de la moitié des Français estime que la crise a eu un impact positif sur leur budget transport (45%).

Si les cadres et professions intellectuelles supérieures sont près de 6 sur 10 (59%) à avoir fait des économies sur les transports, **ce n'est le cas que de 46% des ouvriers**, une autre conséquence des **inégalités d'accès au télétravail**.

Pour réduire leurs dépenses de transports, près de 3 Français sur 10 souhaiteraient acheter un véhicule consommant moins. D'ailleurs, **24% envisagent l'achat d'un véhicule motorisé** dans les 12 prochains mois, essentiellement une voiture (22%), plus rarement une moto ou un scooter. **40% paieront cet achat comptant**, 40% privilégieront un crédit.



## LE TEMPS LIBRE : ENTRE LOISIRS ET VACANCES, LE BUDGET DES FRANÇAIS POUR SE FAIRE PLAISIR ÉTAIT PLUTÔT STABLE AVANT LA CRISE SANITAIRE



Graph 7 - Evolution des dépenses mensuelles liées au temps libre  
(seules les années où cette thématique a été abordée dans le Sofinscope sont représentées)

**Environ 4 Français sur 10 ne partent pas en vacances l'été : depuis la création du Sofinscope, cette variable n'a pas fondamentalement changé**, oscillant entre 49% en 2014 (son plus haut niveau hors période de crise sanitaire) et 39% en 2019. En 2020, ce taux est monté à 54%. Par ailleurs, **le budget dédié aux vacances d'été a nettement baissé en 2020** pour s'établir à 1 234 euros, alors qu'il s'était maintenu au cours des années précédentes autour de 1 400 / 1 500 euros (malgré un creux à 1 300 euros en 2015). **Ce budget est la principale variable d'ajustement budgétaire dont disposent les Français** : plus de la moitié (51%) de ceux qui ne sont pas partis en 2020 ont pris cette décision pour compenser les pertes de revenus réelles ou anticipées.

**Le budget loisirs a été moins réduit que le budget vacances** (619 euros en 2020, contre 625 euros en 2012). Si ces dépenses constituent un « bonus », un plaisir que l'on s'accorde et que la majorité des Français réduirait en priorité en cas de pertes de revenus, on observe cependant qu'un quart de la population y accorde une grande importance : ainsi, **26% des Français seraient prêts à payer en plusieurs fois à crédit pour pratiquer un loisir cher mais qui leur plaît**. Ce sont surtout les jeunes (39% des moins de 35 ans et notamment 43% des 18-24 ans) et les foyers avec enfants (35%) qui pourraient envisager de le faire.

Le temps consacré aux loisirs dans la semaine a baissé l'année de la pandémie (10h04, vs. 11h53 en 2018 selon les données du Sofinscope), mais reste proche de ce qu'il était en 2017 (10h09) et supérieur à ce qu'il était en 2016 (9h46). **On observe sur cette question des différences qui rappellent d'autres inégalités sociales**. Car qui consacre le plus de temps aux loisirs ? Les hommes (11h44 en moyenne, contre 8h35 chez les femmes), les habitants de la région parisienne (11h40, vs. 9h42 en province) ou encore les plus diplômés (11h52 vs. 8h30 de ceux ayant un niveau inférieur au bac).

Pour autant, le choix des Français, quel que soit leur profil, ne se porte pas sur des loisirs très élitistes ni onéreux. **Les trois premières « sources » de loisirs sont les écrans**, qui arrivent en tête dans la majorité des foyers avec 56% pour la télévision et 55% pour le surf sur Internet, suivis des rencontres entre amis / proches (48%). C'est ainsi davantage le temps que l'on peut consacrer à ses loisirs qui divise la population, plutôt que le budget que l'on y consacre.

## LA SANTÉ : UNE ÉVOLUTION CONTENUE DES DÉPENSES, ET DES STRATÉGIES DE RENONCEMENT AUX SOINS QUI RÉGRÉSSENT



Graph 8 – Evolution des dépenses mensuelles liées à la santé  
(seules les années où cette thématique a été abordée dans le Sofinscope sont représentées)

Le budget santé est un poste budgétaire complexe à appréhender pour les Français. **La complexité des grilles de remboursement et leurs évolutions régulières n'aident pas à en avoir une vision claire**, et cela peut expliquer le décalage observé lors de certaines études du Sofinscope sur le sujet, entre un sentiment d'augmentation des dépenses et un budget déclaré plutôt en baisse. Un paradoxe que peut venir éclairer la DREES (la Direction des recherches, des études, de l'évaluation et des statistiques, appartenant au ministère de la Santé) dans son rapport sur les dépenses de santé en 2018<sup>18</sup> : au global, les dépenses de santé sont toujours en hausse, mais **progressent de moins en moins vite** (+1,5% en 2018, contre +1,7% en 2017). Dans le même temps, **la hausse des prises en charge à 100%** au titre des affections de longues durées (ALD) et le principe du reste à charge zéro à partir de 2019, conduisent à **un reste à charge et un budget santé en baisse**. Concrètement, malgré des coûts en hausse, les Français payent moins de leur propre poche.

Sur le long terme d'ailleurs, l'évolution des dépenses et du budget consacré par les Français à leur santé reste contenue : il est passé de 570 euros en 2012 à 529 euros en 2020<sup>19</sup>. **2021 a vu le budget santé chuter à 441 euros, mais il s'agit d'une année particulière en raison de la pandémie et du report de certains soins** pour des raisons sanitaires pour près de 3 Français sur 10 (29%). Même sans tenir compte de l'année de la pandémie, on observe que, **d'année en année - depuis le début du Sofinscope, les Français sont de moins en moins nombreux à dire que leur budget santé augmente** : de 68% en 2012 à 41% début 2020. Il est vrai qu'ils ont su faire évoluer leurs comportements par rapport à il y a une dizaine d'années, notamment en faisant plus de prévention pour mieux protéger leur santé (en 2012, 65% des Français déclaraient faire davantage attention à certaines pratiques qu'avant et ils étaient encore 53% en 2021), ou en achetant davantage de médicaments génériques (de 77% en 2012 à 43% en 2021). Mais on le voit bien : si les Français ont fait des efforts, il est difficile d'en faire toujours plus chaque année ; **ces comportements vertueux sont aujourd'hui bien ancrés, mais atteignent un palier et progressent de moins en moins à mesure qu'ils sont adoptés par la majorité des Français.**



**Parallèlement, les tactiques ou stratégies de choix de mutuelles mieux ciblées ont en revanche tendance à augmenter.** En 2021 en effet, pour financer un soin de santé, près de 3 Français sur 10 (29%) ont souscrit à une mutuelle complémentaire (soit +12 points depuis 2018), plus d'un quart (26%) a changé de mutuelle (+8 points) et plus d'un Français sur 10 (12%) a contracté un crédit (+4 points). **Les soins dentaires sont le premier type de soin pour lequel les Français sont amenés à déployer ces stratégies et notamment à contracter un crédit.** En 2021, près de la moitié de ceux qui avaient déjà contracté un crédit pour financer un soin l'ont fait pour des soins dentaires.

Dans ce contexte, **le renoncement aux soins régresse, même s'il concernait encore près d'un Français sur deux début 2020 : 48% déclaraient alors avoir renoncé à au moins une de ses dépenses de santé (-8 points depuis 2019).**



## L'ÉQUIPEMENT TECHNOLOGIQUE : DES BIENS DE PREMIÈRE NÉCESSITÉ, QUI REPRÉSENTENT UN BUDGET GLOBAL NON NÉGLIGEABLE POUR LES FRANÇAIS



Graphie 9 - Evolution des dépenses mensuelles liées aux équipements technologiques (seules les années où cette thématique a été abordée dans le Sofinscope sont représentées)

Au lancement du Sofinscope, le budget annuel des foyers français consacré à l'acquisition de matériels et produits technologiques était à son plus haut niveau parmi toutes nos mesures (574 euros pour l'année 2012). **Cette période correspond à l'acquisition d'équipements tous azimuts : en 2012/2013**, la part des Français qui avaient l'intention d'acquérir ou renouveler un smartphone dans les 12 prochains mois s'élevait à 17%, elle était de 21% pour les ordinateurs portables, 19% pour les tablettes numériques. **Quelques années plus tard, seul le smartphone s'est maintenu** : 16% d'intentions d'achat en 2020, contre 11% pour l'ordinateur portable et 6% pour la tablette. Le multi-équipement décroît : une récente étude du Crédoc montre que **le smartphone s'impose désormais comme l'équipement numérique de référence** et que, parallèlement, l'équipement en ordinateur décline, celui en tablette stagne, tandis que les objets connectés demeurent encore confidentiels<sup>20</sup>. Ainsi **en 2020, 58% des Français déclaraient ne pas vouloir acquérir ni renouveler aucun équipement, contre seulement 39% en 2012**.

Dans ce contexte, il n'est pas surprenant d'observer que le budget global consacré à ces équipements par les Français a baissé depuis 2012, où il s'élevait à 574 euros par an. En fait, **il a significativement baissé à partir de 2013**, pour atteindre 380 euros en 2014, soit une baisse de 34% par rapport à 2012. Mais, depuis le milieu de la décennie, **ce budget a tendance à remonter**, sous le coup d'un double phénomène : **la recherche accrue de valeur** et, plus récemment, **l'envie de se faire plaisir**, ce budget étant de moins en moins associé à un budget contraint. En effet, alors que le prix baisse dans les critères de choix (passant de 70% de citations en 2015 à 57% en 2020), **la fiabilité** (de 28% à 38% sur la même période) ou **la marque** (de 15% à 19%) renforcent leurs positions.

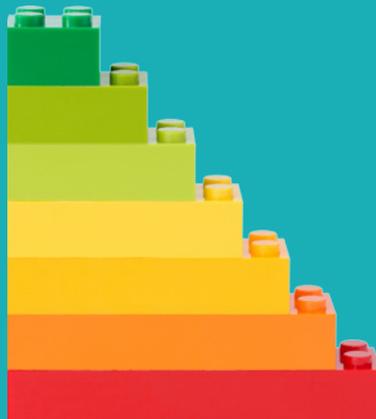
**Les nouvelles technologies sont devenues des indispensables du quotidien**, dont les Français auraient désormais beaucoup de mal à se passer, **pour des raisons professionnelles** (83% jugent qu'elles sont indispensables de nos jours pour trouver un travail), **pratiques** (81% estiment qu'elles simplifient leur quotidien), **voire plus personnelles, même si cet aspect est moins marqué** (59% trouvent qu'elles sont une bonne chose pour la vie sociale). Mais l'impact croissant de ces nouveaux outils ne va pas sans quelques phénomènes de dépendance : les trois quarts des Français n'imaginent pas leur vie sans les nouvelles technologies (75%) et près d'un sur deux déclare être angoissé à l'idée de se passer de téléphone portable pendant plusieurs jours (46%). Au final, à la question de savoir si ces nouvelles technologies ont un impact positif ou négatif sur leur vie, le bilan que portent les Français est **certainement positif mais nuancé** : une courte majorité ressent un impact positif (52%), près de 3 sur 10 (29%) pas d'impact et près de 2 sur 10 (17%) un impact négatif. Cette **ambivalence** se retrouve dans le ressenti exprimé concernant le budget consacré aux technologies : **pour 51%, il s'agit d'un budget de loisirs** sur lequel ils font parfois le choix de dépenser plus pour se faire plaisir, tandis qu'il représente **une contrainte pour 47%**.

Omniprésentes dans le quotidien de tout un chacun, les nouvelles technologies ont **un impact environnemental sur lequel les Français ne se disent pas toujours bien informés** : seule une courte majorité (51%) estime l'être concernant l'impact environnemental de la consommation numérique. Il faudrait davantage sensibiliser les Français pour que le niveau de connaissance rattrape celui concernant la consommation de carburant (70%), alimentaire (68%) ou d'électricité (66%). **Ils sont d'ailleurs 81% à considérer qu'il n'y a pas assez d'information sur l'impact environnemental de l'usage du numérique par rapport à celui des différentes énergies**, et autant à estimer qu'il est plus facile de connaître l'impact environnemental lié à sa consommation de carburant / électricité / gaz qu'à son utilisation du numérique... En conséquence, ils sont encore près de la moitié (49%) à considérer qu'il est négligeable et 46% n'essaient même pas de le réduire.



# LE MONDE DE DEMAIN

**Dans un contexte d'incertitudes sur  
l'impact à long terme de la crise sanitaire,  
les habitudes de consommation se  
redéfinissent**



## BOULEVERSEMENTS SUR LE FRONT DE L'AUTOMOBILE

---

Comme nous l'avons observé, **la voiture** a retrouvé des couleurs à la faveur de la pandémie de Covid-19 et reste encore, et de loin, **le mode de déplacement privilégié des Français**. Cela n'empêche pas le secteur de l'automobile d'être traversé par des **mutations profondes** dues à de **nouveaux usages** et/ou de nouvelles manières de penser la voiture.

Les modèles de voiture privilégiés, d'abord : en 2018, interrogés sur le type de voiture pour lequel ils opteraient, 45% choisiraient un modèle hybride et 12% une voiture électrique. **La voiture à moteur thermique devient un choix minoritaire** (40%). Un phénomène confirmé par d'autres données observées récemment<sup>21</sup>. Par ailleurs, plus du tiers des Français (36%) seraient prêts à utiliser une **voiture autonome**. Si le mythe de la voiture qui roule seule n'est pas encore une réalité, les innovations qui se font jour permettent d'envisager de plus en plus de **services d'assistance à la conduite** à l'avenir<sup>22</sup>.



L'usage de la voiture, ensuite : 67% des Français ont déjà ou seraient prêts à faire du **covoiturage** et, par ailleurs, la **location** entre particuliers séduit 25 à 30% des Français : un quart (25%) a déjà loué sa voiture à un particulier et près du tiers (32%) a déjà ou serait prêt à louer la voiture d'un particulier. Mais ces nouveaux usages ont été mis à rude épreuve par la crise sanitaire, et on peut penser que la notion de propriété de son moyen de transport a pu retrouver tout son sens au détriment de la croyance en un avenir où le partage serait privilégié : une tendance à suivre avec la sortie de crise.

Les solutions d'achat, enfin : si près des trois quarts des Français disaient préférer encore l'achat plutôt que la location en 2018, **ces solutions représentaient alors potentiellement 25% du marché** - 14% pour la voiture en location longue durée (LLD), 11% pour la voiture en location avec option d'achat (LOA). D'ailleurs, en 2020, le secteur de la LLD a gagné des parts de marché, pour s'établir à 32% (contre 26% en 2019)<sup>23</sup>. Autre phénomène : **près de 3 Français sur 10 (29%) seraient prêts à acheter une voiture par Internet**, une tendance que le confinement a amplifiée et qui a conduit les constructeurs à développer la vente en ligne<sup>24</sup>.



## **VERS UNE NOUVELLE MANIÈRE DE CONSIDÉRER L'USAGE DE SES BIENS ET ÉQUIPEMENTS ?**

---

En juin 2021, **41% des Français interrogés dans le cadre du Sofinscope disent que la possession d'équipements et de biens leur semble de moins en moins indispensable**. Face à ces nouvelles aspirations, deux principales possibilités se présentent aux consommateurs : la location ou l'échange entre particuliers. Sur ces deux fronts, on observe à la fois **“un frémissement” des usages** autant que des **inégalités d'accès**.

**La location** : selon les données du Sofinscope, **la pratique de la location longue durée pourrait intéresser près de 7 Français sur 10 (69%)<sup>25</sup>**. Interrogés sur son intérêt par rapport à l'achat, les Français invoquent en premier lieu la nécessité de répondre à un besoin ponctuel (36%) plutôt que des raisons financières (17%). **Dans l'intérêt pour la location s'affirment donc à la fois des enjeux financiers, mais aussi une nouvelle manière de consommer et de considérer l'usage de ses biens**. Notamment, la moitié des Français considère que louer plutôt qu'acheter permet de **préserver l'environnement**.

Pourtant, ils ne sont **que 16% à y avoir déjà eu recours**. Entre la déclaration et les pratiques, il y a des freins générationnels et d'accès à ces solutions.

- **La location est une pratique qui tend en effet à se développer davantage au sein des jeunes générations** : 32% des moins de 35 ans y ont déjà eu recours, vs. 8% chez les 50 ans et plus.
- **C'est aussi une pratique plus répandue chez les cadres (29%), et elle n'est pas uniquement corrélée au niveau de revenus** : si les foyers modestes ont davantage recours à la location (24% des foyers disposant de moins de 1 000 euros par mois, vs. 16% des Français), c'est aussi le cas des plus hauts revenus (18%).

**L'échange entre particuliers** : selon une étude de l'INSEE de 2017, 36% des ménages ont acheté, vendu, loué ou échangé avec d'autres particuliers<sup>26</sup>. Cependant, là aussi, on observe des différences similaires à la location.

**L'échange entre particuliers se développe davantage parmi les jeunes et les catégories les plus favorisées.** L'étude montre en effet que les ménages qui ont des échanges payants avec d'autres ménages sont plus aisés et plus jeunes que la moyenne, et le cumul de pratiques différentes (acheter et vendre, par exemple) est davantage le fait des ménages les plus jeunes et les plus diplômés.



Parallèlement, on observe **des freins à l'extension de cette pratique : un sentiment de contrainte**, tout d'abord, avec plus d'un tiers des Français qui auraient le sentiment de ne pas pouvoir utiliser l'objet librement et 21% qui ont peur d'abîmer les équipements loués. **Undoute sur la rentabilité**, ensuite, avec près de 3 Français sur 10 qui pensent que cela coûtera plus cher. D'ailleurs, **seul un quart (27%) pense que louer des équipements et des biens est plus rentable** que de les acheter.

**Louer ou échanger** les biens et équipements que l'on souhaite utiliser, plutôt que les posséder, constitue ainsi **une nouvelle façon de consommer qui commence à séduire car elle est perçue comme plus responsable** et entre en résonance avec les préoccupations des consommateurs. Mais elle doit encore, d'une part **lever certains freins** pour se développer largement ; d'autre part **embarquer plus largement les Français** car, aujourd'hui, elle ne semble pas dépasser le noyau des "pratiquants" :

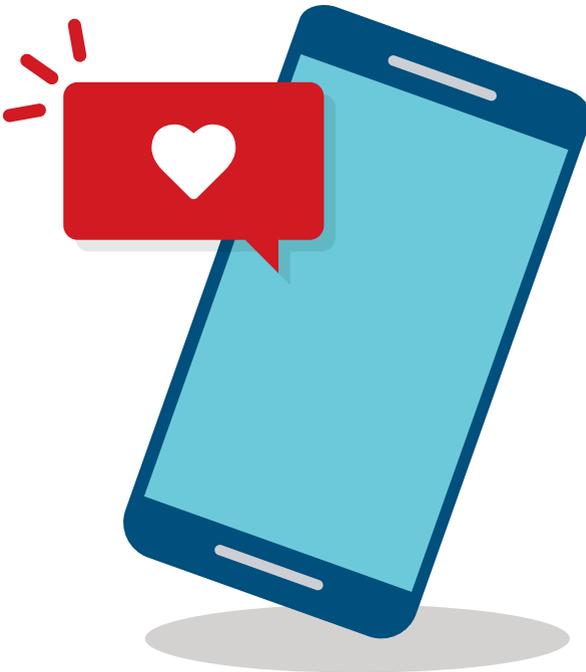
- Ceux qui y trouvent peut-être la seule manière d'accéder à certains biens, à savoir les plus modestes : **l'usage "système D"** ;
- Ceux qui ont les ressources pour accéder à ces solutions, informations, aisance avec les outils numériques permettant d'accéder facilement aux plateformes, capacité à entrer dans un écosystème relationnel d'échanges marchands... : **l'usage "happy few"**<sup>27</sup>.

Quelles que soient leurs motivations, **le passage d'une économie de l'usage plutôt que de la propriété est facilité par le développement des plateformes en ligne**. En effet, parmi ceux ayant déjà eu recours à la location plutôt qu'à l'achat, la confiance est quasiment la même à l'égard des loueurs traditionnels (38%) que vis-à-vis des plateformes de mise en relation de particuliers (31%). Les adeptes de la location se détourneraient-ils des enseignes spécialisées pour se tourner vers l'économie collaborative ?

## LE DÉVELOPPEMENT DES PLATEFORMES PERMET L'ÉMERGENCE DE MODES DE CONSOMMATION ALTERNATIFS, MAIS CES NOUVEAUX MODÈLES D'AFFAIRES PRÉSENTENT DES EFFETS PERVERS

---

L'explosion du web et, surtout, de l'usage des smartphones, a permis l'essor de l'économie du partage, de nouveaux modes de consommation qui permettent **d'optimiser son budget** (en favorisant l'usage plus que la propriété), **tout en étant perçu comme vertueux pour l'environnement** (en limitant le gaspillage et la surproduction). Si ces nouvelles pratiques sont guidées par la volonté de **consommer de manière plus responsable** ou de **tisser d'autres formes de lien social** (avec l'échange de services), elles sont aussi le fruit de **stratégies budgétaires** pour moins dépenser.



Cependant, l'écosystème de l'économie collaborative recèle **une multiplicité de modèles**, qui vont de la **plateforme de mise en relation** pour des particuliers et des utilisateurs, à la **plateforme de services qui crée de nouvelles formes d'emploi**, avec les **effets pervers** que cela induit (salarial caché) et les problèmes que cela pose en termes de **protection sociale des travailleurs indépendants**, mais dépendants économiquement de la plateforme. Une limite qui se retrouve également dans le **flou autour de la fiscalité** à laquelle doivent être soumis ces nouveaux types d'entreprises<sup>28</sup>.

