



Pouvoir d'achat : le « mur de septembre » pousse 6 Français sur 10 à reporter leurs achats

Impôts, courses, rentrée scolaire... En septembre, les dépenses s'accumulent et forment un véritable mur budgétaire pour les ménages. La 15^e vague du baromètre « Du pouvoir d'achat au vouloir d'achat », réalisée par OpinionWay pour Bonial, révèle que 54 % des Français considèrent septembre comme un mois plus coûteux que les autres. Cette accumulation pousse les Français à multiplier les arbitrages, jusqu'à reporter, voire renoncer à certains achats ou projets.

Télécharger
l'étude



Chiffres clés

- **70 %** des Français se montrent plus vigilants sur leurs dépenses du mois de septembre.
- **63 %** se limitent au strict minimum en matière de dépenses au cours du mois de septembre.
- **60 %** ont reporté certains achats ou projets prévus, tandis que **54 %** y ont même définitivement renoncé.
- **42 %** ont dû puiser dans leur épargne pour faire face aux dépenses de septembre.
- **Près de 9 Français sur 10 (89 %)** expriment un état d'esprit négatif à l'égard de leur pouvoir d'achat (+ 3 pts vs. Mai 2026), un niveau jamais atteint depuis le lancement du baromètre.

— Un mois où les dépenses s'accumulent de toutes parts

Septembre n'est plus seulement le mois de la rentrée. Pour beaucoup, c'est aussi celui où les dépenses s'empilent : taxes, impôts, rentrée scolaire, renouvellement des activités sportives... 54% des Français estiment que septembre leur coûte plus cher que les autres mois de l'année, dont près d'un sur cinq (19 %) qui le juge « beaucoup plus coûteux ».

En tête, les *taxes et impôts* sont cités par 42 % des Français, devant les *courses du quotidien* (33%) avec les stocks à refaire, la reprise des repas à la maison, etc. En troisième position, on retrouve les *transports et déplacements* (31%), qui comprennent notamment les abonnements, le carburant ou encore l'entretien du véhicule. Viennent ensuite les inscriptions à des *activités sportives, culturelles ou de loisirs* (26 %), les dépenses liées à la *rentrée scolaire ou étudiante* (24%), les *achats de vêtements et équipements* (21%) ou encore les *échéances et renouvellements d'assurances* (20%).

Face à ce mur de dépenses, la hausse des prix reste largement ressentie par les Français, quel que soit le poste de consommation. Les dépenses liées à la rentrée n'échappent pas à cette perception : 58 % des Français estimant leur prix en hausse.

Ce sentiment est encore plus marqué chez les parents d'enfants mineurs : 67 % jugent le coût de la rentrée plus élevée. Un chiffre qui atteint même 75 % chez les parents de deux enfants mineurs.

— Les Français priorisent : le plaisir passe après le nécessaire

Cette accumulation de dépenses pousse les Français à revoir leurs habitudes de consommation. 7 Français sur 10 déclarent être plus vigilants dans la gestion de leur budget en septembre, jusqu'à remettre en question certains achats.

Face à cette concentration des dépenses, les achats plaisir semblent passer au second plan. La part des Français qui déclarent pouvoir se faire plaisir au moins occasionnellement atteint son niveau le plus bas depuis le lancement du baromètre (57 %, soit 6 points de moins qu'en mai 2026).

Au moment de l'enquête, 63 % indiquent avoir limité leurs dépenses au strict minimum, que ce soit par contrainte budgétaire (32 %) ou par choix (31 %).

— A force d'arbitrer, les Français pourraient-ils moins consommer ?

Les dépenses réalisées en septembre donnent un premier aperçu de cette tension : 61 % déclarent qu'elles les conduisent à faire le point et revoir certaines de leurs dépenses régulières (abonnement, forfait...). Cette pratique est particulièrement répandue chez les 18-24 ans (73 %) contre 51 % des 65 ans et +.

60 % reportent certains achats ou projets prévus, tandis que 54 % y renoncent définitivement. Ces dépenses de la rentrée ont conduit 42 % des interviewés à puiser dans leur épargne et 16% ont même envisagé à recourir à un emprunt.

“

Il ne s'agit plus seulement de chercher le meilleur prix ou la meilleure promotion, mais de faire des choix pour tenir son budget. Lorsque les arbitrages deviennent trop nombreux, les Français peuvent être amenés à limiter leurs achats au strict nécessaire, à reporter certaines dépenses, voire à remettre en question l'acte d'achat lui-même. Septembre devient ainsi un véritable mois de réajustement budgétaire.



Fabien Dutrieux
DIRECTEUR MARKETING BONIAL

Cette accumulation des arbitrages constitue un signal à suivre pour les prochains mois.

Méthodologie



Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 1 001 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 9 au 10 septembre 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.

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 6 69 38 35 37



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 visiter notre site

