

Observatoire des Familles du Nord

Écouter les familles pour mieux les comprendre

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

Depuis plusieurs années, le climat socio-économique est à l'instabilité. 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. Pas une actualité sans que l'on énonce le pouvoir d'achat qui apparaît alors comme une des principales préoccupations des familles.

L'enjeu dépasse largement le cadre social des ménages pour s'installer dans le domaine politique et médiatique. Cependant, il semble y avoir un décalage entre le ressenti négatif des ménages sur leur niveau de vie et la mesure officielle qui note une augmentation du pouvoir d'achat. Sans entrer dans le débat du recueil des données et du mode de calcul du pouvoir d'achat, l'enquête tend à recueillir le point de vue des familles et leur ressenti sur l'évolution des prix au cours des 12 derniers mois.

En raison des difficultés économiques réelles ou supposées que rencontrent les ménages, et l'idée selon laquelle ils ont de plus en plus de mal à faire face à leurs dépenses, qu'en est-il réellement lorsqu'on les interroge ? Le malaise est-il si important ? Comment les familles s'adaptent-elles à la situation ? Les familles bénéficient-elles encore d'une marge de manœuvre concernant leurs dépenses ? Dans quelle mesure les familles 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 anticiper les difficultés financières (surendettement) ?

C'est principalement à ces questions qu'il est important d'apporter des éléments de réponse.

Analyse effectuée par Hakim Boudaoud - Responsable de l'Observatoire des Familles du Nord



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.

Pour cette enquête sur le département du Nord, l'Observatoire des Familles de l'UDAF 59 s'est associé à la démarche initiée par l'UNAF.

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

2838 familles ont été sélectionnées de manière aléatoire à partir d'un fichier MEDIAPOST.

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 du chef de famille
- âge du chef de famille (moins de 35 ans / 35-44 ans / 45 ans ou plus)

Le questionnaire a été administré par courrier avec un taux de retour observé de 20,5 %. **582 familles ayant au moins un enfant de moins de 19 ans** ont répondu au questionnaire et composent donc l'échantillon.

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, semble partagé par de 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 la capacité d'adaptation des familles face aux différentes situations.

Il s'agit aussi d'observer la manière dont les familles vivent la hausse supposée de certains postes de dépenses en évaluant la marge de manœuvre dont elles pensent disposer, en mettant 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 mais son système est perçu comme élitiste en dehors des filières générales. La santé de l'enfant est une préoccupation majeure pour les parents, dans un contexte de hausse des frais de consultation médicale et d'accroissement des remboursements par la Sécurité Sociale.

Il s'agit alors d'identifier la manière dont les familles gèrent et anticipent ces

deux postes de dépenses 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. Il s'agit d'évaluer la connaissance de ces dispositifs et l'opinion que les familles ont de ceux-ci.

Enfin, un focus est fait sur l'opinion des familles concernant les politiques familiales en faveur du pouvoir d'achat, et notamment sur la redistribution des sommes épargnées, suite à la réforme de la majoration unique à 14 ans des allocations familiales.

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

Un ressenti à la hausse des prix

92 % des familles ont ressenti une hausse des prix (55 % plutôt à la hausse et 37 % très à la hausse). A noter que 7 % n'ont ressenti aucun changement et seulement 1 % des parents interrogés ont ressenti une légère baisse des prix. Aucun enquêté n'a ressenti de forte baisse des prix.

Le nombre d'enfants semble mettre en avant quelques différences de jugement. Lorsque l'enfant le plus âgé de la famille à moins de 6 ans et

lorsqu'il a entre 18 et 25 ans, la proportion de parents déclarant avoir ressenti une hausse des prix est de 95 % alors qu'en comparaison elle est respectivement de 84 % et 89 % lorsque l'enfant le plus âgé de la famille a entre 15 et 17 ans ou entre 11 et 14 ans.

Le niveau social mesuré à travers la catégorie socioprofessionnelle fait apparaître quelques différences de jugement des parents.

Quand le chef de ménage est de profession supérieure (artisans, chefs d'entreprises, cadres) la proportion de parents ayant ressenti une hausse des prix est de 86 % (dont 23 % très à la hausse) alors qu'ils sont 95 % lorsqu'ils sont sans activité professionnelle (dont 43 % très à la hausse) et 93 % lorsqu'ils sont employés ou ouvriers (dont 42 % très à la hausse).

