

“opinionway pour **sofinscope**

LE BAROMÈTRE QUI VOUS DONNE UN TEMPS D'AVANCE
SUR LA CONSOMMATION

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

Juin 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1019 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.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 17 au 18 avril 2024**.
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour SOFINCO »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon





Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE, Bilan démographique



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	15%
	35-49 ans	24%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	26%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	12%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



Les résultats

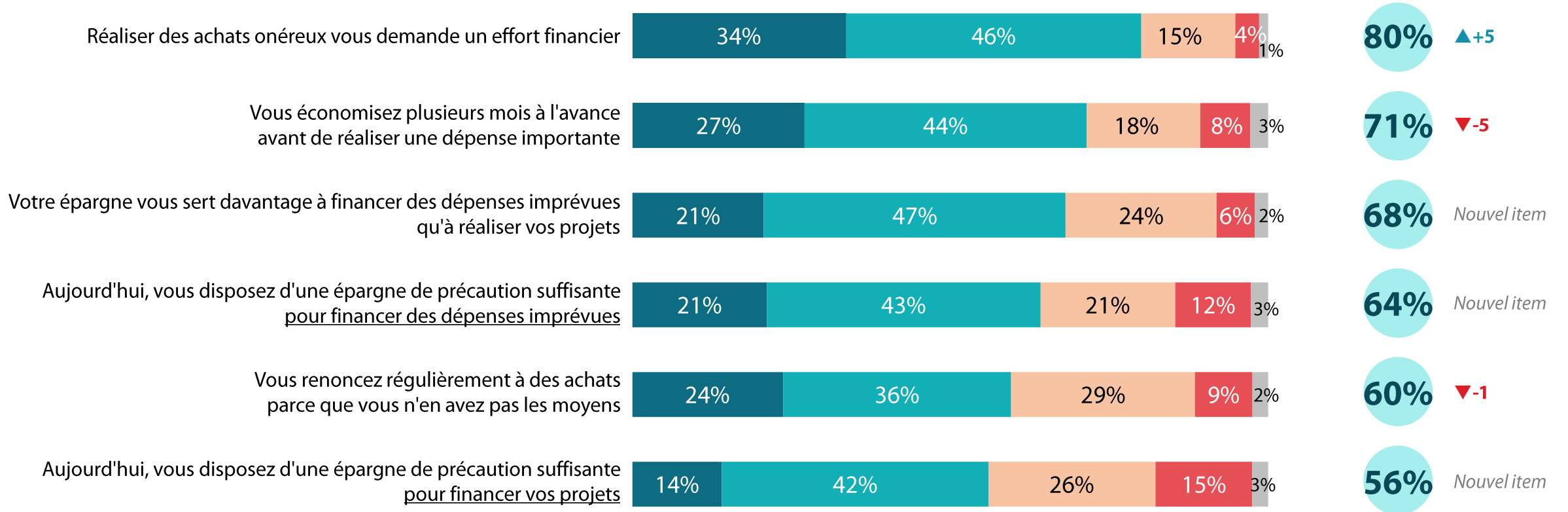


“ Le rapport aux dépenses



Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle à votre situation ?

Correspond bien



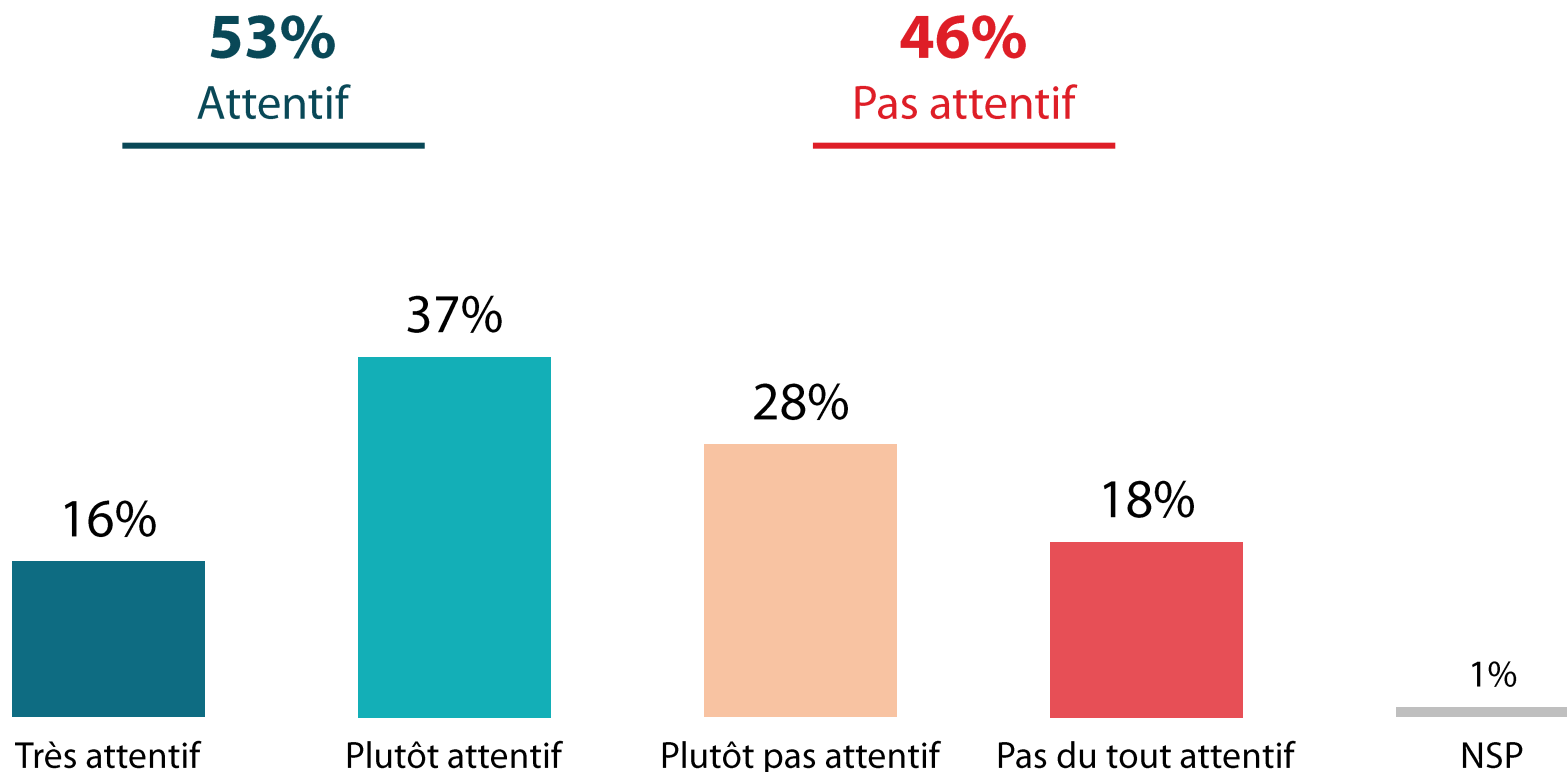
● Correspond très bien ● Correspond plutôt bien ● Correspond plutôt mal ● Correspond très mal ● NSP

“ L'attention portée à l'engagement social et environnemental des organismes financiers lors de la souscription d'un crédit



Q. Si vous deviez souscrire un crédit auprès d'un organisme financier pour financer vos projets, seriez-vous attentif ou non à l'engagement environnemental et social de l'établissement pour faire votre choix (financement de projets responsables, formation des collaborateurs aux enjeux climatiques, pratiques de sobriété numérique, actions pour l'inclusion...)?

Nouvelle question



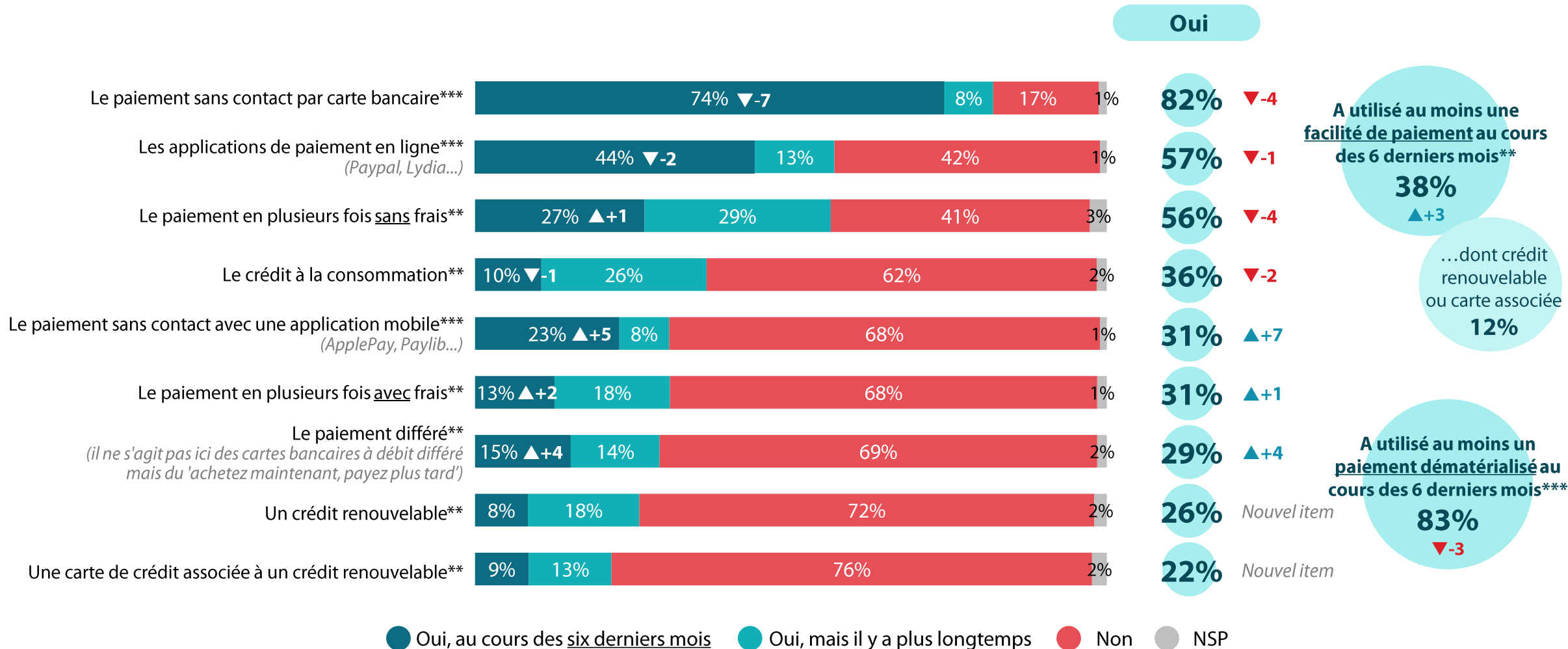


Le recours aux différents modes de paiement



1019 personnes

Q. Avez-vous déjà utilisé les modes ou facilités de paiement suivants pour financer un achat ?*



*En 2022, le libellé de la question était le suivant : « Avez-vous déjà utilisé les modes de paiement suivants pour financer un achat ? »



01

Les facilités de paiement

“ La part des achats réalisés grâce à des facilités de paiement au cours des six derniers mois

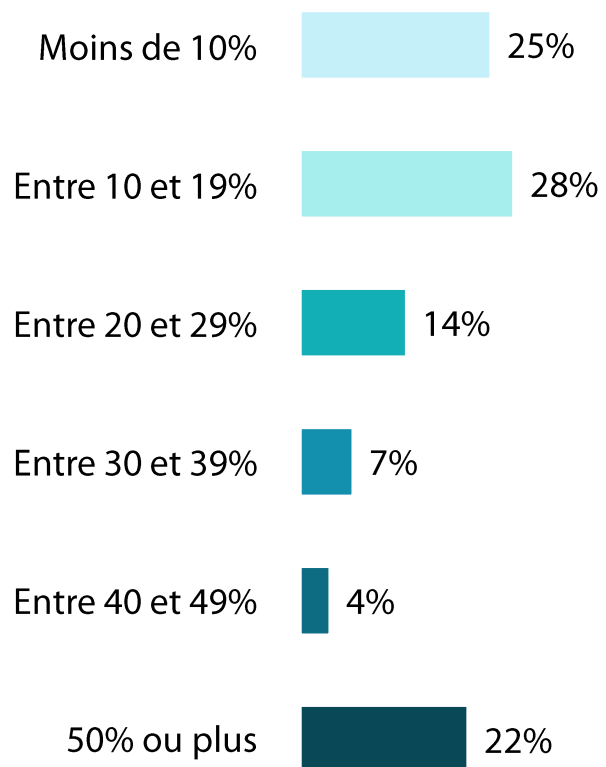


Q. Au cours des six derniers mois, quelle part de vos achats avez-vous réalisé grâce à des facilités de paiement (paiement en plusieurs fois, en différé ou grâce à un crédit à la consommation ou renouvelable) ?

Question posée uniquement à ceux ayant eu recours à au moins une facilité de paiement au cours des 6 derniers mois, soit 38% de l'échantillon.

Question ouverte numérique, réponses spontanées.

