

Observatoire National des Familles

Écouter les familles pour mieux les défendre

LE POUVOIR D'ACHAT DES FAMILLES

Les difficultés éprouvées par les familles suite à l'évolution des prix

Depuis plusieurs années, le climat socio-économique est instable. Les conséquences sont multiples et rendent omniprésente la notion du pouvoir d'achat des ménages. Celui-ci est devenu en quelques années le baromètre du niveau de vie mais aussi du bien être des ménages. Il apparaît alors comme une des principales préoccupations des familles.

L'enjeu dépasse largement le cadre des ménages pour s'installer dans le domaine politique et médiatique. En effet, il semble y avoir un décalage entre la mesure officielle du pouvoir d'achat, qui serait en hausse, et le ressenti des ménages sur leur propre niveau de vie. C'est l'un des premiers constats de cette enquête qui recueille le point de vue des familles sur leur propre pouvoir d'achat et sur l'évolution des prix au cours des 12 derniers mois.

Comment les familles ressentent-elles leur situation ? Avec quelle intensité ? Expriment-elles un malaise ? Sur quels points ? Comment s'adaptent-elles ? Bénéficient-elles encore d'une marge de manœuvre concernant leurs dépenses ? Dans quelle mesure ont-elles recours au crédit à la consommation ? Quelle est la visibilité des structures « d'aide, de suivi ou de conseil au budget » qui permettent de prévenir ou d'anticiper les difficultés financières (surendettement) ?

Les observatoires des familles apportent des éléments de réponses dans cette synthèse suite aux enquêtes réalisées par les UDAF de 18 départements.

François FONDARD
Président de l'UNAF



Note de synthèse réalisée à partir des enquêtes « Le pouvoir d'achat des familles » menées par les Observatoires des Familles dans 18 départements.



Les enquêtes sont disponibles sur le www.unaf.fr (rubrique « Etudes et Recherches / Observatoire des familles »)

Méthode d'enquête

Chaque année, le comité de pilotage national du réseau des Observatoires des Familles retient une thématique d'étude et construit un questionnaire associé qui est ensuite proposé aux UDAF pour réalisation.

La population cible de l'enquête est l'ensemble des ménages de chacun de ces départements ayant au moins un enfant âgé de moins de 25 ans.

Afin de favoriser la représentativité de l'échantillon, les ménages ont été tirés au sort en respectant la répartition selon 2 critères (critères de quotas) :

- catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence,
- âge de la personne de référence (moins de 35 ans / 35-44 ans / 45 ans ou plus)

Le questionnaire a été administré par courrier avec un taux de retour moyen d'environ 20 %. Ce document est l'analyse synthétique de ces 18 enquêtes. **Au final cette synthèse représente l'expression de près de 10 000 familles.**

Analyse effectuée par Hakim Boudaoud - Réseau National des Observatoire des Familles

Principes et objectifs de l'enquête

Le sentiment d'avoir des dépenses incompressibles de plus en plus élevées ou de ne plus avoir la possibilité de consommer plus librement est partagé par de très nombreuses familles.

Le premier objectif de l'enquête consiste donc à mesurer la perception des familles sur l'évolution des prix, l'incidence dans la gestion des postes de dépenses et leurs capacités d'adaptation face aux différentes situations. Il s'agit également d'observer la manière dont les familles vivent la hausse éprouvée de certains postes de dépenses, en évaluant la marge de

manœuvre dont elles pensent disposer et de mettre en avant les incidences sur leur quotidien et leur état d'esprit (doute, crainte...).

Le second objectif de l'enquête est d'analyser deux postes qui constituent des préoccupations majeures des familles, à savoir l'éducation et la santé. L'éducation est considérée comme le bagage essentiel de la réussite de l'enfant. Toutefois, le système éducatif, hormis les filières générales, est perçu comme élitiste. La santé de l'enfant reste une préoccupation majeure dans un contexte de hausse des frais de

consultation et d'accroissement des remboursements.