Une facture énergétique de plus en plus lourde

91 % des familles ont ressenti une hausse des prix de l'énergie domestique* (dont 45 % très importante), et 66 % du prix de l'eau (dont seulement 14 % très importante).

De ce fait, 71 % des familles ont changé leurs habitudes en économisant sur l'énergie domestique et 68 % sur l'eau. Pour ce qui est du taux d'effort des ménages, pour limiter leurs

consommations liées au logement, 56 % déclarent avoir réduit au maximum leur énergie domestique, et 52 % 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 : 94 % ont ressenti une hausse des prix liée à l'alimentation (dont 42 % 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, 81 % d'entre elles ont changé leurs habitudes en économisant sur l'alimentation. Pour cela, elles se sont majoritairement tournées vers le « hard discount » (72 %), en se privant de certains produits (61 %) ou en changeant les marques des produits

(57 %). D'autres ont mis en avant le fait de limiter leurs trajets (31 %), de cultiver un potager (25 %), acheter directement aux producteurs (22 %) ou encore acheter moins de plats cuisinés (20 %). 47 % des familles déclarent avoir réduit au maximum leurs dépenses alimentaires.

Au final, un ménage sur deux déclare avoir réduit au maximum les trois postes dépenses liées au logement à savoir l'eau, l'énergie domestique et l'alimentation.

Concernant les dépenses liées aux enfants

En ce qui concerne les dépenses liées aux enfants c'est surtout pour l'habillement que le sentiment de hausse des prix est observé : 63 % des familles ont ressenti une hausse sur ce poste, 52 % pour les frais liés à la scolarité et 47 % concernant les loisirs et activités extrascolaires. Ici également, les parents semblent avoir

changé leurs habitudes de consommation en économisant mais dans une moindre mesure. 44 % déclarent moins dépenser pour l'habillement, 26 % en multimédias et outils de communication et 25 % 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'achat d'habillement pour leur(s) enfant(s), et plus d'un sur trois a réduit ses dépenses au maximum sur les loisirs et les frais liés à la scolarité.

A propos du ressenti de la hausse des prix au cours des 12 derniers mois

Note méthodologique : Afin de disposer d'un score global pour évaluer la proportion de parents ayant ressenti une augmentation des prix au cours des 12 derniers mois, un indicateur a été construit à partir des réponses données aux questions sur le ressenti de la hausse des prix concernant les dépenses liées au logement (eau, énergie domestique), les dépenses liées à l'alimentation et les dépenses liées aux enfants. Ont ainsi été considérés comme ayant ressenti une hausse des prix, les parents qui ont répondu au moins deux réponses « très importante » ou au moins 4 réponses « assez importante », si une ou aucune réponse « très importante ».

Ainsi déterminé, **la part des parents ayant ressenti une augmentation des prix au cours des 12 derniers mois, tous postes de dépenses confondus, est de 65 %**. Une différence significative est observée en fonction de l'âge de l'enfant le plus âgé. En effet,

plus l'enfant est âgé, plus le ressenti d'une hausse des prix est observé : 36 % pour les parents dont l'enfant le plus âgé a moins de 6 ans, 58 % quand il a entre 6 et 10 ans, 78 % quand il a entre 11 et 14 ans ainsi que respectivement 77% et 72 % quand il a

entre 15 et 17 ans et entre 18 et 25 ans. Les familles monoparentales ont également un sentiment de hausse des prix plus important (76 %) que les couples (63 %). Ce ressenti est de 96 % concernant les dépenses liées à l'enfant.

A propos des changements d'habitudes de consommation au cours des 12 derniers mois

Note méthodologique : Afin de disposer d'un score global pour évaluer la proportion de parents ayant changé leurs habitudes de consommation au cours des 12 derniers mois, un indicateur a été construit à partir des réponses données aux questions concernant les consommations liées au logement, les consommations liées à l'alimentation et les consommations liées aux enfants. Ont ainsi été considérés comme ayant modifié leurs habitudes de consommation, les parents qui ont répondu au moins trois réponses « oui ».

Ainsi déterminé, **la part des parents ayant modifié leurs habitudes de consommation, au cours des 12 derniers mois est de 78 %**.

Le niveau social semble avoir une légère importance dans le jugement des parents. 84 % des parents ouvriers ou

employés déclarent avoir modifié leurs habitudes de consommation au cours des 12 derniers mois contre 65 % chez les professions dites supérieures.

