



Villeneuve d'Ascq
Le 13 septembre 2022

Baromètre du pouvoir d'achat Cofidis / CSA Research
11e édition

510 € : la somme manquant chaque mois aux Français pour vivre convenablement atteint un record en 2022

C'est dans un contexte marqué par l'inflation que s'inscrit ce 11^e Baromètre du pouvoir d'achat Cofidis, réalisé en collaboration avec CSA Research. Chaque année, ces résultats décryptent l'évolution du pouvoir d'achat des Français, mais aussi le regard qu'ils portent sur leur situation financière et l'évolution de celle-ci.

CHIFFRES-CLÉS DU BAROMÈTRE

- **510€** : somme moyenne manquant chaque mois aux Français pour vivre convenablement (+43€ vs. 2021). Un montant jamais atteint depuis 2014, année de création de cet item dans le Baromètre
- Pour **54% des Français**, le pouvoir d'achat est leur principale préoccupation
- **Deux tiers des Français (66%)** pensent que leur pouvoir d'achat va diminuer au cours des 12 prochains mois (+29 pts vs. 2021)
- **82% des Français** constatent une hausse des prix de l'alimentation (+12 pts vs. 2021), **80%** des prix de l'énergie (+8 pts) et **64%** des prix des transports (+21 pts)
- Au cours des 10 dernières années, **68% des Français** pensent que leur pouvoir d'achat a diminué (+18 pts vs. 2021) et **53%** trouvent que leur qualité de vie s'est détériorée (+ 14 pts)
- **59% des Français** ont réduit leurs dépenses non essentielles au cours des 12 derniers mois, pour faire face à l'inflation
- **Plus d'un tiers des Français (35%)** déclarent avoir un crédit à la consommation en cours.

Le pouvoir d'achat, une préoccupation d'aujourd'hui et de demain

Dans un contexte où l'inflation ne cesse d'augmenter, l'inquiétude des Français vis-à-vis de leur pouvoir d'achat atteint un niveau exceptionnel : au cours de l'année écoulée, **le pouvoir d'achat est devenu la préoccupation numéro 1 pour une majorité de Français (54%)**.



Arrivent ensuite la santé (34%) et l'environnement (27%). Un top 3 en évolution par rapport à l'édition 2021 du Baromètre, où l'on retrouvait la santé en principale préoccupation des Français (37%), suivie par le pouvoir d'achat (32%) et l'insécurité (30%).

Donnée notable de cette 11e édition, **le clivage social quant au pouvoir d'achat n'existe plus : même chez les catégories socioprofessionnelles les plus aisées, le pouvoir d'achat est aujourd'hui la principale préoccupation** : 55% des catégories aisées et 42% des catégories à hauts revenus sont avant tout préoccupées par leur pouvoir d'achat. En 2021, elles plaçaient toutes deux la santé en tête de leurs inquiétudes, suivie par l'insécurité et l'environnement.

Autre illustration de la dégradation de la situation financière des Français, plus de deux tiers (68%) pensent que leur pouvoir d'achat a diminué au cours des dix dernières années (+18 pts vs. 2021) et une majorité (53%) estiment que leur qualité de vie s'est détériorée (+14 pts). Et d'après eux, **la situation ne s'améliorera pas lors de l'année à venir**. Deux tiers (66%) des Français pensent que leur pouvoir d'achat va diminuer au cours des 12 prochains mois : un résultat en hausse de 29 points par rapport à 2021 et qui illustre le pessimisme de la population face à la situation économique.

S'ils avaient plus d'argent, les Français ne l'utiliseraient pas pour se faire plaisir

Derrière ce constat, c'est sans surprise que 76% des Français jugent l'inflation responsable de la baisse de leur pouvoir d'achat. **Les hausses de prix concernent d'ailleurs tous les postes de dépenses** : plus de 8 Français sur 10 (82%) les constatent sur leurs courses alimentaires (+12 pts vs. 2021), 80% sur leurs factures d'énergie (+8 pts) et 64% sur leurs dépenses liées aux transports (+21 pts).

Autre signe de la profondeur de cette crise, **la somme manquant aux Français chaque mois pour vivre convenablement est encore en hausse** par rapport à l'édition précédente de cette enquête. Cette année, elle est de 510€ (soit une hausse de +43€ par rapport à 2021), un record depuis la création du Baromètre du pouvoir d'achat Cofidis. S'ils disposaient de cette somme, les Français ne s'offriraient pas pour autant des achats "plaisirs", mais l'utiliseraient avant tout pour des dépenses essentielles telles que l'alimentation (53%) ou encore l'énergie (29%).

Moins de projets et la quête de prix plus bas

Parce qu'ils ont vu leur pouvoir d'achat diminuer, **les Français ont mis en place des stratégies financières spécifiques**. De fait, au cours des 12 derniers mois, ils sont 59% à avoir réduit leurs dépenses non essentielles et 58% à avoir cherché des prix bas et des astuces pour dépenser le moins possible.

Des restrictions qui touchent certes leurs achats du quotidien, mais pas que : 30% des Français tendent à repousser les projets qu'ils avaient (travaux, déménagement, événements). Si 55% des Français prévoient toutefois d'entreprendre un projet nécessitant des dépenses importantes (-6 pts vs. 2021), une large partie d'entre eux (41%) n'est pas persuadée de le réaliser. Malgré tout, plus d'un Français sur deux (58%) prévoyant de réaliser



des projets compte les financer grâce à leur épargne, 26% par un crédit à la consommation, et 22% par le paiement en 3 fois sans frais. D'ailleurs, plus d'un tiers des Français (35%) déclarent avoir un crédit à la consommation en cours, un chiffre stable par rapport aux années précédentes.

Même s'ils se serrent la ceinture chaque mois, **les Français n'ont pas plus recours au découvert bancaire pour faire face à la flambée des prix** : le nombre de Français se déclarant en découvert bancaire au moins une fois par an stagne à 38%. Mais le montant de ces découverts augmente : cette année, il est d'en moyenne 368€ par personne, contre 316€ en 2021. Par ailleurs, plus d'un tiers des Français (35%) déclarent avoir un crédit à la consommation en cours, soit +3 points par rapport à 2021.

Mathieu Escarpit, Directeur Marketing chez Cofidis France : *“Cette année, le contexte économique est venu perturber fortement le quotidien des Français et leurs habitudes de consommation. Cela se ressent dans la 11e édition de notre Baromètre, dont les résultats sont particulièrement forts et significatifs. Le pessimisme des Français face à la gravité de la situation se fait sentir à bien des égards : ils repoussent leurs projets, se restreignent dans leurs achats du quotidien et tentent de trouver des solutions pour alléger l'impact de l'inflation. C'est dans ce contexte que le crédit à la consommation peut apporter une réponse pour aider les Français : pour 32% d'entre eux, le crédit est une solution de secours, pour 27%, il permet aussi de financer leurs projets sans avoir à se restreindre.”*

Pour en savoir plus, [cliquez ici](#)

Contact presse - Agence Babylone

Mélanie Godin - 06 47 89 61 92 - melanie.godin@agencebabel.com

Méthodologie de l'enquête :

Échantillon de 1007 Français, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Échantillon auto-administré en ligne du 04 au 11 juillet 2022, 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 près 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 & 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