Il s'agit alors d'identifier la manière dont les familles gèrent et anticipent ces deux postes de dépense, ainsi que les limites financières auxquelles elles sont confrontées.

Le troisième objectif de l'enquête est d'apporter un éclairage sur la perception des structures et des dispositifs d'aide, de suivi ou de conseil au budget, et d'évaluer la connaissance et l'opinion que les familles en ont.

La question de la mesure réelle du pouvoir d'achat

Il règne un véritable « malaise » : alors que la mesure officielle de leur pouvoir d'achat indique une augmentation, beaucoup de familles font part d'une forte impression de baisse. En effet, selon l'INSEE, le pouvoir d'achat de l'ensemble de la population continue, en moyenne, à augmenter (+ 1,6 % en 2009), alors que le sentiment de perte de pouvoir d'achat est de plus en plus prégnant dans diverses enquêtes depuis 2003.

Les causes de ce hiatus sont multiples. D'abord parce qu'une moyenne ne donne aucune indication sur l'écart entre les situations extrêmes ; or cet

écart s'accroît. Mais il y a une autre raison que l'UNAF dénonce depuis longtemps : aussi fiable que soit l'indice des prix de l'INSEE, on ne peut – et on ne doit pas – lui faire dire plus que ce qu'il ne peut dire. L'UNAF est porteuse à cet égard d'une pensée originale, assise sur les travaux de nombreuses générations de militants familiaux, des associations comme des UDAF et de l'UNAF. Il faut distinguer prix et dépenses ; ces deux indicateurs n'évoluent, en outre, pas de la même façon. L'INSEE lui-même rappelle que son indice n'est pas un indice du coût de la vie, ni même des dépenses : il

n'est et n'a été conçu que comme un indice de prix. Or le pouvoir d'achat se mesure par rapport à des dépenses, non pas à des prix. Il suffit par exemple que les structures des dépenses évoluent (de nouvelles dépenses deviennent impératives), sans que les anciennes dépenses n'augmentent, pour que la dépense totale change significativement ! C'est précisément pour cela que l'UNAF s'est attachée à élaborer un budget-type, et à le calculer régulièrement chaque mois depuis plus d'un demi-siècle.

Le ressenti comme idée centrale

Les observatoires ont recueilli l'expression du ressenti des familles. À la critique immédiate qui surgit (« C'est du subjectif ! », « Il faut relativiser ! ») s'oppose une réponse péremptoire : **C'est le ressenti qui conditionne le comportement présent et à venir des familles.** Même si elle ne correspond

pas à un fait établi, l'impression recueillie constitue un fait dont il faut tirer les conséquences économiques, sociales et humaines. Par exemple, l'effet psychologique peut être un sentiment d'appréhension devant la disparition des marges de manœuvre, et donc un comportement de

précaution, frileux, qui aura notamment des répercussions sur l'attitude économique. D'ailleurs, la relance étant fondée en majeure partie sur la consommation des ménages, on imagine facilement les conséquences de tels ressentis !

Perception de l'évolution des prix et incidence de la gestion des postes de dépenses

Un ressenti à la hausse des prix

Entre 88 et 96 % des personnes interrogées ont ressenti une hausse des prix au cours des 12 derniers mois (jusqu'à 68 % « très à la hausse »). A noter que très peu d'entre elles n'ont ressenti aucun changement (respectivement entre 3 et 7 % des parents interrogés et 11 % dans un cas). Seuls entre 1 et 2 % des enquêtés ont ressenti une baisse des prix.

L'âge des enfants dans le ménage semble expliquer la différence dans ce ressenti. Lorsque l'enfant le plus âgé de la famille a moins de 6 ans ou lorsqu'il a entre 18 et 25 ans, la proportion de parents déclarant avoir ressenti une hausse des prix est plus importante que lorsqu'il a entre 11 et 17 ans.

Le niveau social mesuré à travers la catégorie socioprofessionnelle fait

apparaître quelques différences de jugement des parents. Quand la personne de référence est de profession dite « supérieure » (artisans, chefs d'entreprises, cadres), la proportion de parents ayant ressenti une hausse des prix est plus importante que lorsqu'elle est « sans activité professionnelle ».

Une facture énergétique de plus en plus lourde

Entre 77 et 91 % des ménages ont ressenti une hausse des prix de l'énergie domestique* (jusqu'à 48 % estimant cette hausse « très importante ») et entre 48 et 66 % du prix de l'eau (jusqu'à 14 % l'estimant « très importante »).

De ce fait, des familles ont changé leurs habitudes en effectuant des économies sur l'énergie domestique (entre 69 et 76 %) ainsi que sur l'eau (entre 63 et 80 %).

Pour ce qui est du taux d'effort des ménages **pour limiter leurs**

consommations liées au logement, entre 49 et 62 % d'entre eux déclarent avoir réduit au maximum leur énergie domestique et entre 46 et 54 % leur consommation d'eau.

* (gaz, électricité, fioul...)

Un ressenti accentué sur l'alimentation

C'est au niveau de l'alimentation que la hausse est la plus ressentie : entre 91 et 95 % des ménages ont ressenti une hausse des prix liée à l'alimentation (jusqu'à 55 % la jugeant « très importante »). Ce sentiment de hausse des prix a conduit les familles à s'adapter ou, tout du moins, à modifier leur comportement de consommation, la plupart du temps en se restreignant.

Ainsi, entre 71 et 82 % d'entre elles ont changé leurs habitudes en économisant sur l'alimentation. Pour cela, elles se sont majoritairement tournées vers le « hard discount », se sont privées de certains produits ou ont changé de marque de produits. La proportion de familles ayant mis en avant l'un ou l'autre changement d'habitude varie très fortement d'un département à l'autre.

Par exemple, 72 % des familles du Nord font appel au « hard discount », contre 59 % dans la Creuse ou 45 % dans la Manche.

Dans l'ensemble, entre 47 et 55 % des familles déclarent avoir réduit au maximum leurs dépenses alimentaires (exceptée la Haute-Garonne: 31%).

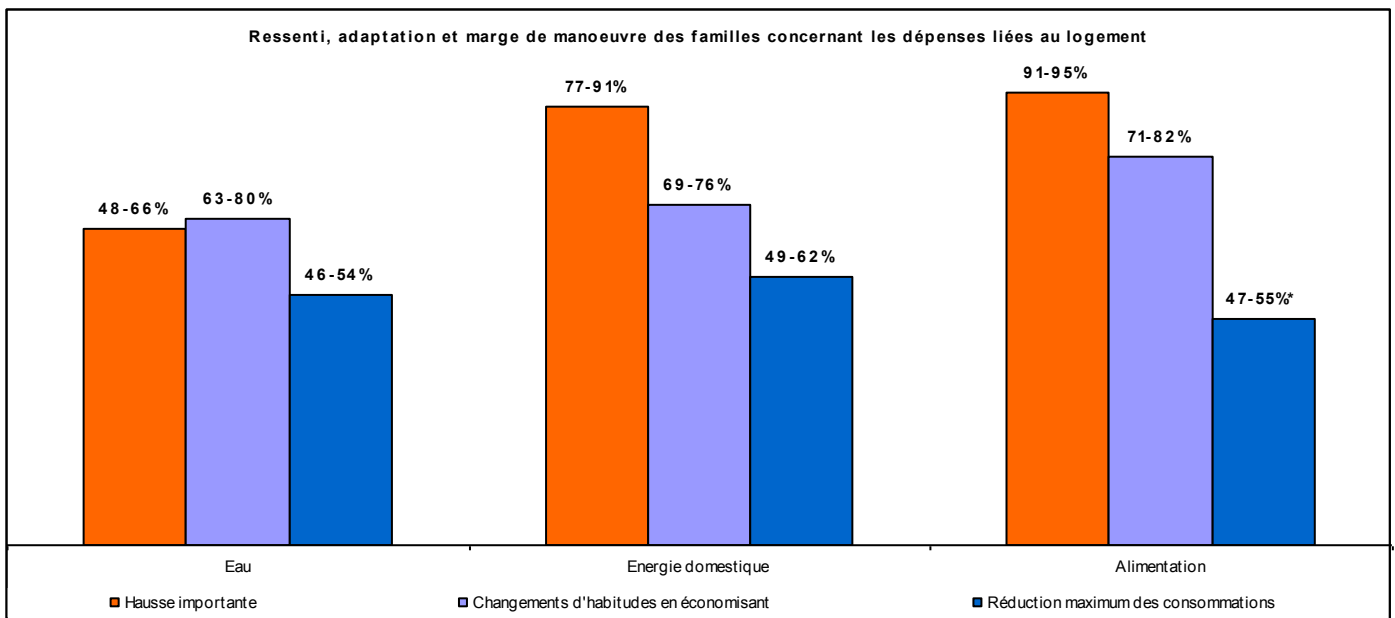
Au final, près d'un ménage sur deux déclare avoir réduit au maximum les postes de dépenses liées au logement (eau, énergie domestique) et à l'alimentation.

Concernant les dépenses liées aux enfants

En ce qui concerne les dépenses liées aux enfants, le sentiment de hausse des prix porte principalement sur l'habillement (entre 53 % -Charente- et 68 % -Pyrénées-Orientales-), les frais liés à la scolarité (entre 52 % et 57 %) et les loisirs et activités extrascolaires (entre 42 % -Creuse- et 67 % -Pyrénées-Orientales-). Dans ces

domaines également, les parents semblent avoir changé leurs habitudes de consommation en effectuant, certes dans une moindre mesure, des économies. Plus de 50 % déclarent moins dépenser pour l'habillement, environ 40 % pour les frais liés à la scolarité, et environ 30 % pour les loisirs et activités extrascolaires.

Le taux d'effort des ménages pour limiter les consommations liées aux enfants semble moins important que pour les dépenses liées au logement. Toutefois, **près d'un parent sur deux déclare avoir réduit au maximum l'habillement de ses enfants et plus d'un sur trois les loisirs et les frais liés à la scolarité.**



* Détachement : 43 % Calvados, 31 % Haute-Garonne

Une marge de manœuvre étroite...

Les parents semblent se faire du souci concernant leur marge de manœuvre. En effet, entre 51 et 59 % des parents interrogés estiment qu'ils n'ont « plus vraiment » de marge de manœuvre concernant leurs dépenses et entre 13 et 19 % considèrent qu'ils n'en ont

« plus du tout ».

Si, dans l'ensemble, près de **3 familles sur 4 sont fragilisées**, les familles monoparentales semblent encore plus vulnérables, tout comme les foyers où la personne de référence est « ouvrier » ou « employé ».

A noter que nous observons dans certains départements que les foyers où la personne de référence est sans activité professionnelle semblent moins vulnérables que ceux où elle est « ouvrier » ou « employé ».

...et des familles soucieuses pour l'avenir

Si la hausse des prix devait se poursuivre, entre 53 et 57 % (la Haute-Savoie se démarque avec 43 %) des parents estiment que leurs ressources seraient alors « insuffisantes » et entre 14 et 20 % « très insuffisantes » (10 % pour la Haute-Savoie).

Dans l'ensemble près de **3 parents sur 4 estiment qu'ils auraient du mal à**

faire face à la situation si ce ressenti de la hausse perdurait (uniquement 2 parents sur 4 pour la Haute-Savoie).

Ici encore, les familles monoparentales semblent plus exposées, tout comme les foyers où la personne de référence est « ouvrier » ou « employé ». Il est également intéressant de noter, là

encore, que sur certains départements les foyers où la personne de référence est « sans activité professionnelle » sembleraient avoir relativement moins de mal à faire face à la situation que ceux où la personne de référence est « ouvrier » ou « employé ».

Un pessimisme plutôt marqué

Les familles semblent plutôt pessimistes sur l'avenir de leur pouvoir d'achat. Près des deux tiers d'entre elles pensent qu'il va baisser dans les prochaines années. **Seules, entre 7 et 12 % des familles pensent que le pouvoir d'achat va s'améliorer.**

Une constante dans la répartition : les familles monoparentales sont les plus pessimistes, tout comme les foyers où

la personne de référence est « sans activité professionnelle », « ouvrier » ou « employé ». **Quelle que soit la catégorie des familles considérées (en fonction de la tranche d'âge de la personne de référence, de la catégorie socioprofessionnelle, du nombre d'enfants ou du type de famille), elles sont toutes très majoritairement pessimistes en ce**

qui concerne l'avenir de leur pouvoir d'achat.

Sur certains départements, les foyers où la personne de référence est « employé » ou « ouvrier » sont les plus pessimistes, y compris par rapport à ceux où elle est « sans activité professionnelle ».

En ce qui concerne leur situation financière, et malgré de fortes disparités départementales, les familles se montrent, dans l'ensemble, pessimistes, voire inquiètes.

Beaucoup estiment également qu'elles se trouvent dans une situation plus difficile que les autres (21 % pour le Nord, 19 % pour les Deux-Sèvres, 18 % pour l'Orne, 12 % pour la Haute-Savoie). A contrario certaines pensent que les autres ont plus de difficultés qu'elles (53 % pour la Haute-Garonne et le Calvados). Entre 31 et 41 % n'ont pas le sentiment de vivre une situation spécifique par rapport aux autres. Il apparaît alors une sorte de sentiment de compassion et d'altruisme face aux difficultés que peuvent rencontrer les autres familles. Ici encore on observe des départements qui se distinguent comme les Vosges (54 %) ou la Creuse (52 %).

Des incidences sur le quotidien

Plus de 90 % des parents estiment que la hausse des prix a eu des conséquences plutôt négatives sur leur état d'esprit au quotidien. La première de ces conséquences est une planification plus forte des dépenses de la vie quotidienne (entre 53 et 70 %). Les suivantes sont un sentiment de souci (entre 37 et 55 %), de culpabilité

de ne pouvoir offrir plus à ses enfants (entre 32 et 50 %), de frustration (entre 34 et 43 %) ou de tension nerveuse (entre 19 et 40 %).

Des inégalités apparaissent face à ces incidences.

Les familles monoparentales ainsi que les catégories professionnelles moins favorisées semblent les plus touchées.

Sans surprise, les familles ayant modifié leurs habitudes de consommation comme celles qui estiment avoir réduit au maximum leurs dépenses semblent vivre avec beaucoup plus de nervosité la situation.

Note: Du fait de la multiplicité des réponses, certains parents ont donné 2 voire 3 incidences différentes.

Analyse des dépenses de santé et d'éducation

L'éducation : anticipation et limites

De 29 à 37 % des parents (respectivement la Creuse et l'Orne) déclarent avoir constitué une épargne pour financer les études de leur(s) enfant(s). La Haute-Savoie se distingue avec 41 %. Cependant cette proportion varie fortement en fonction de la catégorie socioprofessionnelle des parents.

En effet, dans certains départements, il est fréquent d'observer qu'ils sont près d'1 sur 2 à avoir constitué une épargne lorsqu'ils sont de profession dite « supérieure » (artisans, cadres, chefs

d'entreprises), contre 1 sur 4 et parfois moins lorsqu'ils sont sans activité professionnelle, employés ou ouvriers.

Si dans l'ensemble, peu de ménages anticipent le financement des études de leur(s) enfant(s), il semblerait que dans les faits les parents entreprennent une démarche afin de les financer.

Bien qu'une forte majorité des parents n'aient rien entrepris ou n'envisagent rien pour financer les études de leur(s) enfant(s), près de la moitié déclarent avoir diminué ou envisagent de diminuer leur train de vie, environ

1 sur 4 d'augmenter leur temps de travail et ou de reprendre une activité professionnelle.

Cependant les parents semblent fatalistes concernant l'orientation scolaire de leur(s) enfant(s). En effet, une majorité de parents (entre 54 et 62 %) pensent que le choix d'orientation de leur(s) enfant(s) a été ou sera conditionné par leurs ressources financières (détachement à 43 % pour la Haute-Savoie).

La santé : entre accès difficile et renoncement aux soins

Pour une majorité de familles (entre 61 et 77 %, respectivement Calvados et Deux-Sèvres), l'accès aux soins de santé n'est pas chose aisée. Il serait même « de plus en plus difficile » pour 39 à 53 % d'entre elles et « difficile » pour 17 à 27 %.

Le comportement des familles face aux soins de santé est en adéquation avec leur ressenti.

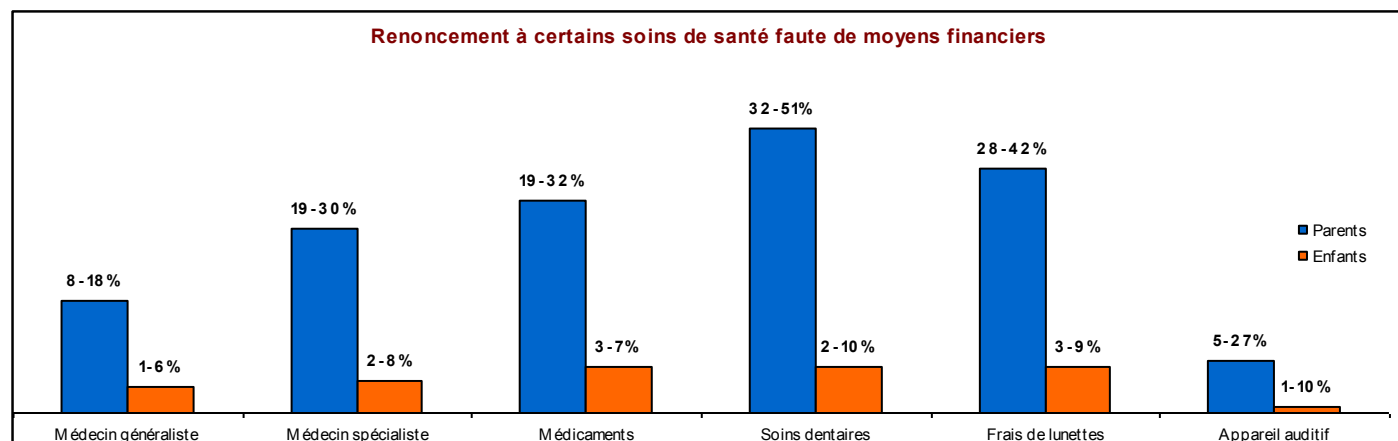
Ainsi, une grande majorité des parents déclarent avoir renoncé à au moins un soin de santé les concernant dans les 12 derniers mois (toutes catégories confondues) bien

qu'ils soient relativement bien couverts étant donné qu'ils sont près de 9 sur 10 à déclarer posséder une mutuelle ou une complémentaire santé. Les ménages dont la personne de référence est « sans activité professionnelle » sont les plus touchés ainsi que les familles monoparentales.

Ce renoncement aux soins concerne principalement les soins dentaires (entre 32 et 51 %), les frais de lunettes (entre 28 et 42 %), les médicaments (entre 19 et 32 %) et la consultation d'un médecin spécialiste (entre 19 et 30 %).

Dans des proportions très inférieures, le renoncement aux soins concerne les enfants dans certains cas. En effet, entre 2 et 10 % des interrogés ont tout de même renoncé à des soins dentaires pour leur(s) enfant(s), entre 3 et 9 % à des frais de lunettes ou encore entre 4 et 7 % à certains médicaments.

