



**Communiqué de presse**

Paris, le 20 septembre 2022

### **Etude YouGov pour Django :**

## **Malgré l'inflation, 3 Français sur 4 envisagent de faire des dépenses conséquentes dans les 12 prochains mois**

*YouGov a réalisé une étude pour Django, la fintech de La Banque Postale distribuant du paiement en plusieurs fois, sur les habitudes de consommation des français. Il en ressort que, malgré le contexte de forte hausse de l'inflation et ses conséquences sur le pouvoir d'achat, les Français souhaitent continuer de consommer mais désirent le faire de manière plus raisonnée. Confrontés à l'inflation et au prix élevé des alternatives responsables, ils semblent notamment de plus en plus enclins à se tourner vers des solutions de paiement en plusieurs fois.*

- **3 Français sur 4 (76%) envisagent de faire des dépenses conséquentes dans les 12 prochains mois, principalement pour leurs voyages et loisirs, équipements de la maison et matériel informatique ;**
- **Mais la tendance du « consommer moins, mais mieux » se confirme car 97% d'entre eux ont déjà mis en place des comportements d'achat responsables ;**
- **Pour autant, malgré cette volonté de mieux consommer, 89% des répondants affirment qu'il est encore difficile de mettre en adéquation leur envie de bien consommer et leurs pratiques réelles à cause du prix ;**
- **Ils sont en effet 60% à estimer que leur situation financière n'est pas confortable ;**
- **Dans ce contexte de baisse du pouvoir d'achat, 73% des Français ont ainsi une bonne opinion du paiement en plusieurs fois et 70% d'entre eux déclarent avoir déjà eu recours à cette solution.**

### **Les Français souhaitent continuer de consommer malgré l'inflation, mais de manière plus raisonnée**

Malgré l'inflation, les Français ne semblent pas voir leur désir de consommer se réduire. En effet, **ils sont aujourd'hui 76% à envisager des dépenses importantes dans l'année à venir.** Parmi eux, 42% souhaitent allouer ces dépenses au voyage et au loisir de manière générale, 25% aux équipements de la maison (hors électroménager) et 22% au matériel informatique. Pour financer ces dépenses, ils se tournent majoritairement vers l'épargne (38%) mais également vers le paiement en plusieurs fois (30%).

Si les Français souhaitent continuer de consommer malgré l'inflation, ils semblent vouloir s'orienter vers une consommation plus raisonnée. Acheter responsable, consommer moins, mais mieux : **aujourd'hui ces envies sont partagées par l'immense majorité des consommateurs et 97% d'entre eux ont déjà mis en place des comportements responsables.** Ils sont par exemple 68% à acheter des produits de saison, 50% à réduire/couper la température du chauffage ou 40% à acheter des produits réutilisables (52% chez les 18-34 ans). Autres exemples, ils sont 91% à vouloir favoriser les produits locaux et 58% d'entre eux achètent au maximum auprès d'entreprises responsables.

En ce qui concerne les critères d'achat, **les Français continuent de privilégier la qualité des produits, malgré l'inflation et la baisse de leur pouvoir d'achat.** Pour 55% d'entre eux il s'agit de leur premier critère de choix, devant le critère du prix (43%) et celui de la proximité (27%). Malgré tout, le critère de prix demeure incontournable, en particulier chez les 18-34 ans (54%) et les CSP – (52%).

## Une volonté de mieux consommer à l'épreuve du prix

Si une majorité de Français souhaite consommer mieux, cela ne se matérialise pas de la même manière pour tous. Ainsi, pour 52% des répondants, il s'agira de consommer plus local, alors que pour 34% d'entre eux cela se concrétisera par l'achat de produits au meilleur rapport qualité/prix.

Pour autant, malgré cette volonté de mieux consommer, une majorité de Français doit faire des arbitrages. En effet, **pour 89% des répondants il est encore difficile de mettre en adéquation leur envie de bien consommer et leurs pratiques réelles.** Lorsque l'on demande aux Français quelles sont les principales raisons qui les empêchent de « mieux consommer », ils citent à 77% des prix trop élevés. Très loin devant le manque de disponibilité des produits alternatifs (27%) ou la difficulté à changer ses habitudes de consommation (26%).

82% des Français ont ainsi repoussé des achats responsables notamment pour des questions liées au pouvoir d'achat.

## Le paiement fractionné plébiscité en période d'inflation

Le frein sur les prix est fatalement à mettre en lien avec le ressenti des Français vis-à-vis de leur situation financière. **Ils sont en effet 60% à estimer que celle-ci n'est pas confortable.** Dans le détail, 13% d'entre eux déclarent ne plus rien avoir à dépenser, une fois tous leur frais fixes mensuels réglés quand 24% d'entre eux affirment disposer d'un revenu disponible de moins de 250€ par mois. Aussi, ils sont 18% à déclarer être à découvert tous les mois ou presque.

Néanmoins, en cette période d'inflation et de baisse du pouvoir d'achat, il y a une solution de paiement qui semble mettre les Français d'accord : le paiement fractionné. **73% d'entre eux ont ainsi une bonne opinion du paiement en plusieurs fois et 70% d'entre eux déclarent avoir déjà eu recours à cette solution.** 97% des répondants le trouvent pratique, 83% transparent et 83% également adapté à leurs besoins. Ces Français ayant recours au paiement fractionné l'utilisent en premier lieu pour l'achat d'appareils électroménagers (37%), de matériel informatique ou électrique (29%) ou pour l'équipement de la maison (21%).

### **Méthodologie de l'étude :**

L'enquête quantitative a été réalisée en ligne, sur un panel propriétaire YouGov en France de 3013 personnes représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon est garantie par les quotas de sexe, d'âge, de classe sociale et de région.

La collecte des données a eu lieu du 6 au 10 mai 2022.

## **A propos de Django**

Filiale à 100% de La Banque Postale Consumer Finance, Django distribue des solutions de paiement et bientôt du crédit à la consommation. S'appuyant sur les valeurs du groupe La Banque Postale, Django partage l'ADN citoyen de sa maison-mère, associé à l'agilité d'une fintech. Ainsi, à travers son offre, Django se positionne comme l'acteur citoyen qui ambitionne de transformer le marché du paiement fractionné à travers son pacte d'engagements responsable.

### **Contacts presse :**

#### **Agence Wellcom**

Claire Koslowski – Jonathan Boulogne – Maïssa Berjaoui

01 46 34 60 60 – [django@wellcom.fr](mailto:django@wellcom.fr)