



## Consommation - Pouvoir d'Achat

Prix des carburants : 2 Français sur 3 ont déjà renoncé à des déplacements et 8 sur 10 réduisent d'autres dépenses

Bonial dévoile son 14<sup>ème</sup> Baromètre "Du pouvoir d'achat au vouloir d'achat : la relation des Français avec la consommation" réalisé avec OpinionWay.

Alors que le moral des Français se dégrade de nouveau face au pouvoir d'achat, **le prix du carburant apparaît aujourd'hui comme un véritable accélérateur d'arbitrages budgétaires**. Déplacements réduits, loisirs sacrifiés, nouvelles habitudes de courses : les consommateurs adaptent désormais très concrètement leur quotidien pour limiter leurs dépenses.

### 5 chiffres clés

- 67% des Français ont déjà renoncé à certains déplacements à cause du prix du carburant ;
- 81% réduisent au moins un autre poste de dépense pour absorber cette hausse ;
- 53% réduisent les restaurants et bars, 52% les loisirs et sorties, 47% les vacances et week-ends ;
- 56% déclarent que le prix du carburant influence le choix des magasins dans lesquels ils font leurs courses ;
- 73% ont déjà modifié leurs habitudes de courses pour limiter leurs frais de carburant.

---

## — Le carburant devient un facteur majeur d'arbitrage dans le quotidien des Français

Le prix du carburant ne pèse plus seulement sur les déplacements : il impacte désormais directement les habitudes de consommation.

**Plus des deux tiers des Français (67%) déclarent avoir déjà renoncé à certains trajets** en raison du coût de l'essence. Mais surtout, cette hausse entraîne des restrictions sur d'autres dépenses du quotidien : **81% des Français disent réduire au moins un autre poste budgétaire pour compenser.**

Les premiers arbitrages concernent les dépenses plaisir et les moments de convivialité :

- Restaurants et bars (53%) ;
- Loisirs et sorties (52%) ;
- Vacances et week-ends (47%).

Mais les restrictions s'étendent aussi à des achats plus installés dans le quotidien :

- Habillement (43%) ;
- Beauté et bien-être (33%) ;
- Équipement de la maison (31%).

Le carburant devient ainsi un véritable révélateur des tensions budgétaires et pousse les consommateurs à revoir leurs priorités.

## — Des consommateurs qui optimisent désormais chaque dépense

Face à la pression sur leur budget, les Français adaptent durablement leurs habitudes de consommation et de courses.

Le prix du carburant influence désormais directement les comportements d'achat : **56% des Français déclarent qu'il impacte le choix des magasins dans lesquels ils se rendent.** Les enseignes de proximité et les trajets optimisés deviennent des critères de plus en plus importants.

Dans cette logique, 73% disent avoir déjà modifié leurs habitudes de courses afin de réduire leurs frais de déplacement. Plus largement, près de 8 Français sur 10 (78%) envisagent de faire évoluer leur manière de consommer pour préserver leur pouvoir d'achat.

Cette adaptation se traduit par des comportements d'achat plus rationnels :

- une attention renforcée aux prix (43%) ;
- une vigilance accrue aux promotions (35%) ;
- un recours plus fréquent aux marques distributeur (26%, +5 points vs mars 2025).

La recherche de "bons plans" ne concerne donc plus seulement le panier moyen : les consommateurs cherchent désormais à optimiser l'ensemble du coût lié à leurs achats, des promotions jusqu'aux déplacements nécessaires pour faire leurs courses.

Dans un contexte de dépenses contraintes toujours plus fortes, la consommation devient ainsi plus réfléchie, plus calculée et davantage guidée par les arbitrages du quotidien.

---

## Un moral des Français à nouveau en forte dégradation

Cette pression sur les dépenses du quotidien s'inscrit dans un contexte plus large de retour des inquiétudes autour du pouvoir d'achat.

Aujourd'hui, 86% des Français associent le pouvoir d'achat à un sentiment négatif, soit +12 points par rapport à mars 2025. L'inquiétude domine largement (54%), devant le mécontentement (37%) et le sentiment d'impuissance (36%).

Les jeunes de 18 à 24 ans (86%) ainsi que les actifs de 50 à 64 ans (92%) apparaissent particulièrement fragilisés. Concrètement, les Français ont de plus en plus le sentiment de devoir arbitrer :

- seuls 62% estiment pouvoir financer leurs dépenses jusqu'à la fin du mois ;
- moins d'un Français sur deux pense pouvoir se faire plaisir (46%) ;
- la capacité à partir en vacances chute à 43% ;
- seuls 39% déclarent encore parvenir à épargner.

## Méthodologie

Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 1004 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 12 au 13 mai 2026.

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.



## Contacts presse

Agence VIANOVA  
bonialpresse@vianova-rp.com  
Justine Turc-Guiborat : +33 6 71 23 32 22  
Hamza Chemrakhi : +33 6 70 05 78 98

Bonial | Emily Tamazirt  
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