S'il n'est pas aisé d'obtenir des données fiables sur les emplois créés et le profil des travailleurs des plateformes, il ne fait aucun doute que le développement de sociétés de plateformes de livraison ou de VTC **industrialise à grande échelle les « petits boulots »**, avec le développement d'une « zone grise du droit qui brouille les frontières entre salariat et travail indépendant »<sup>29</sup>. Cela explique sans doute en partie pourquoi le CREDOC a mesuré **une baisse de la proportion des Français qui considèrent que le numérique est une chance pour l'emploi**. Si 70% de la population le pensent dans l'édition 2019 du Baromètre du numérique, c'est cependant 14 points de moins qu'en 2008. Les jeunes sont toutefois bien plus nombreux à partager cet avis (86% des 18-24 ans et 80% des 25-39 ans), et on n'observe pas sur ce point de différences entre CSP+ et catégories populaires<sup>30</sup>.

Entre nouvelles manières de consommer, plus responsables, et nouveaux modèles d'affaires contournant les règles sociales et fiscales, **l'économie collaborative appelle à plus de régulation pour véritablement entrer dans une nouvelle ère, plus responsable, de consommation**<sup>31</sup>.

## LES FRANÇAIS VERS UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE... À CONDITION DE TROUVER UNE VÉRITABLE OFFRE À UN COÛT SATISFAISANT

---

Ces questions se posent avec d'autant plus d'acuité que la décennie 2010 a vu la **montée en puissance d'aspirations plus responsables**, d'une volonté de développer une consommation plus respectueuse de l'environnement et des conditions de travail des salariés. Les études sur ces nouvelles aspirations des consommateurs sont légion et, **en juin 2021, plus de la moitié (53%) des Français interrogés dans le cadre du Sofinscope disent que la crise leur a donné envie de consommer de manière plus responsable**. Mais on observe des **disparités assez fortes selon l'âge** (64% des 25-34 ans, vs. 50% des 50 ans et plus), **le niveau de diplôme** (59% de ceux disposant d'un niveau supérieur à bac + 2), **le statut socio-professionnel** (61% des cadres, vs. 43% des ouvriers ; 62% des salariés du public, vs. 50% de ceux du privé)... Mais, alors même que **le prix** reste encore le premier critère d'achat, notamment pour l'alimentation<sup>32</sup>, **ce n'est pas le niveau de revenus** qui structure le plus les opinions voire les comportements sur ces questions (même si son impact n'est pas neutre).

**Consommer responsable serait-il l'apanage d'un cercle réduit de privilégiés disposant d'un capital culturel**, les « bobos » comme on l'a souvent caricaturé ? L'Observatoire CITEO / ObSoCo de la consommation responsable montre que c'est un peu plus compliqué que cela, notamment en analysant **l'aspect générationnel** et **l'importance des systèmes de valeurs** et le rapport au monde de chacun. Mais ce qu'il montre aussi, c'est que si les Français reconnaissent majoritairement (à 61%) que l'urgence environnementale appelle à un changement radical dans l'organisation de l'économie et de la société, **la part des Français significativement impliqués dans la consommation responsable est moindre (44%)**. **Le coût** associé à une consommation et un mode de vie responsables reste **le premier frein** invoqué, devant le manque d'offre et le manque d'information : ainsi, si l'on peut être tenté de "déléguer" aux entreprises le soin de produire des biens plus responsables (pour augmenter l'offre), il n'en reste pas moins que la question du coût et celle de l'accès à l'information dessinent malgré tout des profils de consommateurs plus enclins à s'engager véritablement dans cette voie : CSP+, diplômés, disposant d'un niveau de revenus plutôt confortable.

A ce titre, parmi les trois “profils d’utopie” analysés par l’Observatoire ADEME / ObSoCo des perspectives utopiques des Français, si **l’utopie écologique** d’une organisation de l’économie et de la société tendue vers l’équilibre et la sobriété pour consommer et produire “moins mais mieux” reste majoritaire dans son édition de 2020 par rapport à celle de 2019 (55%, =), elle **progresses chez les CSP+ (+8), mais régresse chez les CSP moyennes (-9)**, où l’utopie sécuritaire, soucieuse de préserver son identité et sa singularité face aux influences étrangères, résiste mieux<sup>33</sup>.



## LES FRANÇAIS ET LEUR ÉPARGNE : APRÈS LA CRISE SANITAIRE, FRUGALITÉ OU RETOUR À LA CONSOMMATION ?

---

D'après les données du Sofinscope, près de 8 Français sur 10 (79%) ont mis de l'argent de côté depuis mars 2020. Ce phénomène n'est pas nouveau : **les Français ont une propension à épargner plus élevée que la moyenne des pays de la zone euro**<sup>34</sup>; d'ailleurs, 37% ont mis de l'argent de côté « autant qu'auparavant ». Ils sont cependant 20% à avoir mis « plus » de côté, mais tout autant (22%) à avoir mis « moins ». **Les chiffres de l'épargne accumulée par les Français depuis le début de la pandémie cachent en effet des réalités très contrastées**, entre des foyers qui ont placé leur argent et ceux qui, au contraire, ont puisé dans leur épargne et se sont endettés<sup>35</sup>.



**En moyenne, les ménages ont mis 2 444 euros de côté depuis mars 2020, mais à l'évidence on observe des disparités importantes** entre les cadres et les ouvriers, selon le niveau de revenus ou encore l'âge. Une étude publiée par l'INSEE en mars 2021 vient étayer ces données : **fin décembre 2020, le surplus d'épargne s'élève seulement à 218 euros pour les 25% de ménages les plus pauvres et monte à plus de 10 000 euros pour les 25% les plus riches.** Par ailleurs, ce sont les 40 - 60 ans qui ont le plus épargné. Au final, les patrimoines financiers ont moins augmenté pour les ouvriers, les jeunes et les salariés du privé (par rapport aux salariés du public) ou les artisans / commerçants qui ont davantage souffert que d'autres de la crise économique<sup>36</sup>.

