



Etude OpinionWay pour Clearpay

INFLATION ET COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION : 79% DES JEUNES SE DISENT INQUIETS CONCERNANT LEUR POUVOIR D'ACHAT DANS LES MOIS À VENIR.

Paris, le 14 février – En ce début d'année, OpinionWay réalise pour Clearpay, l'un des leaders mondiaux du paiement fractionné en ligne, une étude visant à décrypter les habitudes de consommation des jeunes. Alors que l'inflation connaît un taux record en janvier 2023, les jeunes sont-ils toujours au rendez-vous de la Saint-Valentin ? Des vacances d'hiver ? Comment se sont-ils adaptés à la baisse de leur pouvoir d'achat ?

LA SAINT-VALENTIN RESTE UN INCONTOURNABLE POUR LES JEUNES EN COUPLE

Malgré la baisse du pouvoir d'achat des Français et une inflation à 6% en janvier 2023 (vs janvier 2022), **les jeunes fêtent toujours la Saint-Valentin : 87% des 15-35 ans font au moins un achat à cette occasion en 2023**. Cette donnée atteint même 94% chez les 20-24 ans interrogés.

En ce qui concerne le budget du cadeau, les 15-35 ans dépensent en moyenne 81€.

Les cadeaux privilégiés sont les vêtements/accessoires de mode (40%) et les bijoux (39%). Sont également cités les produits liés aux loisirs et à la culture (24%), les produits de beauté et cosmétiques (23%) ou encore les produits de décoration/fleurs (19%). On note que la plupart des achats se font en magasin (76%).

Si l'on s'intéresse à la Génération Z (15-25 ans), le budget moyen s'élevait à 151€ en 2022¹, ce chiffre est de 72,50€ en 2023. **Le budget Saint-Valentin de la Génération Z a donc diminué de -52% en un an !** Cela pourrait être une répercussion directe de l'inflation et de la baisse du pouvoir d'achat des jeunes. En effet, **65% des jeunes estiment que le contexte d'augmentation des prix les a incités à acheter un cadeau moins cher !**

Donnée intéressante, **39% des interrogés déclarent avoir déjà utilisé une solution de paiement fractionné pour leurs achats de Saint Valentin dans le passé. En 2023, 44% des jeunes estiment que l'inflation les incite à acheter leur cadeau via paiement fractionné.** De quoi mieux gérer son budget et consommer de manière plus responsable dans une période de pouvoir d'achat contraint.

REPENSER SES HABITUDES DE CONSOMMATION

79% des jeunes interrogés sont d'accord pour dire qu'ils sont inquiets concernant leur pouvoir d'achat dans les mois à venir. À l'âge où une majorité de la population commence

¹ Étude OpinionWay pour Clearpay, janvier 2022.



à prendre son envol avec un premier appartement ou un premier emploi, ce sont les 20-24 ans se disent les plus inquiets (86%).

En première ligne face au problème, les jeunes ont déjà commencé à revoir leurs habitudes de consommation : **74% avouent avoir d'avantage acheté des produits en solde cette année pour compenser la baisse de leur pouvoir d'achat.**

Parfois prêts ou contraint de renier sur leurs plaisirs personnels, **50% des jeunes ont décidé d'annuler leurs vacances d'hiver en 2023 à cause de la hausse des prix.** 69% de ceux qui partiront en vacances déclarent avoir revu à la baisse leur budget.

Avec une situation économique compliquée et qui semble s'inscrire dans la durée, 79% des jeunes ont bien prévu de changer leurs habitudes d'achat à cause de l'augmentation des prix. De ce fait, 56% d'entre eux ont notamment prévu d'utiliser une solution de paiement en plusieurs fois. C'est chez les 20-24 ans (59%) et les 30-35 ans (60%) que cette donnée est la plus forte.

Méthodologie:

Echantillon de 511 personnes représentatif de la population française âgée de 15 à 35 ans. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les interviews ont été réalisées du 6 au 7 février 2023.

Disclaimer:

L'étude se concentre sur les jeunes âgés de 15 à 35 ans pour réaliser un bilan global du point de vue de cette génération et de ses habitudes de consommation. Bien que cette étude ait été réalisée pour Clearpay, il faut noter que le service de paiement proposé par l'entreprise n'est accessible qu'aux personnes majeures et des contrôles d'identités sont effectués dès l'inscription sur la plateforme.

À propos de [Clearpay](#) ("Afterpay" hors Europe)

Clearpay - connu hors Europe sous le nom Afterpay - transforme la façon dont nous payons en permettant aux clients d'acheter leurs produits immédiatement tout en payant leurs achats en 3 fois, toujours sans frais. Le service est entièrement gratuit pour les clients qui paient à temps, ce qui permet de dépenser de manière responsable, sans avoir à payer de frais ou à contracter de dettes prolongées.

Au 31 octobre 2022, Afterpay/Clearpay est proposé par près de 144 000 e-commerçants parmi les plus populaires au monde et compte plus de 20 millions de clients actifs dans le monde. Afterpay/Clearpay est actuellement disponible en Australie, au Canada, en Nouvelle-Zélande, aux États-Unis et au Royaume-Uni, en France, en Italie et en Espagne. Clearpay a pour mission de faire croître une économie dans laquelle tout le monde gagne.

Afterpay est une filiale exclusive de Block, Inc. (NYSE : SQ).

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <https://www.clearpay.com/fr-FR>.