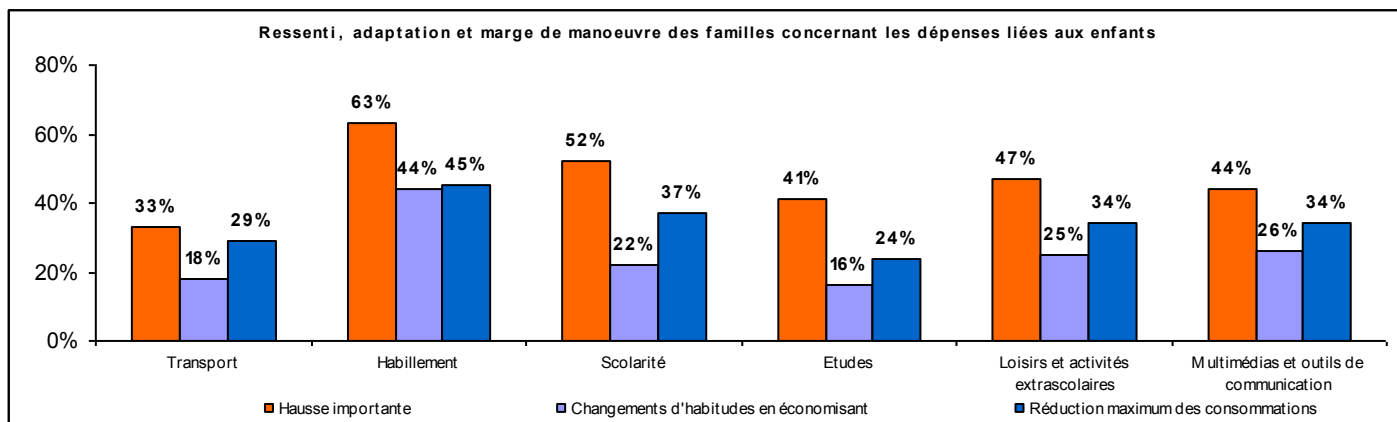
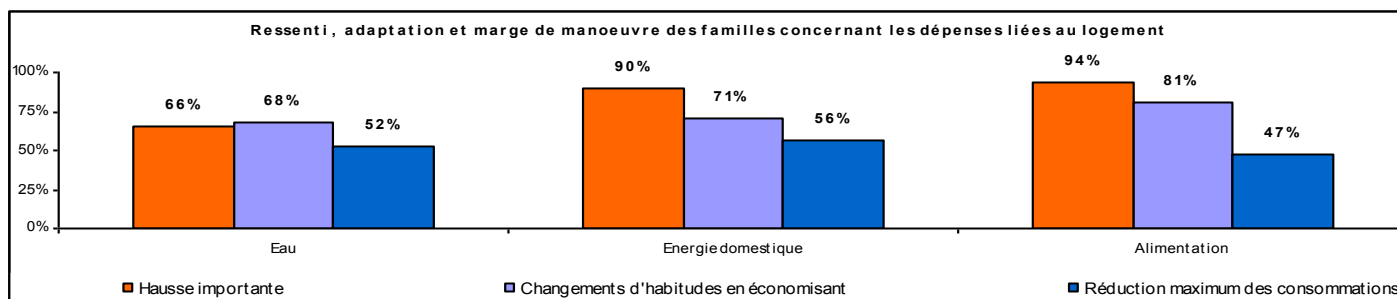
Des différences sont observées en fonction de l'âge des enfants. Ainsi, lorsque l'enfant le plus âgé a moins de

6 ans, 65 % des parents ont déclaré avoir modifié leurs habitudes contre 84 % lorsqu'il a entre 6 et 10 ans ou 80 % quand il a entre 18 et 25 ans. Les familles nombreuses (3 enfants et plus) ont davantage modifié leurs habitudes.

A propos de la réduction des dépenses au cours des 12 derniers mois

Note méthodologique : Afin de disposer d'un score global pour évaluer la proportion de parents ayant réduit au maximum leurs dépenses au cours des 12 derniers mois, un indicateur a été construit à partir des réponses données aux questions concernant les consommations liées au logement (eau, énergie domestique), les consommations liées à l'alimentation et les consommations liées aux enfants. Ont ainsi été considérés comme ayant réduit au maximum leurs dépenses, les parents qui ont répondu au moins trois réponses « oui ».

La part des parents ayant réduit au maximum leurs dépenses, au cours des 12 derniers mois est de 55 %.