Nouvelle question



**En
moyenne
25%**

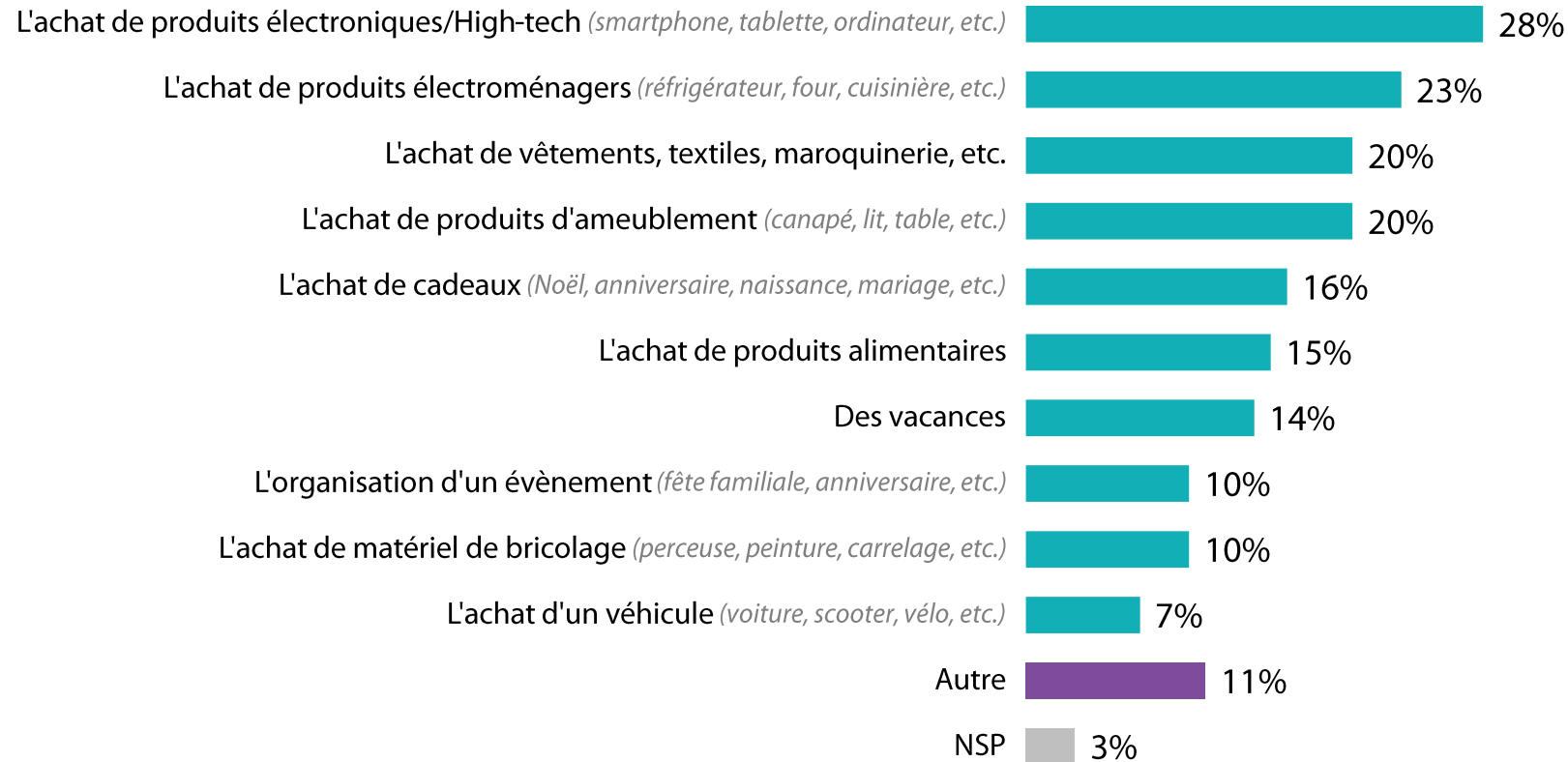
Les dépenses financées grâce à des facilités de paiement au cours des six derniers mois



Q. Au cours des six derniers mois, quelles sont les dépenses que vous avez financées grâce à des facilités de paiement (paiement en plusieurs fois, en différé ou grâce à un crédit à la consommation ou renouvelable) ?

Question posée uniquement à ceux ayant eu recours à au moins une facilité de paiement au cours des 6 derniers mois, soit 38% de l'échantillon.
Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%.

