

DOSSIER  
DE PRESSE  
AVRIL 2024

# CARTE DE FRANCE DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION

---

Analyse et décryptage  
de l'état du crédit à la consommation en  
France, et de ses détenteurs



**Cofidis, acteur majeur du crédit à la consommation, dévoile les résultats de sa grande enquête, menée en partenariat avec CSA Research, sur les détenteurs de crédits en France, ainsi que leurs usages. Il en ressort que le regard des Français sur le crédit à la consommation évolue.**

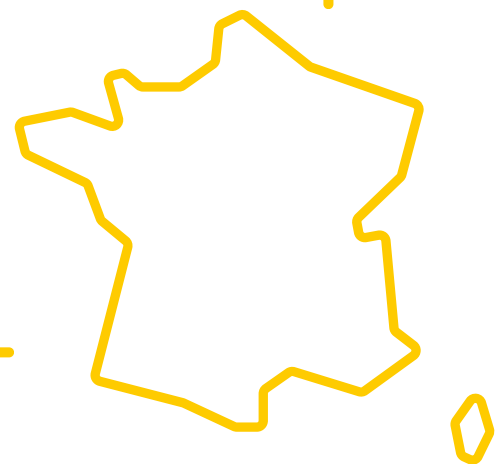
Aujourd'hui, les détenteurs de crédits à la consommation sont des bons gestionnaires de leur budget, et consacrent leur crédit, souscrit sereinement, à des projets de vie.

Les affirmations des consommateurs Français interrogés donnent, en effet, à voir 3 enseignements :

**Le crédit est aujourd'hui de plus en plus associé à l'utile**, et sert principalement à améliorer sa qualité de vie en finançant des projets. Le crédit à la consommation est utilisé pour un mariage à organiser, un intérieur à refaire, un voyage à financer, un vélo à acheter...

**Les bons gestionnaires aussi ont recours à la solution du crédit.** Nombreux sont les consommateurs plus prudents et responsables dans la gestion de leurs finances, leurs budgets, qui considèrent comme raisonnable le recours au crédit dans leur gestion budgétaire.

**La souscription du crédit à la consommation ou des facilités de paiement s'opère sereinement.** Et ce, même dans le cas où les Français choisissent un produit de crédit pour faire face à un imprévu.



# LES DÉTENTEURS

CARTE DE FRANCE DU CRÉDIT  
À LA CONSOMMATION

**Aujourd'hui, en France, près de la moitié des Français (40%) ont au moins un crédit à la consommation en cours.**

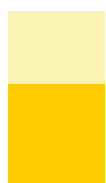


Le montant moyen emprunté du / des crédits à la consommation en cours par détenteur est de :

**15 526€**

**Parmi les détenteurs, d'au moins un crédit à la consommation en cours, les profils sont variés :**

- Tout d'abord, il s'agit presque tout autant d'hommes que de femmes : 52% sont des hommes et 48% des femmes.
- Près d'un tiers d'entre eux sont des jeunes adultes : 28% ont moins de 35 ans.
- Plus d'un tiers sont issus d'une catégorie professionnelle favorisée : 37% sont des CSP+.
- En grande majorité, les détenteurs habitent en province : 87% habitent en province (ensemble des régions sauf Ile-de-France).
- En grande majorité, les détenteurs partagent leur vie à deux : 69% sont en couples.
- De très nombreux détenteurs d'au moins un crédit à la consommation sont également des épargnants : 77% ont aussi un livret A, 36% un PEL ou 29% un plan épargne retraite.
- Enfin, plus de la moitié des détenteurs ont déjà investis dans l'immobilier : 63% sont propriétaires.



**51%**

des Français jugent leur pouvoir d'achat "correct"



**83%**

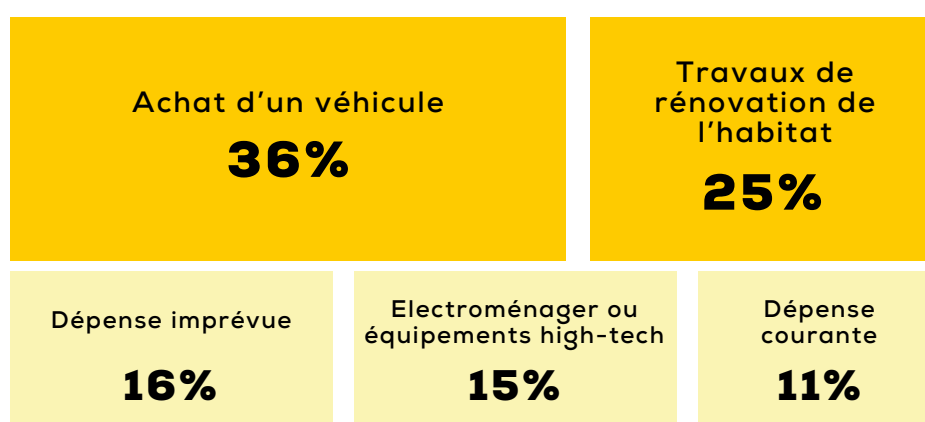
des Français se considèrent comme "bons gestionnaires" de leur budget

**Parmi le reste de la population française, affirmant ne pas avoir de crédit à la consommation en cours (60% des interrogés) : 42% en ont cependant déjà eu un dans le passé.**

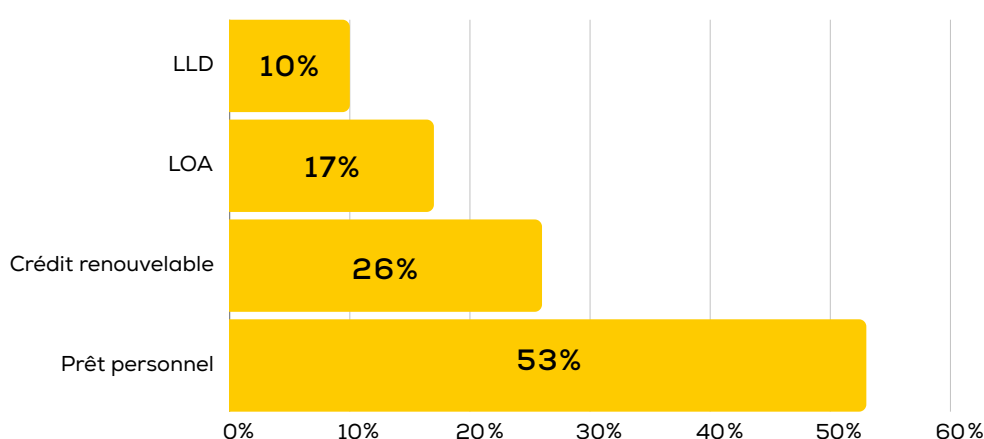
## LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION RÉPOND À UNE VARIÉTÉ DE BESOINS

Tout d'abord, **il est à noter que le crédit à la consommation sert principalement à financer un projet qui nécessite une dépense importante, bien avant de financer la vie quotidienne** des Français, comme une facilitation de gestion plutôt qu'un recours par nécessité, ou à cause d'un imprévu justifié.

Les principales raisons de la souscription du crédit à la consommation par les détenteurs sont :



Les principaux types de crédits souscrits  
(parmi ceux qui en ont au moins un en cours) :



Parmi les détenteurs de crédit à la consommation en cours (et/ou facilités de paiement), 61% affirment que le contexte économique actuel (hausse des prix etc...) a fortement joué, ou a été un important déclencheur de leur souscription.

## LES DÉPENSES DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION SONT GÉRÉES DE FAÇON RAISONNÉE

53% des détenteurs de crédits à la consommation ou facilités de paiement affirment que, depuis la souscription, ils font davantage attention à leurs dépenses pour s'assurer de rembourser leurs mensualités.

En ce sens, la souscription et la gestion des dépenses du crédit à la consommation sont gérées de façon raisonnée (notamment chez les plus jeunes). Preuve d'une certaine maturité face au crédit.