Une marge de manœuvre étroite

Les parents semblent inquiets concernant leur marge de manœuvre.

En effet, 53 % d'entre eux estiment qu'ils n'ont « plus vraiment » de marge de manœuvre concernant leurs dépenses, et 19 % « plus du tout ».

Si, d'une manière générale, près de

3 familles sur 4 semblent fragilisées, les familles monoparentales semblent plus vulnérables (79 % contre 69 % pour les couples). Il en va de même pour les foyers où le chef de famille est ouvrier ou employé (79 % contre 51 % quand il est de profession dite

supérieure).

Les foyers où le chef de famille est sans activité professionnelle semblent moins vulnérables (69 % déclarent ne plus avoir de marge de manœuvre) que ceux où le chef de famille est ouvrier ou employé (79 %).

Des familles soucieuses pour l'avenir

Si la hausse des prix devait se poursuivre, 53 % des parents estiment que leurs ressources seraient alors « insuffisantes », et 20 % « très insuffisantes ».

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

faire face à la situation si elle ne s'améliorait pas.

Les familles monoparentales semblent plus exposées (87 % contre 69 % pour les couples), tout comme les foyers où le chef de famille est ouvrier ou employé (82 % contre 47 % quand il est

de profession dite supérieure).

Les foyers où le chef de famille est sans activité professionnelle semblent avoir relativement moins de mal à faire face à la situation (77 %) que ceux où le chef de famille est ouvrier ou employé (82 %).

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 7 % des familles pensent qu'il va s'améliorer.

Les familles monoparentales sont les plus pessimistes (70 % contre 63 % pour les couples). Il en est de même pour les familles où le chef est sans

activité professionnelle, ouvrier ou employé (respectivement 69 % et 65 % contre 59 % quand il est de profession dite supérieure).

Quelle que soit la catégorie de population (en fonction de la tranche de l'âge du chef de famille, du nombre d'enfants, de la catégorie socioprofessionnelle, ou le type de famille), elles sont toutes

majoritairement pessimistes en ce qui concerne l'avenir de leur pouvoir d'achat.

Les foyers où le chef de famille est employé ou ouvrier sont les plus pessimistes y compris par rapport à ceux où le chef de ménage est sans activité professionnelle.

Bien que les familles se montrent pessimistes, voire inquiètes, pour l'avenir concernant leur situation financière, elles ne sont cependant que 21 % à penser qu'elles se trouvent dans une situation plus difficile que les autres. Elles sont même près d'une sur deux à penser que les autres ont plus de difficultés qu'elles (48 %). 31 % d'entre elles n'ont pas le sentiment de vivre une situation spécifique par rapport aux autres (ni plus ni moins de difficultés que les autres familles). Il apparaît comme un sentiment de compassion et d'altruisme face aux difficultés que peuvent rencontrer les autres familles.

Des incidences sur le quotidien

95 % des parents estiment que la hausse des prix a des conséquences plutôt négatives sur leur état d'esprit au quotidien. Elle les a amené à planifier davantage les dépenses de la vie quotidienne (65 %). Elle est aussi cause de souci (47 %), de culpabilité de ne pouvoir offrir plus à leurs enfants (43 %), de frustration (35 %), ou de tension nerveuse (31 %).

Des inégalités apparaissent face à ces incidences. En effet, les familles monoparentales et les catégories professionnelles moins favorisées semblent davantage touchées que les autres.

Celles ayant modifié leurs habitudes de consommation vivent cela avec beaucoup plus de nervosité proportionnellement aux autres (61 % contre 35 %) tout comme celles estimant avoir réduit au maximum leurs dépenses (64 % contre 46 %).

Au final, on peut distinguer trois types de parents :

- **ceux pour qui la hausse des prix a nécessité une planification des dépenses** (« cela me demande de planifier davantage mes dépenses de la vie quotidienne »), **65 %**.

- **ceux pour qui la hausse des prix a engendré de la culpabilité** (« je culpabilise de ne pouvoir offrir plus à mes enfants », « la situation engendre une certaine frustration »), **61 %**.

- **ceux pour qui la hausse des prix est éprouvante nerveusement** (« je me fais beaucoup de souci concernant ma situation financière », « nerveusement la situation a des répercussions sur mon quotidien »), **56 %**.

Du fait de la multiplicité des réponses, certains parents peuvent appartenir à 2 voire 3 catégories différentes.

Analyse des dépenses de santé et d'éducation

L'éducation : anticipation et limites

Moins d'un parent sur trois déclare avoir constitué une épargne pour financer les études de leur(s) enfant(s). Cependant, cette proportion varie fortement en fonction de la catégorie socioprofessionnelle des parents.

En effet, s'ils sont 1 sur 2 à avoir constitué une épargne lorsqu'ils sont de profession dite supérieure (artisans, chefs d'entreprises, cadres), ils ne sont que 1 sur 4 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 que 21 % des parents n'ont rien entrepris ou envisagent de ne rien faire pour financer les études de leur(s) enfant(s), 49 % déclarent avoir diminué ou envisagent de diminuer leur train de vie, 21 % envisagent d'augmenter leur

temps de travail, et 17 % comptent reprendre une activité professionnelle.

Cependant, **les parents semblent fatalistes concernant l'orientation scolaire de leur(s) enfant(s)**. En effet, une majorité de parents (58 %) pensent que le choix d'orientation de leur(s) enfant(s) a été ou sera conditionné « totalement » (13 %) ou « en partie » (45 %) par leurs ressources financières.

La santé : entre accès difficile et renoncement des soins

Pour une majorité de familles (66 %), l'accès aux soins de santé n'est pas chose facile. Il serait même « de plus en plus difficile » pour 39 % d'entre elles et « difficile » pour 27 %.

Leur comportement face aux soins de santé est en adéquation avec leur ressenti.

Ainsi, **près de 61 % 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**

(93 % ont déclaré posséder une mutuelle ou une complémentaire santé).

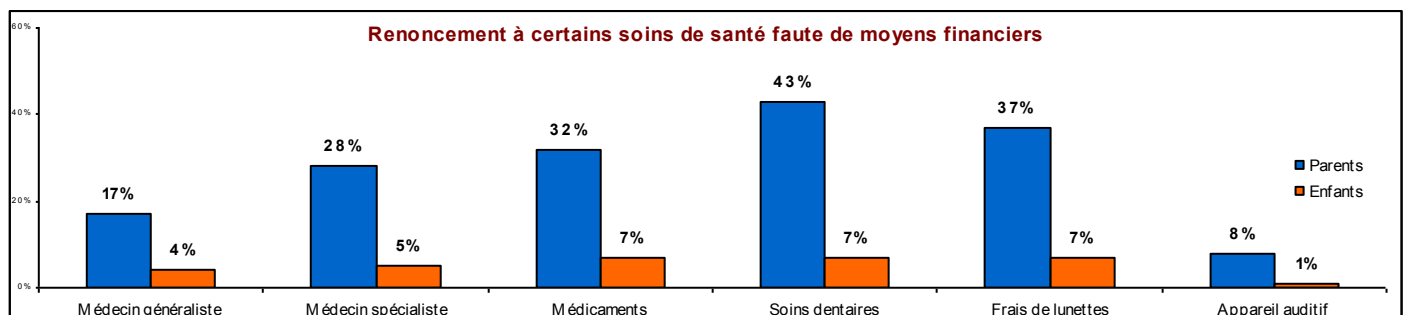
Les ménages dont le chef est sans activité professionnelle sont les plus touchés (72 % contre 47 % pour les catégories favorisées). Tout comme les familles monoparentales (72 % contre 58 % pour les couples).

Le renoncement concerne principalement, et pour les parents, les soins dentaires (43 %), les frais de lunettes (37 %), les médicaments (32 %) et la consultation d'un médecin

spécialiste (28 %).

Toutefois, les proportions sont très inférieures dans le renoncement aux soins qui concernent les enfants dans certains cas. En effet, 7 % des parents, en ce cas, ont renoncé à des soins dentaires pour leur(s) enfant(s), à des frais de lunettes, ou encore à certains médicaments.

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



Le nombre de ménages estimant avoir réduit à la fois leurs dépenses liées au logement (eau, énergie domestique), à l'alimentation et ayant renoncé au moins deux fois à des soins de santé, 64 % des familles interrogées pourraient être classée comme « sensibles ».

Recours au crédit à la consommation et perception des dispositifs d'aide au budget

Un recours fréquent au crédit à la consommation

44 % des familles interrogées déclarent n'avoir jamais eu recours au crédit à la consommation. 56 % d'entre elles y ont recours (37 % « très rarement » ou « assez rarement », 14 % « assez souvent », et 5 % « très souvent »).

Toutefois, **lorsqu'on leur demande si elles ont souscrit un crédit à la consommation au cours des 12 derniers mois, 77 % affirment que oui.**

A noter que 25 % des foyers où le chef de famille est sans activité professionnelle déclarent avoir souscrit au moins un crédit à la consommation au cours des 12 derniers mois et 22 % quand il est employé ou salarié contre

10 % pour les professions dites supérieures (artisans, chefs d'entreprise, cadres).

Les familles monoparentales ont davantage souscrit à ce type de crédit (27 %) que les couples (18 %).

Les raisons pour lesquelles les ménages ont souscrit un ou des crédits à la consommation sont différentes selon le type de ménage. Les ménages où le chef de famille est de profession dite supérieure (artisans, chefs d'entreprise, cadres) ont un ciblage très précis, principalement pour équiper la maison ou pour l'achat d'une voiture. Lorsque le chef de famille est sans activité professionnelle, employé ou

salarié, on observe alors une multiplicité de raisons. On y trouve également l'équipement de la maison et l'achat d'une voiture mais aussi les loisirs et activités extrascolaires, les loisirs en famille, l'habillement, le transport, les frais liés à la scolarité et plus spécifiquement encore des crédits afin de subvenir aux dépenses alimentaires, au paiement des factures énergétiques (gaz, fioul, électricité) et d'eau. Soit, une forte demande de crédits à la consommation pour couvrir les charges courantes liées au logement et à l'alimentation.

Il s'agit alors de « crédit alimentaire ».

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

Seuls 16 % des parents déclarent connaître des structures d'aide, de suivi ou de conseil au budget ce qui montre une importante méconnaissance de ces aides, une mauvaise interprétation ou un manque de visibilité de celles-ci.

A cela s'ajoute une réticence de la part des parents pour consulter ces structures, qui rend le passage à l'acte difficile. En effet, une grande majorité des parents pense « qu'ils n'ont pas besoin d'aller dans ce type de

structure » (69 %) ou encore que « ce type de structure s'adresse à des familles en grandes difficultés » (37 %). 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.

La demande d'aide n'est pas un acte anodin. Elle apparaît comme étant un acte difficile pour 69 % des parents interrogés. Les parents reculent au maximum l'échéance de sollicitation

d'aide extérieure. Cela demande un effort important, qui les renvoie à leurs propres échecs et au jugement des autres.

Les structures d'aide, de suivi ou de conseil au budget ne font quasi-exclusivement que « du curatif », faute d'avoir été sollicitées plus tôt par les familles. Il suffit d'observer l'augmentation du nombre de dépôts de dossiers de surendettement, ces dernières années, pour s'en persuader.

Le Bureau d'Aide Éducative Budgétaire de l'UDAF59 a été interpellé 1572 fois en 2009. La démarche effectuée par les usagers de ce service est souvent trop tardive pour éviter les actions curatives (dépôt de dossier de surendettement). La demande d'aide est une démarche difficile, où les usagers ont besoin d'être rassurés. La comparaison aux autres est inévitable. Une de leurs principales questions est : « Est-ce qu'il y a pire que moi ? ».

Des mesures en faveur du pouvoir d'achat jugées inefficaces

88 % des parents interrogés ne sont pas satisfaits des mesures politiques menées actuellement en faveur du pouvoir d'achat (dont 40 % très insatisfaits). La première mesure phare, mise en place afin de relancer le pouvoir d'achat, a été la réforme de la majoration unique à 14 ans des allocations familiales. Dans les faits, cette réforme **entraîne une diminution totale cumulée de 600€ par enfant, sur l'ensemble de la période pendant laquelle**

il ouvre droit aux allocations.

Il a donc été demandé aux parents de quelle manière ils estimaient voir affecter les sommes ainsi épargnées par la branche famille.

Pour 47 % des parents, il serait légitime que cette économie réalisée leur revienne directement sous la forme de prestations familiales. 36 % d'entre eux pensent que l'économie devrait profiter à l'ensemble de la population (prestations santé, retraites,...).

Concernant la redistribution directe aux familles, les parents opteraient principalement pour des allocations affectées à la scolarité et à l'éducation de l'enfant (52 %) ou aux soins de santé de l'enfant (39 %). **Note : Les allocataires bénéficiaient auparavant de deux majorations (quand les enfants atteignaient 11 ans, puis à partir de 16 ans). Depuis 2008, une majoration unique à 14 ans les remplace.**