

Massy, le 30 octobre 2023.



Avec une augmentation de charges de 294 euros par mois, les habitudes de consommation des Français changent

Par rapport à l'automne dernier, les charges incompressibles des Français se sont alourdies de 294 euros par mois en moyenne. Pour faire face à cette augmentation, 70% des Français déclarent avoir changé leurs habitudes de consommation pour payer moins cher et 61% ont dû supprimer certaines dépenses car ils n'avaient plus les moyens de les payer.

CHIFFRES CLÉS

- **Les Français doivent dépenser en moyenne 294 euros de plus chaque mois pour leurs charges (loyer, électricité, etc.).**
- **62% des Français déclarent comparer plus les prix qu'avant et 55% attendre qu'un produit soit en promotion pour l'acheter.**
- **1 Français sur 3 a utilisé du paiement en plusieurs fois sans frais dans les 6 derniers mois.**

L'inflation fait évoluer les comportements

70% des Français déclarent avoir changé leurs comportements de consommation pour limiter les effets de l'inflation sur leur budget et ils sont encore plus nombreux (78%) à avoir l'intention de conserver certaines de ces habitudes sur le long terme. Par rapport à avant, ils disent comparer plus les prix des produits (62%), attendre qu'un produit soit en promotion pour l'acheter (55%), supprimer les abonnements qu'ils n'utilisent pas (43%) ou encore fréquenter davantage les enseignes discount (39%).

Plus de 6 Français sur 10 ont même renoncé à des achats ou supprimé des postes de dépenses parce qu'ils n'en ont plus les moyens. Ainsi, 32% des Français dépensent moins pour s'habiller, 31% délaissent les sorties (spectacles, cinéma, restaurants, etc.), 29% réduisent leurs dépenses énergétiques et 22% dépensent moins pour manger.

Malgré ces efforts plus de la moitié des Français est inquiète et ne sait pas comment s'en sortir financièrement si les prix ne repartent pas à la baisse.

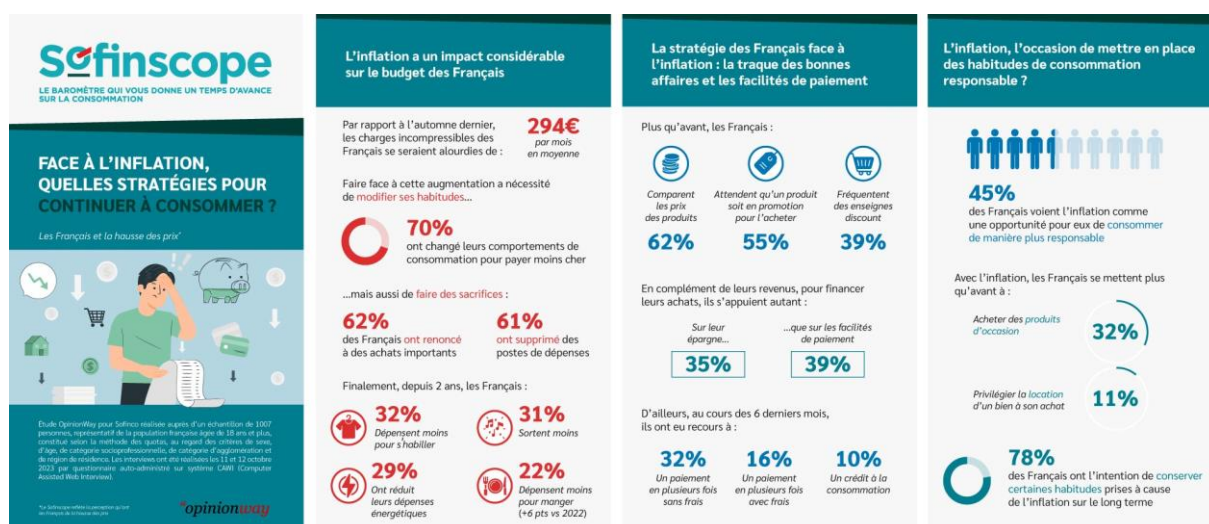
Au cours des 6 derniers mois, 39% des Français ont utilisé au moins une fois une facilité de paiement

Pour faire face à leurs dépenses, et en complément de leurs revenus, 35% des Français s'appuient sur leur épargne et 39% sur des facilités de paiement. D'ailleurs, près d'1 Français sur 3 (32%) a utilisé une solution de paiement en plusieurs fois sans frais, 16% ont eu recours au paiement en plusieurs fois avec frais, 14% à une solution de paiement différé et 10% à un crédit à la consommation.

45% des Français voient l'inflation comme une opportunité de consommer plus responsable

Bien que l'inflation soit une source d'inquiétude, certains y voient toutefois un moyen de moins consommer ou de consommer différemment pour que cela ait un impact plus favorable sur l'environnement (45%).

11% des Français disent ainsi privilégier plus qu'avant la location d'un bien plutôt que son achat et 32% déclarent acheter plus qu'avant des produits d'occasion.



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

Service presse de Sofinco :

Claire Garcia - presse@ca-cf.fr / +33(0)6 80 41 17 77

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 1 007 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été 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 11 au 12 octobre 2023 par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site [Sofinscope : le baromètre de la consommation et du quotidien par Sofinco](#)

Communiqué de presse : Sofinco

À 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 2023 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ».

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr