

Les Français et l'inflation : les séquelles de l'épisode inflationniste de 2022-2023

Fin 2025, la Banque de France a conduit avec l'institut de sondage CSA une enquête auprès de 4 000 résidents français. L'objectif est d'évaluer comment leur perception de l'inflation a évolué après le repli de l'inflation qui a suivi le choc de 2022-2023. Fin 2025, les séquelles de l'épisode inflationniste sont encore visibles sur les perceptions des ménages en France. En effet, alors que la hausse des prix était très modérée (moins de 1 % sur un an en 2025, contre 5 % par an en 2022 et 2023), les perceptions d'inflation des ménages se sont repliées moins vite que l'inflation mesurée. Cet article explique pourquoi l'épisode inflationniste de 2022-2023 a pu avoir des effets aussi durables i) sur les perceptions d'inflation des ménages et ii) sur leur comportement de consommation et d'épargne, en particulier pour les ménages ayant ressenti de fortes pertes de pouvoir d'achat sur la période 2021-2025.

Vincent BIGNON

Direction de la Communication

Erwan GAUTIER

Direction des Enquêtes de conjoncture et des Analyses microéconomiques et structurelles

Codes JEL
E3, E5

9 points de pourcentage

l'écart à fin 2025 entre l'inflation perçue par les ménages et celle mesurée

8 sur 10

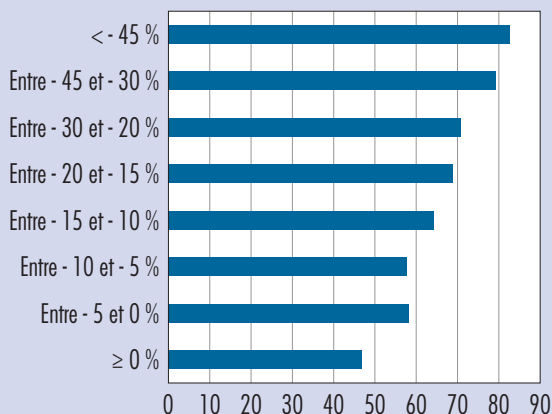
la part des ménages déclarant que leur revenu a augmenté moins vite que les prix entre 2021 et 2025

63 %

la part des ménages déclarant avoir modifié leur comportement d'achat depuis l'épisode inflationniste de 2022-2023

Part des ménages ayant changé de comportement d'achat selon l'évolution perçue de leur pouvoir d'achat entre 2021 et 2025

(en % ; axe des abscisses : part de répondants à fin 2025, axe des ordonnées : évolution perçue par les ménages de leur pouvoir d'achat)



Note : Proportion de répondants ayant indiqué avoir changé leurs comportements d'achat (report de consommation, attention accrue aux changements de prix, etc.) au cours de l'épisode inflationniste selon leur réponse sur l'évolution de leur pouvoir d'achat entre 2021 et 2025. L'évolution de leur « pouvoir d'achat perçu » est mesurée comme la différence entre la perception de croissance de leurs revenus et la perception d'inflation sur la période 2021-2025.

Source : Banque de France-Institut CSA (enquête menée du 3 novembre au 5 décembre 2025).

En 2025, l'inflation des prix à la consommation a fortement baissé en France après la vague inflationniste de 2022-2023 : les prix ont augmenté en moyenne de 0,8 % sur un an en 2025, après 2 % en 2024 et 5 % en 2022 et 2023. La France a ainsi été l'un des pays au niveau d'inflation parmi les plus faibles de la zone euro en 2025. Pourtant, selon les résultats du sondage Banque de France-CSA de novembre 2025, la thématique « inflation et pouvoir d'achat » restait l'une des deux priorités économiques pour une majorité des répondants à cette enquête.

S'il est bien documenté que les ménages surestiment en général l'inflation mesurée, l'écart entre l'inflation telle qu'elle est perçue et l'inflation mesurée s'est élargi pendant la phase de désinflation : la hausse des prix s'est modérée beaucoup plus vite que ne l'ont perçu les ménages. La sensibilité du ressenti aux hausses des prix des achats quotidiens, comme l'alimentation ou les carburants, permet souvent d'expliquer l'écart entre le ressenti et la mesure de l'inflation. Or, entre 2023 et 2025, les prix des achats du quotidien n'ont pas fortement augmenté, et ont même baissé pour les carburants. Dès lors comment expliquer cet écart grandissant entre ce qui est ressenti et ce qui est mesuré ?

Pour mieux comprendre cet écart, la Banque de France a mené avec l'institut CSA une enquête entre le 3 novembre et le 5 décembre 2025 auprès de plus de 4 000 ménages. Les répondants à l'enquête sont des personnes de plus de 18 ans, représentatives de la population française en matière d'âge, de genre, de région et de niveau de diplôme. Les personnes interrogées ont répondu à un questionnaire d'une vingtaine de questions portant sur l'inflation, l'évolution des prix de biens spécifiques, leurs revenus, ou encore leurs comportements de consommation et d'épargne (cf. annexe 1). Cette enquête fait suite à trois enquêtes du même type menées entre 2022 et 2024 à des moments clés de la vague inflationniste (cf. Bignon et Gautier, 2022 ; Bignon et Gautier, 2023, et Bignon et Gautier, 2025). Pour la première fois, **le sondage met en évidence que l'épisode inflationniste de 2022-2023 a laissé des « séquelles » dans la mémoire des ménages sur leur perception de l'inflation et du pouvoir d'achat**, ce qui influe sur leur comportement de consommation et d'épargne.

Ces séquelles se caractérisent par le fait que les perceptions d'inflation des ménages à fin 2025 sont très corrélées à leur souvenir de l'inflation cumulée au cours des quatre dernières années. L'alimentation a joué un rôle particulier : alors que les prix des biens alimentaires ont augmenté d'environ 1 % en 2025, les ménages continuent de percevoir une hausse bien plus importante pour 2025 sous l'influence de la hausse cumulée des prix de l'alimentation sur l'ensemble de la période 2021-2025 (environ 20 %). Par ailleurs, les ménages se souviennent plus facilement des hausses de prix que des baisses. Cela contribue à l'accroissement de l'écart entre l'inflation mesurée et celle ressentie, en particulier, quand les prix n'augmentent plus, voire baissent.

En parallèle, les ménages considèrent que leur revenu a moins progressé que les prix entre 2021 et 2025. Environ 8 ménages sur 10 ont perçu une baisse de pouvoir d'achat sur la période, même si au niveau agrégé et en moyenne le pouvoir d'achat du revenu des ménages a progressé. En outre, l'enquête permet d'établir un lien entre les pertes de pouvoir d'achat ressenties sur cette période et l'ajustement des comportements d'achat et d'épargne. Parmi les répondants, 90 % indiquent, fin 2025, maintenir des comportements d'achat similaires à ceux qu'ils avaient adoptés pour faire face à la vague inflationniste. Ainsi, ils continuent à porter une attention accrue aux changements de prix, ou à renoncer à certaines dépenses de consommation, alors même que l'augmentation, sur un an, des prix à la consommation a été relativement faible, moins de 1 % en moyenne sur les douze mois précédant le sondage.

1 Les perceptions d'inflation des ménages restent élevées à fin 2025 en dépit d'une inflation mesurée faible

Selon 54 % des répondants, la thématique « inflation et pouvoir d'achat » est la priorité économique

Fin 2025, d'après les résultats du sondage Banque de France-CSA, 54 % des ménages indiquaient que l'inflation et le pouvoir d'achat étaient leur préoccupation numéro 1, en hausse de 9 points par rapport à 2024 (cf. annexe 2). Si cette proportion a baissé de 21 points par rapport au

Inflation perçue sur les 12 derniers mois

(en %)

	Année de l'enquête			
	2022	2023	2024	2025
Moyenne	10,3	14,1	9,1	9,5
Médiane	6,0	10,0	5,0	5,0
Inflation réalisée (IPCH)	6,2	6,7	1,6	0,8

Notes : La moyenne et la médiane sont calculées à partir des réponses à la question « en % de combien les prix en général ont augmenté / sont restés stables / ont baissé au cours des douze derniers mois ? ».

Médiane : valeur qui partage l'ensemble des réponses une fois ordonnées, en deux groupes de même taille : 50 % des réponses sont supérieures à la médiane, 50 % inférieures.

Inflation réalisée (IPCH) : inflation au moment de l'enquête (mai-juin 2022, mars 2023 octobre-novembre 2024 et novembre 2025).

IPCH : indice des prix à la consommation harmonisé.

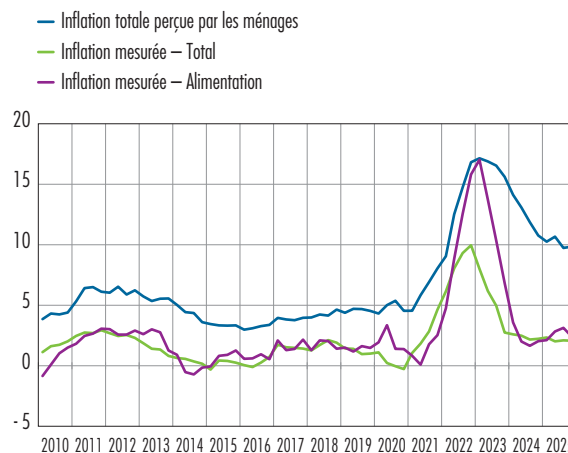
Source : Banque de France-CSA (enquêtes sur quatre périodes : 28 avril-11 juin 2022, 28 février-28 mars 2023, 17 octobre-9 novembre 2024, 3 novembre-5 décembre 2025), Institut national de la statistique et des études économiques – Insee (IPCH).

pic inflationniste de 2022–2023, elle est restée relativement élevée au vu du reflux important de l'inflation en 2024, puis en 2025, et des hausses de revenus nominaux. L'épisode inflationniste persiste donc dans les mémoires et continue d'alimenter les préoccupations en matière de pouvoir d'achat.

Entre septembre 2024 et fin 2025, l'inflation a été de 1 % par an en moyenne, soit un niveau équivalent à celui des années 2013-2020 d'inflation basse. Ce reflux a coïncidé avec un repli de l'inflation perçue : en moyenne, la perception de l'inflation par les ménages a baissé d'environ 5 points de pourcentage depuis 2023 (cf. tableau *supra*). Les ménages français continuent toutefois de ressentir une inflation bien supérieure à l'inflation mesurée. De plus, cet écart a plutôt eu tendance à croître entre 2022 et 2025. En 2022, la perception moyenne était supérieure de 4 points de pourcentage à l'inflation mesurée. Cet écart est passé à plus de 8 points en 2025. Ce décalage de perception touche également les ménages de la zone euro (cf. graphique 1) : l'écart entre inflation perçue et mesurée est passé d'environ 3 points (2010-2022) à plus de 9 points entre fin 2022 et fin 2025. De nombreux travaux ont expliqué pourquoi les ménages avaient tendance à surestimer en général l'inflation (cf. Bignon et Gautier, 2025, pour la France).

G1 Inflation mesurée et perception d'inflation des ménages dans la zone euro

(en %)



Note : L'inflation est calculée comme le glissement annuel de l'indice de prix harmonisé pour la zone euro (ensemble du panier de consommation et alimentation) ; l'inflation perçue est la médiane des perceptions d'inflation obtenue à partir de l'enquête de la Commission européenne (fréquence trimestrielle).

Sources : Commission européenne (perception d'inflation) et Eurostat (indice des prix à la consommation harmonisé – IPCH).

Ils mettent en avant notamment l'influence des achats quotidiens et le rôle de l'exposition aux hausses de prix selon la fréquence des achats par exemple. Ces facteurs ne permettent cependant pas d'expliquer pourquoi l'écart entre l'inflation ressentie et mesurée s'est élargi en 2025.

Le souvenir de l'épisode inflationniste influence encore largement les perceptions d'inflation en 2025

La mémoire d'épisodes inflationnistes affecte de manière durable les perceptions d'inflation, comme le soutiennent des travaux universitaires récents établis dans des pays ou des périodes variés (Malmendier et Nagel, 2016 ; Goldfayn-Frank et Wohlfahrt, 2020 ; Salle *et al.*, 2023). Leurs résultats suggèrent ainsi que l'épisode d'inflation de 2021-2022, qui est un souvenir récent d'inflation, pourrait encore peser sur la perception d'inflation par les ménages en 2025. La question de l'enquête sur la hausse des prix entre 2021 et 2025 permet de mesurer la mémoire ressentie de l'inflation lors de l'épisode inflationniste. Cette mesure peut ensuite être rapprochée du ressenti d'inflation sur les 12 derniers mois (cf. encadré).

ENCADRÉ

Sur quel horizon les ménages forment-ils leur perception d'inflation ?

L'inflation est mesurée par l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) comme la variation des prix calculée pour l'ensemble du panier de consommation moyen des ménages sur une période d'un an. Or, il est parfois difficile de se remémorer l'évolution des prix sur une période aussi précise. Cela peut être d'autant plus difficile après un épisode inflationniste où les changements de prix ont été plus fréquents et d'ampleur variée.

Le psychologue Endel Tulving (1983) a montré que la mémoire est structurée autour d'épisodes vécus (mémoire épisodique) plutôt qu'autour de repères calendaires abstraits (mémoire sémantique). Ainsi, l'épisode inflationniste peut conserver une place particulière dans la mémoire des ménages et donc jouer sur les perceptions aujourd'hui encore.

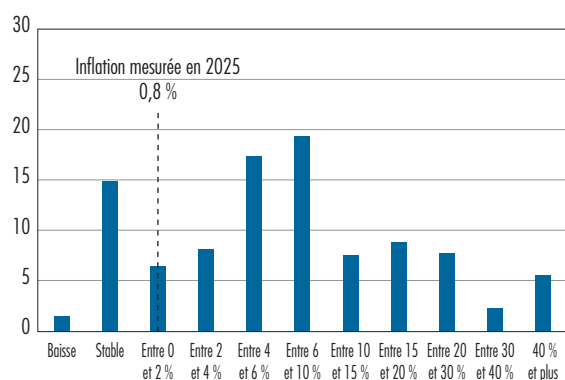
L'objectif est d'analyser la persistance des effets de l'épisode inflationniste de 2021-2023 sur les perceptions que les ménages ont de l'inflation en 2025. Dans le sondage de 2025, deux questions portent sur l'inflation passée à différents horizons temporels. La première demande d'indiquer de combien les prix ont augmenté sur les 12 derniers mois (donc entre novembre 2024 et novembre 2025). La seconde porte sur le pourcentage d'évolution des prix depuis fin 2021, soit juste après la sortie de la Covid et avant la guerre en Ukraine (cf. annexe 1).

Selon les résultats obtenus, les ménages surestiment fortement l'inflation sur la dernière année, mais relativement moins sur la période 2021-2025. Ainsi, 83 % des ménages pensent que l'inflation est supérieure à l'inflation mesurée sur les douze derniers mois (0,8 %), alors que la distribution des réponses sur l'horizon 2021-2025 est beaucoup plus resserrée autour de la valeur mesurée (13 % ; cf. graphique). Même s'il existe une dispersion importante des réponses sur la période 2021-2025, elle semble moins forte que celle observée sur l'année passée.

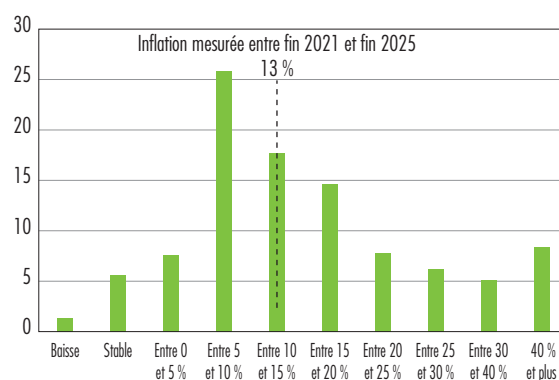
Inflation perçue par les ménages, à fin 2025, sur les 12 derniers mois et sur la période entre fin 2021 et fin 2025

(en % de répondants)

a) sur les 12 derniers mois



b) sur la période 2021-2025



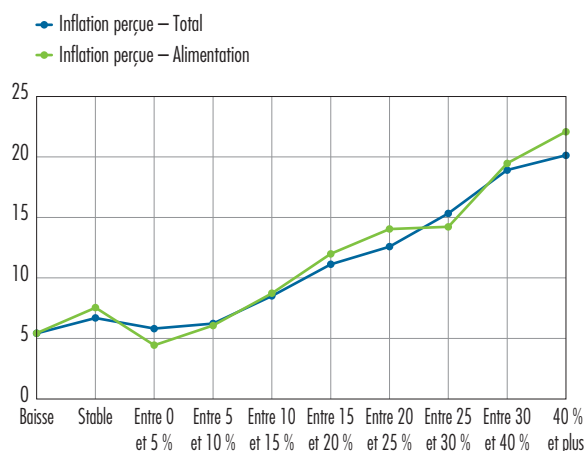
Notes : Répartition des réponses aux questions « Selon vous, de combien – en pourcentage – les prix ont-ils augmenté/diminué depuis les 12 derniers mois ? » et « Selon vous, de combien – en pourcentage – a été la hausse/baisse des prix en général depuis fin 2021 ? ». L'inflation IPCH (indice des prix à la consommation harmonisé) sur les 12 derniers mois est calculée entre novembre 2024 et novembre 2025, celle entre fin 2021 et fin 2025 est calculée entre novembre 2021 et novembre 2025.

Source : Banque de France- Institut CSA (enquêtes menées sur quatre périodes : 28 avril-11 juin 2022, 28 février-28 mars 2023, 17 octobre-9 novembre 2024, 3 novembre-5 décembre 2025), Insee (IPCH).

Fin 2025, la perception de l'inflation par les ménages sur les 12 derniers mois reste fortement corrélée avec leur ressenti sur l'ensemble de la période inflationniste (cf. graphique 2). En effet, les ménages qui estiment qu'entre fin 2021 et fin 2025 les prix ont augmenté de plus de 40% ont une perception de l'inflation moyenne sur les douze derniers mois proche de 20% ; alors que cette perception est trois fois plus basse, de l'ordre de 7%, pour les ménages estimant qu'entre fin 2021 et fin 2025 les prix ont augmenté entre 5 et 15%. Cette forte corrélation suggère que l'inflation perçue par les ménages à fin 2025 est influencée par leur mémoire de la hausse des prix sur la période 2021-2025.

G2 Perception d'inflation des ménages sur les 12 derniers mois à fin 2025 comparée à leur perception d'inflation sur la période allant de fin 2021 à fin 2025

(en % ; axe des abscisses : évolution perçue de l'inflation sur la période fin 2021-fin 2025 [total et alimentation] ; axe des ordonnées : perception d'inflation sur les 12 derniers mois [total])



Lecture : En moyenne, selon les ménages ayant perçu une hausse globale des prix de 40% et plus entre 2021 et 2025, l'inflation en 2025 était de 20% pour l'ensemble des produits (inflation totale).

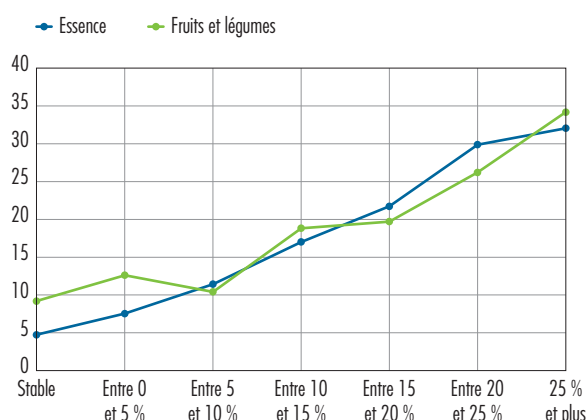
Note : Chaque point correspond à la moyenne des réponses sur la perception d'inflation des ménages sur les 12 derniers mois, selon leur estimation de l'évolution des prix entre fin 2021 et fin 2025 : sur tous les produits (courbe « Inflation perçue - Total ») et sur les produits alimentaires (courbe « Inflation perçue - Alimentation »). Source : Banque de France-Institut CSA (enquête menée du 3 novembre au 5 décembre 2025).

La perception de l'évolution des prix des biens alimentaires joue un rôle particulier

Les dépenses alimentaires font partie des dépenses du quotidien des ménages et la perception de l'inflation totale est souvent liée à l'augmentation perçue des prix des biens alimentaires (cf. Bignon et Gautier, 2025). Or, la perception de l'évolution des prix des fruits et légumes sur l'année 2025 est elle-même fortement corrélée à l'augmentation perçue de ces prix sur l'ensemble de l'épisode inflationniste (cf. graphique 3). Au final, un ménage déclarant percevoir une inflation totale élevée en 2025 est en général un ménage qui pense que les prix de l'alimentation ont beaucoup augmenté depuis 2021 (cf. graphique 2). Des effets assez similaires apparaissent avec la hausse perçue des prix de l'essence entre 2021 et 2025, mais son lien avec l'inflation globale perçue en 2025 reste moins solide que celui observé pour l'alimentation.

G3 Part des ménages déclarant que les prix des carburants ou des fruits et légumes ont beaucoup augmenté au cours des 12 derniers mois, à fin 2025, et perceptions de hausse de prix de ces produits entre fin 2021 et fin 2025

(en % ; axe des abscisses : évolution perçue des prix de l'essence et des fruits et légumes sur la période fin 2021-fin 2025 ; axe des ordonnées : part de ménages déclarant que les prix de l'essence et des fruits et légumes ont beaucoup augmenté au cours des 12 derniers mois)



Lecture : Un peu plus de 30% des ménages qui pensent que les prix de l'essence ont augmenté de 25% ou plus entre fin 2021 et fin 2025 estiment qu'ils ont fortement augmenté en 2025.

Note : Chaque point correspond à la proportion de ménages déclarant, à fin 2025, que les prix de l'essence ou des fruits et légumes ont beaucoup augmenté au cours des 12 derniers mois, selon également leur estimation de l'évolution des prix de ces produits entre fin 2021 et fin 2025.

Source : Banque de France-Institut CSA (enquête menée du 3 novembre au 5 décembre 2025).

La mémoire de la hausse des prix de l'alimentation influe donc de façon persistante sur les perceptions d'inflation plusieurs années après. Cet effet de mémoire est bien une séquelle de l'inflation passée car, après avoir fortement augmenté entre 2022 et 2023, les prix des produits alimentaires, et notamment des fruits et légumes, ont peu augmenté en 2024 et 2025 (+ 1,4% et + 1% sur un an, respectivement). Pourtant, 80% des ménages continuent à percevoir que les prix des fruits et légumes ont augmenté ou beaucoup augmenté en 2025, tout comme en 2024 (contre 93% en 2023 quand les prix des biens alimentaires augmentaient de plus de 15% sur un an). Les ménages se remémorent d'autant plus cette hausse de 2022-2023 qu'elle est toujours visible sur les niveaux de prix, plus élevés fin 2025 que ceux observés fin 2021. Toutefois, ces niveaux sont restés en moyenne sensiblement les mêmes depuis 2023, ce qui conduit à une inflation des prix des biens alimentaires relativement plus faible en 2024 et 2025. Enfin, la majorité des ménages anticipaient fin 2025 que la hausse des prix des matières premières alimentaires serait l'un des deux principaux facteurs responsables de la hausse des prix en 2026 (cf. annexe 3).

Une perception asymétrique des hausses et des baisses de prix

Un autre facteur explicatif du maintien à un niveau élevé de l'inflation perçue tient au fait que **les ménages ont tendance à se souvenir davantage des hausses que des baisses de prix**. Identifié en psychologie et en économie comme l'aversion pour les pertes dans la théorie des perspectives (Kahneman et Tversky, 1984), cet effet a pu renforcer l'écart entre inflation mesurée et inflation perçue au cours de la période de repli de l'inflation entamée pendant l'été 2023 (cf. Brachinger, 2008, dans un contexte différent).

Les résultats des enquêtes annuelles Banque de France-CSA sur la perception de l'inflation menées depuis 2022 permettent d'évaluer la surpondération des hausses par rapport aux baisses de prix. En effet, dans chacune de ces enquêtes, les ménages ont répondu à des questions portant sur leur perception de l'évolution des prix de plusieurs produits du panier de consommation, allant des fruits et légumes à l'abonnement de téléphone mobile, en

passant par les produits de santé. Or, au cours des années 2022 et 2023, l'inflation sur certains produits a été très élevée, tandis qu'en 2024 et 2025, elle a fortement ralenti ou a baissé, comme pour l'essence. En rapprochant ces perceptions de l'évolution effective du prix des mêmes produits – c'est-à-dire telle qu'elle est mesurée par l'Insee à la date de ces sondages –, il est possible d'évaluer si les ménages perçoivent davantage les hausses de prix quand l'augmentation a effectivement été élevée et si, à l'inverse, ils perçoivent moins l'évolution des prix des produits dont le prix a effectivement baissé.

Les baisses de prix sont peu remarquées par les ménages : en moyenne, seuls 5% des ménages déclarent avoir constaté les baisses de prix quand celles-ci se sont effectivement produites. Par exemple, en 2025, les prix de l'électricité ont diminué d'environ 15% selon l'Insee, or moins de 5% des ménages indiquent que ces prix ont baissé. Une exception est la baisse du prix des carburants en 2024 (– 11% sur l'année), signalée par 25% des ménages dans le sondage de 2024.

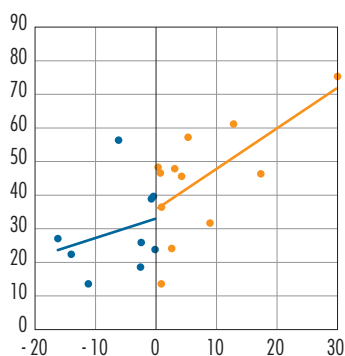
À l'inverse, les ménages perçoivent fortement les hausses de prix. Ainsi, en 2023, quand les prix des fruits et légumes ont augmenté en moyenne de 17%, près de 95% des ménages ont perçu une augmentation (dont la moitié une forte augmentation) du prix de ces produits. Par ailleurs, la proportion de ménages déclarant ne pas connaître l'évolution des prix de certains produits au cours de l'année écoulée est plus élevée (environ 6%) lorsque les prix de ce produit ont diminué ou sont restés stables que lorsqu'ils ont fortement augmenté. En effet, quand l'inflation d'un produit est supérieure à 5% sur un an, seulement 2% des ménages déclarent ne pas connaître l'évolution de son prix. Ce résultat suggère donc que les ménages accordent moins d'attention aux prix en baisse qu'à ceux en hausse (cf. graphique 4).

Le graphique 4 illustre cette asymétrie en établissant le lien entre l'inflation telle qu'elle est mesurée pour une sélection de produits au moment des sondages et la part des ménages qui perçoivent une forte hausse du prix de ces produits au même moment. Globalement, il apparaît que plus l'inflation a été forte au cours de l'année pour un produit, plus les ménages sont nombreux à signaler une

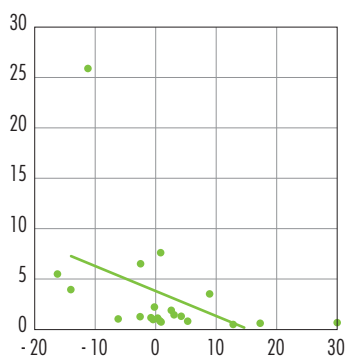
G4 Évolution perçue des prix sur les 12 derniers mois à partir des quatre enquêtes menées (2022-2025) pour différents produits par rapport à l'inflation mesurée pour ces produits

(en % ; axe des ordonnées : part de ménages percevant une évolution de prix – conformément aux panels concernés – sur un produit donné, au cours des 12 derniers mois ; axe des abscisses : inflation mesurée sur un an pour ce même produit à la date de l'enquête)

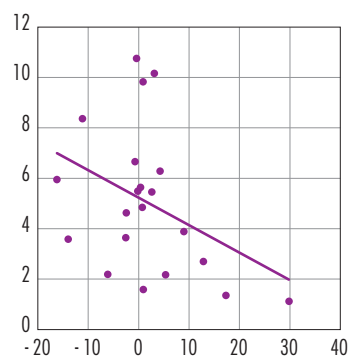
a) Part de ménages percevant une forte hausse des prix



b) Part de ménages percevant une baisse des prix



c) Part de ménages répondant « ne sait pas » ou « pas concerné »



Lecture : En graphique a, pour un produit et une année donnés, plus de 70 % des ménages pensent que le prix a fortement augmenté, et l'Insee mesure cette hausse 30 % sur un an.

Notes : Les produits inclus sont : carburants, fruits et légumes, pain (2022 à 2025), électricité (2022, 2024 et 2025), beurre (2024), thé-café-cacao (2025), électroménager (2022), santé (2022 et 2023), habillement-chaussures (2022 et 2023), abonnement internet-téléphone (2024 et 2025).

L'inflation effectivement mesurée correspond à l'indice des prix à la consommation (IPC) de l'Insee.

Sources : Banque de France-Institut CSA (enquêtes menées sur les périodes 28 avril-11 juin 2022, 28 février-28 mars 2023, 17 octobre-9 novembre 2024 et 3 novembre-5 décembre 2025), Insee (inflation IPC mesurée pour chaque produit conformément à la classification des fonctions de consommation des ménages [COICOP 5]).

forte hausse de prix de ce produit. Cette corrélation indique donc que les ménages perçoivent assez bien l'évolution des prix de produits individuels et sans doute mieux que l'inflation dans son ensemble. Cependant, quand on étudie séparément les produits dont les prix augmentent d'une part et ceux dont les prix baissent d'autre part, la corrélation est forte quand l'inflation est positive (en orange sur le graphique 4a), mais plus faible quand les prix baissent (points bleus sur le graphique 4a). Autrement dit, les ménages perçoivent bien les hausses de prix et leur ampleur, mais sont moins attentifs aux baisses de prix.

En définitive, en période désinflationniste où beaucoup de prix n'augmentent que très peu, cette attention asymétrique aux hausses ou aux baisses de prix contribue à accentuer l'écart entre l'inflation ressentie et celle effectivement mesurée.

2 Huit ménages sur dix pensent que leur pouvoir d'achat a reculé sur la période 2021-2025

L'épisode inflationniste 2021-2025 a affecté non seulement la perception de l'inflation, mais aussi celle de l'évolution du revenu des ménages, et donc, finalement, leur perception de l'évolution du pouvoir d'achat. Celui-ci se définit en effet comme la différence entre l'évolution des revenus et celle de l'inflation. Si les ménages pensent que leur revenu ne s'ajuste pas ou pas totalement à la hausse perçue des prix, ils perçoivent alors une dégradation de leur pouvoir d'achat. Cette perception peut ensuite avoir pour conséquence de modifier durablement des comportements d'épargne et de consommation (Malmendier et Sheng Shen, 2024).

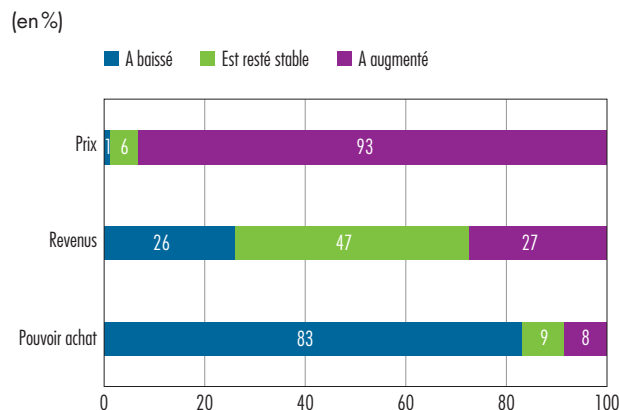
Les trois quarts des répondants pensent que leurs revenus en euros n'ont pas augmenté entre 2021 et 2025

Depuis 2022, une faible proportion de ménages indiquent que leurs revenus augmentent une année donnée (16 % en 2025, contre 28 % en début d'année 2023). Pourtant, en 2025, le revenu observé (en euros) des ménages a en moyenne continué à augmenter, même si plus modérément que les années précédentes, dans un environnement de faible inflation.

Quand on les interroge sur l'ensemble de la période 2021-2025, les répondants sont plus nombreux à indiquer que leurs revenus ont augmenté : un peu plus de 25 % des ménages déclarent que leurs revenus en euros ont progressé sur les quatre dernières années. Toutefois, 75 % ne partagent pas ce sentiment : 50 % répondent que leurs revenus n'ont pas augmenté et 25 % que leurs revenus en euros ont baissé (cf. graphique 5). Or, plusieurs mesures de revenus au niveau agrégé indiquent que, depuis 2021, la plupart des revenus ont progressé en euros courants : les salaires de base hors primes ont progressé de près de 15 % en moyenne sur la période 2021-2025 ; le Smic a augmenté de plus de 15 % entre 2021 et 2025, des prestations sociales et des pensions de retraite ont été indexées sur l'inflation. Ainsi, dans l'ensemble, selon l'Insee, le revenu disponible par habitant en France a progressé d'environ 20 % entre 2021 et 2025, soit 5 points de plus que l'inflation cumulée des prix à la consommation sur la même période. **En moyenne, les répondants sous-estiment donc la croissance de leurs revenus**, ce que confirment plusieurs études menées à partir d'enquêtes similaires auprès de ménages dans la zone euro (Baumann *et al.*, 2025), aux États-Unis (Stancheva, 2024) ou au Canada (Jain *et al.*, 2024).

Par ailleurs, les perceptions d'évolution des revenus varient d'un ménage à l'autre. Plus les revenus d'un ménage sont faibles, plus ce ménage perçoit une faible évolution de ses revenus : 20 % des ménages avec des revenus mensuels de moins de 1 500 euros perçoivent une

G5 Proportion de réponses des ménages portant sur l'évolution des prix, de leurs revenus et de leur pouvoir d'achat entre fin 2021 et fin 2025



Note : Réponses aux questions qualitatives sur l'évolution des prix et des revenus des ménages en France entre 2021 et 2025. L'évolution du « pouvoir d'achat perçu » est mesurée comme la différence entre la perception de croissance de revenus et la perception d'inflation, puis, on calcule la part de répondants pour lesquels la différence est négative (a baissé), nulle (est resté stable) ou positive (a augmenté).

Source : Banque de France-Institut CSA (enquête menée du 3 novembre au 5 décembre 2025).

augmentation de leurs revenus entre 2021 et 2025, contre plus de 40 % des ménages dont les revenus mensuels sont supérieurs à 2 500 euros¹. Les salariés sont aussi plus nombreux à percevoir une hausse de leurs revenus que les autres ménages (personnes à leur compte, retraités, etc.).

