

Le Teenage Lab de Pixpay dévoile la 6^e édition de son baromètre : « Les habitudes de consommation des adolescents »

Faits saillants

- Les 8-17 ans dépensent en moyenne 92 €/mois (-7 € vs 2024) ;
- Les ados les plus dépensiers sont corses (113 €), et les ados les moins dépensiers sont normands (82,4 €) ;
- Le panier moyen des ados est de 13€ (-8 % vs 2024) pour une moyenne de 7 achats mensuels ;
- 47 % des transactions sont dédiées à de l'alimentaire (33 % supermarchés, 14 % fast-foods) ;
- 30 % des ados ont déjà demandé une rallonge ;
- Parmi les ados qui se sont fixés un objectif d'épargne, ils sont 10% à l'avoir atteint

La récession n'a pas encore frappé les ados, mais elle leur envoie déjà des signaux. Dépenses mensuelles 2025 : -7%. Panier moyen : -8%.

L'adolescence est un terrain d'apprentissage pour ces adultes en devenir : ils y apprennent à gérer leur argent en toute sérénité et acquièrent leurs premiers réflexes financiers. La nouvelle étude réalisée par le Teenage Lab de [Pixpay](#)* montre comment les grandes tendances économiques influencent le quotidien des adolescents.

L'insouciance n'est plus soldée

Les adolescents n'arrêtent pas de consommer. Ils apprennent juste à dire « non merci, c'est trop cher ». En 2025, ils **ont dépensé en moyenne 92€ par mois contre 99€ un an plus tôt (-7 %)**. Le **panier moyen recule à 13€ (-8 %)**, pour une **fréquence stable de sept achats mensuels**. Les ados continuent de sortir, d'acheter... mais ils choisissent meilleur marché. En langage macro économique anglo-saxon, on parle de **downtrading**. Le phénomène est national, avec des amplitudes variables.

Arbitrages, comparaisons, petits renoncements. Les 8-17 ans adoptent déjà les réflexes économiques des parents. En cause, un **pouvoir d'achat sous double pression : prix en hausse, revenus en baisse**. L'argent de poche mensuel moyen a baissé de 3 € en 2025, passant de 29 à 26€.

Les ados des différentes régions ne s'en sortent pas de la même manière : les **Corses culminent à 113 € par mois**, contre **82,4 € pour les Normands**, soit un **écart de 37 %**.

Les expériences économiques vécues pendant l'enfance laissent des traces durables. La véritable question est donc : quelle relation à l'argent ils sont en train de construire : **plus réfléchi... ou plus inquiète ?**

L'alimentation : toujours en tête d'affiche

47 % des transactions concernent les **supermarchés alimentaires (33 %)** et les **fast-foods (14 %)**, loin devant la **tech (8 %)** et l'**habillement (7 %)**. Autrement dit, **1 achat sur 2 finit dans l'assiette**. Sandwich, snack, goûter : les dépenses vont à l'essentiel.

Les usages dessinent une **consommation fragmentée**, une vie en micropaiements. **McDonald's, 10 € par panier. Carrefour City, 4 €.**

Une **exception** toutefois : **Apple, 4 € par panier**. La seule marque que l'alimentaire n'arrive pas à battre, le marchand préféré des ados, tout sexe confondu. Une dépense axée loisirs, des petits achats dans l'AppStore sur des jeux, des skins de jeux vidéos... Des petits plaisirs qui demeurent préservés.

Négocier, ajuster, épargner : les nouveaux réflexes financiers des ados

Bonne nouvelle toutefois pour nos jeunes, les ados disposent d'un véritable **outil de trésorerie** : la **rallonge d'argent de poche**. « Maman, tu peux me remettre 10 € ? ». 30% des adolescents ont fait une demande d'argent de poche à leur parent depuis leur application Pixpay en 2025. De quoi donner un coup de pouce lorsque l'argent de poche régulier ne suffit plus. Libre aux parents d'accepter, ou non !

Dans cet océan de contraintes, certains adolescents arrivent tout de même à épargner. Parmi ceux qui s'étaient fixé un objectif d'épargne dans l'application, **10 % ont atteint leur cible**. Une bonne habitude qui servira toute la vie, mais qu'il faut généraliser plus largement !

L'éducation financière est un outil de protection

« La tension économique actuelle rend plus nécessaire que jamais l'éducation financière des jeunes. Comprendre la valeur de l'argent, arbitrer ses dépenses, gérer un budget, épargner malgré la contrainte. Toutes les études convergent : la maîtrise précoce de l'argent est l'un des facteurs les plus puissants de mobilité et de réussite à l'âge adulte. » – **Caroline Ménager, Cofondatrice de Pixpay**

*Note méthodologique

L'étude s'appuie sur 13,2 millions de transactions réalisées par des adolescents (8-17 ans), utilisateurs français de Pixpay, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2025.

À PROPOS DE TEENAGE LAB DE PIXPAY :

Fort d'une base de plus de 5 millions d'utilisateurs (parents et adolescents) le Teenage Lab de Pixpay propose des études réalisées à partir de sa base de données, mais aussi des sondages révélateurs des ressentis et des tendances qui touche

la génération qui constituera le monde de demain. Plus d'informations sur : [Teenage Lab – Pixpay](#)

À PROPOS DE PIXPAY

En juin 2022, Pixpay et GoHenry se rapprochent pour construire le leader mondial de l'éducation financière, réunissant ainsi plus de 2 millions d'utilisateurs à travers l'Europe et les Etats-Unis. En avril 2023, Pixpay et GoHenry s'associent à Acorns, une entreprise qui démocratise l'accès à l'épargne et à l'investissement pour tous aux Etats-Unis. Grâce à cette association, le groupe Acorns incluant GoHenry et Pixpay compte aujourd'hui plus de 6 millions d'utilisateurs. En 2024, Cécile Marret, ex-GoHenry, reprend le poste de CEO de Pixpay après le départ de Benoit Grassin qui devient Non Executive Advisor de la fintech.

Plus d'informations sur : [Pixpay - La meilleure carte de paiement pour ados](#)