

Une étude



pour

oney

## Perspectives de dépenses pour la fin de l'année

*Quelles sont les intentions d'achats envisagées par les Français pour cette fin d'année 2021 ? Quel budget les parents estiment-ils pour cette rentrée ?*

**Août 2021**

---

**Magalie Gérard**, Directrice adjointe du Département Politique – Opinion  
**Gaspard Lancrey-Javal**, Directeur d'études au Département Politique – Opinion  
**Anaïs Prunier**, Chargée d'études au Département Politique – Opinion



# Sommaire

<b>Méthodologie d'enquête</b>	<b>P.3</b>
<b>Evolution anticipée des prix pour les 12 prochains mois</b>	<b>P.5</b>
<b>Intention d'achat pour le second semestre de l'année 2021</b>	<b>P.8</b>
<b>Intention de recours aux différents moyens de paiement</b>	<b>P.11</b>
<b>Budget des parents concernant la rentrée scolaire de 2021</b>	<b>P.15</b>
<b>Appétences pour diverses fonctionnalités de gestion du budget</b>	<b>P.19</b>

# Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **10** au **12 août** 2021.



Échantillon de **1 097** personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe**, **âge**, **catégorie socioprofessionnelle** et **région** de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

# Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4



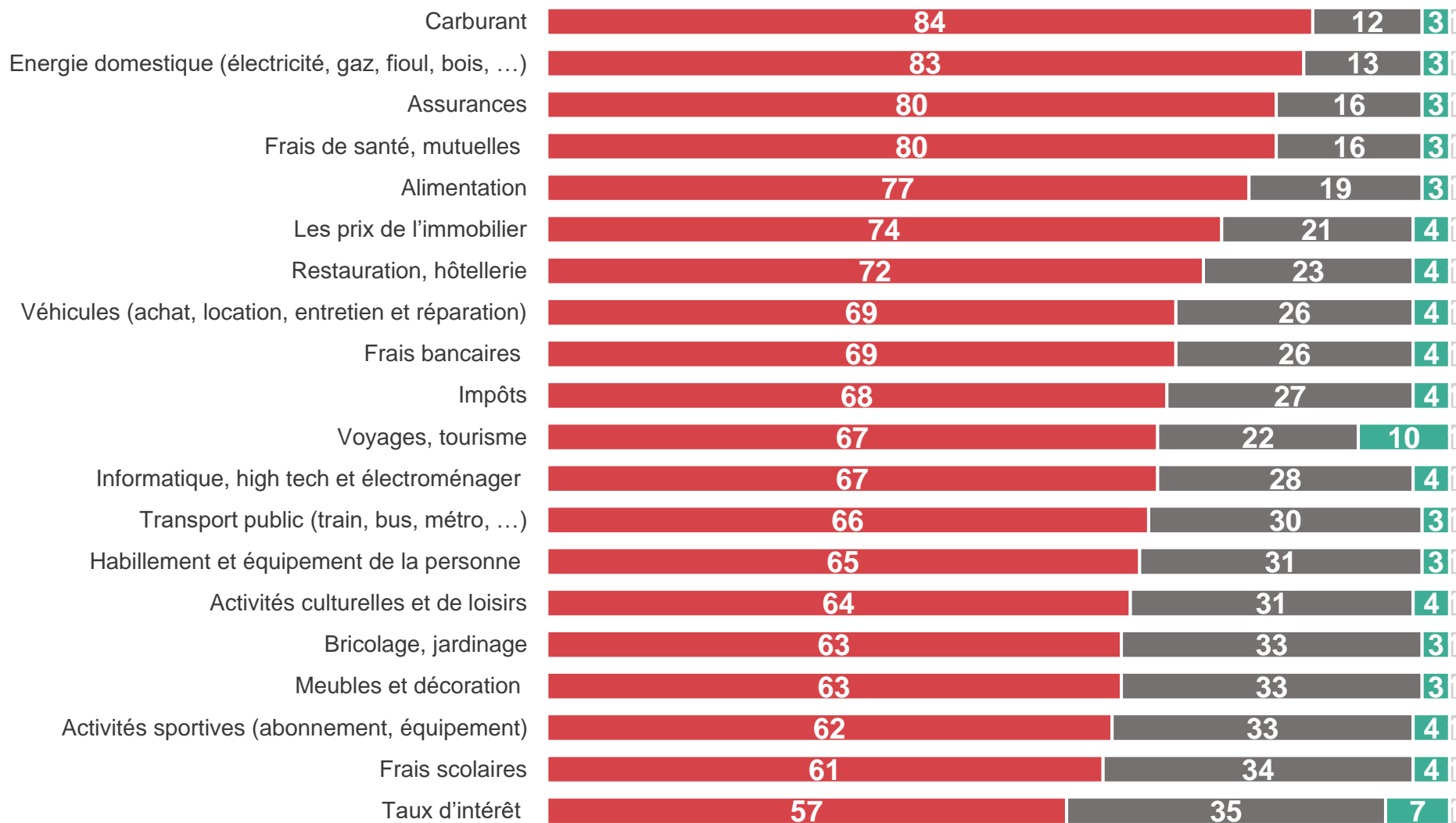
# Evolution anticipée des prix pour les 12 prochains mois



## Pour les 12 prochains mois, les Français se montrent très pessimistes sur l'évolution des prix : dans tous les domaines, ils anticipent une augmentation, particulièrement en ce qui concerne les énergies (carburant, énergie domestique), les assurances et les frais de santé

Selon vous, au cours des 12 mois à venir, les prix dans chacune des différentes catégories de produits ou services suivantes vont-ils augmenter, rester stables ou diminuer ?

- À tous, en % -



## En terme d'intensité, les Français estiment néanmoins que ces hausses de prix seront modérées, sauf peut-être concernant les énergies : 45% des Français estiment que les prix du carburant vont « beaucoup » augmenter (et 46% pour l'énergie domestique)

Selon vous, au cours des 12 mois à venir, les prix dans chacune des différentes catégories de produits ou services suivantes vont-ils augmenter, rester stables ou diminuer ?

- À tous, en % -

	ST Les prix vont augmenter au cours des 12 prochains mois	Les prix vont beaucoup augmenter	Les prix vont un peu augmenter	ST Les prix vont rester stables au cours des 12 prochains mois	ST Les prix vont diminuer au cours des 12 prochains mois	Les prix vont beaucoup diminuer	Les prix vont un peu diminuer	Ne se prononce pas
Carburant	84	45	39	12	3	2	1	1
Energie domestique	83	46	37	13	3	2	1	1
Assurances	80	38	42	16	3	2	1	1
Frais de santé, mutuelles	80	36	44	16	3	1	2	1
Alimentation	77	32	45	19	3	2	1	1
Les prix de l'immobilier	74	33	41	21	4	3	1	1
Restauration, hôtellerie	72	26	46	23	4	3	1	1
Véhicules	69	28	41	26	4	3	1	1
Frais bancaires	69	26	43	26	4	3	1	1
Impôts	68	31	37	27	4	3	1	1
Voyages, tourisme	67	29	38	22	10	7	3	1
Informatique, high tech et électroménager	67	27	40	28	4	3	1	1
Transport public	66	23	43	30	3	2	1	1
Habillement et équipement de la personne	65	21	44	31	3	2	1	1
Activités culturelles et de loisirs	64	23	41	31	4	3	1	1
Bricolage, jardinage	63	23	40	33	3	2	1	1
Meubles et décoration	63	22	41	33	3	2	1	1
Activités sportives	62	21	41	33	4	3	1	1
Frais scolaires	61	21	40	34	4	2	2	1
Taux d'intérêt	57	23	34	35	7	5	2	1 7



