



**Les Français dépensent 1 491€
en achats et abonnements de produits
technologiques par an**

La sixième vague du Sofinscope « les Français et le budget technologies » souligne l'attrait toujours plus fort pour les équipements mobiles, qui dépassent désormais leurs équivalents fixes. Pour ces outils devenus indispensables au quotidien, les Français recherchent avant tout la qualité tout en voulant contenir leur budget. Un budget important, largement consacré aux abonnements. Tels sont les enseignements de la nouvelle édition du Sofinscope, le baromètre de Sofinco (marque de Crédit Agricole Consumer Finance).

Le coût de l'utilisation pèse le plus

1 491€, tel est le montant moyen de l'enveloppe allouée à l'achat de produits technologiques et à leurs usages (abonnements) par an, soit 124€ par mois.

Dans ce budget, 411€ sont consacrés à l'acquisition de matériels et de produits technologiques, soit 34€ par mois, et 1 080€, soit 90€ par mois, aux abonnements. 25% des Français considèrent que le prix de leurs abonnements soumis à condition (téléphonie mobile, forfait internet, etc.) a augmenté. En effet, ce montant représente plus du double de la somme consacrée à l'achat.

Si d'année en année, le budget que les Français consacrent à l'achat de ces équipements reste stable, l'usage de ces mêmes équipements représente un budget au moins deux fois plus important que leur achat. Dans la mesure où ces équipements high-tech sont une nécessité à l'heure de la digitalisation croissante de la société, ces dépenses sont avant tout perçues comme une contrainte pour le foyer, plutôt qu'une dépense relevant des loisirs.

Smartphones, ordinateurs portables : des équipements souvent renouvelés

La télévision reste le bien technologique le plus présent dans les foyers français avec un taux de possession de 94%. Bien qu'une baisse des ventes ait été enregistrée au premier trimestre 2017, les intentions d'achat bondissent de 10% sous l'effet de la baisse des prix engagée par les professionnels du secteur.

Les smartphones, les ordinateurs portables et les tablettes numériques gagnent du terrain (de 3 à 7 points) sur leurs équivalents classiques (téléphones et ordinateurs fixes) avec des taux de possession respectifs de 63%, 69% et 39%. Les objets connectés disposent, quant à eux, d'un taux de possession encore marginal (11%). Cependant, la multiplication des offres dans ce domaine devrait générer une progression des ventes d'objets connectés dans les prochaines années.

Les smartphones et les ordinateurs portables sont davantage renouvelés que les autres équipements : 76% des possesseurs de smartphone et 46% des possesseurs d'ordinateur portable n'attendent que cinq ans avant de renouveler leur matériel.

« Ces équipements ont davantage tendance à être renouvelés en raison de leur place de choix dans le quotidien des Français. De plus, certains lancements de produits bénéficient d'une couverture médiatique puissante qui influe sur le comportement du consommateur. Cependant, d'autres facteurs rentrent en ligne de compte tels que la capacité de certains produits à supporter l'usure ou l'essor de

l'innovation », indique Didier Bourdonnais, Directeur Marketing et Communication Clients chez Crédit Agricole Consumer Finance France.

La qualité, premier critère d'achat

Equipements incontournables et nécessaires, les produits high-tech n'en demeurent pas moins coûteux, poussant les utilisateurs à rechercher la qualité. Un critère d'achat essentiel pour 64% des personnes interrogées, devant, pour la première fois, le critère prix qui, à 59%, perd sept points par rapport au baromètre réalisé en 2016. Dans la même logique, la fiabilité est également mise en avant à hauteur de 30% (+7 points). L'innovation (5%), l'ergonomie (3%) ou l'esthétique (1%) restent des critères marginaux.

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

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 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 Opinion Way pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française. Cette enquête a été réalisée auprès de 1 004 personnes le 31 octobre et le 2 novembre 2017. Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site : www.sofinscope.fr.

A propos de Sofinco :

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. Présent 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. Pour en savoir plus : www.ca-consumerfinance.com et www.sofinco.fr