

Massy, le 31 mars 2022.



Nouveaux modes de paiement : quel impact sur la consommation des Français ?

Plus d'un Français sur deux a recours au paiement fractionné ou différé. Une aide pour les périodes difficiles ou les dépenses imprévues, un moyen d'acquérir des produits de meilleure qualité mais qui peut pousser aussi à réaliser des achats superflus et rendre plus difficile le suivi des dépenses.

Depuis la crise sanitaire et en raison de la conjoncture actuelle, les Français font de plus en plus état d'un budget contraint, qui les empêche de répondre librement à leur envie de consommer. Si le report des achats ou l'anticipation sont une solution, de nombreux Français renoncent à certaines dépenses faute de moyens. Au-delà du crédit à la consommation, les autres facilités de paiement aujourd'hui disponibles sont-elles un moyen pour soutenir la consommation ?

Des solutions qui facilitent la consommation et allègent les dépenses des Français...

Les paiements en plusieurs fois, avec ou sans frais, ou encore les paiements différés sont autant de nouveaux modes de paiement qui facilitent l'accès des Français à la consommation, aux côtés du crédit à la consommation. Plus d'un Français sur deux indique y avoir recours, au moins ponctuellement, pour consommer tout en soulageant leur budget (58%). Des solutions appréciées quand 61% des personnes interrogées déclarent être contraintes de renoncer régulièrement à des achats faute de moyens, et que réaliser des achats onéreux demande un effort pour plus de sept personnes sur dix (75%).

Pour six Français sur dix, les facilités de paiement permettent de mieux gérer les dépenses imprévues (62%), de préserver leur épargne (59%), d'acheter des produits de première nécessité qu'ils ne pourraient pas payer autrement (58%), et d'acquérir des produits de meilleure qualité (56%). Ainsi, les facilités de paiement sont essentielles au quotidien (12%) ou au moins nécessaires (18%) dans les périodes de grandes dépenses pour un Français sur trois (30%).

Les paiements en plusieurs fois sans frais sont les plus répandus (26% y ont eu recours au cours des 6 derniers mois), et un Français sur dix a utilisé récemment un paiement en plusieurs fois avec frais, un paiement différé ou un crédit à la consommation (11%).

Six Français sur dix considèrent ainsi que tous les magasins, physiques et en ligne, devraient proposer des facilités de paiement (61%), et 42% déclarent préférer les magasins ou les sites internet qui en proposent lorsqu'ils font des achats. Au-delà du bénéfice personnel, les Français y voient un intérêt pour l'économie française dans le contexte de crise sanitaire : 66% estiment qu'elles sont un moyen de relancer l'économie.

... malgré quelques réserves

Si les Français voient les facilités de paiement comme une aide pour les périodes difficiles, ils émettent cependant quelques réserves à ces modes de paiement. Pour plus de six Français sur dix (66%), ils inciteraient à acheter des produits dont ils n'ont pas besoin, et rendraient plus difficile le suivi des dépenses (62%).

Par ailleurs, les paiements en plusieurs fois sembleraient aussi favoriser des achats aux montants plus importants : un Français sur deux serait en effet prêt à payer plus cher un produit ou un service s'il avait la possibilité de payer en plusieurs fois (49%). Néanmoins, la plupart opteraient pour un montant un peu plus élevé (39%), contre 10% qui seraient prêts à payer beaucoup plus cher.

Les montants dépensés font ainsi partie des principaux freins au recours aux facilités de paiement. Un Français sur quatre ne serait pas intéressé par le recours à des facilités de paiement car il aurait peur de dépenser plus qu'il ne le devrait (25%) et appréhende le montant des intérêts (26%). Par ailleurs, 18% craignent de ne pas avoir les moyens de rembourser toutes les mensualités.

Au-delà de l'impact financier sur le budget des Français, les facilités de paiement auraient un impact sociétal. 59% des Français considèrent en effet que les nouveaux modes de paiement ont un impact négatif pour l'environnement, en incitant à consommer plus, tandis qu'ils ne sont que 38% à y voir un impact positif grâce à des pratiques plus responsables.

L'essor des paiements dématérialisés

Les paiements dématérialisés (applications de paiement en ligne, paiement sans contact par carte bancaire ou via mobile) ont trouvé leur place dans les modes de consommation. Ils sont devenus une habitude pour plus de six Français sur dix (62%). Dans les faits, 86% des Français ont utilisé au moins un paiement dématérialisé au cours des 6 derniers mois, principalement des paiements sans contact (81%).

