

Communiqué de presse

Paris, le 20 octobre 2016.

**Malgré la crise, les Français réduisent moins leurs dépenses**

Après plusieurs années de crise économique, les Français réduisent moins leurs dépenses de loisirs et cherchent à reconstituer leur épargne. Ils adoptent de nouvelles pratiques de consommation pour optimiser leur budget. Toutefois, la persistance des difficultés pèse sur leur moral. 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.

Les Français renouent avec les loisirs et l'épargne

Au plus fort de la crise, les Français ont réduit leurs dépenses secondaires, en particulier les loisirs et l'habillement. Ces restrictions, si elles persistent, sont moins importantes. 27 % des répondants estiment dépenser moins pour leurs sorties et 26 % pour leurs vêtements, alors qu'ils étaient respectivement 40 % et 36 % en 2011. « Si la crise n'a pas permis aux Français de mettre de l'argent de côté, ils aimeraient maintenant profiter de la stabilisation de la situation économique pour épargner », ajoute Didier Bourdonnais, Directeur Marketing et Communication clients de CA Consumer Finance France. C'est le cas de 45 % des personnes interrogées, et même 52 % pour les moins de 35 ans. Aujourd'hui, ils envisagent également de se faire plaisir en dépensant davantage pour leurs loisirs (40 %) et leur logement (30 %).

De nouvelles pratiques de consommation pour optimiser les dépenses

59 % des Français, et 66 % des moins de 35 ans, sont convaincus que les offres à prix réduit trouvées sur Internet leur permettent de continuer à consommer tout en évitant de dépasser leur budget. Prêts à optimiser leurs dépenses, 57 % voient dans l'économie collaborative, qui met en relation les consommateurs (achats d'occasion, prêts de biens, etc.), un moyen de réaliser des économies. « Près d'un interviewé sur deux (47 %) pourrait envisager la location longue durée de biens de la vie courante plutôt que l'achat », précise Didier Bourdonnais. Les voitures (35 %) ou le gros électroménager (18 %) sont les équipements que les Français envisageraient le plus facilement de louer.

L'inflation pèse toujours sur le moral des Français

L'inflation ressentie par 53 % des personnes interrogées (+ 6 points par rapport à l'an dernier), conjuguée à une stagnation des salaires (33 %) pèse sur le moral des Français, en particulier les jeunes de 18 à 24 ans (31 %). « Ce contexte économique morose se ressent dans la confiance qu'ont les Français dans leur situation financière personnelle », explique Didier Bourdonnais. En effet, 46 % d'entre eux considèrent que leur situation n'évolue pas (+ 4 points par rapport à 2015) et presque autant estiment qu'elle s'est même dégradée (44 %).



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 28 et 29 septembre 2016. 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 et Crédit Agricole Consumer Finance :

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. 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.