

Massy, le 11 mai 2026



## **Mariage : 1 Français sur 2 de moins de 35 ans pourrait confier une partie de l'organisation de sa célébration à l'IA**

**Le mariage conserve dans l'imaginaire collectif une place singulière. Aujourd'hui 42% des Français envisagent de se marier un jour tandis que 29% s'orientent vers le PACS. Quelle que soit la forme d'union choisie, 37% des Français se disent prêts à s'appuyer sur l'intelligence artificielle pour piloter l'organisation de cet événement.**

### **Célébrer sans se ruiner : des stratégies de plus en plus assumées**

Avec un budget moyen fixé à 150 euros par invité pour un mariage et 118 euros par invité pour un PACS, les Français font des arbitrages concrets pour optimiser leurs dépenses. Ils privilégient des formats plus simples avec une fête plus minimaliste (69% +4 pts vs 2024), ils réduisent le budget fleurs (55%), via des alternatives comme les fleurs séchées ou en papier, ils sont prêts à louer leur tenue (50% pour les hommes, 47% pour les femmes), voire avoir recours à des tenues de seconde main (43% pour un costume et 44% pour la robe de mariée).

Outre ces arbitrages, les Français sont prêts à s'appuyer sur des outils comme l'intelligence artificielle qui est vue comme un moyen potentiel de faire des économies par 40% des Français. A l'inverse, les réseaux sociaux incitent à dépenser plus selon 6 Français sur 10.

### **L'intelligence artificielle s'installe comme un nouvel outil d'aide à l'organisation**

37% des Français qui envisagent de se marier ou de se pacser pourrait solliciter l'IA pour piloter l'organisation de leur célébration. Les moins de 35 ans sont les plus convaincus par l'usage de l'IA : un sur deux pourrait confier une partie de l'organisation de sa fête (contre 31% chez les 50 ans et plus).

Cet outil s'invite aussi dans les dimensions plus personnelles de l'événement, notamment pour la rédaction des discours ou des vœux (39%). Il séduit tout particulièrement les jeunes hommes de moins de 35 ans, parmi lesquels 54 % déclarent y recourir.

*« Organiser un mariage ou un PACS demande du temps, de l'énergie et un budget parfois conséquent. Alors que l'usage de l'intelligence artificielle prend de l'ampleur dans le quotidien des Français, il n'est pas surprenant*

*de la voir utilisée dans de nouveaux domaines comme celui du mariage, allant jusqu'à jouer le rôle de wedding planner pour ceux qui n'ont pas les moyens d'y faire appel. Nous devrions observer dans les prochaines années l'émergence de nouveaux outils basés sur l'IA pour accompagner les couples dans ce moment de vie. »*

**Franck ONIGA, Directeur général de Sofinco**

*Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante : « Le Sofinscope – Baromètre OpinionWay pour Sofinco ».*

## Contact Presse Sofinco

presse@ca-pfm.com

+33 (0)6 80 41 17 77

### **À propos du Sofinscope**

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque commerciale de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility en France. Destiné à sonder les Français sur leurs habitudes de consommation et à mieux les comprendre, ce baromètre qui s'inscrit dans le quotidien des Français est réalisé par OpinionWay pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 045 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. Les interviews ont été réalisées du 1<sup>er</sup> au 2 avril 2026 par questionnaire autoadministré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site [Sofinscope : le baromètre qui vous donne un temps d'avance sur la consommation](#)

### **À propos de Sofinco**

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility. Spécialiste du financement personnel, elle accompagne depuis plus de 70 ans les Français dans la transition vers une consommation plus responsable via une gamme étendue de solutions de financement et de services associés proposée en vente directe ou via ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels). Il accompagne également les Français dans leur parcours de rénovation énergétique du logement ou dans l'adaptation de ce dernier au bien vieillir.

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