



Etude

POUVOIR D'ACHAT : L'OPTIMISME DES JEUNES ATTEINT UN NIVEAU RECORD

CONSULTEZ NOTRE
ÉTUDE COMPLÈTE

[Bonial](#) (Axel Springer), entreprise de médias et technologies pour le commerce, annonce les résultats de la 11^{ème} édition du baromètre “Du pouvoir d’achat au vouloir d’achat”, menée par OpinionWay. Bien que l’inflation soit passée sous la barre des 2%, la perception de celle-ci reste élevée : les Français estiment que les prix ont augmenté de 17% au global en un an. Leur optimisme concernant le pouvoir d’achat, surtout chez les jeunes, a atteint un niveau record depuis le début du baromètre. Pourtant, le sondage illustre un sentiment d’inquiétude reparti à la hausse (+5 pts vs. juin 2024). De ce fait, les Français sont plus nombreux à envisager de faire évoluer leurs comportements d’achats pour préserver leur budget et leur capacité à se faire plaisir.

Optimisme : un écart marqué entre générations

Bien que l’état d’esprit des Français concernant leur pouvoir d’achat demeure majoritairement négatif (76%, +3 points par rapport à juin 2024), il représente néanmoins l’un des scores les plus bas enregistrés depuis mars 2022. En revanche, la proportion de ceux dont l’état d’esprit est positif reste stable (**36%**) et s’établit au niveau le plus haut depuis le début du baromètre.

On observe une grande disparité entre les jeunes et les personnes âgées : 48% des moins de 35 ans soulignent au moins un aspect positif, un **bond de 16 points** par rapport à la vague précédente. A l’inverse, l’optimisme diminue parmi les plus de 50 ans, avec seulement 34% affichant un état d’esprit positif, en baisse de 4 points depuis juin 2024.

Une inflation perçue plus élevée que les chiffres de l'INSEE

3 Français sur 4 estiment encore que les prix augmentent, particulièrement pour les achats contraints (74%). L'inflation est perçue comme très forte pour les achats alimentaires (72%) ainsi que les achats non-alimentaire (67%).

Les Français estiment l'augmentation des prix à +17% au global depuis un an. C'est pour les dépenses énergétiques qu'ils ressentent la plus forte inflation (+22%), suivies des produits alimentaires (+18%). Les vacances et loisirs affichent +18% et les produits non-alimentaires de +15%. Enfin, la hausse des prix sur les soins de santé est légèrement moins marquée, même si elle reste forte (+14%).

Une perception qui entraîne un ajustement des comportements pour économiser

74% des Français envisagent de faire évoluer leurs comportements d'achat, soit une augmentation de 5% par rapport à juin dernier. Une attention particulière est portée en cette rentrée, période souvent marquée par des dépenses plus importantes ([Consulter le communiqué de presse "Rentrée"](#)). Dans ce contexte, les Français se montrent plus que jamais attentifs aux prix (33%, =) et aux promotions (31%, +2 points), ainsi qu'à une réduction de leur consommation d'énergie (gaz, électricité...).

Le pouvoir d'achat de 3 français sur 4 leur permet de financer leurs dépenses jusqu'à la fin du mois

Cette vague du baromètre confirme que la pression de l'inflation s'allège et que les Français récupèrent davantage de marge de manœuvre sur leurs dépenses. Tous les indicateurs sont en progression et atteignent, pour la première fois en deux ans, leur plus haut niveau depuis le lancement du baromètre. Par rapport à juin 2024, une proportion plus importante de Français se disent capables de financer leurs dépenses jusqu'à la fin du mois (72%, +3 points), de vivre décemment (69%, +5 points), de partir en vacances (58%, +4 points), de faire plaisir à leurs proches (57%, +2 points) ou d'épargner (48%, +4 points).

Méthodologie

Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 1010 personnes. 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 31 juillet au 2 août 2024.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « **Sondage OpinionWay pour Bonial** » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 7 69 20 93 87

Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter [notre site internet](#).