Les autres modes de paiement dématérialisés ont déjà conquis un large public, même s'ils doivent encore se démocratiser : les applications de paiement en ligne (Paypal, Lydia, Pumpkin, etc.) ont récemment été utilisées par près d'un Français sur deux (46% au cours des six derniers mois), et le paiement sans contact avec une application mobile (ApplePay, Paylib, etc.) par 18%. Ces types de paiement sont plus répandus chez les jeunes Français : 71% des 18 à 24 ans ont déjà utilisé une application de paiement en ligne (contre 55% des 35 ans et plus). Mais c'est surtout sur le paiement sans contact avec une application mobile que l'écart est le plus important : ils sont 49% à y avoir déjà eu recours, soit 30 points de plus que les personnes âgées de 35 ans et plus.

Là encore, certaines réticences persistent : 54% des Français déclarent perdre la valeur de l'argent avec ce type de paiement, et 44% ont le sentiment de moins bien contrôler leurs dépenses.

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

NOUVEAUX MODES DE PAIEMENT* : QUEL IMPACT SUR LA CONSOMMATION DES FRANÇAIS ?

Les facilités de paiement, une solution pour alléger les dépenses des Français...**

58%

des Français ont, au moins ponctuellement, recours à des **facilités de paiement**

Les facilités de paiement sont bien perçues par les Français : grâce à elles, ils peuvent :

62%

mieux gérer les dépenses imprévues



59%

préserver leur épargne



58%

acheter des produits de 1^{ère} nécessité qu'ils ne pourraient pas payer autrement



56%

acheter des produits de meilleure qualité



Des solutions appréciées par les Français quand on sait que :

75%

Pour réaliser des achats onéreux demande **un effort financier**



61%

Pour renoncer à des achats faute de moyens est **une contrainte régulière**

Au cours des 6 derniers mois, les Français ont eu recours :

26%

à un paiement en plusieurs fois sans frais

11%

à un paiement en plusieurs fois avec frais

11%

à un paiement différé

11%

à un crédit à la consommation

61%

des Français estiment que **tous les magasins**, physiques et en ligne, devraient proposer des facilités de paiement



LE PAIEMENT DÉMATÉRIALISÉ FAIT DÉSORMAIS PARTIE DES HABITUDES DES FRANÇAIS



86%

ont utilisé **au moins un paiement dématérialisé** au cours des 6 derniers mois

62%

déclarent que ce mode de paiement est devenu **une habitude**

81%

Le paiement sans contact par carte bancaire

46%

Les applications de paiement en ligne (Paypal, Lydia, Pumpkin...)

18%

Le paiement sans contact avec une application mobile (ApplePay, Paylib...)

... malgré quelques réserves

62%

des Français trouvent que les facilités de paiement rendent plus difficile **le suivi des dépenses**



44%

ont le sentiment de **moins bien contrôler leurs dépenses** avec les paiements dématérialisés.

Les nouveaux modes de paiement pousseraient à réaliser des achats superflus :



66%

estiment que les facilités de paiement incitent à acheter **des produits dont on n'a pas besoin**

54%

jugent qu'avec les paiements dématérialisés, **on perd la valeur de l'argent**



ET **49%**

des Français reconnaissent être prêts à **dépenser plus** pour un produit, s'ils ont la possibilité de **payer en plusieurs fois**

Chauffage (chaudière, poêle...)	Canapé	Frigo	Bague	Smartphone
2587€ 2262€	890€ 787€	537€ 469€	432€ 349€	366€ 316€
+14%	+13%	+14%	+24%	+16%

- Montant moyen si vous pouviez payer en plusieurs fois
- Montant moyen si vous deviez payer en une seule fois



59%

estiment que les nouveaux modes de paiement **incitent à consommer plus** et ont **un impact négatif pour l'environnement**

* Paiement en plusieurs fois sans frais, avec frais, paiement différé, paiement sans contact par carte bancaire, applications de paiement en ligne, paiement sans contact avec une application mobile
** Paiement en plusieurs fois sans frais, avec frais, paiement différé, ou crédit à la consommation

Étude OpinionWay pour Sofinco réalisée auprès d'un échantillon de 1073 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 les 9 et 10 mars 2022 par questionnaire auto-administré sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

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 1 073 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 les 9 et 10 mars 2022 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 ».

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr