

*“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 ?

Mars 2022



**ESOMAR<sup>22</sup>**  
Corporate





# La méthodologie



# “ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1073 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 9 au 10 mars 2022**.  
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	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	<b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b>	<b>26%</b>
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	<b>Catégories populaires</b>	<b>30%</b>
	Employés	17%
	Ouvriers	13%
	<b>Inactifs</b>	<b>43%</b>
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	23%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



# Les résultats

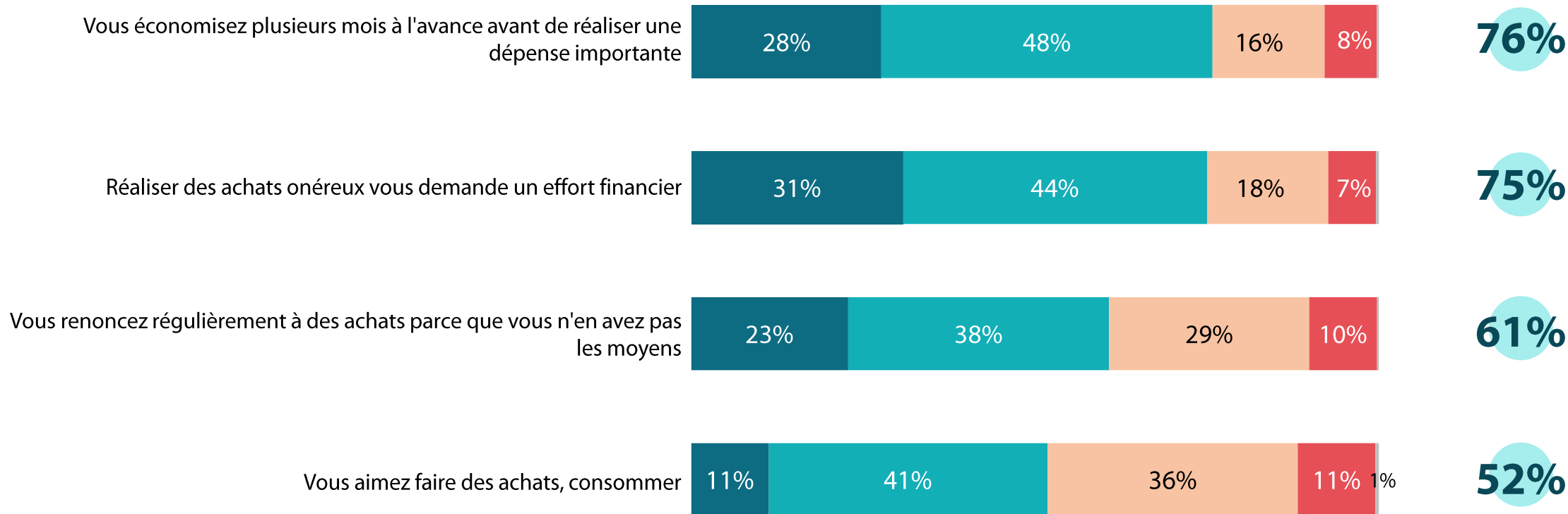


# “ Le rapport aux dépenses



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

Correspond bien



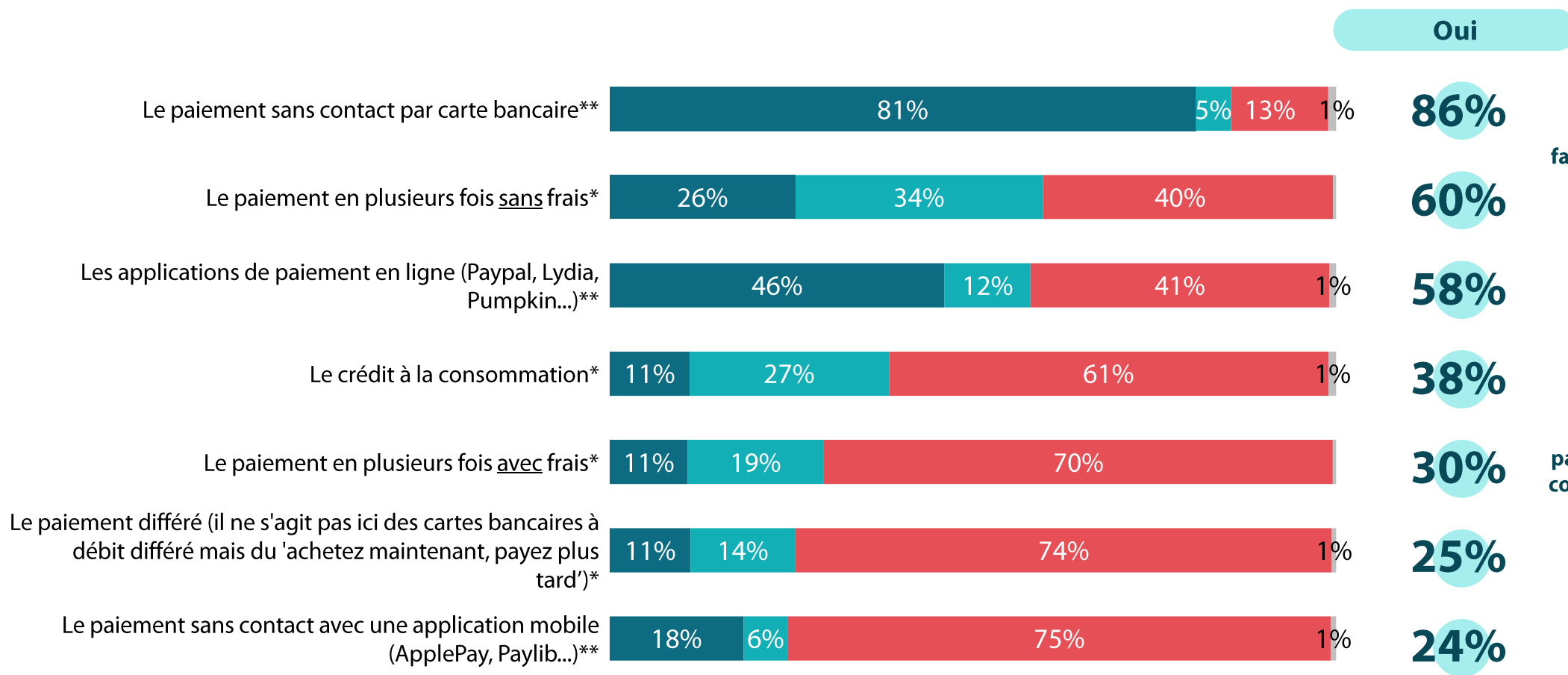
● Correspond très bien ● Correspond plutôt bien ● Correspond plutôt mal ● Correspond très mal ● NSP



# Le recours aux différents modes de paiement



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



**A utilisé au moins une facilité de paiement au cours des 6 derniers mois\***  
**35%**

**A utilisé au moins un paiement dématérialisé au cours des 6 derniers mois\*\***  
**86%**

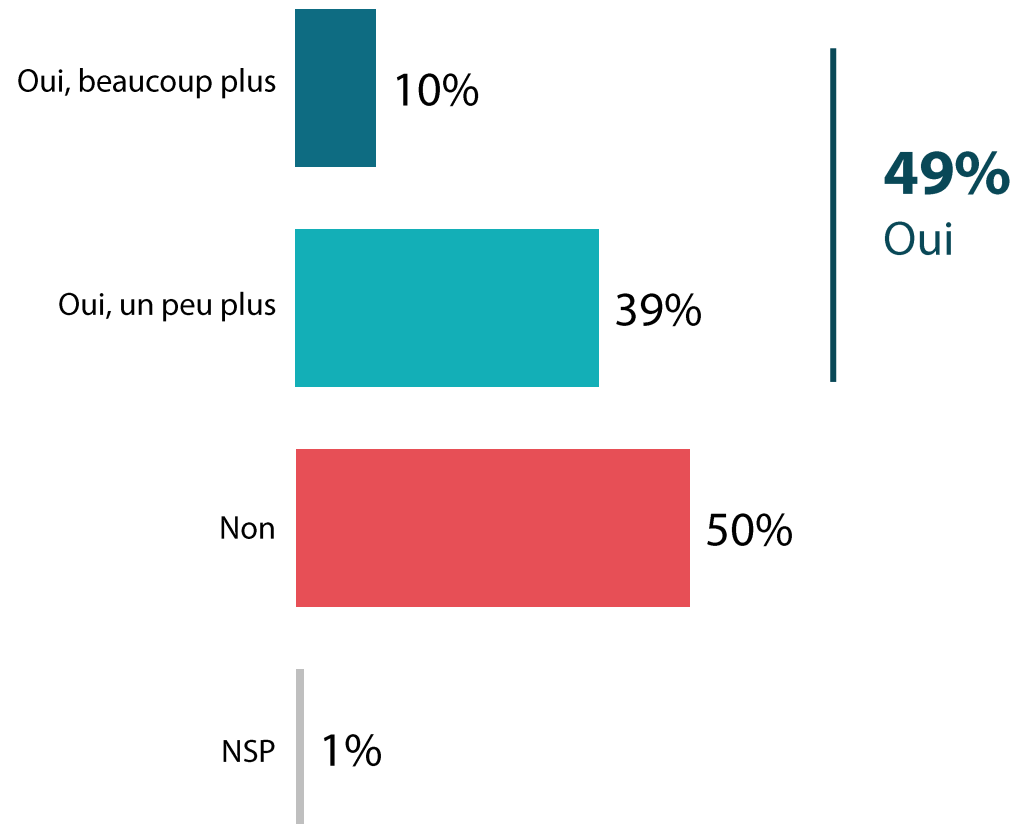
● Oui, au cours des six derniers mois ● Oui, mais il y a plus longtemps ● Non ● NSP



# “ La susceptibilité de recourir au paiement en plusieurs fois sans frais



Q. Êtes-vous ou seriez-vous prêt(e) à dépenser plus pour un produit ou un service qui vous intéresse, si vous savez que vous avez la possibilité de payer en plusieurs fois sans frais ?

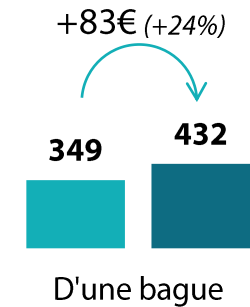
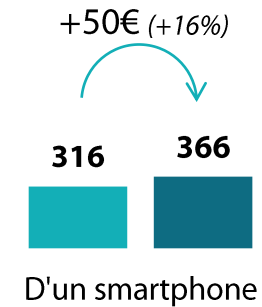
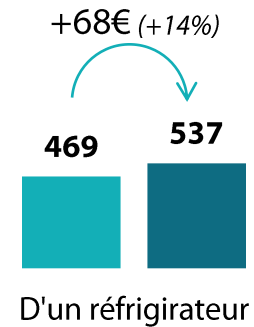
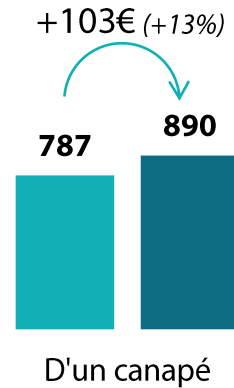
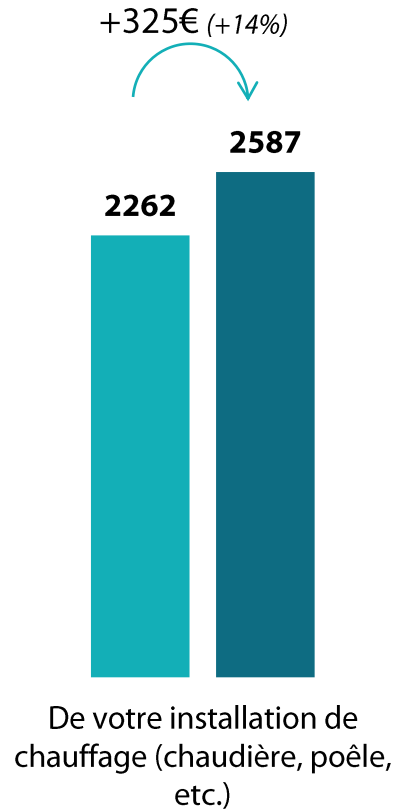


# Les montants envisagés pour des achats réglés en une fois et en plusieurs fois

Q. Pour chacune des catégories de produits suivantes, quel montant maximum total seriez-vous prêt(e) à dépenser pour l'achat... ?

● Montant moyen si vous deviez payer en une seule fois (en euros)

● Montant moyen si vous pouviez payer en plusieurs fois (en euros)





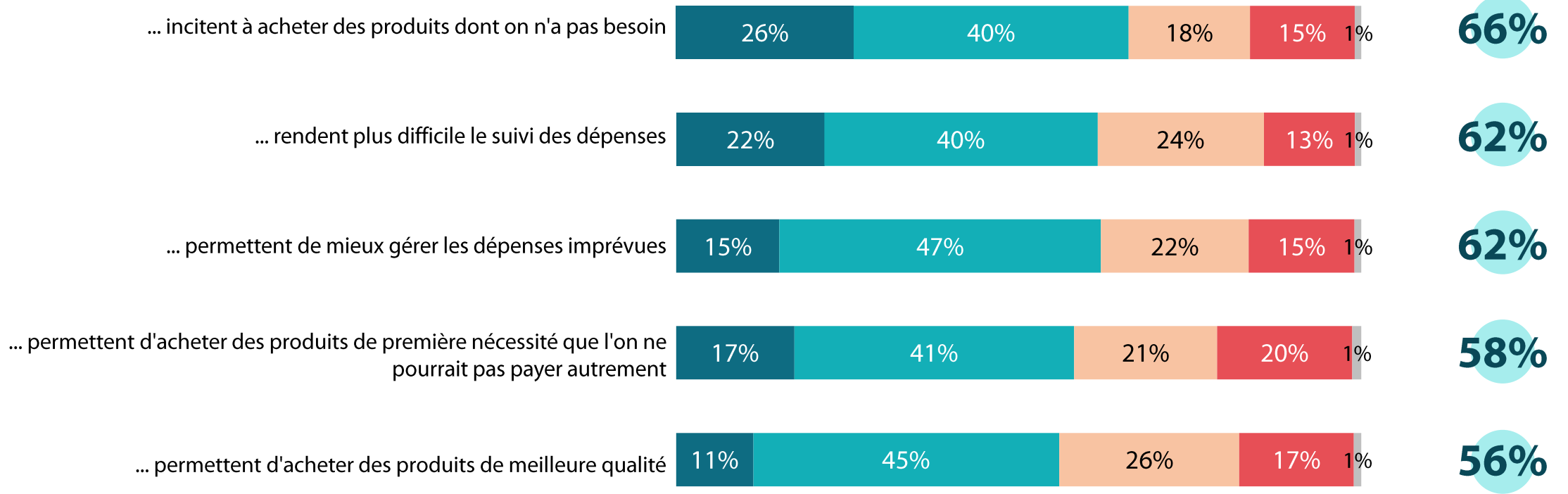
# Les opinions relatives aux facilités de paiement



1073 personnes

Q. Parlons des facilités de paiement de manière générale, c'est-à-dire les paiements en plusieurs fois, en différé ou grâce à un crédit à la consommation. Diriez-vous que les facilités de paiement (paiement en plusieurs fois, en différé ou grâce à un crédit à la consommation) ... ?

Oui



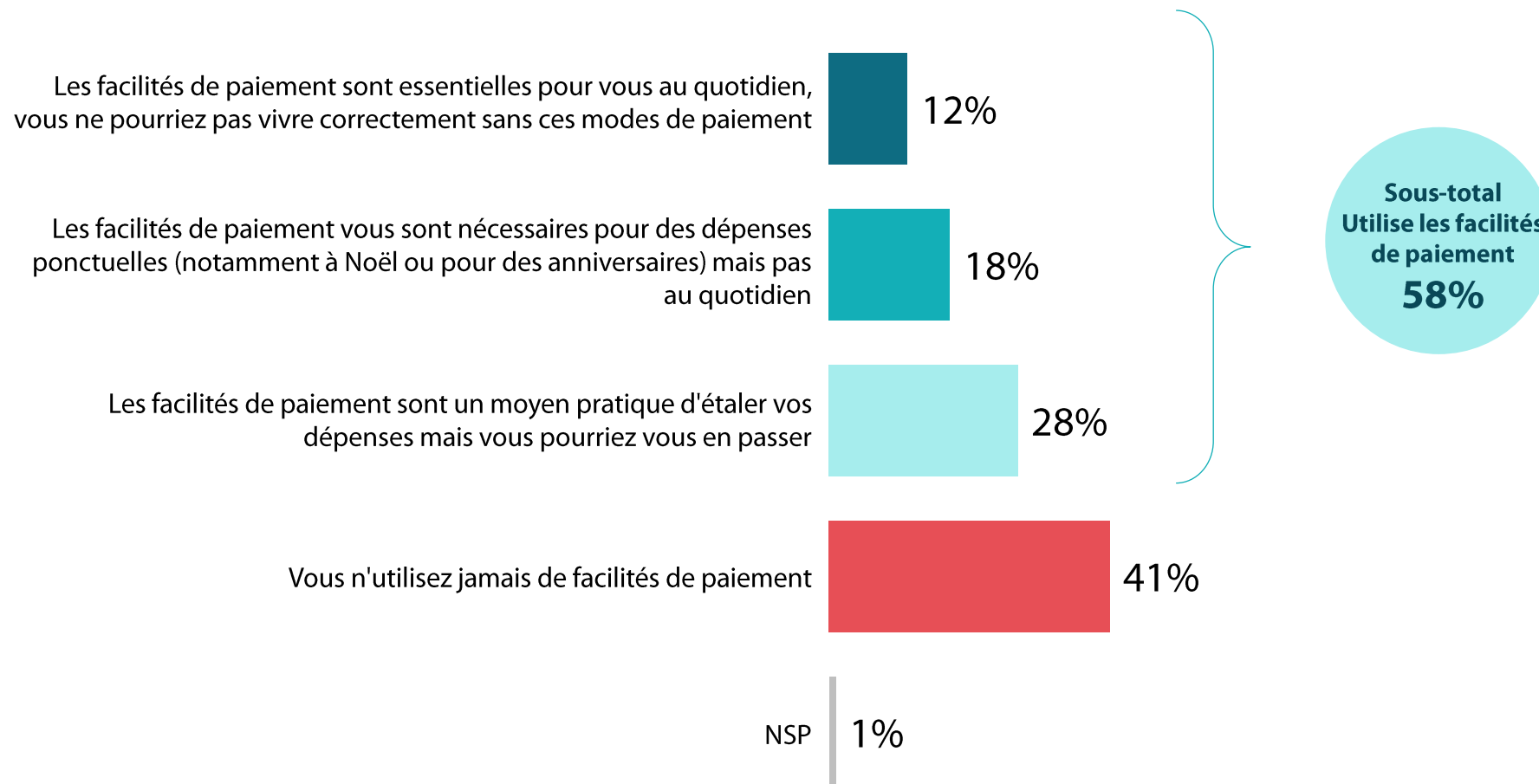
● Oui, tout à fait    
 ● Oui, plutôt    
 ● Non, plutôt pas    
 ● Non, pas du tout    
 ● NSP



# 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) ?



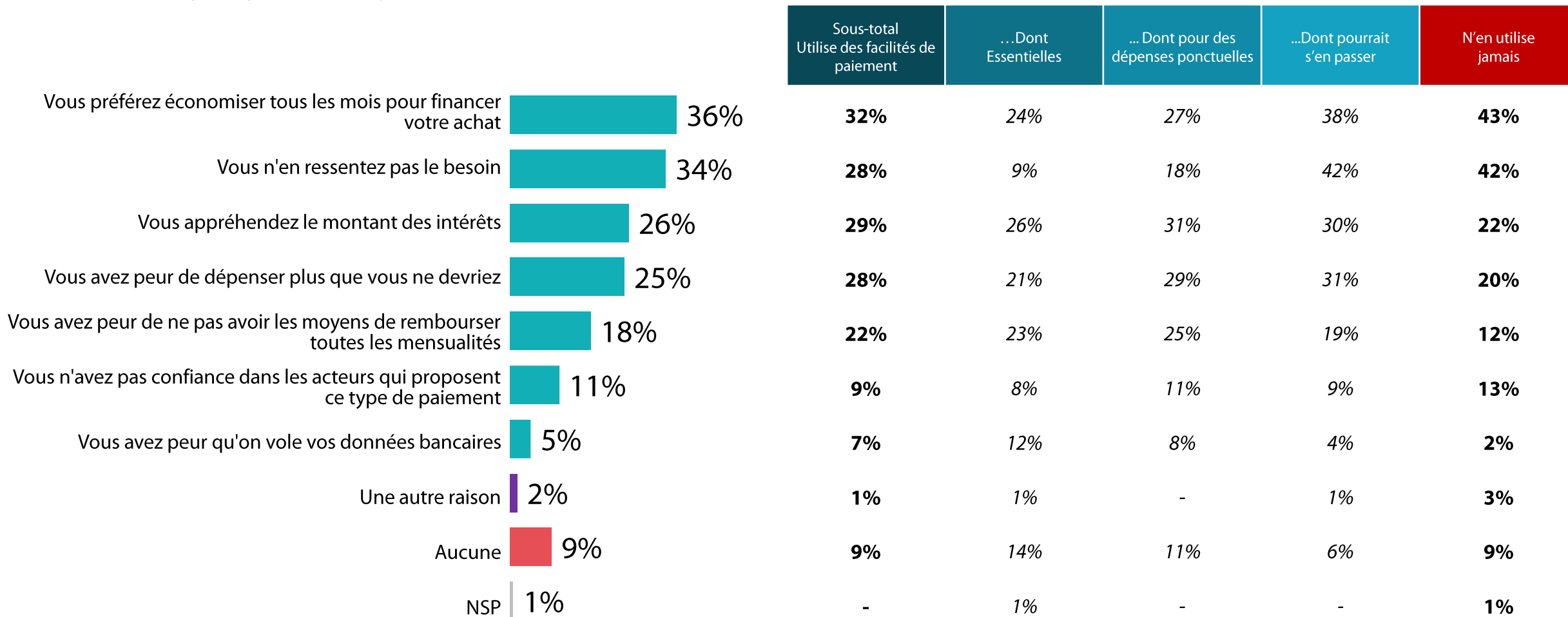


# Les raisons de ne pas privilégier le recours aux facilités de paiement



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 ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



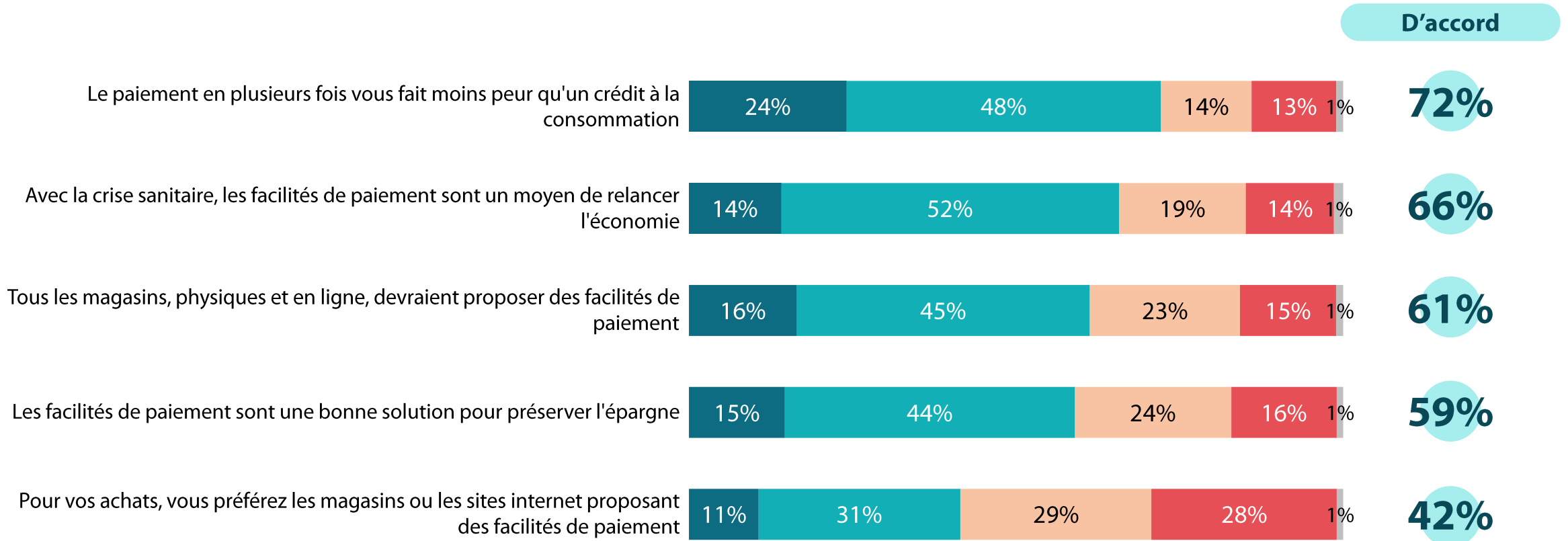


# Les opinions relatives aux facilités de paiement



1073 personnes

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant les facilités de paiement (paiement en plusieurs fois, en différé ou grâce à un crédit à la consommation) ?



● Tout à fait d'accord  
 ● Plutôt d'accord  
 ● Plutôt pas d'accord  
 ● Pas du tout d'accord  
 ● NSP



# La perception du paiement dématérialisé



1073 personnes

Q. Et partagez-vous ou non ces opinions sur les paiements dématérialisés ?

Oui

Les paiements dématérialisés (CB sans contact, ApplePay, Lydia ...) sont devenus une habitude au quotidien pour vous



62%

Avec les paiements dématérialisés (CB sans contact, ApplePay, Lydia ...), on perd la valeur de l'argent



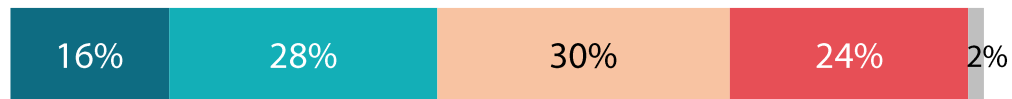
54%

Les relevés instantanés des paiements dématérialisés grâce à son mobile (ApplePay, Paylib) via des notifications sur Smartphone sont plus utiles pour suivre ses dépenses que des relevés mensuels



47%

Avec les paiements dématérialisés (CB sans contact, ApplePay, Lydia ...), vous avez le sentiment de moins bien contrôler vos dépenses



44%

● Oui, tout à fait    
 ● Oui, plutôt    
 ● Non, plutôt pas    
 ● Non, pas du tout    
 ● NSP



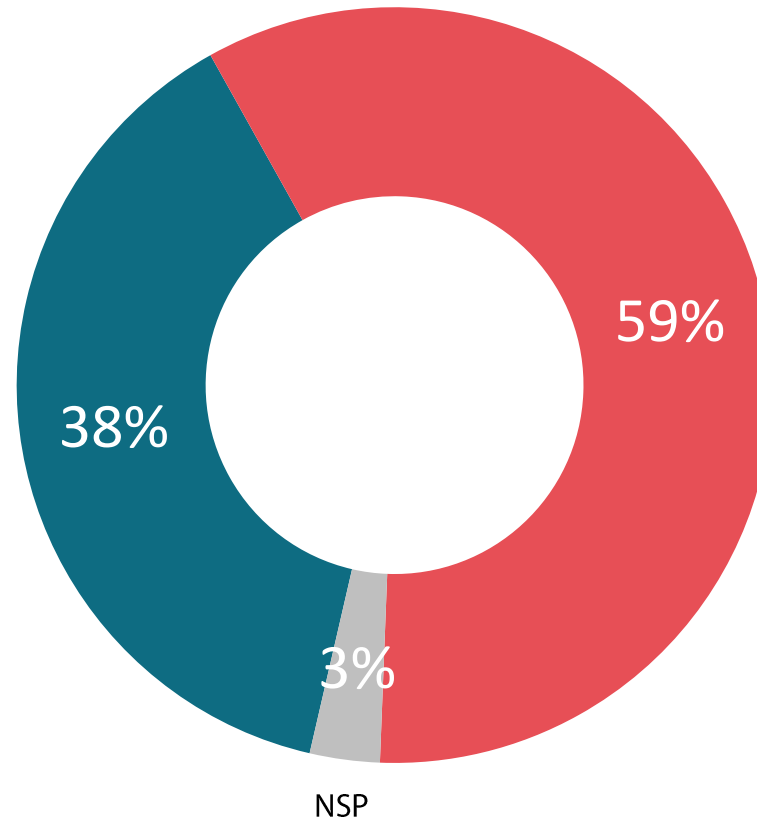
# L'impact des nouveaux modes de paiement sur l'environnement



1073 personnes

Q. Au final, pour vous, les nouveaux modes de paiement (facilités de paiement, paiements dématérialisés...) ont-ils plutôt tendance à avoir un impact positif sur l'environnement, en favorisant des pratiques plus responsables ou un impact négatif sur l'environnement, en facilitant, incitant à la sur-consommation ?

Un impact positif pour l'environnement, en favorisant des pratiques plus responsables



Un impact négatif pour l'environnement, incitant à la sur-consommation



# 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](http://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

Votre contact

**Eléonore Quarré**

Directrice d'études  
Département Opinion

Tel: 01 81 81 83 00

[equarre@opinion-way.com](mailto:equarre@opinion-way.com)