

S'autoriser des dépenses exceptionnelles pour les fêtes de fin d'année devrait être moins difficile cette année... mais pas pour tout le monde

Marianne Bléhaut | Franck Lehuédé

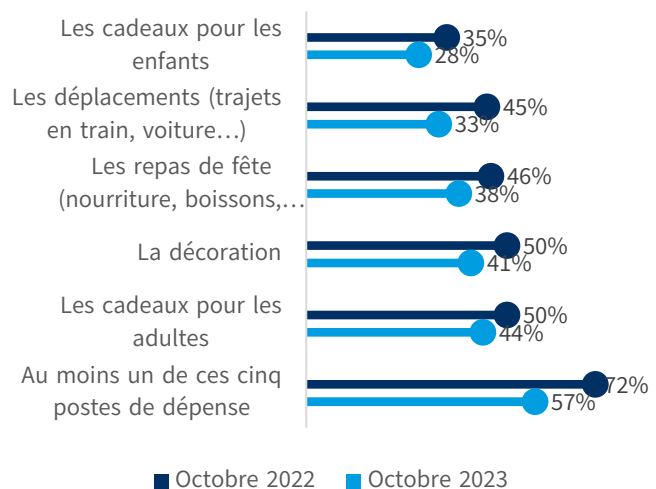
- Les fêtes de fin d'année représentent un moment particulier pour la consommation. Associées à des représentations festives, de générosité et de retrouvailles familiales, elles sont dans l'imaginaire collectif l'occasion de faire plaisir et de réaliser des dépenses exceptionnelles dans divers domaines comme les cadeaux, les repas de fête ou la décoration. Pour mieux comprendre comment les Français abordent cette période après deux années marquées par une forte inflation, le CRÉDOC a posé plusieurs questions relatives aux dépenses festives dans sa dernière enquête sur les « Conditions de Vie et les Aspirations des Français ».
- Par rapport à l'année dernière, on observe cet automne un certain recul des restrictions budgétaires envisagées pour la période des fêtes. Les dépenses de déplacement et des cadeaux pour les enfants sont les plus préservées, et les stratégies de descente en gamme ou en qualité sont plus souvent écartées. On constate, en moyenne, une baisse des contraintes économiques pour une majorité de ménages par rapport à l'année dernière.
- Ces améliorations ne sont toutefois pas perceptibles dans toutes les catégories de la population : les familles avec enfants, et particulièrement les familles monoparentales, ne voient pas leur situation s'améliorer aussi nettement que les autres. Elles abordent les fêtes en prévoyant de maintenir des contraintes plus importantes que la moyenne.

Moins de contraintes sur les dépenses festives cette année

En octobre 2023, 57 % des Français déclarent qu'ils envisagent de réduire leurs dépenses pour les fêtes de fin d'année par rapport à l'année dernière, sur au moins un des cinq postes suivants : les cadeaux pour les enfants, les cadeaux pour les adultes, les déplacements pour rejoindre la famille, les repas de fête ou la décoration. L'intention de réduire les dépenses concerne donc, globalement, une majorité de nos concitoyens, mais ces prévisions de restrictions budgétaires sont toutes en recul cette année par rapport à l'an dernier.

L'intention de réduire ses dépenses pour les fêtes de fin d'année reste globalement majoritaire, mais elle diminue cette année

Proportion d'individus envisageant de réduire leurs dépenses pour les fêtes de fin d'année par rapport à l'année dernière, par poste



Source : Enquête « Conditions de Vie et Aspirations des Français », vagues d'octobre 2022 et octobre 2023, CRÉDOC.

En moyenne, les intentions de réduire les dépenses liées aux fêtes de fin d'année sont passées en un an de 72 % à 57 %. Cette baisse de 15 points est significative, d'autant qu'elle est simultanée dans tous les postes envisagés.

Les dépenses liées aux déplacements sont le poste pour lequel la baisse des restrictions envisagées est la plus marquée : cette année, 44 % des Français envisagent de réduire leurs dépenses dans ce domaine par rapport à l'an dernier, contre 57 % un an plus tôt. Cette diminution importante peut s'expliquer par l'évolution de l'inflation : l'indice des prix à la consommation pour le secteur des transports s'élève, en glissement annuel, à 5,2 % en octobre 2023, contre 10,4 % en octobre 2022.

Les repas de fête semblent également faire l'objet d'une moindre contrainte qu'il y a un an : on

observe ici un recul des intentions de réduire les dépenses de 8 points.

Enfin, les cadeaux pour les enfants seront, une nouvelle fois, les mieux préservés : moins d'un tiers des Français envisagent de réduire ce poste. C'était déjà le budget le plus épargné l'an dernier et cette tendance se confirme cette année (-7 points d'intention de réduire les dépenses par rapport à 2022).

Même pour les postes au sujet desquels les Français sont les plus nombreux à envisager de faire attention, on note un relâchement : ainsi, 41% disent envisager de réduire leurs dépenses pour les décorations (-7 points), et 44 % envisagent de réduire les dépenses pour les cadeaux pour les adultes (-8 points).

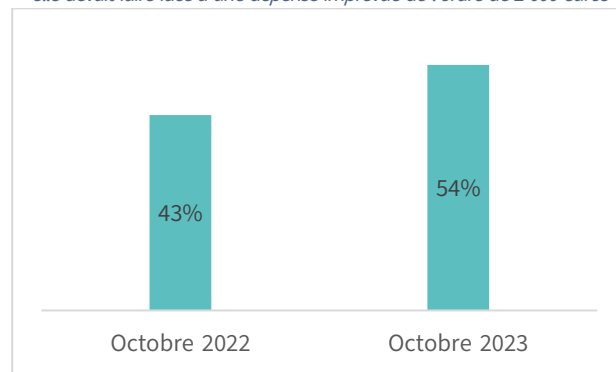
Le ralentissement de l'inflation réduit le sentiment de vulnérabilité financière de la population

Les fêtes de fin d'année 2023 arrivent dans un contexte où l'inflation de l'ensemble des biens et services ralentit : en octobre 2023, l'indice des prix à la consommation s'établit à 4 % en glissement annuel, contre 6,3 % en octobre 2022.

Ce ralentissement de la croissance des prix, amorcé en mai 2023, se poursuit depuis plusieurs mois. Il est assez nettement perçu par les consommateurs : ainsi, en octobre 2023, 54 % des Français disent pouvoir faire face à une dépense imprévue en puisant dans leurs réserves, contre seulement 43 % il y a un an.

La capacité de faire face à une dépense imprévue semble progresser cette année

Proportion de la population qui chercherait à puiser dans son épargne si elle devait faire face à une dépense imprévue de l'ordre de 2 000 euros



Source : Enquête « Conditions de Vie et Aspirations des Français », vagues d'octobre 2022 et octobre 2023, CREDOC.

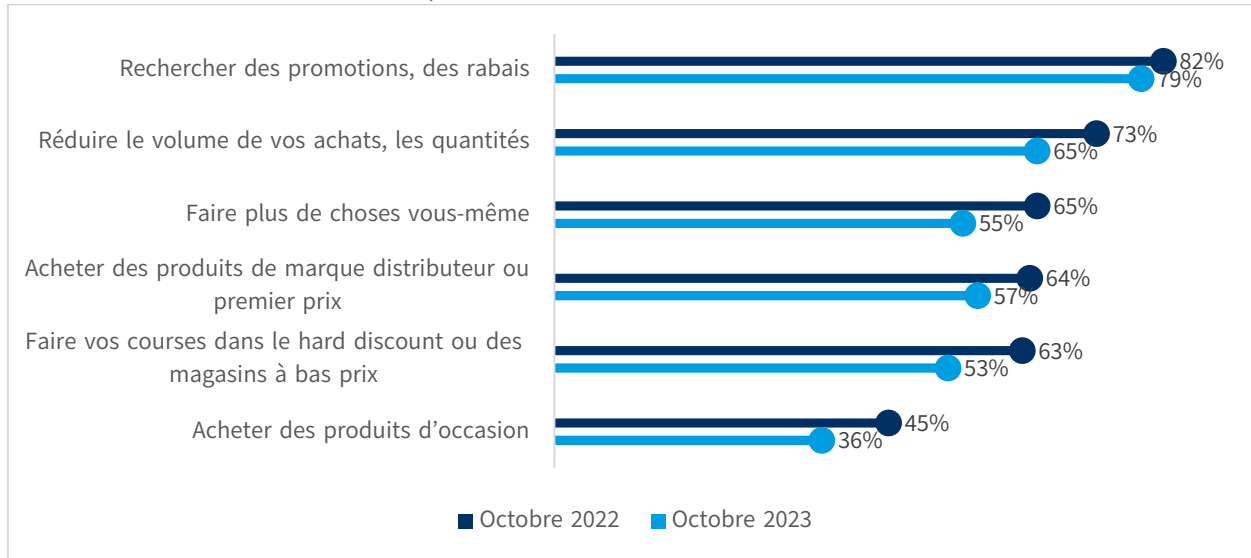
Une attention particulière aux promotions

Cette année, comme l'an dernier, les consommateurs envisagent beaucoup de recourir aux achats malins en recherchant des promotions : 79 % d'entre eux y sont enclins. Ils sont moins disposés que l'an dernier à faire des compromis sur la qualité : on constate un recul de l'envie d'acheter des produits de marque distributeur ou des premiers prix (57 %, -7 points), ainsi que de

faire les courses dans les hard discounts (53 %, -10 points).

Cette attitude est spécifique aux fêtes de fin d'année, perçues comme un moment exceptionnel et qui n'impliquent pas nécessairement un changement de comportement durable au quotidien.

A l'occasion des fêtes, la recherche de promotions est la première stratégie envisagée par les consommateurs
Cette année, pour les fêtes de fin d'année, avez-vous l'intention de... ?



Source : Enquête « Conditions de Vie et Aspirations des Français », vagues d'octobre 2022 et octobre 2023, CREDOC.

Ainsi, pour les achats du quotidien, les comportements et attitudes se rattachant à une descente en gamme ont au contraire pris de l'importance : 58 % des consommateurs disent avoir fait des économies depuis le début de l'année

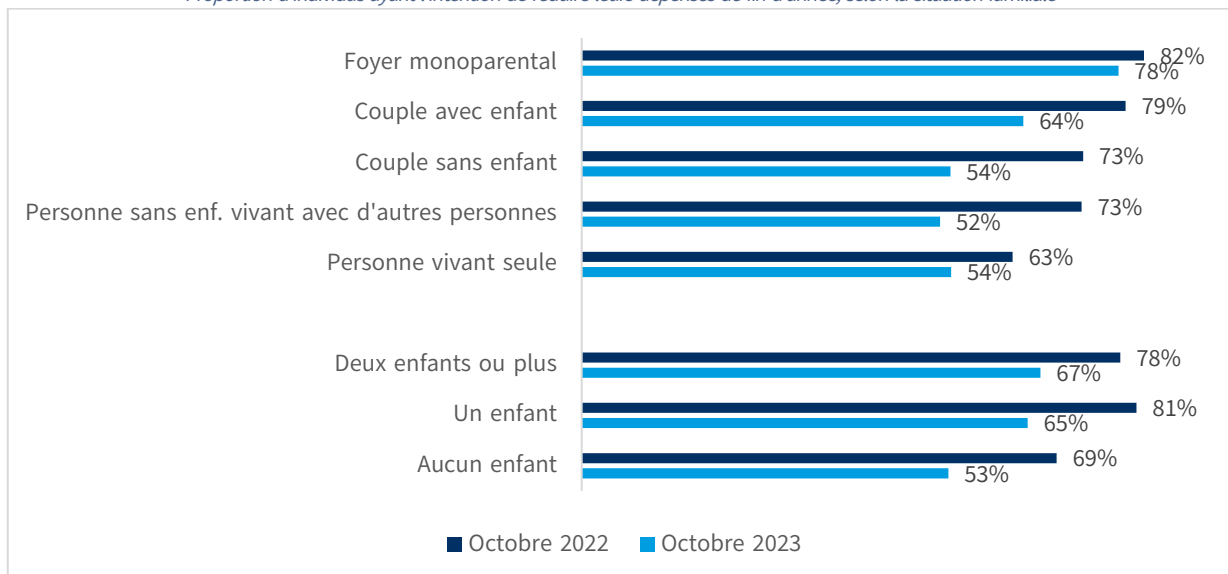
en achetant des produits de marque distributeur (soit une hausse de 4 points en juillet 2023 par rapport juillet 2022) et 45 % des produits premiers prix (+4 points).

Dépenser sans trop compter pour les fêtes est moins accessible pour les familles, surtout monoparentales

L'allègement des restrictions pour les fêtes n'est cependant pas accessible pour tous les ménages. De manière générale, les couples avec des enfants

indiquent plus fréquemment qu'en moyenne avoir l'intention de réduire leurs dépenses pour les fêtes (64%, contre 57% en moyenne).

Les foyers avec enfants envisagent plus souvent de s'imposer des restrictions pour les fêtes de fin d'année
Proportion d'individus ayant l'intention de réduire leurs dépenses de fin d'année, selon la situation familiale



Source : Enquête « Conditions de Vie et Aspirations des Français », vagues d'octobre 2022 et octobre 2023, CREDOC.

La situation des familles monoparentales est encore plus complexe : 78% annoncent qu'elles vont dépenser moins que l'an dernier. Elles ressentent beaucoup moins la légère embellie soulignée jusqu'ici : l'intention de réduire les dépenses pour les fêtes de fin d'année n'a diminué, chez elles, que de 4 points, contre 15 en moyenne.

Dans le détail, quel que soit le poste de dépenses, les familles monoparentales sont celles qui ont le plus l'intention de réduire leur budget, suivies des couples avec enfants. Cependant, on observe que les couples avec enfants pourront plus facilement cette année préserver les cadeaux des enfants (seulement 32 % envisagent de réduire ces dépenses) ou les déplacements (38 %) que les autres postes. Ils limiteront davantage les repas de fêtes (43 %), la décoration (49 %) et les cadeaux des adultes (51 %). Retrouver ses proches et offrir

des cadeaux aux enfants est une priorité que les couples avec enfants pensent pouvoir préserver. La situation est nettement plus difficile pour les familles monoparentales. Elles aussi souhaitent préserver les cadeaux pour les enfants, mais elles sont deux fois plus nombreuses qu'en moyenne à envisager de réduire ce budget (54%). Rappelons que, cette année, 14 % des familles monoparentales disent avoir été dans l'incapacité de payer leurs dépenses de logement (la proportion est de 5 % pour les personnes sans enfants). De manière générale, ces familles sont beaucoup plus vulnérables face aux aléas de la vie : elles disent moins souvent être en mesure de puiser dans leur épargne pour faire face à un imprévu, et l'écart se creuse encore cette année par rapport aux autres ménages.

Pour en savoir plus

Les résultats présentés dans ce document sont issus de l'exploitation des dispositifs permanents d'enquête du CRÉDOC sur les « Conditions de vie et Aspirations » et les « Tendances de Consommation ». Ces enquêtes sont menées 5 fois par an, ce qui permet de suivre très finement les tendances sociétales en temps réel. Ces dispositifs existants depuis 45 ans, ils permettent également de mettre en perspective les tendances de fond et les variations conjoncturelles. Dans chacune de ces deux enquêtes, nous interrogeons respectivement un échantillon représentatif de 3000 personnes âgées de 15 ans et plus, et de 2000 personnes âgées de 18 ans et plus résidant en France. Les enquêtes sont menées en ligne, et les répondants sont sélectionnés selon la méthode des quotas. Ces quotas (région, taille d'agglomération, âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle) sont calculés d'après les résultats du dernier recensement général de la population. À chaque vague d'enquête, un redressement est effectué pour assurer la représentativité par rapport à la population nationale.

La présente étude compare notamment les résultats de la vague d'enquête menée en octobre 2022 et en octobre 2023 pour l'enquête Conditions de vie et Aspirations.