Que comptent faire les Français de cette épargne ? **Plus de la moitié des interviewés en juin 2021 pensent que leurs dépenses vont rester stables.** Seuls 14% indiquent une baisse quand **32% pressentent qu'elles vont augmenter. Les cadres supérieurs, qui ont davantage pu épargner, entrevoient les premiers une hausse de leurs dépenses (40% contre 19% pour les ouvriers).** A l'approche de l'été 2021, les Français comptaient surtout **consommer pour leurs vacances (48%), leurs loisirs (46%) et l'habillement (45%) : des achats plaisir qui avaient été reportés et se concrétisent à court terme. Mais qu'en est-il sur le plus long terme ?**

Il n'est pas sûr que le rebond conjoncturel dû à la fin du confinement donne la mesure des tendances à plus long terme. Interrogés sur toute une série de dépenses "plaisir" (vêtements, sortie, culture...), **les Français sont plus d'un quart à un tiers à dire qu'ils dépenseront moins qu'avant pour chacune d'elles** (de 34% pour les concerts à 28% pour l'habillement). **Ils sont en revanche beaucoup moins nombreux à indiquer vouloir dépenser plus** (de 5% pour les salles de sport à 14% pour les restaurants). **Déjà en septembre 2020, ils jugeaient pour un tiers d'entre eux que leur budget loisirs baisserait probablement dans l'année à venir.** Même si 86% estiment que la reprise de la consommation est essentielle pour faire repartir l'économie française, ils sont aussi **près de 6 sur 10 (58%) à dire qu'ils préfèrent épargner plutôt que dépenser.** Ainsi, **la plupart des Français ne pensent pas forcément utiliser leur épargne pour financer leurs dépenses à venir : les deux tiers (65%) vont puiser dans leurs revenus habituels.**

# Bilan et perspectives pour l'avenir



Ce bilan de 10 ans d'études menées dans le cadre du Sofinscope montre que **l'évolution du pouvoir d'achat des Français va plutôt dans le bon sens**. Mais entre les chiffres et le ressenti, un décalage demeure qui peut s'expliquer par deux phénomènes :

- **La pression du coût du logement** : contrairement aux autres postes de dépenses, qui ont été globalement contenus, le logement pèse de plus en plus sur le budget des ménages. Une situation qui n'est pas nouvelle mais a continué à s'accroître dans les années 2010.
- **L'augmentation des inégalités liées à cette pression immobilière** : l'augmentation du poids du logement ne pèse pas de la même manière sur l'ensemble des ménages. Les foyers jeunes et modestes sont les plus concernés par une dégradation de leur pouvoir d'achat liée à l'augmentation de la part des dépenses de logement.

A ces inégalités s'ajoutent des difficultés auxquelles les catégories populaires sont davantage confrontées : moins en capacité de faire des **travaux** au sein de leurs logements, elles doivent faire face à une plus grande **précarité énergétique**. Habitant plus souvent en **périphérie** et moins éligibles au télétravail, elles ont des **coûts de transport** plus élevés, notamment lors de confinements. Pour des raisons d'aisance avec les outils ou de manque d'information, **elles profitent également moins des économies qu'elles pourraient faire via les plateformes** d'échange et l'économie collaborative que les cadres et catégories aisées, qui les utilisent plus.

Ces différences effectives et / ou de ressenti en termes de pouvoir d'achat peuvent en partie expliquer l'éclatement de **la colère des Gilets Jaunes fin 2018**. Comment la situation des catégories populaires va-t-elle évoluer à l'issue de la crise sanitaire, et **comment les aider à regagner du pouvoir d'achat en période de frilosité économique ?**

Ces questions se posent avec d'autant plus d'acuité que la décennie 2010 a marqué également la **montée en puissance d'aspirations plus responsables**, d'une volonté de développer une consommation plus respectueuse de l'environnement et des conditions de travail des salariés. Mais **les Français / consommateurs / citoyens sont tiraillés entre ces exigences environnementales ou sociales, leurs affinités, une envie de consommation qui demeure et un pouvoir d'achat qui n'est pas extensible**. Comment aider le plus grand nombre à conserver du pouvoir d'achat en consommant de manière plus responsable ?

Dans ce contexte, le développement du commerce en ligne et des **plateformes a élargi le champ des possibles, pour le meilleur** (choix, arbitrages budgétaires...) **mais aussi pour le pire** (surconsommation, impact écologique des livraisons, nouvelles formes d'exploitation du travail...). Pour le consommateur qui souhaite concilier ses idéaux sur le « mieux consommer » et ses contraintes (que ce soit en termes de budget, d'accessibilité à des offres alternatives...), quels seront les arbitrages faits dans le futur entre prix, qualité et durabilité ?

La crise liée à l'épidémie de Covid-19 est par ailleurs venue bouleverser certains aspects de nos modes d'existence. A nouveau, le consommateur se retrouve pris entre deux injonctions contradictoires : celle **d'une reprise de la consommation jugée essentielle pour faire repartir l'économie, et une envie de consommer de manière plus responsable, que la crise a suscitée...** Les prochaines études menées par Sofinco et OpinionWay ne manqueront pas de venir éclairer dans quelle mesure les tendances évoquées vont, ou non, se confirmer dans les mois et les années à venir.

Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.

CA Consumer Finance dont Sofinco est une marque. SA au capital de 554 482 422 €, 1 rue Victor Basch - CS 70001 - 91068 MASSY Cedex, 542 097 522 RCS Evry. Intermédiaire d'assurances inscrit à l'ORIAS sous le n° 07 008 079 ([www.orias.fr](http://www.orias.fr)).

