

Le budget d'un étudiant en France ? 590 euros par mois en moyenne

Hors revenus du travail, les étudiants disposent en moyenne de 397 euros par mois. Un chiffre qui amène 73 % d'entre eux à travailler pendant leurs études pour subvenir à leurs besoins.

L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations, en collaboration avec Ipsos, décrypte les conditions de vie des étudiants et les solutions qu'ils mettent en place pour s'en sortir malgré un budget moyen de 590 euros par mois. Séjours prolongés chez leurs parents, job(s) (y compris non déclarés) en complément des études, adoption de pratiques de consommation collaboratives, calculs permanents, renoncements à des dépenses élémentaires... les conséquences d'un budget largement inférieur au seuil de pauvreté¹ sont nombreuses.

397 euros de ressources hors revenus du travail contre 436 euros de dépenses

Qu'ils vivent toujours chez leurs parents ou non, le budget moyen des dépenses d'un étudiant est de 436 euros. Ceux qui ont pu ou dû quitter le domicile parental dépensent, eux, 637 euros en moyenne, dont 288 euros pour se loger et 136 euros pour s'alimenter. Et ils sont encore 35 % à être logés chez papa et maman au moment du master (bac + 5). Ils déclarent d'ailleurs à 51 % "se dire régulièrement qu'ils ne s'en sortent pas financièrement". Première conséquence : 73 % des étudiants français travaillent pendant la période de leurs études pour augmenter leurs ressources.

Travailler en plus des études ne suffit pas pour "s'en sortir financièrement"

Prendre un job en plus ou travailler pendant les vacances scolaires ne suffit pas : malgré un apport moyen de 193 euros complémentaires, les jobs étudiants, déclarés ou non, ne leur permettent toujours pas de vivre "décemment" selon 39 % des sondés. Ils sont également 39 % à terminer le mois à découvert.

En pratique, cela les conduit, entre autres, à renoncer à certains loisirs (67 %) et à être particulièrement vigilants quand ils font leurs courses : 83 % font très attention au prix quand ils achètent des produits alimentaires. Cette nécessaire recherche du moindre coût se fait ressentir principalement dans le choix de leur alimentation. En effet, 26% des étudiants affirment ne pas pouvoir acheter leurs aliments en fonction de leurs désirs et 46 % d'entre eux déclarent ne pas avoir accès à "une alimentation équilibrée à chaque repas".

¹ D'après l'Observatoire des Inégalités, un individu est considéré comme pauvre quand ses revenus mensuels sont inférieurs soit à 855 euros, soit à 1 026 euros (Insee, données 2016), selon la définition de la pauvreté utilisée (respectivement au seuil à 50 % et à 60 % du niveau de vie médian).

Le système D en 2019 : recherche du meilleur prix et pratiques collaboratives

61% des étudiants sont au fait des promotions commerciales et des bons plans proposés par les différentes enseignes de magasins. Quand il s'agit de choisir un commerçant, leur premier critère est le prix (pour 37%), loin devant la proximité (24 %) ou la qualité (11 %).

Afin d'améliorer leur pouvoir d'achat, les étudiants se tournent aussi vers des pratiques dites "collaboratives" comme le troc, l'échange, le co-voiturage ou encore le logement chez des particuliers : 37% ont l'usage d'au moins l'une d'entre elles. C'est d'ailleurs un mode de consommation qu'ils pensent pérenniser après leurs études (74%).

Toutefois, l'augmentation de leur pouvoir d'achat reste un souhait et un espoir importants : 62% des étudiants se disent optimistes quant à son évolution.

METHODOLOGIE :

Etude réalisée par Ipsos pour l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations sur un échantillon de 1 001 étudiants en études supérieures, âgés de 18 à 28 ans, interrogés du 01/05 au 09/05 2019 en ligne selon la méthode des quotas.

A PROPOS DE L'OBSERVATOIRE DES NOUVELLES CONSOMMATIONS E.LECLERC :

L'observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations vise à analyser et anticiper l'évolution de la consommation, au-delà de l'analyse du panier moyen. Il est l'outil de réflexion du mouvement pour identifier les nouveaux éléments des choix de consommation des Français. Lancé en 2017, l'Observatoire s'appuie sur une étude originale révélant la corrélation entre le pouvoir d'achat, les grands choix de consommation et les représentations du monde de chaque individu.

Poursuivant son engagement historique aux côtés des consommateurs, le Mouvement E.Leclerc s'appuie sur les travaux de l'Observatoire pour nourrir sa réflexion sur l'avenir du rôle de distributeur. Il se transforme ainsi pour rendre accessible à chaque consommateur les produits et services qu'il souhaite, tout en préservant son pouvoir d'achat. Les résultats des études de l'Observatoire sont accessibles sur le site www.nouvellesconso.leclerc.

Contact presse

Service de presse E. Leclerc : 01 80 18 18 10 – e.leclerc@agencebabel.com