Ce comportement de renoncement aux soins des parents pourrait être interprété comme un sacrifice de leur part pour privilégier la santé de leur(s) enfant(s).



Perception des dispositifs d'aide au budget

Une méconnaissance des structures d'aide, de suivi ou de conseil au budget

Seuls entre 8 et 17 % des parents déclarent connaître des structures d'aide, de suivi ou de conseil au budget. Ce chiffre signifie une importante méconnaissance de ces aides, une mauvaise interprétation ou un manque de visibilité de celles-ci.

En outre, des parents peuvent être réticents. En effet, une grande majorité pensent « qu'ils n'ont pas besoin d'aller dans ce type de structure » (près de

60 %) ou encore que « ce type de structure s'adresse à des familles en grandes difficultés » (près de 40 %). A noter que cette dernière raison renvoie à ce que nous avons observé auparavant, à savoir que près de la moitié des parents interrogés pensent que les « autres » ont plus de problèmes qu'eux, même si une grande partie était issue des catégories sociales les moins favorisées.

La demande d'aide n'est pas un acte anodin et apparaît comme étant un acte difficile pour une grande majorité des parents interrogés (entre 63 et 76 %). Demander une aide extérieure est une démarche que les parents reculent au maximum car elle demande un effort important en les renvoyant à leurs propres difficultés et au jugement des autres.

Rappel : Au niveau national, et jusqu'à fin 2008, le dépôt moyen de dossiers de surendettement était de 183 000 par an. D'octobre 2008 à septembre 2009, 212 814 dossiers ont été déposés. Entre avril 2005 et mars 2010, 967 000 dossiers ont été déposés soit une moyenne de 193 400 dossiers par an. Une hausse de 10,2 % a été enregistrée sur la période allant de mars 2009 à mars 2010.

La démarche effectuée par les usagers auprès des services d'aide, de suivi, ou de conseil au budget est souvent trop tardive pour éviter les actions curatives (dépôt de dossier de surendettement). La demande d'aide est une démarche difficile durant laquelle les usagers ont besoin d'être rassurés. La comparaison avec les autres est inévitable, d'où l'une de leurs premières questions « Est-ce qu'il y a pire que moi ? »

Position de l'UNAF face à la crise

La majorité des familles se sentent en difficulté. Le ressenti d'une hausse des prix les a conduites à s'adapter et à modifier, souvent de manière importante, leurs habitudes de consommation. Elles économisent sur des besoins de première nécessité, tels que l'alimentation et les énergies domestiques, ainsi que sur leurs dépenses en matière de santé et d'éducation.

Ainsi, plus de la moitié des parents déclarent avoir réduit de façon maximale leurs dépenses et estiment ne plus avoir de marge de manœuvre. Les familles monoparentales, les employés, les ouvriers, et les ménages dont la personne de référence est sans emploi sont davantage touchés.

Face à la difficulté croissante d'accès aux soins, nombre de parents sacrifient leur propre santé pour privilégier celle de leurs enfants. Enfin, plus de la moitié des parents se montrent fatalistes concernant le choix d'orientation scolaire de leurs enfants en déclarant que ce sont leurs ressources financières qui l'ont conditionné, ou le conditionneront.

Cette situation a des conséquences sur l'état d'esprit quotidien des familles, et engendre stress, culpabilité et frustration. Elles envisagent l'avenir avec pessimisme.

Les dispositifs mis en place face à cette situation ne sont guère convaincants. Près de 90 % des personnes interrogées sont « plutôt ou très insatisfaites » des mesures en faveur du pouvoir d'achat des familles. Les structures d'aide, de suivi et de conseil au budget sont méconnues et manquent de visibilité.

La situation est alarmante : les familles sont inquiètes et fragilisées. Seule une politique familiale vigoureuse peut les rassurer et rétablir la confiance. N'oublions pas que cette confiance, qui permettrait de maintenir la consommation et l'investissement des familles dans la santé, l'éducation et la formation de leurs enfants, est la condition *sine qua non* de la relance économique...