Nouvelle question





Les facilités de paiement plébiscitées pour financer un projet



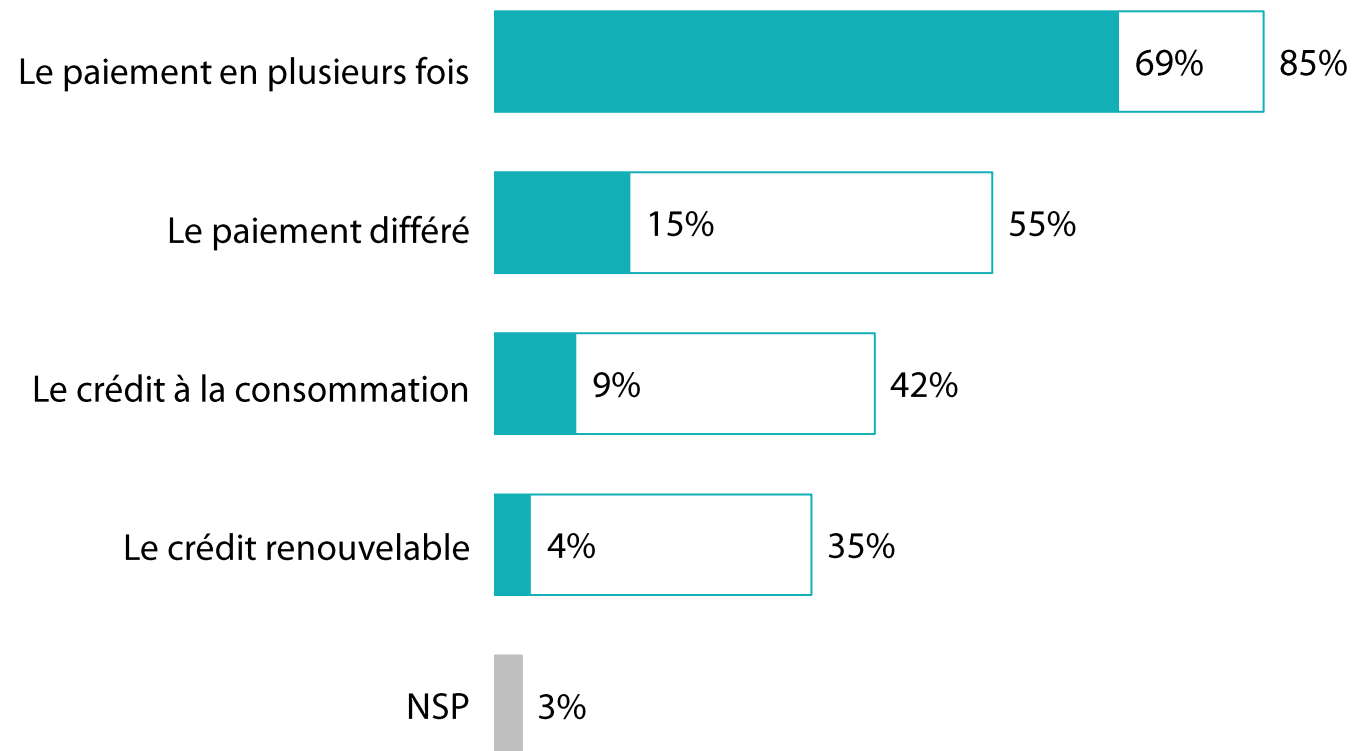
Q. Si vous deviez financer un projet, idéalement vers laquelle des facilités de paiement suivantes vous tourneriez-vous en priorité ?

Classement des réponses par ordre de priorité.

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%.

Nouvelle question

En premier Au total





Le maximum acceptable de mensualités



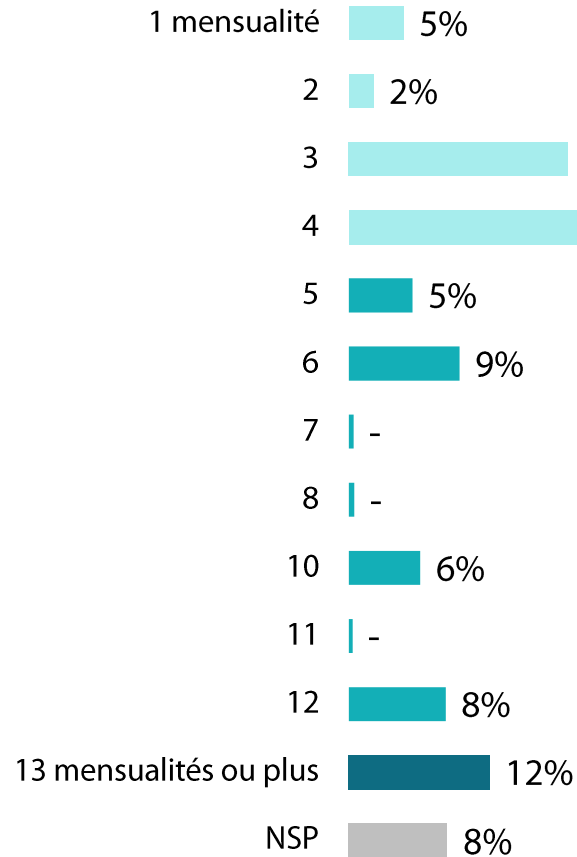
1019 personnes

Q. Combien de mensualités au maximum seriez-vous prêt(e) à accepter si vous aviez recours à... ?

Question ouverte numérique, réponses spontanées.

