

Etude

POUVOIR D'ACHAT : L'ÉPARGNE EN TÊTE DES PRIORITÉS DES FRANÇAIS



CONSULTEZ NOTRE
ÉTUDE COMPLÈTE

Après avoir renoué avec les achats plaisir en fin d'année 2024, les Français abordent ce début d'année avec une attitude plus nuancée vis-à-vis de la consommation. Si les marges de manœuvre budgétaires se réduisent, l'épargne s'impose désormais comme une préoccupation grandissante, tant dans les comportements actuels que dans les projections budgétaires. Si les Français font preuve de prudence et continuent de percevoir un quotidien toujours coûteux, des signes d'un regain de moral commencent néanmoins à émerger.

Une épargne qui reprend de la vigueur

En mars 2025, **46% des Français déclarent pouvoir épargner**, une progression de 1 point par rapport à décembre et le niveau le plus élevé observé en mars depuis le lancement du baromètre. Avec plus d'investissements réels, l'épargne devient également la priorité n°1 en cas de hausse du pouvoir d'achat. Face à une hypothèse de +500 € mensuels, les Français alloueraient en moyenne 195 euros à l'épargne, devant les achats de nécessité (194 €) et les achats plaisir (111 €). C'est la **première fois en 3 ans qu'un budget hypothétique plus important est consacré à l'épargne** qu'aux dépenses contraintes.

Une amélioration légère mais inédite du moral

Ce regain de prudence n'empêche pas un frémissement positif du moral des Français : **33% déclarent un état d'esprit positif**, soit le niveau le plus élevé enregistré à cette période de l'année depuis le début de ce baromètre.

L'adjectif « serein » connaît la plus forte progression (+3 points), tout comme les sentiments de « confiance » et de « satisfaction ».

On note des différences de perception marquées selon le genre : les hommes sont davantage enclins à citer des qualificatifs positifs (39% contre 26%), tandis que les femmes sont plus nombreuses à se montrer pessimistes (79% contre 67%).

L'enthousiasme des jeunes de moins de 35 ans se confirme et s'intensifie : 44% d'entre eux citent au moins un qualificatif positif (+6 points par rapport à décembre 2024).

Sous le moral, la réalité des comptes : des marges de manoeuvre en recul

Malgré cette légère amélioration du moral, la quasi-totalité des marges de manoeuvre offertes par le pouvoir d'achat est en baisse par rapport à la vague précédente. 67% déclarent pouvoir financer leurs dépenses jusqu'à la fin du mois (-3 points) et 64% indiquent aujourd'hui pouvoir vivre décemment (-4 points). Plus marquant encore, la capacité à faire plaisir chute de 7 points. Ce poste de dépense, souvent sacrifié en période de contraintes économiques, illustre une tension toujours présente sur les budgets.

Inflation en transformation, pouvoir d'achat toujours en tension

L'inflation poursuit sa baisse réelle, et les Français commencent à en percevoir les effets : le niveau moyen d'inflation ressenti descend à 14% (-2 points). Pour autant, un décalage subsiste entre cette tendance globale et la pression toujours perçue sur certaines dépenses du quotidien.

Si le prix de l'énergie et des loisirs semble se stabiliser, les achats plaisir n'ont jamais paru aussi chers, atteignant leur plus haut niveau depuis 2023 (68%, +4 points). Les achats contraints restent largement perçus comme en hausse : 77% des Français le constatent, dont 43% estiment que les prix augmentent fortement. Même constat pour l'alimentaire : 75% observent une augmentation (+2 points).

Ce contraste dans la perception, entre un ralentissement global et une pression toujours forte sur certains postes de dépenses, pourrait contribuer à un sentiment de résignation ou d'adaptation déjà intégrée. Cela se traduit par un recul des intentions de modification d'achat à court terme, désormais à 67%, soit le score le plus bas depuis le début du baromètre.

Méthodologie

Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 1 057 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 26 au 27 février 2025.

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](#).

117 quai de Valmy, 75010 Paris - France
Bonial is an Axel Springer SE Company