



10ème Baromètre du pouvoir d'achat Cofidis : le crédit à la consommation, 2ème solution de financement des projets des Français

Avec la 10ème édition de son Baromètre du pouvoir d'achat, Cofidis décrypte l'évolution du pouvoir d'achat et la manière dont les Français gèrent leur budget sur une décennie. Derrière l'épargne, le crédit à la consommation apparaît comme la deuxième solution de financement, à la fois des projets et des imprévus financiers.

CHIFFRES-CLÉS DE L'ENQUÊTE

- La perception du pouvoir d'achat à "l'instant T" est en progression année après année: **15 %** des Français disent avoir un pouvoir d'achat élevé (contre 8% en 2012).
- À l'inverse, **50 %** des Français considèrent que leur pouvoir d'achat a plutôt diminué au cours des dix dernières années.
- **467 €**: somme manquante aux Français chaque mois pour vivre confortablement, quasi inchangée depuis 8 ans.
- Pour autant, **61 %** des Français prévoient d'entreprendre un projet nécessitant des dépenses importantes au cours des 12 prochains mois (contre 54% en 2012).
- **21%** d'entre eux sont sûrs de voir aboutir ces projets (contre 17% en 2012).
- **31 %** d'entre eux envisagent de souscrire à un crédit à la consommation pour financer ce projet.
- **32 %** des Français déclarent avoir au moins un crédit à la consommation en cours.
- **82 %** d'entre eux déclarent rembourser généralement sans problèmes leurs mensualités.



Villeneuve d'Ascq, le 16 septembre 2021 - Deuxième préoccupation des Français derrière la santé, le pouvoir d'achat fait naître chez les Français une perception paradoxale selon la période observée dans ce 10ème Baromètre du pouvoir d'achat Cofidis :

- un constat "année après année" plutôt positif, avec une part de Français de plus en plus importante à considérer leur pouvoir d'achat comme élevé "à l'instant T" (15% en 2021 contre 8% en 2012, soit +7 points);
- à l'inverse, un sentiment de dégradation du pouvoir d'achat au cours des dix dernières années pour 50% des Français. Un chiffre qui grimpe à 55% chez les 50-64 ans et 65% chez les ménages pauvres.

A cela s'ajoute un sentiment majeur que "tout augmente" : 72% des Français trouvent que les prix de l'énergie ont augmenté au cours des 12 derniers mois, 70% partagent ce constat pour l'alimentation, 59% pour la santé et les assurances et 51% pour l'immobilier et les loyers.

Pour autant, une donnée illustre parfaitement ce paradoxe dans la perception qu'ont les Français de leur pouvoir d'achat : la somme dite manquante (en moyenne par mois) pour ne pas avoir à se soucier de son budget. En 2021, elle est de 467 €, soit seulement 3€ de plus qu'en 2014. Cette somme manquante servirait avant tout aux dépenses alimentaires (27% des réponses citées en premier), devant les dépenses de loisirs (20%) et d'équipement de la maison (20%).

Face à cette situation financière en permanence contrainte, les Français trouvent des solutions.

Malgré une année 2020 particulière, les Français sont plutôt confiants à la fois dans une rapide reprise de l'économie et dans la capacité de la France à sortir de la crise économique à moyen terme. Cet optimisme se traduit d'ailleurs dans le fait qu'une majorité d'entre eux (61%) ont des projets importants pour l'année à venir. Ils sont d'ailleurs plus nombreux à être sûrs de voir aboutir ces projets : 21% en 2021, contre seulement 15% en 2020 et 17% en 2012.

Dans ce cadre, le crédit à la consommation est ancré dans les solutions de financement des projets des Français : après le recours à l'épargne, plébiscité par 62% d'entre eux, le crédit arrive en 2e position des solutions envisagées. Et un tiers des Français (32%) déclare avoir au moins un crédit à la consommation en cours. En 2021, 31% des Français l'envisagent pour financer leurs projets au cours de l'année à venir, contre 23% en 2015.

L'accompagnement et la législation, clés du regard positif porté sur le crédit à la consommation

Dans une précédente enquête Cofidis / CSA Research¹, quelque 45% des Français déclaraient encore ne pas connaître les modalités liées à la prise d'un crédit. Une part importante pour laquelle un travail pédagogique reste donc à mener.

¹ Enquête CSA Research pour Cofidis, 2020 – Toutes les questions que se posent les Français sur le crédit



Chez Cofidis, cela se traduit par :

- l'absence de scripts conversationnels, afin que les 800 conseillers Cofidis puissent accompagner les clients de la façon la plus personnalisée possible - d'ailleurs Cofidis a été élu 8 fois Service client de l'année, dont 7 fois consécutives.
- le développement de tous les canaux de communication (téléphone, web, réseaux sociaux, WhatsApp, chat, courrier) pour s'adapter à la diversité des clients ;
- le choix d'une politique sociale basée sur la conviction de la symétrie des attentions : c'est en travaillant sur le bien-être des collaborateurs qu'ils délivreront la meilleure expérience aux clients

Cette exigence en matière d'expérience client se voit encadrée par une législation plus responsable et protectrice des consommateurs (lois Lagarde et Hamon). Ainsi, chez Cofidis, seuls 2 dossiers sur 10 sont acceptés après une étude approfondie des dossiers et vérification des justificatifs reçus, l'octroi de crédit engageant une responsabilité réciproque.

Celle-ci s'illustre d'ailleurs dans les résultats du 10ème Baromètre du pouvoir d'achat, puisque 82% des détenteurs de crédit déclarent n'avoir aucune difficulté à rembourser leurs mensualités.

Pour en savoir plus, [cliquez ici](#)

CONTACTS PRESSE

Ève Taraborrelli - 07 77 30 45 96 - eve.taraborrelli@agencebabel.com

Mélanie Godin - 06 47 89 61 92 - melanie.godin@agencebabel.com

À propos de Cofidis

Avec 10 millions de clients et plus de 1 000 enseignes partenaires, Cofidis est depuis près de 40 ans un acteur majeur du crédit à la consommation en France (crédits renouvelables et prêts personnels, solutions de paiement, assurance, rachat de créances et partenariats). Acteur fortement engagé dans l'accompagnement de ses clients, Cofidis s'appuie sur un conseil personnalisé, des outils & services innovants et la pédagogie du crédit pour faire du consommateur un acteur de son budget, informé et responsable.

Cofidis contribue également au dynamisme commercial des enseignes de distribution et sites e-commerce avec l'offre la plus large du marché en matière de solutions de paiement. L'accompagnement de ses partenaires dans le développement de leur activité est au cœur de ses préoccupations. Fort de son positionnement centré sur la satisfaction client, Cofidis apporte des solutions de paiement fluides, omnicanales et parfaitement intégrées dans les parcours d'achats.

www.cofidis.fr