



Se marier à l'heure de la crise sanitaire : quels bouleversements ?

Malgré une chute historique du nombre de mariages due aux contraintes exceptionnelles imposées par la pandémie de Covid-19, les Français aspirent toujours au mariage.

Si le nombre de mariages a reculé de 34% en 2020¹ en raison des restrictions drastiques instaurées pour lutter contre la propagation du virus, l'aspiration au mariage n'a cependant pas disparu. Près d'un quart des Français envisage ainsi de se marier un jour (23%, +4 points vs 2020). Cumulés aux 47% de Français aujourd'hui mariés ou remariés, c'est 70% de la population qui est mariée ou qui y aspire. Plus largement, les Français ont majoritairement confiance dans l'institution du mariage : ils sont 59% à penser qu'elle a de beaux jours devant elle.

Un dimensionnement des mariages à la baisse

S'ils devaient organiser un mariage, les Français convieraient en moyenne 50 invités, soit 12 de moins qu'en 2020, nombre le plus bas depuis le début du baromètre en 2014. Les Français estiment ainsi le budget moyen global de l'événement à 7 528 €, enveloppe la plus restreinte donnée sur ces 8 dernières années. Cette baisse de 142 € (-2%) vient confirmer la chute du budget déjà observée l'an dernier.

Un recentrage du budget sur les dépenses essentielles, sans renoncer à la convivialité

Pour faire des économies, les Français se disent prêts à se passer de photographe (40%) ou à réduire le budget des cadeaux pour les invités (28%), de la lune de miel (26%), du lieu du mariage (25%), de la décoration (24%) et des tenues (24%). Au contraire, le repas, les boissons et le vin d'honneur restent des postes sanctuarisés : seul un Français sur dix envisagerait de réduire ces budgets de bouche.

Un Français sur trois envisage un crédit pour financer son mariage

L'épargne personnelle reste l'option la plus envisagée, même si elle a très nettement reculé par rapport à 2020 (74%, -11 points). La sollicitation des parents et des proches est la deuxième source de financement la plus considérée (47%, -15 points). Le recours au crédit se classe troisième et serait envisagé par un tiers des Français (-12 points). Enfin, le sponsoring et le financement participatif, qui séduisaient chacun un tiers des Français en 2020, ne sont plus envisagés que par un quart (respectivement 25% et 24%).

¹ Source : Bilan démographique 2020, Insee - <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5012724>

SE MARIER À L'HEURE DE LA CRISE SANITAIRE : QUELS BOULEVERSEMENTS ?

Les Français & leur budget mariage*

Crise sanitaire : un recul des mariages...

En 2020, le nombre de mariages a reculé** :

225 000 2019 **148 000** 2020

** Source : bilan démographique 2020, Insee - <https://bit.ly/3oiTQem>



...mais l'Institution a de beaux jours devant elle

59%

des Français estiment que l'institution du mariage a de beaux jours devant elle



20%

des non-mariés n'ont jamais eu autant envie de se marier

Hommes de - de 35 ans **33%**
Femmes de - de 35 ans **24%**

ET 69%

des moins de 35 ans non-mariés (célibataires, en couple, veufs ou divorcés) envisagent de se marier

Hommes **72%**
Femmes **68%**



21%

des personnes mariées n'ont jamais eu autant envie de divorcer de leur conjoint(e) depuis la crise sanitaire



56%

des Français non mariés n'envisagent pas d'échanger leurs vœux un jour



AVANT TOUT PARCE QU'ILS...

...ne croient pas en l'institution du mariage

31%

...y voient des dépenses d'argent futiles

21%

MAIS 2%

seulement citent la crise sanitaire qui les auraient découragés



Des ajustements et des reports, mais un refus d'annuler le mariage

71%

des Français n'auraient pas été prêts à enfreindre les règles sanitaires pour organiser leur mariage



Pour autant, ils n'auraient pas imaginé y renoncer complètement. S'ils avaient dû se marier au cours de l'année écoulée...

14% seulement l'auraient complètement annulé vs **83%** qui l'auraient maintenu ou reporté

Les Français s'adaptent et imaginent un mariage :

plus petit...



50 invités en moyenne
(-12 invités vs 2020)



...et plus simple
7528€ de budget en moyenne
(-142€ vs 2020)

Mais sans renoncer à la convivialité qui reste au cœur de cet événement :

Pour faire des économies, seuls...

9% auraient accepté de réduire le budget dédié au repas

vs **40%**



10% le budget dédié aux boissons



qui se seraient passés de photographe

Une difficulté à se projeter dans un contexte incertain qui impacte les dépenses pour les organisateurs...

Toutes les solutions de financement envisagées sont en baisse par rapport à 2020 :

Épargne

74%

(-11 pts vs 2020)

1^{ère} SOLUTION ENVISAGÉE



Sollicitation des parents et des proches

47%

(-15 pts vs 2020)

Crédit

30%

(-12 pts vs 2020)



...et qui remet en cause la participation des invités

Les Français auraient renoncé à se rendre à un mariage...

...si cela impliquait de payer une amende pour non respect du couvre-feu

74%

...s'il comptait plus de 30 invités

59%

...s'ils n'étaient pas vaccinés contre la Covid-19

54%

Dans le même temps, le budget cadeaux destiné aux mariés baisse :



* Le Sofinscope reflète la perception qu'ont les Français de leur budget mariage.

Étude OpinionWay pour Sofinco réalisée auprès d'un échantillon de 1039 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué 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. Les interviews ont été réalisées du 21 au 23 avril 2021 par questionnaire auto-administré sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

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

Service presse de Sofinco : +33 (0)1 87 38 11 81 - presse@ca-cf.fr

À propos du Sofinscope

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque de Crédit Agricole 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 OpinionWay pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 039 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué 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. Les interviews ont été réalisées en ligne du 21 au 23 avril 2021 par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site www.sofinscope.fr.

A propos de Sofinco

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance, filiale de crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A. qui distribue 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. Sofinco propose des solutions souples, responsables et adaptées aux besoins de ses clients et de ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels), qui s'inscrivent dans son projet « Sofinco for Good, la promesse d'un progrès partagé ». Le Benchmark UX Finance 2021 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ». En 2020, Sofinco a financé 1,8 million de projets de consommation.

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr