



URAF



Union Régionale des Associations Familiales de Haute Normandie

Observatoire de la Famille

«Le pouvoir d'achat des familles» en Haute-Normandie

Synthèse réalisée par Charlotte LE VAN

Sociologue et Démographe au CERReV

(Centre d'Etude et de Recherche sur les Risques et les Vulnérabilités)

Université de Caen Basse-Normandie

Septembre 2010



INTRODUCTION

A) Contexte de l'enquête

Depuis la fin de l'année 2008, la question du « pouvoir d'achat » apparaît comme une des principales préoccupations des familles. A la fois enjeu social et politique, elle est au cœur des débats économiques et de l'actualité médiatique. Au cours des dernières années, les ménages ont eu l'impression que leur niveau de vie baissait, alors que les études statistiques de l'INSEE relevaient une augmentation du pouvoir d'achat. En raison de ce décalage persistant, la mesure du pouvoir d'achat des ménages ne manque pas de faire l'objet de controverses. Il s'avère en effet que, en fonction de la définition retenue et de la méthode utilisée pour son calcul, les chiffres peuvent varier significativement. Au-delà des données statistiques et des polémiques qu'elles suscitent, la présente enquête cherche avant tout à recueillir le point de vue des familles. Il s'agit bien ici de cerner la vision subjective que les ménages ont de l'évolution de leur pouvoir d'achat au cours des 12 derniers mois, et non de chercher à mesurer les difficultés réelles auxquelles ils peuvent être confrontés.

Face au contexte socio-économique actuel, un certain nombre de questions ne manquent pas de se poser : quelle perception les parents ont-ils de l'évolution des prix ? Comment s'adaptent-ils à cette situation au quotidien ? Pensent-ils bénéficier encore d'une marge de manœuvre dans leurs dépenses ? Comment gèrent-ils les frais liés à la santé et à l'éducation des enfants ? Dans quelle mesure ont-ils recours au crédit ? Que pensent-ils des structures « d'aide, de suivi ou de conseil au budget », ainsi que des mesures politiques en faveur du pouvoir d'achat ?

Autant d'interrogations, aux réponses non assurées, qui ont amené l'UNAF et les UDAF à initier cette enquête sur le ressenti des familles face à l'évolution des prix.

B) Objectifs de l'enquête

Le premier objectif de l'enquête vise à cerner la perception que les parents ont de l'évolution des prix, la façon dont ils s'adaptent à la situation et la manière dont ils envisagent l'avenir. Il s'agit notamment de déterminer si les familles ont été amenées à modifier leurs habitudes de consommation, d'évaluer la marge de manœuvre dont elles pensent disposer dans leurs dépenses, ainsi que de mettre à jour les conséquences que l'augmentation des prix peut avoir sur leur quotidien. Ces différents aspects

sont investigués en fonction de différents postes de dépenses liés au logement, à l'alimentation et à l'enfant.

La santé et l'éducation des enfants sont deux domaines qui constituent des préoccupations majeures pour les parents. Le **deuxième objectif** de l'enquête est donc d'analyser la façon dont ils gèrent ou anticipent ces postes de dépenses, et d'identifier les limites financières auxquelles ils estiment être confrontés dans l'accès aux soins et à l'éducation.

Enfin, le **troisième objectif** de l'enquête consiste à identifier les perceptions que les parents ont des dispositifs (recours au crédit, structures d'aide, de suivi ou de conseil au budget) et des politiques qui concernent le pouvoir d'achat. Il s'agit par exemple d'évaluer la connaissance et les représentations que les familles ont des structures d'aide, ou encore de savoir comment elles souhaiteraient que soient redistribuées les sommes épargnées suite à la réforme de la majoration unique à 14 ans des allocations familiales.

C) Méthode de l'enquête

La population cible pour cette enquête est l'ensemble des **familles résidant en Haute-Normandie, ayant des enfants de moins de 25 ans**. De décembre 2009 à mars 2010, un questionnaire a été envoyé, par voie postale, à **10 000 ménages** (6 000 en Seine-Maritime et 4 000 dans l'Eure) correspondant à ces critères, via un fichier mediapost. Au final, 1750 questionnaires ont été reçus, soit un taux de retour de 17,5 % ; un taux très satisfaisant compte tenu du type de passation (questionnaire postal à renvoyer) et nettement supérieur à celui d'enquêtes antérieures, ce qui témoigne de l'intérêt des enquêtés pour la thématique du pouvoir d'achat. Précisons cependant que les résultats ne portent ici que sur les réponses des **1734 questionnaires exploitables**.

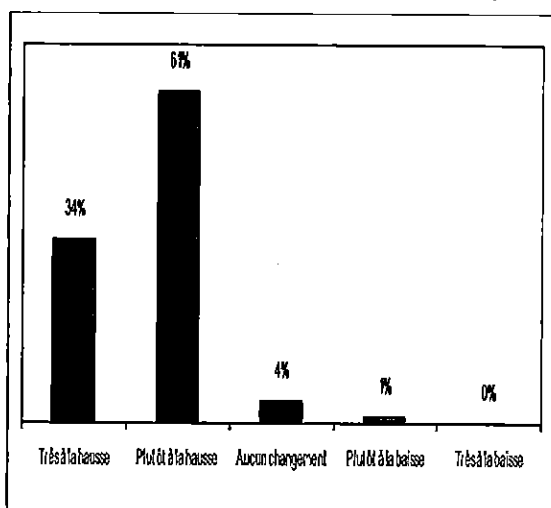
L'échantillon des répondants n'étant pas représentatif de la population régionale (sous-représentation des jeunes et des professions intermédiaires, sur-représentation des familles monoparentales, etc.), nous avons procédé à un redressement des données, par pondération des individus, en utilisant l'information fournie par le recensement de population de l'INSEE en ce qui concerne l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le type de famille (seul/en couple) ainsi que le département de résidence. Par conséquent, les résultats de l'enquête réfèrent à des pourcentages pondérés, parfaitement représentatifs de l'ensemble de la population régionale.

Enfin, les résultats concernant les deux départements (Eure/Seine-Maritime) étant quasiment identiques pour chaque question, nous ne présenterons ici que les données au niveau régional.

**PARTIE 1 : PERCEPTION DE L'ÉVOLUTION DES PRIX ET INCIDENCE
SUR LA GESTION DES POSTES DE DEPENSES**

A) Ressenti et adaptation des familles face à l'évolution des prix

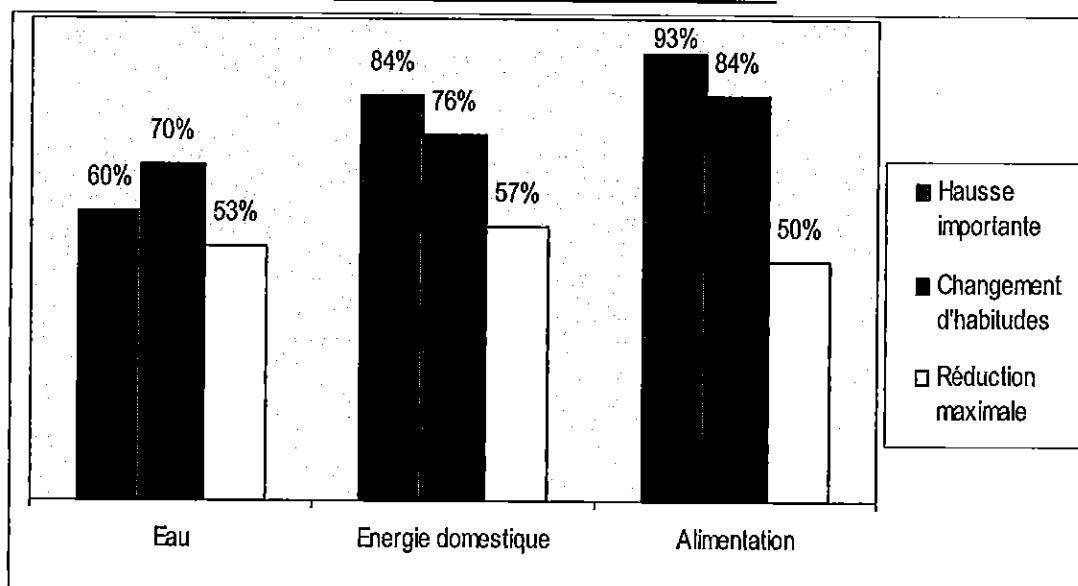
Dans les 12 derniers mois, comment
avez-vous ressenti l'évolution des prix ?



La grande majorité des familles (95 %) déclarent avoir globalement ressenti une hausse des prix dans les 12 derniers mois. Elles sont ainsi respectivement 34 % et 61 % à penser que les prix ont évolué « très » ou « plutôt » à la hausse. Seules 5 % d'entre elles estiment qu'ils n'ont pas changé ou ont plutôt baissé. Par ailleurs, aucun enquêté n'a mentionné avoir ressenti une forte baisse des prix.

Ce sentiment de hausse globale est confirmé, dans des proportions toutefois moindres, par les réponses des parents aux questions concernant l'évolution des prix de 9 postes de dépenses, liés au foyer (eau, énergie, alimentation) et aux enfants (transport, habillement, scolarité, études, loisirs, multimédia et outils de communication).

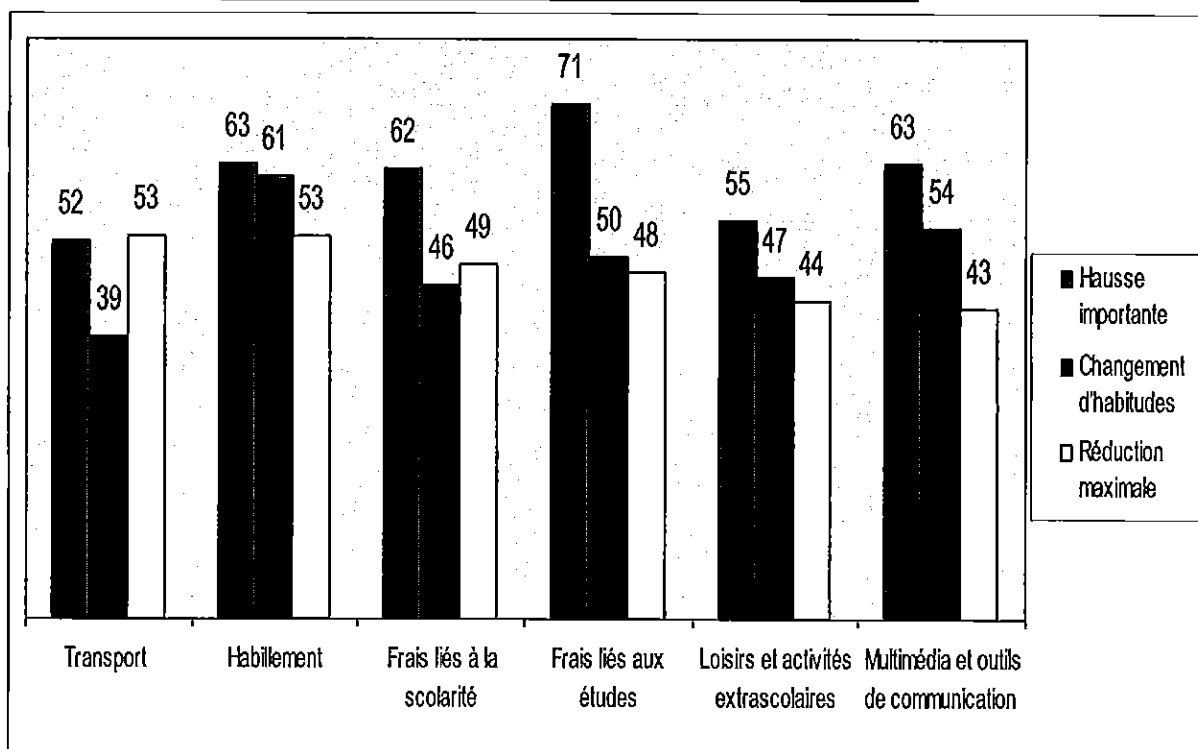
**Ressenti, adaptation et marge de manœuvre des familles
concernant les dépenses liées au foyer**



L'augmentation des dépenses liées au foyer est surtout ressentie au niveau de l'alimentation : 93 % des enquêtés notent une hausse, contre 84 % pour l'énergie domestique et 60 % pour l'eau. Ce sentiment de hausse a des répercussions directes sur la manière de consommer, les parents se contraignant à économiser. Ainsi 84 % d'entre eux disent avoir modifié leurs habitudes de consommation en matière d'alimentation. Ces modifications se traduisent surtout par le fait de devoir se priver de certains produits (51 %), de faire ses achats dans des hard discount (51 %), et de changer de marques de produits (44 %). La volonté de faire des économies concerne également, mais dans des proportions un peu plus faibles, la consommation d'énergie (76 %) et d'eau (70 %).

Un certain nombre de ménages estiment qu'ils n'ont plus la capacité de faire des économies supplémentaires. De fait, plus de la moitié des parents déclarent qu'ils ont déjà réduit, de façon maximale, leurs dépenses liées au foyer, en particulier celles qui concernent l'énergie domestique (57 %).

**Ressenti, adaptation et marge de manœuvre des familles
concernant les dépenses liées aux enfants (en pourcentages)**



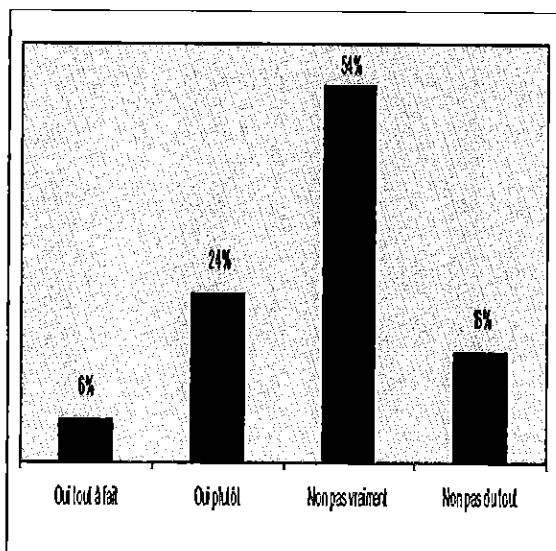
Concernant les dépenses liées aux enfants, la hausse des prix est surtout ressentie au niveau des frais liés aux études (logement, fournitures, restaurant universitaire, alimentation...) puisqu'elle est relevée par 71 % des parents. Viennent ensuite l'habillement, les multimédias et outils de communication (pour 63 %), ainsi que les frais liés à la scolarité (pour 62 %). Par ailleurs, plus de la moitié des ménages enregistrent une hausse des autres postes de dépenses liés à leurs enfants.

Toutefois, comparé à l'alimentation ou l'énergie, les parents modifient sensiblement moins leurs habitudes de consommation. Les changements concernent plutôt l'habillement (61 %), et beaucoup moins les transports (39 %). Malgré tout, environ un parent sur deux estime avoir déjà réduit, de façon maximale, ses dépenses pour les enfants, notamment celles qui sont liées au transport ainsi qu'à l'habillement (53 %).

Tous postes de dépenses confondus, le ressenti d'une augmentation, assortie d'une modification notable des habitudes de consommation, et de la sensation que les dépenses ont été réduites au minimum, concerne surtout les ménages dont le chef de famille est sans activité professionnelle, les catégories modestes (employés, ouvriers), les familles monoparentales, ainsi que les familles nombreuses. Concernant plus particulièrement les dépenses liées aux enfants, les familles sont d'autant plus touchées que les enfants sont âgés (notamment au-delà de 15 ans).

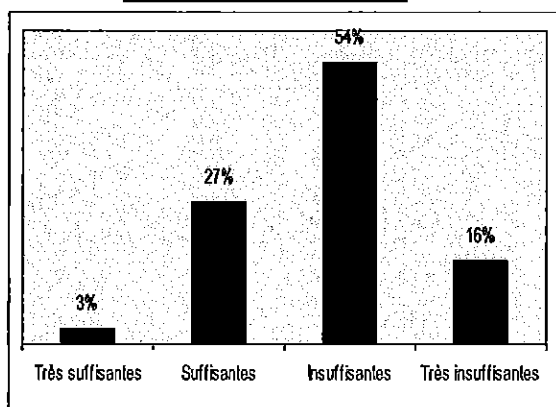
B) Une marge de manœuvre réduite et une vision pessimiste de l'avenir

Pourcentages de parents qui pensent bénéficier encore, à ce jour, d'une marge de manœuvre dans leurs dépenses



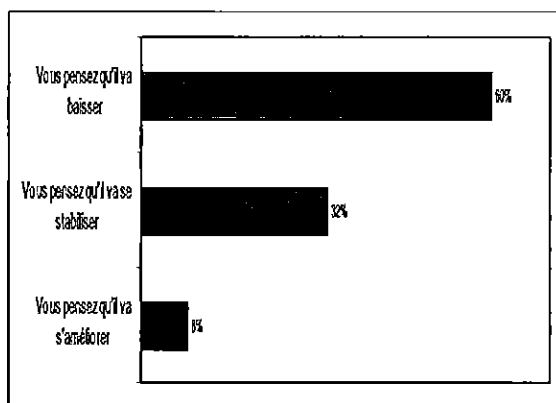
Une majorité de parents (70 %) se sentent aujourd'hui dans une situation financière délicate. En effet, 54 % d'entre eux estiment qu'ils n'ont, à ce jour, « plus vraiment » de marge de manœuvre dans leurs dépenses, et 16 %, « plus du tout ». Si, dans l'ensemble, plus des deux tiers des familles se sentent acculées financièrement, les familles monoparentales paraissent encore plus vulnérables puisqu'elles sont 86 % dans ce cas.

Si la hausse des prix devait se poursuivre, vos ressources seraient :



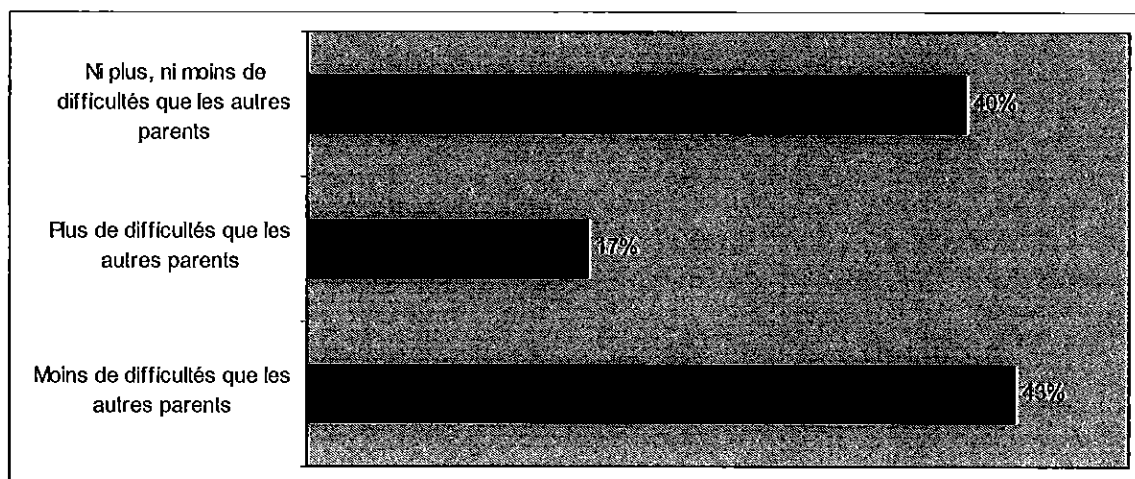
Si la hausse des prix devait se poursuivre, 54 % des parents estiment que leurs ressources seraient alors « insuffisantes », et 16 % « très insuffisantes ». Si, dans l'ensemble, 70 % des enquêtés pensent qu'ils ne seraient pas en mesure de faire face à la situation, c'est tout particulièrement le cas des familles monoparentales (86 %) et des catégories sociales modestes (80 %).

Au cours des prochaines années, concernant votre pouvoir d'achat :



Les familles ont une vision plutôt pessimiste de leur avenir financier. Près des deux tiers d'entre elles pensent que leur pouvoir d'achat va baisser dans les prochaines années. Seules 8 % pensent qu'il va s'améliorer. Précisons que la façon dont les parents envisagent le futur n'est pas liée à la composition de leur ménage, ni à leur catégorie socioprofessionnelle.

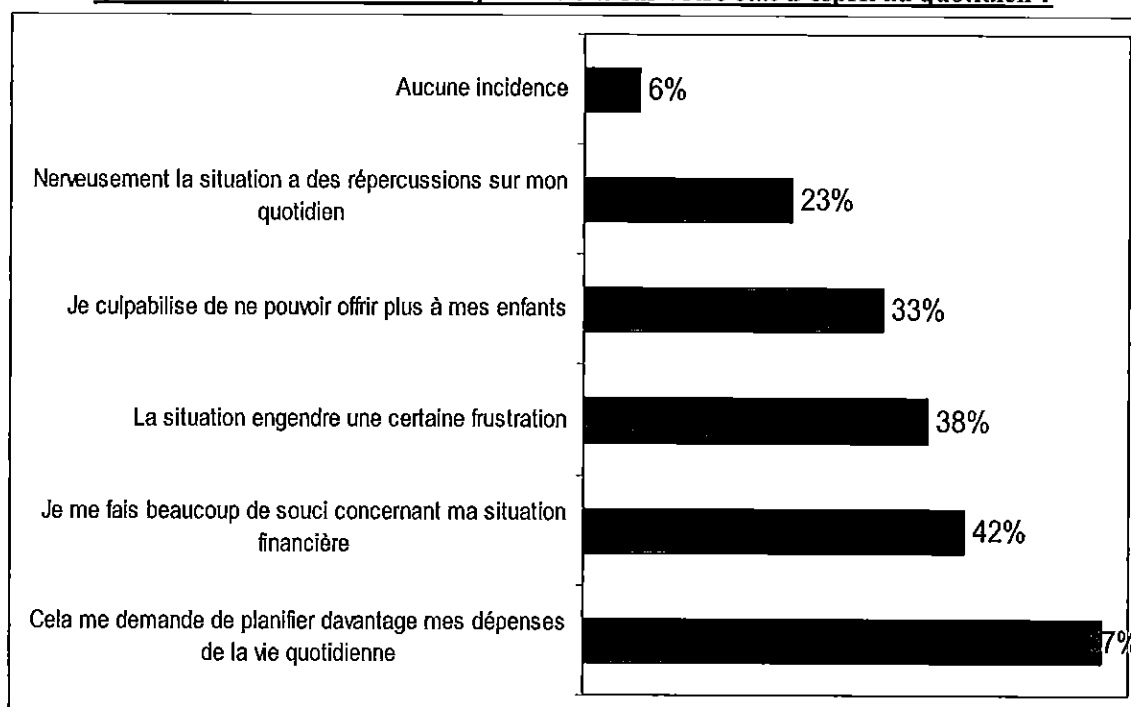
Par rapport à votre pouvoir d'achat, avez-vous le sentiment que vous avez :



Si nombre de familles expriment leur malaise et leurs inquiétudes face à leur situation financière, elles ne sont cependant que 17 % à penser qu'elles se trouvent dans une situation plus difficile que les autres. La majorité d'entre elles (43 %) estiment finalement rencontrer moins de difficultés que les autres et 40 % n'ont pas le sentiment de vivre une situation spécifique. Précisons qu'ici encore, les familles monoparentales et les personnes sans activité professionnelle paraissent plus vulnérables puisqu'elles sont environ deux fois plus nombreuses à éprouver le sentiment qu'elles rencontrent plus de difficultés que les autres ménages.

C) Des incidences notables sur le quotidien

Quelles incidences la hausse des prix a-t-elle sur votre état d'esprit au quotidien ?

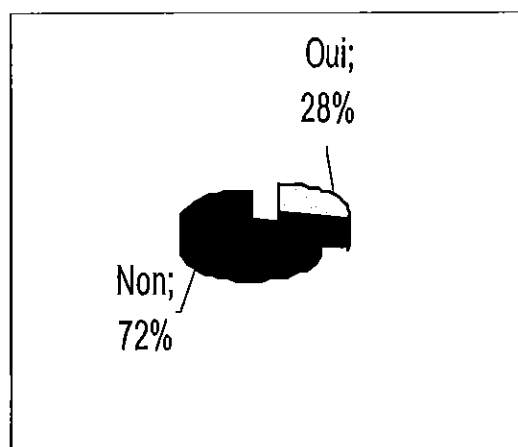


La grande majorité des parents (94 %) estiment que la hausse des prix a des conséquences sur leur état d'esprit au quotidien. En premier lieu, elle amène 57 % d'entre eux à planifier davantage leurs dépenses. Mais elle engendre également du stress, de la culpabilité et de la frustration. Près de la moitié des parents se font beaucoup de souci pour leur situation financière (42 %) ; un tiers culpabilisent de ne pouvoir offrir plus à leurs enfants (33 %), ou encore se sentent frustrés par leur insuffisance de moyens (38 %). Près d'un parent sur quatre déclare que sa situation financière l'éprouve nerveusement au quotidien. Précisons que les soucis et les répercussions nerveuses touchent plus particulièrement les inactifs, les milieux modestes (employés, ouvriers), ainsi que les familles monoparentales, ces trois catégories étant également celles qui déclarent le moins souvent devoir planifier davantage leurs dépenses. La frustration et la culpabilité concernent en revanche plus les professions intermédiaires.

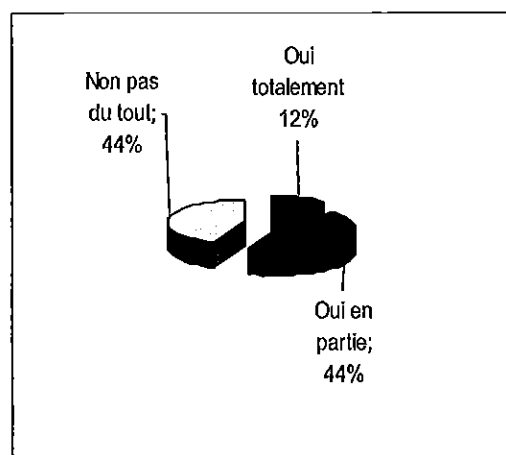
PARTIE 2 : ANALYSE DES DEPENSES DE SANTE ET EDUCATION

A) L'éducation : anticipation et limites

Avez-vous constitué une épargne pour le financement des études de votre(vos) enfant(s) ?



Le choix d'orientation de votre(vos) enfant(s) a-t-il été ou sera-t-il conditionné par vos ressources ?



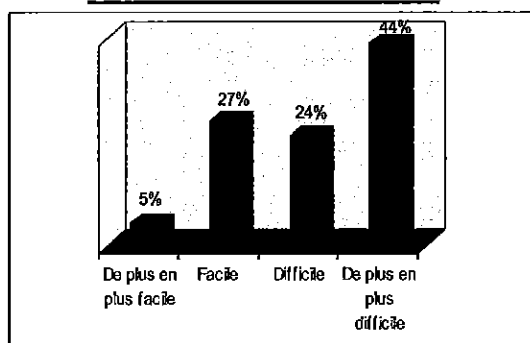
Un quart environ des parents (28 %) ont constitué une épargne pour financer les études de leurs enfants, et ce quel que soit l'âge de ces derniers. Cette proportion varie toutefois considérablement selon la catégorie socioprofessionnelle des enquêtés. Si près de la moitié des catégories supérieures et intermédiaires disposent ainsi d'un capital, c'est seulement le cas d'un parent sur cinq dans les classes modestes (employés, ouvriers) et parmi ceux qui sont sans activité professionnelle.

Pour autant, peu de ménages n'anticipent pas les dépenses liées aux études de leurs enfants. Interrogés sur ce qu'ils ont entrepris ou envisagent pour y faire face, seuls 21 % des parents déclarent « rien ». Outre l'épargne, les deux principaux moyens de financement sont la « diminution du train de vie » et l'« augmentation du temps de travail », respectivement cités par 32 % et 16 % des parents. Précisons par ailleurs que 10 % des enquêtés ayant au moins un enfant majeur déclarent avoir eu un financement particulier pour ses études, notamment une bourse (65 %) ou un prêt bancaire (17 %).

Malgré ces aides potentielles, une majorité de parents (56 %) pensent que leurs ressources financières ont, ou vont conditionner « totalement » (12 %) ou en partie (44 %) l'orientation scolaire de leurs enfants.

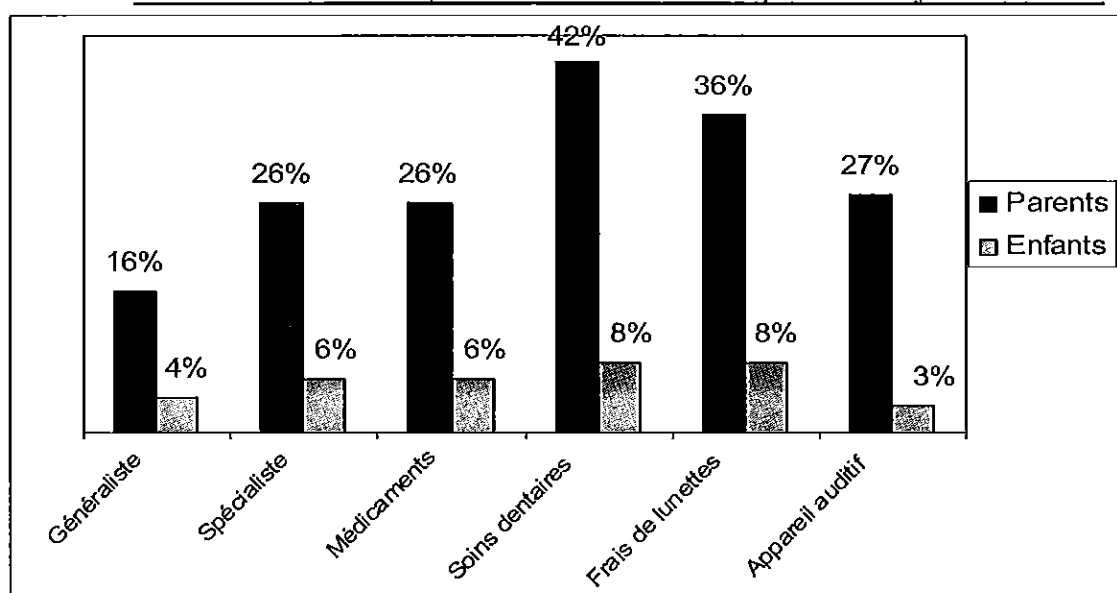
B) La santé : entre accès difficile et renoncement aux soins

**Avez-vous le sentiment que
l'accès aux soins de santé est :**



Pour une majorité de familles (68 %), l'accès aux soins de santé est loin d'aller de soi. Il est ainsi considéré comme « de plus en plus difficile » par 44 % d'entre elles, et « difficile » par 24 %.

Renoncement à des soins, durant les 12 derniers mois, faute de moyens financiers :



Le comportement des ménages en matière de santé tend à confirmer cette difficulté. Ainsi 56 % des parents déclarent-ils avoir renoncé, faute de moyens financiers, à des soins pour eux dans les 12 derniers mois. Les catégories modestes ainsi que les parents sans activité professionnelle sont plus touchés que les autres. Par ailleurs, ce renoncement concerne surtout les dépenses pour les soins dentaires (42 %) et les frais de lunettes (36 %).

La privation de soins concerne également les enfants, mais dans des proportions bien moindres. Seuls 10 % des parents (20 % parmi les familles monoparentales et les inactifs) déclarent n'avoir pas pu, faute de moyens, les faire soigner. Précisons que, le cas échéant, tous les types de soins sont susceptibles d'être concernés, dans des proportions quasiment équivalentes.

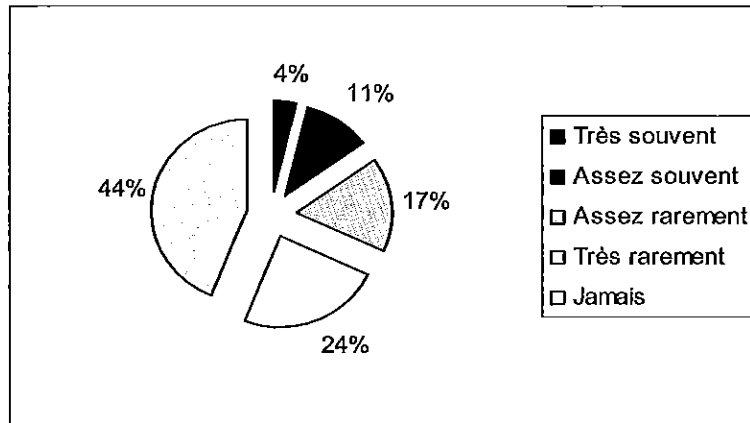
Pourtant, 95 % des parents sont relativement couverts puisqu'ils déclarent avoir une mutuelle/complémentaire santé. Notons toutefois que 5 % d'entre eux disent en avoir réduit ou arrêté la prise en charge durant les 12 derniers mois, faute de moyens financiers.

Ces résultats témoignent que l'accès aux soins ne va pas de soi et n'est pas égal pour tous. Certains parents doivent sacrifier leur propre santé au bénéfice de celle de leurs enfants.

**PARTIE 3 : PERCEPTIONS DES DISPOSITIFS ET POLITIQUES
CONCERNANT LE POUVOIR D'ACHAT**

A) Le recours au crédit à la consommation : une pratique courante

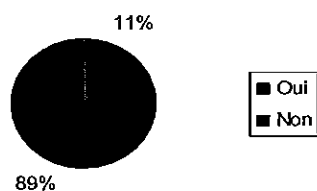
**Avez-vous déjà eu recours au crédit à la consommation
(y compris avance permanente d'argent) ?**



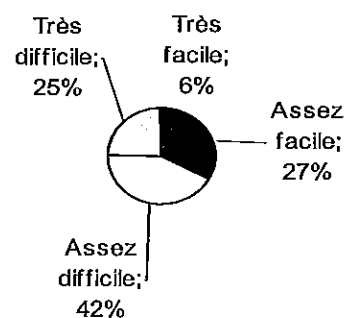
Près de la moitié des ménages (44 %) déclarent n'avoir jamais eu recours au crédit à la consommation (y compris avance permanente d'argent). Cependant, 15 % déclarent y recourir « très ou assez souvent ». Par ailleurs, parmi ces 15 % de souscripteurs réguliers, 77 % y ont eu effectivement recours dans les 12 derniers mois, ce qui témoigne de l'actualité des difficultés financières des familles.

B) La méconnaissance des aides à la gestion du budget

Connaissez-vous des structures « d'aide, de suivi ou de conseil au budget » ?



Solliciter une aide/conseil auprès d'intervenants extérieurs serait pour vous une démarche?

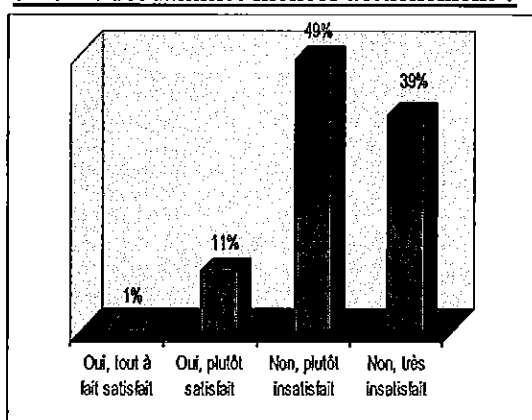


Seuls 11 % des parents déclarent connaître des structures « d'aide, de suivi ou de conseil au budget ». En outre, parmi ces derniers, seuls 22 % ont déjà rencontré un conseiller de ces structures. Ces résultats révèlent une importante méconnaissance des aides à la gestion du budget.

A cette méconnaissance se surajoutent des réticences de la part d'une majorité de parents. En effet, la démarche consistant à solliciter une aide ou un conseil auprès d'intervenants extérieurs (associations, professionnels de la gestion du budget...) est loin d'aller de soi : 42 % des enquêtés reconnaissent que cela s'avérerait « assez difficile », voire « très difficile » (25%) pour eux. Précisons que ces réticences sont particulièrement le fait des catégories sociales les plus défavorisées, en l'occurrence celles qui seraient les plus à même d'avoir besoin de ce type d'aides.

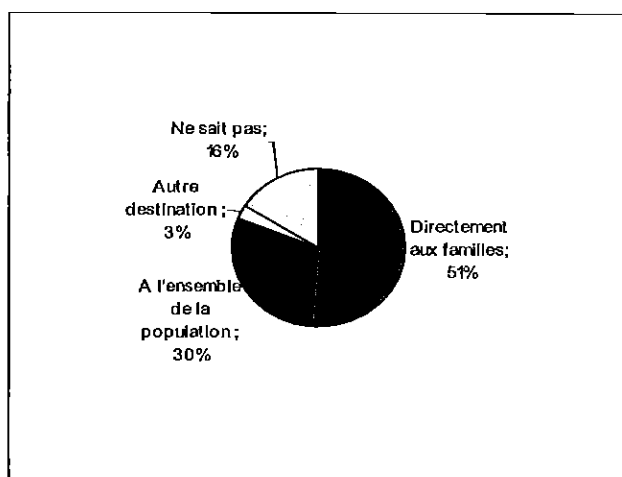
C) Des mesures politiques jugées insuffisantes

D'une manière générale, êtes-vous satisfait des mesures politiques en faveur du pouvoir d'achat des familles menées actuellement ?



Pour une très large majorité (88 %), les parents sont « plutôt ou très insatisfaits » des mesures politiques actuelles en faveur du pouvoir d'achat. Ce mécontentement concerne plus particulièrement les personnes sans activité et les catégories modestes qui se déclarent, pour plus de la moitié, « très insatisfaites », contre un quart des classes aisées.

Vous estimez que les sommes épargnées par la réforme de la majoration unique à 14 ans des allocations familiales doivent être affectées :



Des modifications ont été menées dans la branche famille. Les allocations familiales bénéficiaient de deux majorations (quand les enfants atteignaient 11 ans, puis à partir de 16 ans). En 2008, une majoration unique à 14 ans les remplace. Ce changement entraîne une diminution totale cumulée de 600 € par enfant sur l'ensemble de la période pendant laquelle il ouvre droit à ces allocations.

Il a été demandé aux enquêtés comment ils souhaitaient que les sommes ainsi économisées soient redistribuées. Si 30 % d'entre eux privilégient une affectation à l'ensemble de la population (prestations santé, retraite...), la majorité (51 %) opte pour une redistribution directe aux familles. Le cas échéant, les parents estiment que les sommes épargnées devraient être reversées sous forme d'allocation visant prioritairement la scolarité et l'éducation (31 %) ou la santé (23 %) des enfants.

CONCLUSION

La majorité des familles de Haute-Normandie se sentent en difficulté dans le contexte socioéconomique actuel. Le ressenti quasi unanime d'une hausse des prix a conduit nombre d'entre elles à s'adapter et à modifier, de façon plus ou moins substantielle, leurs habitudes de consommation. Les parents se sentent désormais contraints de faire des économies, notamment sur des besoins de première nécessité, tels que l'alimentation et les énergies domestiques. Ces difficultés ont également un impact sur leurs dépenses en matière de santé et d'éducation. Plus de la moitié des parents estiment que leurs ressources financières ont, ou vont conditionner l'orientation scolaire de leurs enfants. Par ailleurs, les résultats de l'enquête témoignent que l'accès aux soins n'est pas égal pour tous, et que nombre de parents sacrifient leur propre santé au bénéfice de celle de leurs enfants.

Aujourd'hui, la moitié des parents pensent qu'ils ont déjà réduit de façon maximale leurs dépenses et 70 % estiment ne plus avoir de marge de manœuvre pour y faire face. Cette situation n'est pas sans conséquences sur leur état d'esprit au quotidien. Elle engendre notamment du stress, de la culpabilité et de la frustration. Les familles estiment être dans une position financière délicate et, de surcroît, envisagent l'avenir avec pessimisme. Certaines rencontrent cependant plus de difficultés que d'autres. La composition du ménage et la catégorie socioprofessionnelle constituent à cet égard des éléments déterminants. Les familles monoparentales, les employés et ouvriers, et surtout les ménages dont le chef de famille est sans emploi sont particulièrement touchés. Le nombre et l'âge des enfants ont aussi une incidence notable. Les familles nombreuses et les parents d'enfants de plus de 15 ans vivent manifestement une situation plus difficile que les autres.

Enfin, les dispositifs et mesures légales concernant le pouvoir d'achat ne recueillent guère l'approbation des familles. Les structures d'aide, de suivi et de conseil au budget sont largement méconnues et très peu fréquentées. Par ailleurs, les parents déclarent, pour une très large majorité (88 %), qu'ils sont « plutôt ou très insatisfaits » des mesures politiques actuelles en faveur du pouvoir d'achat des familles.

Les résultats de cette enquête confirment qu'une majorité de familles éprouvent un important malaise face à leur situation et à leur avenir financiers. Ce constat peut inviter à mettre en place ou à rendre plus visibles des dispositifs d'aide et peut inciter les organismes statistiques à réfléchir à l'élaboration de nouveaux indicateurs plus en prise avec la réalité vécue par les familles.