# Intention d'achat pour le second semestre de l'année 2021



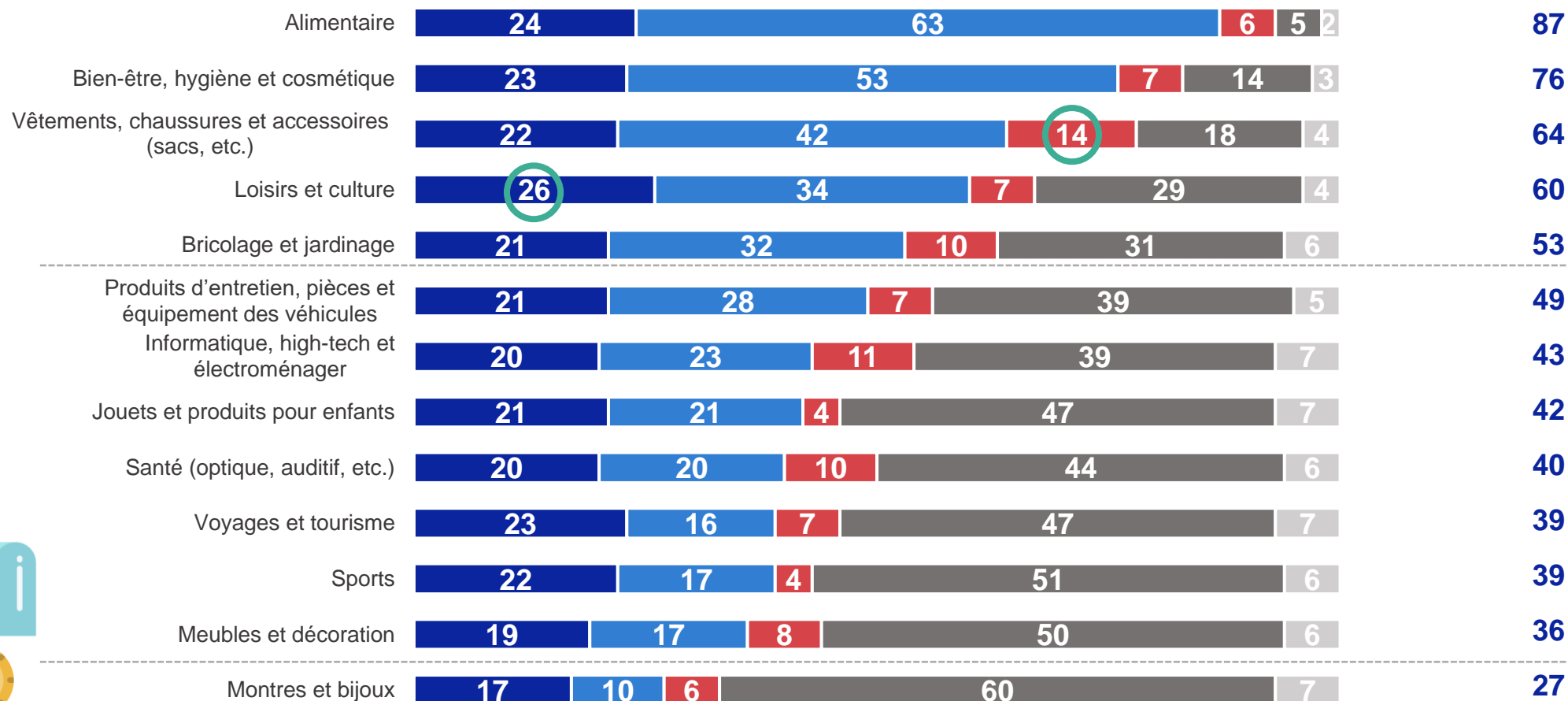


## Par rapport au début d'année 2021, les intentions de dépenses déclarées par les Français se révèlent assez stables, avec un mouvement plus positif en faveur des loisirs et de la culture, secteur impacté depuis le début de la crise liée au Covid-19

Et d'ici la fin de l'année 2021, comptez-vous acheter plus, autant ou moins de produits ou services que depuis le début de l'année, dans chacune des catégories suivantes ?

- À tous, en % -

En achètera au moins autant que depuis le début de l'année



- Plus que depuis le début de l'année
- Autant que depuis le début de l'année
- Moins que début de l'année
- Ne compte pas en acheter, comme l'an dernier
- Ne se prononce pas



## Dans le détail, les intentions d'achat des Français s'avèrent relativement stables pour la fin de l'année : même lorsqu'il y a une augmentation déclarée, celle-ci reste modérée

Et d'ici la fin de l'année 2021, comptez-vous acheter plus, autant ou moins de produits ou services que depuis le début de l'année, dans chacune des catégories suivantes ?

- À tous, en % -	<b>ST En achètera plus que depuis le début de l'année</b>	Beaucoup plus que depuis le début de l'année	Un peu plus que depuis le début de l'année	<b>ST En achètera autant que depuis le début de l'année</b>	<b>ST Achètera moins que depuis le début de l'année</b>	Un peu moins que depuis le début de l'année	Beaucoup moins que depuis le début de l'année	ST N'en achètera pas comme depuis le début de l'année	Ne se prononce pas
Alimentaire	24	9	15	63	6	4	2	5	2
Bien-être, hygiène et cosmétique	23	8	15	53	7	5	2	14	3
Vêtements, chaussures et accessoires (sacs, etc.)	22	8	14	42	14	10	4	18	4
Loisirs et culture	26	9	17	34	7	5	2	29	4
Bricolage et jardinage	21	7	14	32	10	7	3	31	6
Produits d'entretien, pièces et équipement des véhicules	21	8	13	28	7	5	2	39	5
Informatique, high-tech et électroménager	20	6	14	23	11	7	4	39	7
Jouets et produits pour enfants	21	8	13	21	4	3	1	47	7
Santé (optique, auditif, etc.)	20	7	13	20	10	6	4	44	6
Voyages et tourisme	23	8	15	16	7	4	3	47	7
Sports	22	8	14	17	4	3	1	51	6
Meubles et décoration	19	7	12	17	8	5	3	50	6
Montres et bijoux	17	7	10	10	6	4	2	60	7



## Intention de recours aux différents moyens de paiement



## Pour ceux ayant réalisé des achats dans chaque catégorie début 2021, le paiement comptant reste la solution de paiement privilégiée toutes catégories d'achats confondues, avec un recours au paiement en plusieurs fois plus fréquent pour les achats de produits d'informatique/d'électroménager

Plus précisément, concernant vos achats depuis le début de l'année 2021, comment les avez-vous réglés pour chacune des catégories suivantes ?

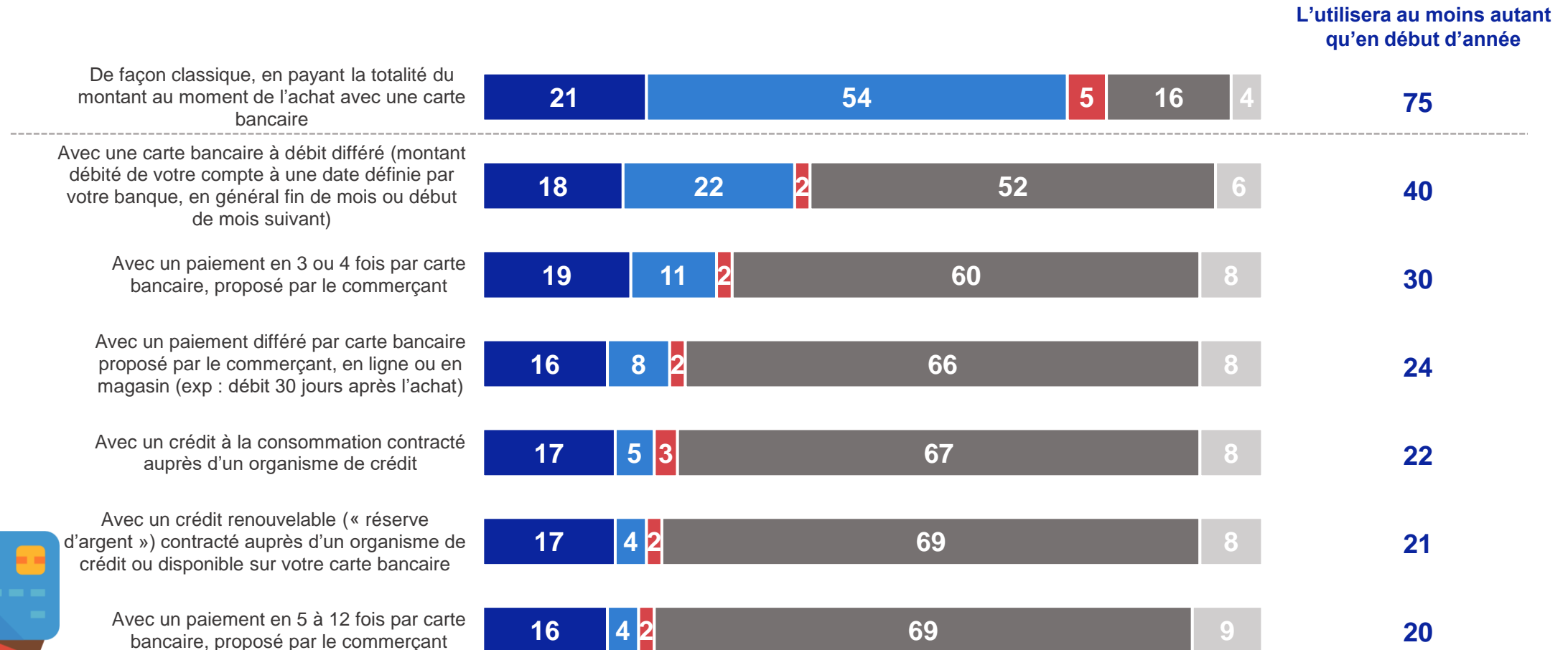
- À ceux ayant réalisé des achats en début 2021 dans chaque catégorie, en % -

	De façon classique, en payant la totalité du montant au moment de l'achat	Avec une carte bancaire à débit différé (montant débité de votre compte en fin de mois)	Avec un paiement différé proposé par le commerçant (exp : 30 jours après)	Avec un paiement en 3 ou 4 fois par carte bancaire, proposé par le commerçant	Avec un paiement en 5 à 12 fois par carte bancaire, proposé par le commerçant	Avec un crédit à la consommation contracté auprès d'un organisme de crédit	Avec un crédit renouvelable (« réserve d'argent ») contracté auprès d'un organisme de crédit ou disponible sur votre carte bancaire	Ne se prononce pas
Alimentaire	76	21	3	2	1	1	-	1
Bien-être, hygiène et cosmétique	74	20	4	3	1	1	1	1
Vêtements, chaussures et accessoires (sacs, etc.)	74	22	5	3	1	1	-	-
Loisirs et culture	71	22	5	4	1	1	1	1
Jouets et produits pour enfants	70	22	5	4	2	1	1	1
Bricolage et jardinage	70	23	5	4	1	-	-	1
Produits d'entretien, pièces et équipement des véhicules	67	23	6	4	2	1	1	1
Sports	66	22	6	4	2	2	1	2
Santé (optique, auditif, etc.)	65	21	7	7	3	1	1	2
Meubles et décoration	65	23	6	7	2	2	3	-
Montres et bijoux	63	19	11	7	2	1	1	2
Voyages et tourisme	60	26	8	7	3	3	1	1
Informatique, high-tech et électroménager	59	24	7	12	3	2	2	1

## Pour ce second semestre, le paiement comptant restera la solution de paiement privilégiée par les Français ... même si les autres solutions de paiement seront davantage envisagées par près de 2 Français sur 10

Et d'ici la fin de l'année 2021, de façon générale, comptez-vous utiliser chacune des solutions de paiement suivantes plus, autant ou moins que depuis le début d'année 2021 ?

- À tous, en % -



- Plus qu'en début d'année
- Autant qu'en début d'année
- Moins qu'en début d'année
- Ne comptent pas l'utiliser, comme en début d'année
- Ne se prononce pas



## Parmi les Français ayant l'intention de davantage utiliser différentes solutions de paiement, l'augmentation reste mesurée : ceux qui comptent les utiliser « beaucoup plus » sont moins nombreux que ceux qui comptent les utiliser seulement « un peu plus »

Et d'ici la fin de l'année 2021, de façon générale, comptez-vous utiliser chacune des solutions de paiement suivantes plus, autant ou moins que depuis le début d'année 2021 ?

- À tous, en % -

	ST L'utilisera plus que depuis le début de l'année	Beaucoup plus que depuis le début de l'année	Un peu plus que depuis le début de l'année	ST L'utilisera autant que depuis le début de l'année	ST L'utilisera moins que depuis le début de l'année	Un peu moins que depuis le début de l'année	Beaucoup moins que depuis le début de l'année	ST Ne l'utilisera pas, comme depuis le début de l'année	Ne se prononce pas
De façon classique, en payant la totalité du montant au moment de l'achat avec une carte bancaire	21	10	11	54	5	3	2	16	4
Avec une carte bancaire à débit différé (montant débité de votre compte à une date définie par votre banque, en général fin de mois ou début de mois suivant)	18	7	11	22	2	1	1	52	6
Avec un paiement en 3 ou 4 fois par carte bancaire, proposé par le commerçant	19	7	12	11	2	2	-	60	8
Avec un paiement différé par carte bancaire proposé par le commerçant, en ligne ou en magasin (exp : débit 30 jours après l'achat)	16	7	9	8	2	1	1	66	8
Avec un crédit à la consommation contracté auprès d'un organisme de crédit	17	7	10	5	3	2	1	67	8
Avec un crédit renouvelable (« réserve d'argent ») contracté auprès d'un organisme de crédit ou disponible sur votre carte bancaire	17	7	10	4	2	1	1	69	8
Avec un paiement en 5 à 12 fois par carte bancaire, proposé par le commerçant	16	7	9	4	2	1	1	69	9



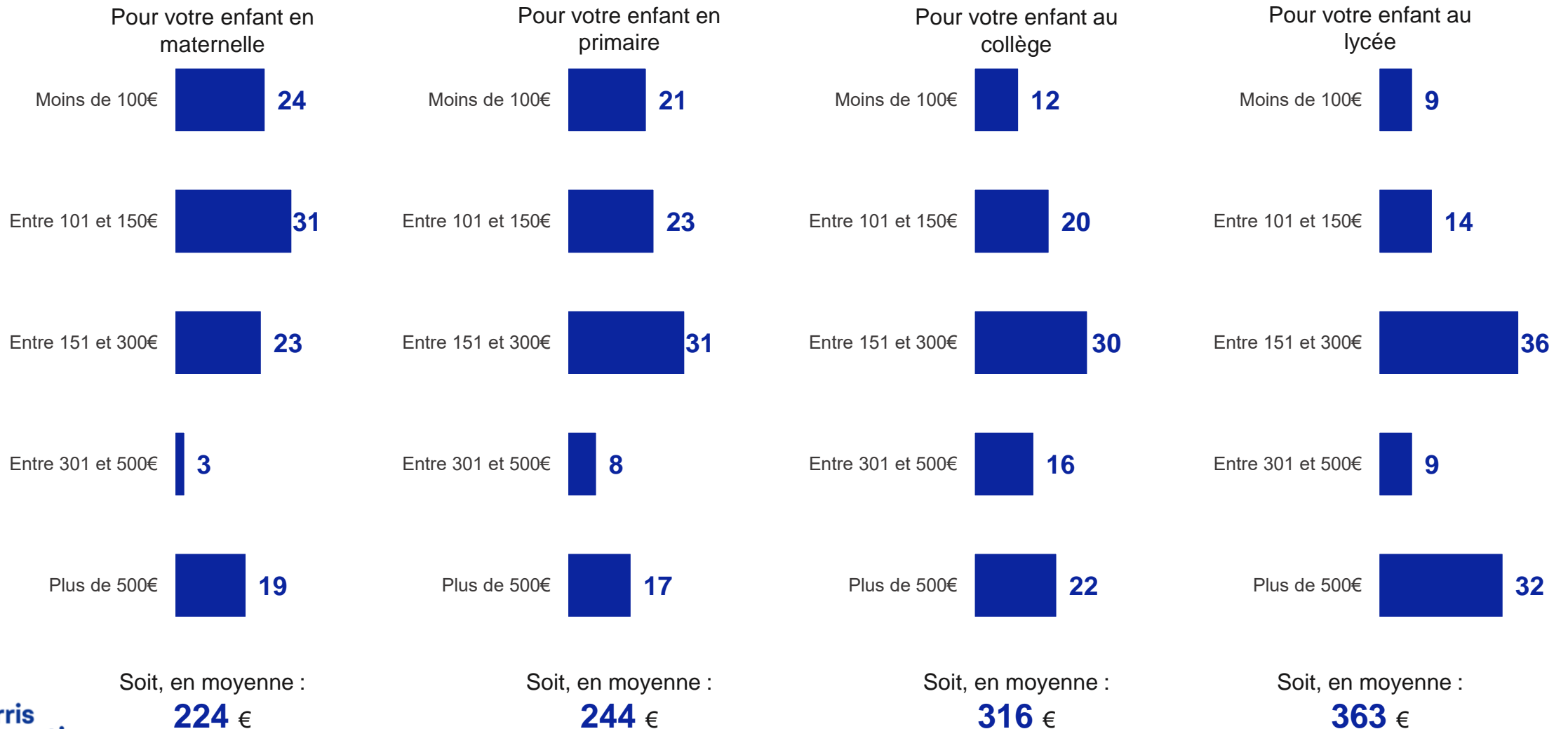
# Budget des parents concernant la rentrée scolaire de 2021



## Le budget estimé des parents pour la rentrée scolaire de 2021 est en moyenne plus élevé pour des enfants étudiants au secondaire que pour des enfants du primaire

Quel budget avez-vous prévu pour la rentrée scolaire de 2021, en comprenant toutes les dépenses que vous allez effectuer pour votre enfant : école, fournitures, service de restauration et de garderie, etc. ? *Si vous avez plusieurs enfants dans chacune des sections suivantes, merci d'indiquer les dépenses que vous allez effectuer pour un seul enfant.*

- Aux parents ayant des enfants dans chacun de ces niveaux scolaires, en % -

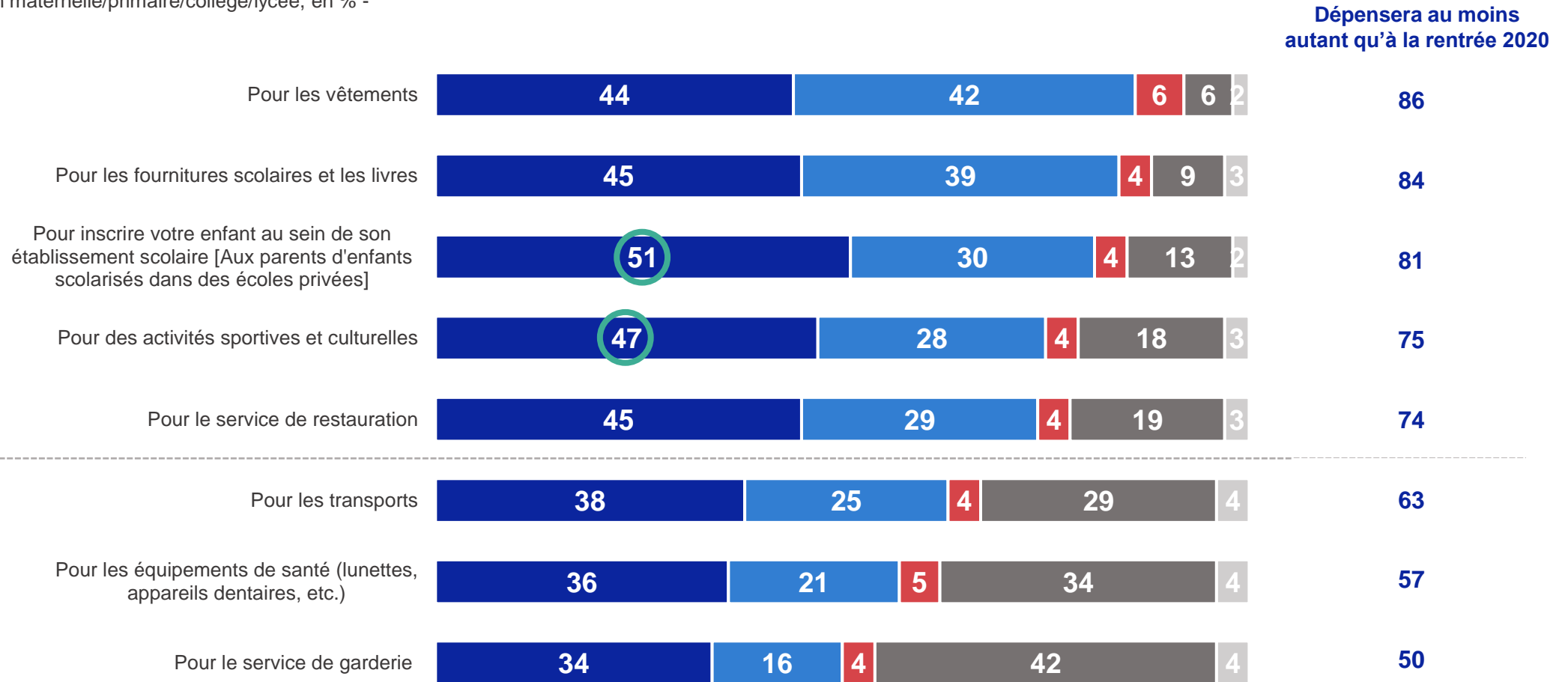




## De façon générale, les parents d'enfants estiment que leurs dépenses de rentrée 2021, par rapport à la rentrée 2020, vont augmenter. Tout particulièrement pour les activités sportives et culturelles, ainsi que pour les frais d'inscription pour un établissement scolaire privé (pour ceux qui fréquentent un établissement privé)

Et concernant la rentrée scolaire de cette année (septembre 2021), comptez-vous dépensez plus, autant ou moins de produits ou services pour des produits ou services pour la rentrée 2020, dans chacune des catégories suivantes ?

- Aux parents ayant des enfants en maternelle/primaire/collège/lycée, en % -



- Plus qu'en 2020
- Autant qu'en 2020
- Moins qu'en 2020
- Ne compte pas dépenser, comme en 2020
- Ne se prononce pas

## C'est pour l'inscription dans un établissement scolaire privé que les parents anticipent le plus devoir « beaucoup » augmenter leurs dépenses, tandis que les augmentations restent mesurées sur les autres postes de dépenses

Et concernant la rentrée scolaire de cette année (septembre 2021), comptez-vous dépensez plus, autant ou moins de produits ou services pour des produits ou services pour la rentrée 2020, dans chacune des catégories suivantes ?

- Aux parents ayant des enfants en maternelle/primaire/collège/lycée, en % -

	ST Dépensera plus qu'en 2020	Beaucoup plus qu'en 2020	Un peu plus qu'en 2020	ST Dépensera autant qu'en 2020	ST Dépensera moins qu'en 2020	Un peu moins qu'en 2020	Beaucoup moins qu'en 2020	ST Ne dépensera pas d'ici la fin de l'année comme en 2020	Ne se prononce pas
Pour les vêtements	44	20	24	42	6	5	1	6	2
Pour les fournitures scolaires et les livres	45	22	23	39	4	3	1	9	3
Pour inscrire votre enfant au sein de son établissement scolaire [Aux parents d'enfants scolarisés dans des écoles privées]	51	28	23	30	4	3	1	13	2
Pour des activités sportives et culturelles	47	20	27	28	4	3	1	18	3
Pour le service de restauration	45	21	24	29	4	3	1	19	3
Pour les transports	38	19	19	25	4	3	1	29	4
Pour les équipements de santé (lunettes, appareils dentaires, etc.)	36	16	20	21	5	3	2	34	4
Pour le service de garderie	34	16	18	16	4	3	1	42	4