Les Français détenteurs sont d'ailleurs plutôt sereins quant au remboursement de leur mensualité. **La très grande majorité (83%) affirme rembourser sans problème ses mensualités. C'est pourquoi, lorsqu'on leur demande s'ils seraient prêts à souscrire à un nouveau crédit à la consommation : 1/3 répondent favorablement.** Et pour ceux qui ne l'envisagent pas : principalement car ils n'ont pas de projets ou de besoins le nécessitant pour le moment (52%).

### FACILITÉS DE PAIEMENT

#### LES FACILITÉS DE PAIEMENT APPORTENT UN NOUVEAU REGARD SUR LE CRÉDIT

50% des consommateurs utilisent des facilités de paiement (avant tout le 3-4x par CB, dont 31% des répondants l'ont utilisé dans les 12 derniers mois) et principalement les plus de 35 ans (71%).

- Le montant moyen emprunté est 719 €
- Les motivations de l'utilisation :
  - Préserver son épargne (34%)
  - Réaliser un gros achat (28%)
  - Profiter d'une bonne affaire (25%)

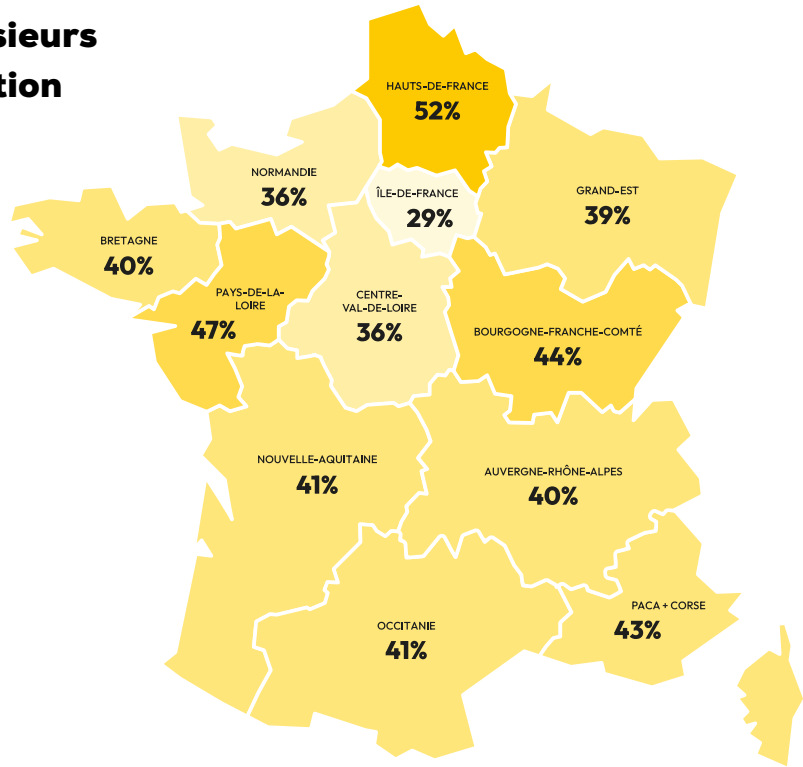
## RÉPARTITION EN FONCTION DES DÉTENTEURS DE CRÉDITS À LA CONSOMMATION EN COURS :

- Les Hauts de France (52%), les Pays de la Loire (47%) et la Bourgogne Franche Comté (44%) sont les régions où on souscrit le plus de crédit à la consommation.
  - A l'inverse, les régions où les habitants souscrivent le moins de crédit à la consommation sont : l'Île-de-France (29%), La Normandie (36%) et le Centre Val de Loire (36%).
- En revanche, lorsqu'on regarde les régions où les montants moyens souscrits sont les plus importants, on remarque que les résultats s'inversent : c'est en Normandie et en Centre Val de Loire notamment que les habitants empruntent les sommes les plus élevées (21 000 € en moyenne).
- Le prêt personnel est le type de crédit davantage souscrit en Nouvelle Aquitaine (69%). Le crédit renouvelable, quant à lui, est plus apprécié en Occitanie (43%) et, enfin, le crédit LOA en Centre Val-de-Loire (33%).
- Les 3 principales régions où le contexte économique d'inflation a le plus joué sur la souscription à des crédits à la consommation sont : les Hauts-de-France (66%), L'Occitanie (66%) et la région PACA dont la Corse (65%).

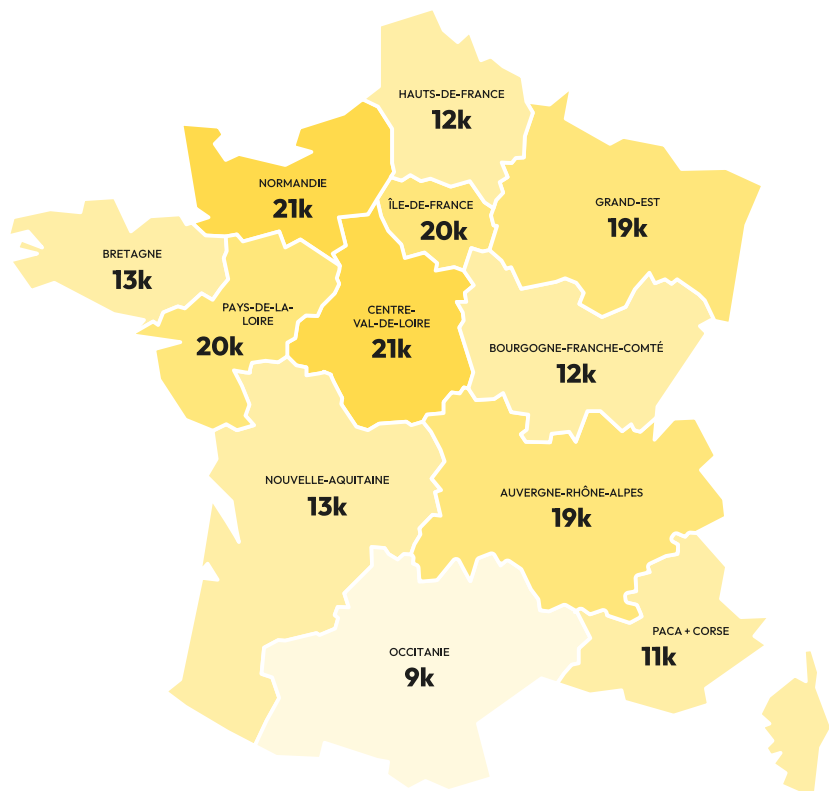
## RÉPARTITION SELON L'ENSEMBLE DES FRANÇAIS INTERROGÉS :

- Pourtant, l'Occitanie, tout comme les Hauts-de-France font aussi partie des régions où les habitants considèrent avoir le pouvoir d'achat le plus élevé (31% pour l'Occitanie et 28% pour les Hauts de France) aux côtés également de l'Île de France (32%).
- C'est notamment en Pays de la Loire (93%), Centre Val de Loire (92%) et Bourgogne Franche Comté (91%), ainsi qu'en Bretagne (91%), que les Français se considèrent être de bons gestionnaires de leurs finances.

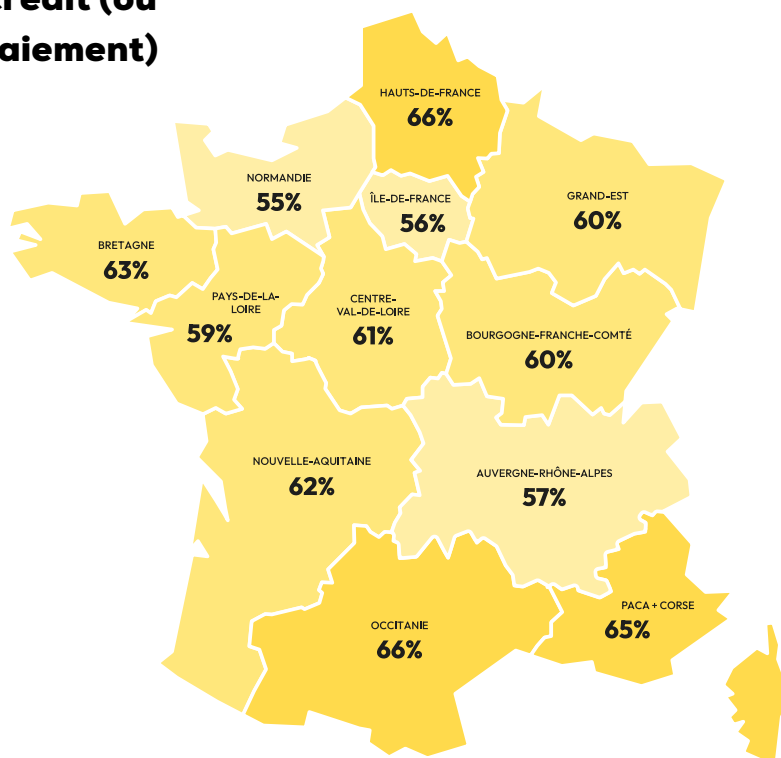
## Souscription à un ou plusieurs crédits à la consommation



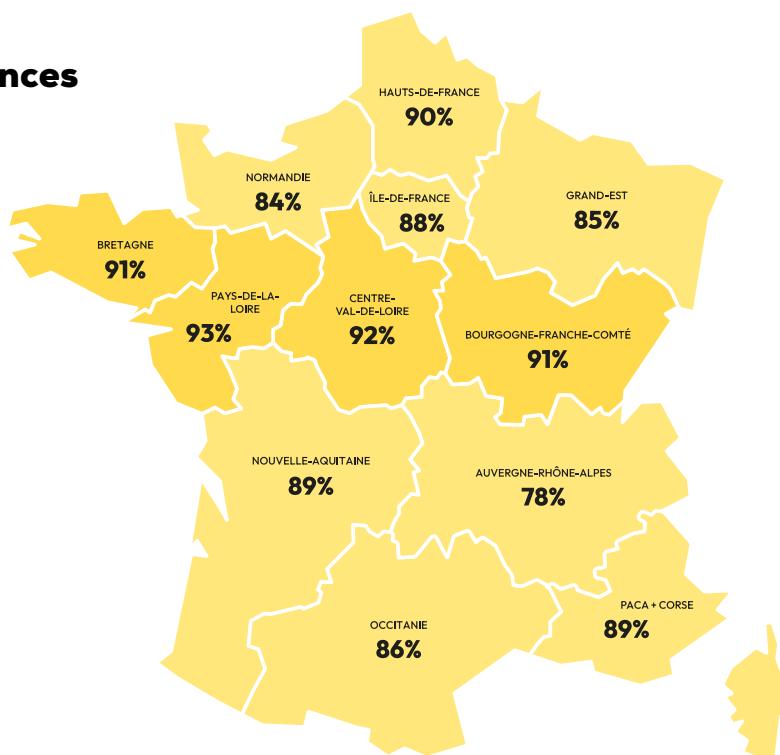
## Montant moyen emprunté



## Impact du contexte économique dans la décision de souscrire à un crédit (ou de recourir à une facilité de paiement)

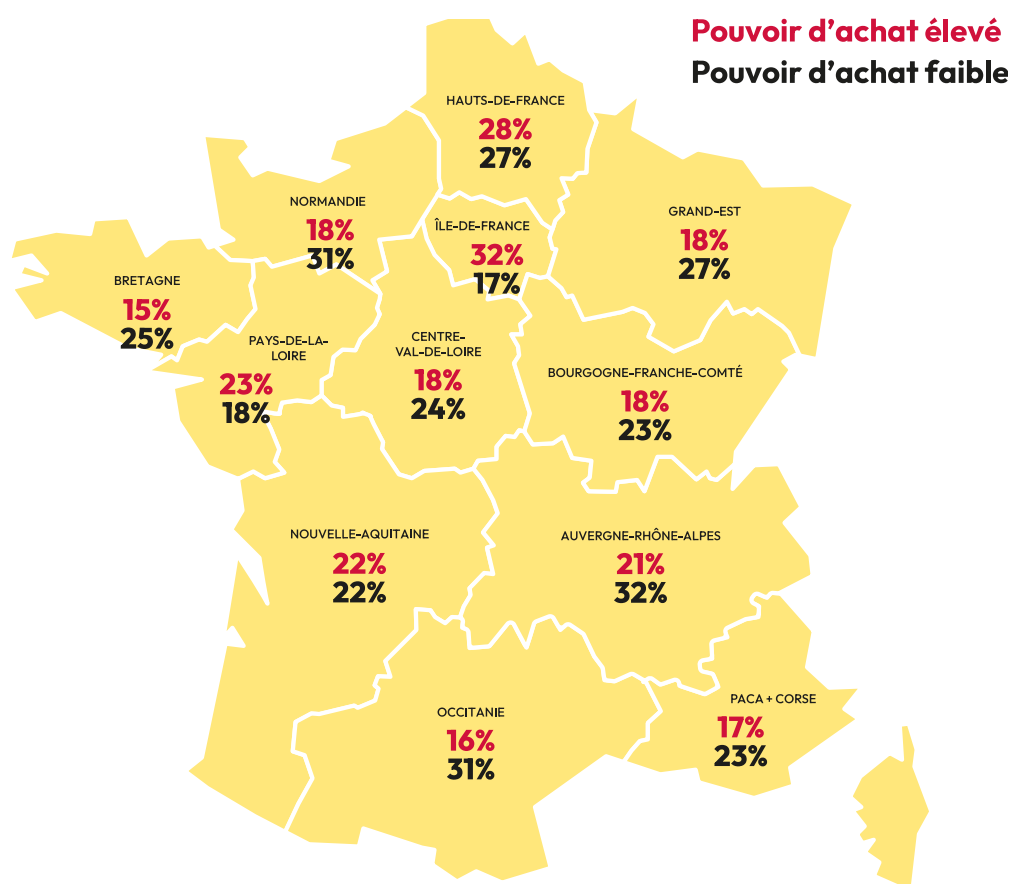


## Nombre de Français se considérant "bons gestionnaires" de leurs finances





## Perception des Français sur leur pouvoir d'achat





# DÉCRYPTAGE

*Patrice Duchemin*

*Sociologue expert de la consommation*

## **Un présent plus présent**

Interroger les Français sur leur perception et leurs usages du crédit à la consommation, c'est autant révéler leur rapport à l'argent que la manière dont ils s'adaptent au contexte actuel marqué par l'inflation et les incertitudes.

Une inflation et des incertitudes qui viennent donner au présent un nouveau statut. Quand l'avenir et ses perspectives se dérobent, le passé se sanctuarise et devient un réconfort qu'il faut préserver alors que le présent, lui, devient plus présent car davantage ressenti. Face à des obligations qui n'étaient pas prévues, à des règles qui changent et à des exigences qui se redéfinissent dictées par les aléas économiques, la vie quotidienne des Français se trouve chahutée et obligée de s'adapter. Ici, des travaux pour remettre aux normes son habitat, là, l'achat d'un nouveau véhicule, plus économique ou plus respectueux de l'environnement, ou d'un équipement devenu nécessaire pour travailler à distance ou pour l'éducation de ses enfants.

C'est dans ce contexte, autant économique que psychologique, que le crédit à la consommation trouve sa place et prend tout son sens. Ni argent liquide de la vie quotidienne, ni argent solide de l'épargne et du patrimoine financier que les ménages

souhaitent plus que jamais préserver, l'argent du crédit est un argent « en plus » leur permettant de faire face aux exigences de ce nouveau présent plus présent. Le crédit à la consommation est l'allié des ménages en période de tensions économiques.

## **Une image de bon gestionnaire**

La consommation n'est pas qu'affaire de dépenses pour satisfaire des besoins ou des désirs. Elle a désormais aussi à voir avec la construction de soi. C'est par sa manière de consommer que le consommateur peut, par exemple, affirmer sa citoyenneté, sa solidarité ou son sens des responsabilités. Et c'est en se dotant de valeurs et de sens que les marques parviennent à dépasser leur statut transactionnel pour muter en acteurs relationnels.

**C'est par sa manière de consommer que le consommateur peut, par exemple, affirmer sa citoyenneté, sa solidarité ou son sens des responsabilités.**

Pour 83% des Français, le crédit à la consommation participe ainsi pleinement à la construction de l'image de bon gestionnaire qu'ils ont d'eux-mêmes, preuve ultime d'une perception positive du crédit, aux antipodes des clichés d'incitation à la dépense qui lui ont été longtemps associés, et expression de la fonction qu'il occupe. Loin d'être uniquement une solution de nécessité, faute d'autres recours, le crédit à la consommation est désormais clairement perçu comme une solution de gestion et de confort.

Le crédit à la consommation trouve ainsi naturellement sa place dans la palette de ressources possibles offertes aux ménages, toutes catégories socio-professionnelles confondues, pour financer un imprévu, un achat important ou donner vie à un projet sans avoir à toucher à leur patrimoine financier. Un outil parfaitement intégré à une gestion moderne et mature de leur budget. 40 % des Français ont aujourd'hui au moins un crédit à la consommation contre 33% en 2020 et 83% de ceux qui ont un crédit déclarent rembourser leurs mensualités sans problème, ce qui confirme bien à la fois la place du crédit et son intégration par les ménages dans la gestion de leur budget. Et seuls 8% des Français déclarent posséder plusieurs crédits.

### **Un imaginaire de fluidité**

Pour trouver sa place dans les habitudes et la vie quotidienne des consommateurs, tout service se doit d'être facile dans son accès et fluide dans son usage. C'est la condition de sa réussite et de son acceptation. C'est aussi la caractéristique d'un service moderne. Les nouvelles technologies et les entreprises de livraison à domicile l'ont bien compris.

Le crédit à la consommation n'échappe pas, non plus, à ces nouvelles attentes. La rapidité d'obtention de la somme empruntée et la facilité des démarches de souscription arrivent en tête parmi les critères de choix des Français d'un organisme de crédit. Un imaginaire de fluidité à préserver et à développer dans le futur auquel seront assurément sensibles les plus jeunes, plus décomplexés vis-vis de l'argent, plus prompts à jouer avec les différents avantages disponibles.

### **Les usages du crédit sont toujours le reflet des aspirations d'une époque.**

L'observation fine des déclarations des moins de trente-cinq ans permet déjà de déceler de nouvelles pratiques et de nouvelles destinations du crédit à la consommation. Associées à des montants plus faibles pour satisfaire, sans danger et

rapidement, des envies davantage que des besoins comme des achats d'articles de luxe ou de prêt-à-porter. Des usages aujourd'hui marginaux mais à suivre car peut-être annonciateurs d'une part du futur. Les usages du crédit sont toujours le reflet des aspirations d'une époque.

**Pour en savoir plus sur les stratégies  
budgétaires des Français,  
Rendez-vous sur Question de Budget**



### **Méthodologie de l'enquête**

Échantillon de 2 020 Français, représentatif de l'ensemble de la population française, âgés de 18 ans et plus. Questionnaire auto-administré en ligne du 26 février au 8 mars 2024, constitué d'après la méthode des quotas sur les critères suivants : sexe, âge, profession, région de résidence et catégorie d'agglomération.

### **À propos de Cofidis**

Avec 10 millions de clients et plus de 1 000 enseignes partenaires, Cofidis est depuis plus 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 et 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.

Pour en savoir plus : [www.cofidis.fr](http://www.cofidis.fr)

### *CONTACT PRESSE - AGENCE BABYLONE*

- Laure de Linares – 06 78 26 34 02 – [laure.delinares@babylone.fr](mailto:laure.delinares@babylone.fr)
- Lucie Bricard – 06 77 91 94 37 – [lucie.bricard.ext@babylone.fr](mailto:lucie.bricard.ext@babylone.fr)
- Léon Pourchon – 07 60 40 30 65 – [leon.pourchon@babylone.fr](mailto:leon.pourchon@babylone.fr)