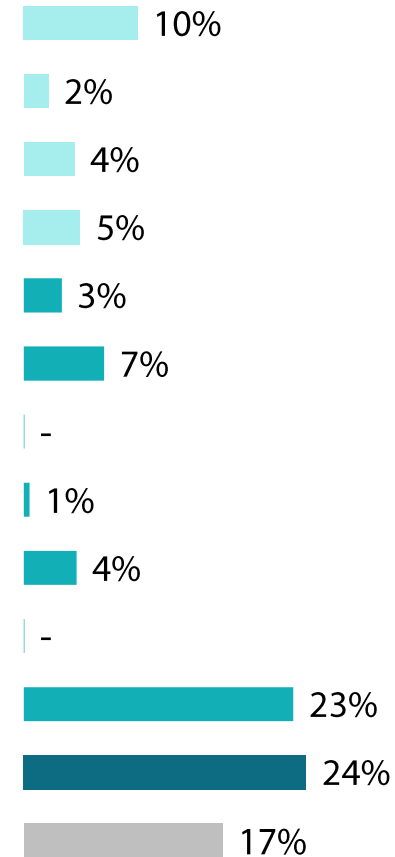
Nouvelle question

...Un paiement en plusieurs fois sans frais



5 ou plus
42%

...Un crédit à la consommation



5 ou plus
62%



Le montant minimal à partir duquel il est jugé intéressant de recourir à des facilités de paiement

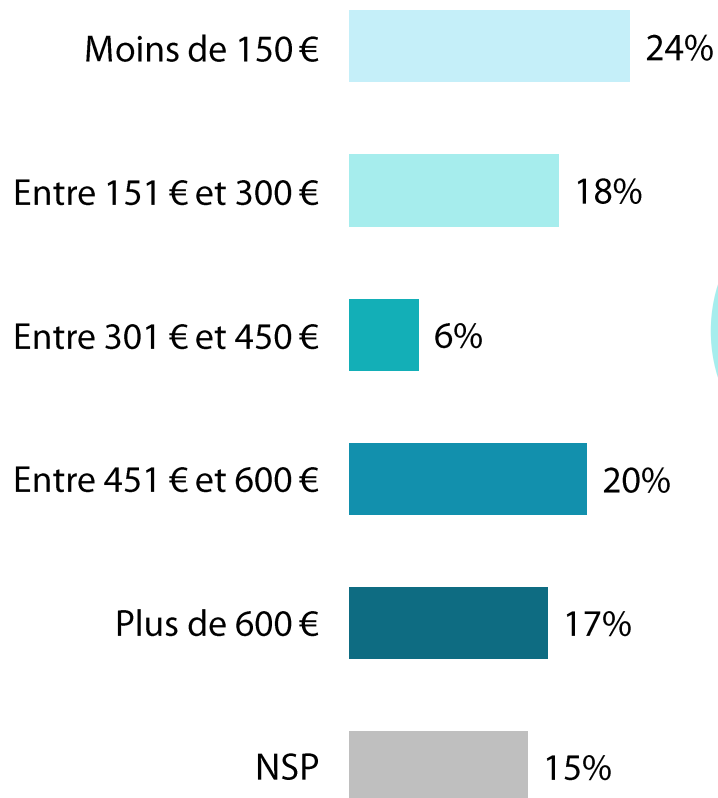


Q. A partir de quel montant jugez-vous intéressant d'avoir recours à... ?

Question ouverte numérique, réponses spontanées.