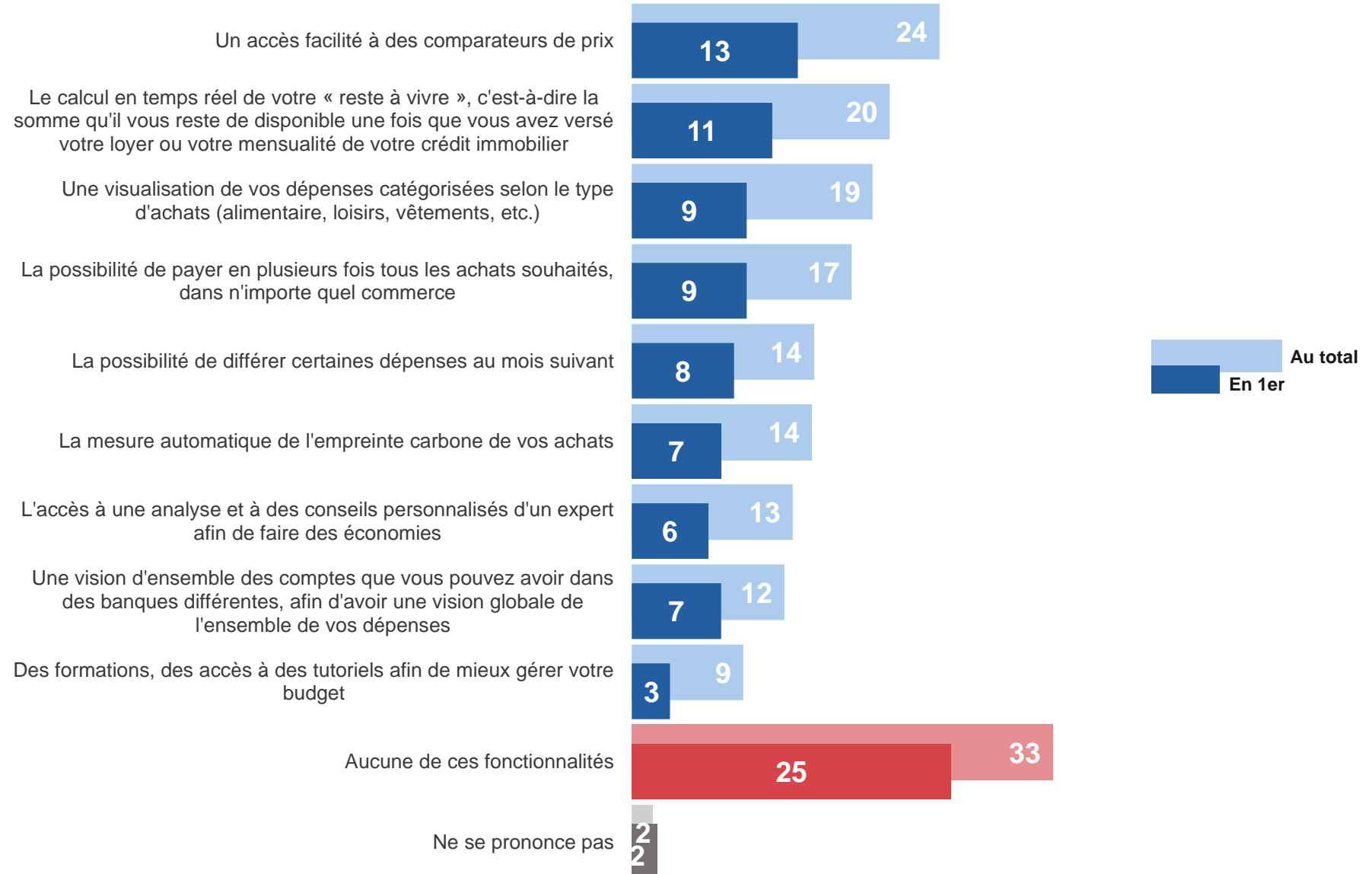
# Appétences pour diverses fonctionnalités de gestion du budget



## Parmi différentes fonctionnalités accessibles gratuitement ou presque, les Français expriment un intérêt très dispersé : l'option la plus attractive est l'accès facilité à des comparateurs de prix, devant le calcul en temps réel du « reste à vivre »

Voici différentes fonctionnalités auxquelles vous pourriez accéder gratuitement ou à un prix très faible, pour vous accompagner dans la gestion de votre budget au quotidien : par lesquelles seriez-vous le/la plus intéressé(e) ? En premier ? En second ?

- À tous, en % -



# Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

---

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



[www.harris-interactive.com](http://www.harris-interactive.com)



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

---

## Contact Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 66 – [jdlevy@harrisinteractive.fr](mailto:jdlevy@harrisinteractive.fr)