Article à caractère informatif et publicitaire

## Bibliographie et références

**1** Plusieurs études vont dans le sens d'un gain de pouvoir d'achat des Français pendant la période, ou plutôt d'une hausse des revenus (qui peut être faiblement ressentie du fait de l'augmentation des dépenses contraintes ou pré-engagées). Voir : « Hausse du pouvoir d'achat : l'éternelle nuance entre les chiffres et le ressenti des Français », Le Monde, 03/04/19, [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/04/03/hausse-du-pouvoir-d-achat-l-eternelle-nuance-entre-les-chiffres-et-le-ressenti-des-francais\\_5445305\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/04/03/hausse-du-pouvoir-d-achat-l-eternelle-nuance-entre-les-chiffres-et-le-ressenti-des-francais_5445305_4355770.html) et « La surprenante évolution du pouvoir d'achat des Français depuis l'euro », bfmtv.com, 06/03/17, [https://www.bfmtv.com/economie/la-surprenante-evolution-du-pouvoir-d-achat-des-francais-depuis-l-euro\\_AN-201703060152.html](https://www.bfmtv.com/economie/la-surprenante-evolution-du-pouvoir-d-achat-des-francais-depuis-l-euro_AN-201703060152.html).

**2** Région qui compte de nombreuses villes avec une pression immobilière importante : Lyon, Grenoble, Marseille / Aix-en-Provence, Nice...

**3** DREES, Baromètre d'opinion, janvier 2020, <https://drees.solidarites-sante.gouv.fr/sources-outils-et-enquetes/le-barometre-dopinion-de-la-drees>.

**4** « Accès à la propriété : les inégalités s'accroissent depuis quarante ans », Carole Bonnet (INED et DREES), Bertrand Garbinti (CREST), Sébastien Grobon, <https://drees.solidarites-sante.gouv.fr/publications/etudes-et-resultats/acces-la-propriete-les-inegalites-saccroissent-depuis-quarante-ans>

**5** Voir aussi : « Propriétaires / locataires : une fracture sociale croissante », <http://www.observationsociete.fr/modes-de-vie/logement-modevie/proprietaireslocataires-une-fracture-sociale-croissante.html#note-603-3>.

**6** « L'urbanisation des territoires inquiète les aménageurs de l'espace rural », batiactu.com, 31/05/17, <https://www.batiactu.com/edito/urbanisation-territoires-inquiete-amenageurs-espace-49302.php>

**7** « Des commerces moins accessibles dans les espaces périurbains », INSEE Références, 10/12/20, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4986837?sommaire=4987235&q=p%C3%A9riurbain>.

**8** Date de la dernière mesure du Sofinscope sur ce thème.

**9** « La déconsommation s'installe pour les produits du quotidien », Les Echos, 02/09/19, <https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/la-deconsommation-sinstalle-pour-les-produits-du-quotidien-1128301>.

**10** « L'hyper coule ! La fin des grandes surfaces ? », bpifrance.fr, 04/07/18, <https://bpifrance-creation.fr/entrepreneur/actualites/lhyper-coule-fin-grandes-surfaces>.

**11** « Grève chez Carrefour : le modèle classique du supermarché est-il mort ? Pas si sûr... », Ici.fr, 31/03/18, <https://www.lci.fr/societe/greve-chez-carrefour-le-modele-classique-du-supermarche-est-il-mort-pas-si-sur-2076720.html>.

**12** « Les hypermarchés en grande difficulté en France », Les Echos, 11/12/19, <https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/les-hypermarches-en-grande-difficulte-en-france-1155343>.

**13** En 2020, le terrain d'enquête sur ces questions a été réalisé avant le confinement.

**14** « Environnement : les jeunes ont de fortes inquiétudes mais leurs comportements restent consuméristes », *Consommation & Modes de Vie* n°CMV308, Crédoc, Décembre 2019, <https://www.credoc.fr/publications/environnement-les-jeunes-ont-de-fortes-inquietudes-mais-leurs-comportements-restent-consumeristes>.

**15** 17% des prêts personnels ou prêts bancaires classiques, 15% des offres de prêt à taux réduit (prêt personnel travaux vert, prêt économie d'énergie).

**16** « La rénovation énergétique des logements : bilan des travaux et des aides entre 2016 et 2019 », ONRE, Mai 2021, [https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2021-05/rapport\\_onre\\_%20mai2021.pdf](https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2021-05/rapport_onre_%20mai2021.pdf).

**17** Observatoire des Mobilités Emergentes : quelles mobilités des Français après le COVID ?, 19/01/21, <https://presse.ademe.fr/2021/01/observatoire-des-mobilites-emergentes-quelles-mobilites-des-francais-apres-le-covid.html>.

**18** « Les dépenses de santé en 2018 - Résultats des comptes de la santé - Édition 2019 », DREES, 10/09/19, <https://drees.solidarites-sante.gouv.fr/publications/panoramas-de-la-drees/les-depenses-de-sante-en-2018-resultats-des-comptes-de-la-sante>.

**19** On observe une relative stabilité du reste à charge depuis 2014 (exception faite de 2021). Après avoir baissé de 8% entre 2013 et 2014 (de 568 à 523 euros), il oscille depuis entre 523 euros en 2014 et 529 euros en 2020 - nonobstant quelques fluctuations qui peuvent sembler conjoncturelles.

**20** Crédoc, Baromètre du numérique 2019, Juin 2019, [https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/cge/barometre-numerique-2019.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cge/barometre-numerique-2019.pdf).