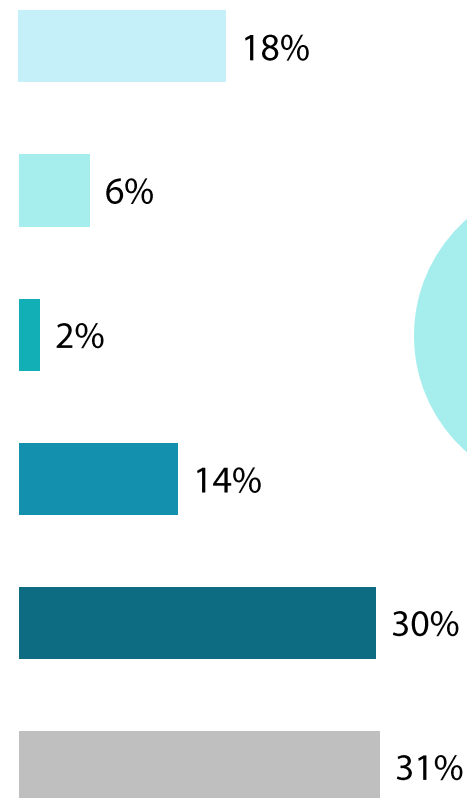
Nouvelle question

...Un paiement
en trois ou quatre fois sans frais



413 €
en moyenne

...Un crédit
à la consommation



557 €
en moyenne

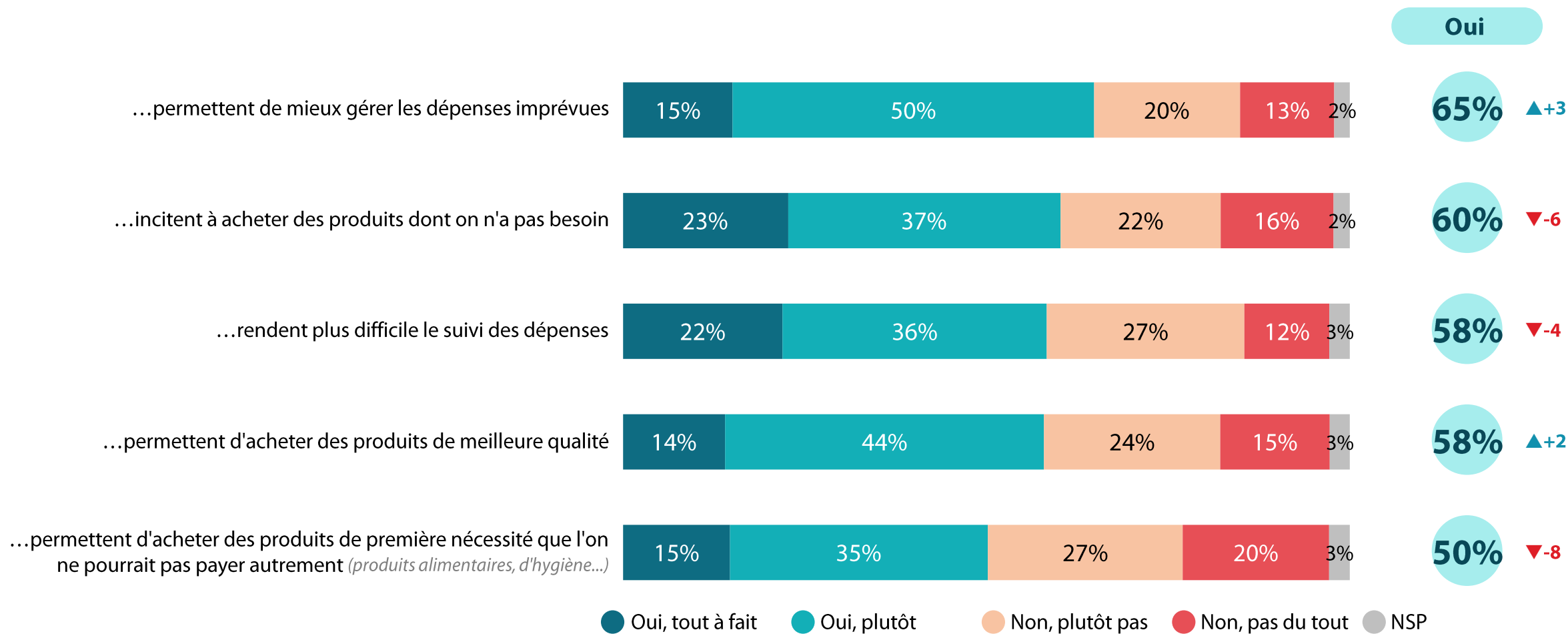


Les opinions relatives aux facilités de paiement



1019 personnes

Q. Diriez-vous que les facilités de paiement (paiement en plusieurs fois, en différé ou grâce à un crédit à la consommation ou renouvelable) ... ?*



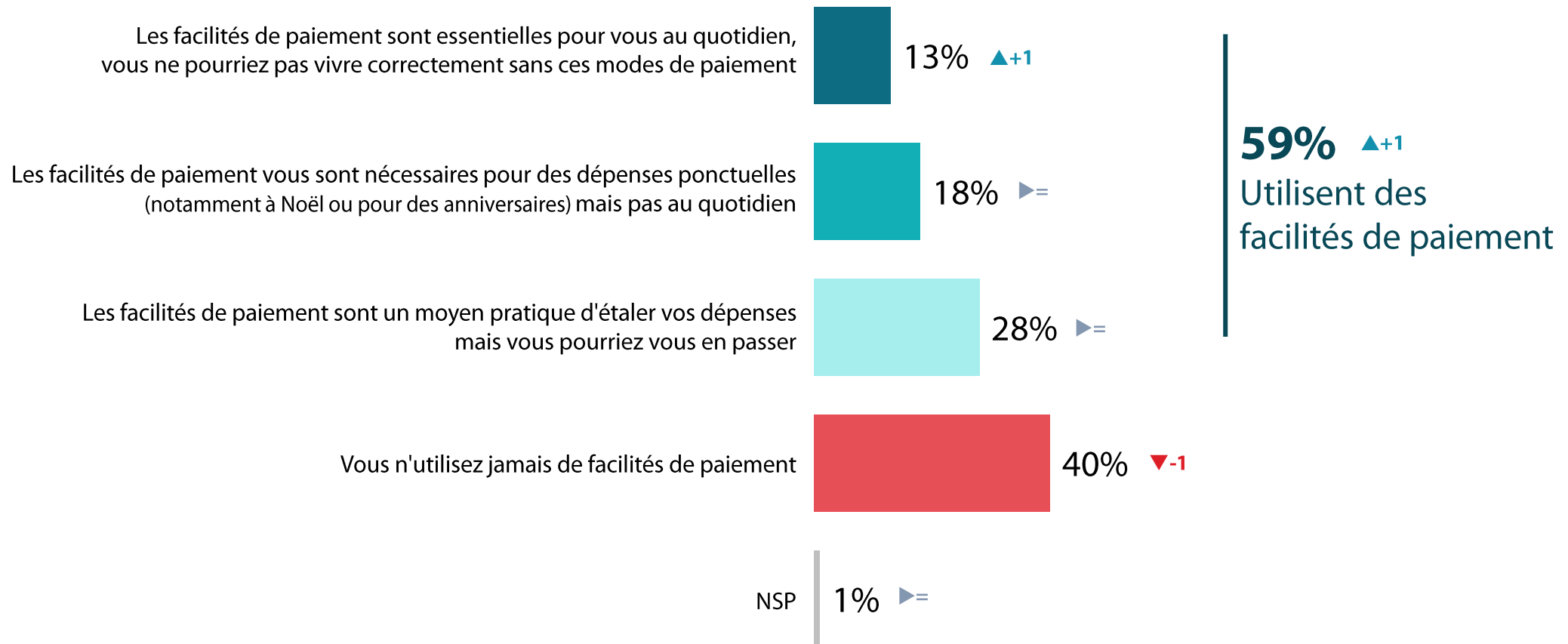
*En 2022, le libellé de la question était le suivant : « Diriez-vous que les facilités de paiement (paiement en plusieurs fois, en différé ou grâce à un crédit à la consommation) ... ? »



Le recours aux facilités de paiement



Q. Parmi les propositions suivantes, laquelle se rapproche le plus de votre situation concernant les facilités de paiement (paiement en plusieurs fois, en différé ou grâce à un crédit à la consommation ou renouvelable) ?*



*En 2022, le libellé de la question était le suivant : « Parmi les propositions suivantes, laquelle se rapproche le plus de votre situation concernant les facilités de paiement (paiement en plusieurs fois, en différé ou grâce à un crédit à la consommation) ? »



Les raisons de ne pas privilégier le recours aux facilités de paiement



1019 personnes

Q. Pour quelles raisons ne seriez-vous pas intéressé(e) par le recours à des facilités de paiement (paiement en plusieurs fois, en différé ou grâce à un crédit à la consommation) pour financer vos achats ?

Jusqu'à trois réponses possibles - Total supérieur à 100%

		Sous-total Utilise des facilités de paiement	...Dont Essentielles	... Dont pour des dépenses ponctuelles	...Dont pourrait s'en passer	N'en utilise jamais
Vous ne souhaitez pas payer de frais, en plus du prix du produit (frais de dossier, intérêts)	41% <i>Nouvel item</i>	42%	32%	39%	48%	39%
Vous n'en ressentez pas le besoin	33% ▼-1	23%	17%	14%	32%	47%
Vous préférez économiser tous les mois pour financer votre achat	28% ▼-8	26%	22%	26%	28%	31%
Vous avez peur de dépenser plus que vous ne devriez	23% ▼-2	27%	30%	33%	21%	17%
Vous avez une mauvaise image de ce type de paiement	11% <i>Nouvel item</i>	8%	8%	7%	8%	16%
Vous n'avez pas confiance dans les acteurs qui proposent ce type de paiement	9% ▼-2	9%	12%	14%	5%	9%
Vous avez peur qu'on vole vos données bancaires	7% ▲+2	10%	17%	11%	5%	3%
Vous ne comprenez pas toujours les modalités d'utilisation	5% <i>Nouvel item</i>	7%	10%	8%	4%	2%
Une autre raison	1% ▼-1	-	-	1%	1%	1%
Aucune raison	8% ▼-1	10%	12%	11%	8%	6%

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eléonore Quarré

Responsable des études Société
Pôle opinion

equarre@opinion-way.com

Jessie Marius

Directrice d'études
Pôle opinion

jmarius@opinion-way.com