**21** Voir : « Les voitures électriques et hybrides pourraient représenter la majorité des ventes dans dix ans », *Les Echos*, 03/01/20, <https://www.lesechos.fr/industrie-services/automobile/les-voitures-electriques-et-hybrides-pourraient-representer-la-majorite-des-ventes-dans-dix-ans-1160048>, « Automobile : la vente de véhicules électrifiés dépassera celle des véhicules thermiques en 2030 », BCG, 03/01/20, <https://www.bcg.com/fr-fr/press/3jan2020-automobile-la-vente-de-vehicules-electrifies-depassera-celle-des-vehicules-thermiques-en-2030>, et « Les ventes de voitures hybrides et électriques ont explosé en Europe en 2020 », 04/02/21, <https://www.franceinter.fr/economie/les-ventes-de-voitures-hybrides-et-electriques-ont-explose-en-europe-en-2020>.

**22** « La voiture autonome, de la folie à l'âge de raison », *Le Monde*, 09/04/21, [https://www.lemonde.fr/economie/article/2021/04/09/la-voiture-autonome-de-la-folie-a-l-age-de-raison\\_6076157\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2021/04/09/la-voiture-autonome-de-la-folie-a-l-age-de-raison_6076157_3234.html).des-ventes-dans-dix-ans-1160048

**23** « Le marché de la location longue durée en nette évolution », *Le Partenaire*, 21/12/20, <https://pro.le-partenaire.fr/actualites/financieres/marche-location-longue-duree-en-nette-evolution>.

**24** « Automobile : le confinement convertit les constructeurs à la vente en ligne », *Les Echos*, 19/11/20, <https://www.lesechos.fr/industrie-services/automobile/automobile-le-confinement-convertit-les-constructeurs-a-la-vente-en-ligne-1266521>. Voir aussi : « Achat auto : un Européen sur 3 est prêt à sauter sur une occasion en ligne », <https://www.lelynx.fr/assurance-auto/autour-auto/achat/budget/ou-acheter/achat-auto-un-europeen-sur-3-est-pret-a-sauter-sur-une-occasion-en-ligne/>.

**25** Question posée pour une liste d'une quinzaine d'équipements : outils, vêtements, équipements sportifs...

**26** « En 2017, 36 % des ménages ont acheté, vendu, loué ou échangé avec d'autres particuliers », INSEE Première, 13/04/21, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5353843>. Cela peut même concerner des biens inattendus, telle la location de leur piscine par des particuliers ! Voir « La piscine privée, une passion française », Le Monde, 02/07/21, [https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2021/07/02/la-piscine-privée-une-passion-française\\_6086743\\_4497916.html](https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2021/07/02/la-piscine-privée-une-passion-française_6086743_4497916.html).

**27** Happy few : rares privilégiés.

**28** « L'économie collaborative : un nouveau modèle socio-économique ? », vie-publique.fr, 09/03/21, <https://www.vie-publique.fr/eclairage/19381-leconomie-collaborative-un-nouveau-modele-socio-economique>.

**29** Voir « L'économie collaborative crée-t-elle des emplois ? », Labo Société Numérique, <https://labo.societenumerique.gouv.fr/2017/10/30/leconomie-collaborative-cree-t-elle-des-emplois/>.

**30** Baromètre du numérique 2019 pour le CGE (Conseil Général de l'Economie, de l'Industrie, de l'Energie et des Technologies), l'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes) et l'Agence du numérique, issu de l'enquête Conditions de vie et aspirations des Français du CREDOC, 2019.

**31** Voir notamment : « Regards croisés sur l'économie collaborative », frenchweb.fr, 15/05/19, <https://www.frenchweb.fr/regards-croises-sur-leconomie-collaborative/358724> et « De la possession à l'usage, l'économie collaborative peut-elle remodeler nos modes de consommation ? », Harvard Business Review France, 04/10/19, <https://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2019/10/27993-de-la-possession-a-lusage-leconomie-collaborative-peut-elle-remodeler-nos-modes-de-consommation/>.

**32** Voir l'Observatoire CITEO / ObSoCo de la consommation responsable, janvier 2021.

**33** Voir « Les perspectives utopiques des Français au temps du COVID-19 », Juin 2020, <https://lobsoco.com/les-perspectives-utopiques-des-francais-au-temps-du-covid-19/>.

**34** Voir « Les taux d'épargne dans la zone euro : comment les comparer, comment les expliquer ? », INSEE Références, édition 2017, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2894030?sommaire=2894036>.

**35** Voir « Dynamiques de consommation dans la crise : les enseignements en temps réel des données bancaires », Conseil d'analyse économique, Focus #49, Octobre 2020, <https://www.cae-eco.fr/dynamiques-de-consommation-dans-la-crise-les-enseignements-en-temps-reel-des-donnees-bancaires> et « Covid-19 : la crise sanitaire creuse encore les inégalités sur la consommation et l'épargne des ménages », Le Parisien, 12/10/20, <https://www.leparisien.fr/economie/covid-19-la-crise-sanitaire-creuse-encore-les-inegalites-sur-la-consommation-et-l-epargne-des-menages-12-10-2020-8401236.php>.

**36** « En 2020, la chute de la consommation a alimenté l'épargne, faisant progresser notamment les hauts patrimoines financiers », INSEE, 11/03/21, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5232043?sommaire=5232077>.

Dix ans que le Sofinscope prend le pouls  
des Français et de leur consommation.

Dix ans que ce baromètre,  
créé par Sofinco nous aide à mieux  
les comprendre et mieux les  
accompagner au quotidien dans leurs  
projets.

Dix années de consommation analysées  
et décryptées dans cet ouvrage  
à l'occasion des 70 ans de Sofinco,  
mais aussi pour fêter dix ans  
de collaboration entre  
Sofinco et OpinionWay.

**Sofinco**  
Vous donner de l'avance\_

*“opinionway*