Alors qu'environ 9 ménages sur 10 perçoivent une hausse de l'ensemble des prix entre 2021 et 2025, plus de 8 ménages sur 10 estiment que leurs revenus n'ont pas augmenté aussi vite que les prix et donc que leur pouvoir d'achat a baissé au cours de cette période. Cette perception contraste avec l'évolution effective du pouvoir d'achat moyen par habitant en France – mesurée comme la différence entre la croissance de l'ensemble des revenus des ménages et l'inflation – qui a plutôt bien résisté au choc inflationniste et n'a pas globalement diminué sur la période 2021-2025 (même s'il a légèrement baissé en 2022 et 2025, cf. Insee, 2025).

¹ Si les différents types de revenu ont pu évoluer de façon contrastée, les salaires proches du Smic ont davantage augmenté que les salaires plus élevés, tandis que les prestations sociales et les retraites ont été indexées de manière uniforme, quel que soit leur niveau.

Les perceptions influencent les décisions des ménages

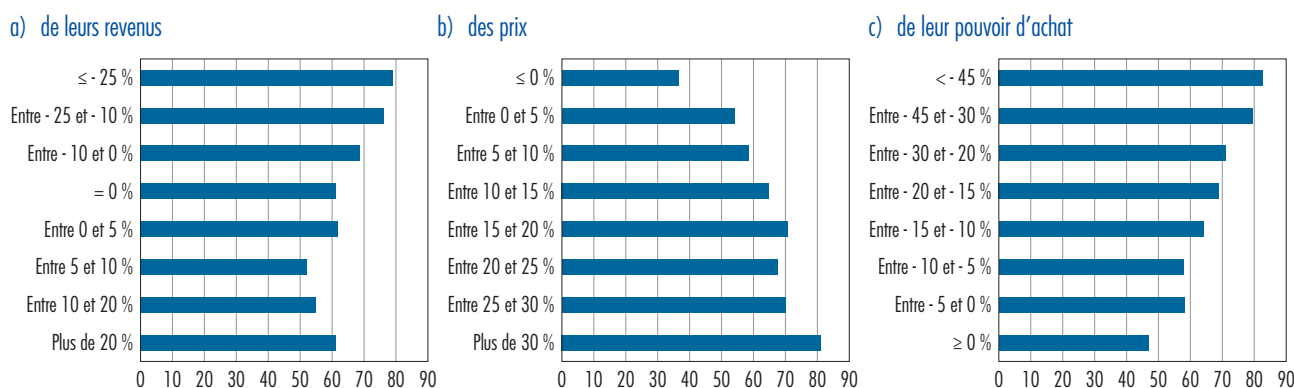
Ce pessimisme des ménages quant à l'évolution de leur pouvoir d'achat au cours de la période 2021-2025 a eu **des effets persistants sur leurs décisions de consommation et d'épargne**. Dans le sondage mené fin 2025, 63 % des ménages affirment avoir modifié leurs comportements d'achat depuis 2021, dont 39 % indiquent avoir beaucoup changé leurs comportements². Les femmes ou les ménages aux revenus modestes sont en particulier plus nombreux que les autres ménages à mentionner ce changement de comportement. Il existe aussi une corrélation forte entre le fait de déclarer un changement de comportement et la perception d'évolution des prix, des revenus et du pouvoir d'achat au cours des quatre dernières années : les ménages qui perçoivent une plus forte dégradation de leur pouvoir d'achat ou une plus forte augmentation des prix sont aussi plus nombreux à déclarer qu'ils ont changé de comportement d'achat (cf. graphique 6).

Parmi les changements de comportement, 92 % des ménages déclarent être plus attentifs aux changements de prix, 84 % avoir dû renoncer à certaines dépenses et 81 % avoir reporté des dépenses. Ces changements de comportement d'achat sont en moyenne plus fréquents pour les ménages ayant perçu des baisses fortes de pouvoir d'achat, alors qu'ils sont relativement plus rares pour ceux qui ont perçu une relative stabilité de leur pouvoir d'achat sur 2021-2025 (cf. graphique 7). Par ailleurs, plus de 90 % des ménages indiquent conserver aujourd'hui les mêmes comportements que ceux adoptés pendant l'épisode inflationniste.

Ces perceptions d'inflation et d'évolution de leurs revenus affectent aussi largement les décisions d'épargne et d'endettement des ménages. Ceux ayant perçu une évolution plus favorable de leurs revenus et de leur pouvoir d'achat au cours de la période 2021-2025 sont moins nombreux à déclarer s'être endettés sur la période. Toutefois, ils sont

G6 Part des ménages déclarant avoir changé de comportement d'achat au cours de l'épisode inflationniste selon l'évolution perçue...

(en % ; axe des abscisses : part de répondants à fin 2025, axe des ordonnées : évolution perçue par les ménages de leurs revenus (panel a), des prix (panel b) et de leur pouvoir d'achat (panel c) entre 2021 et 2025)



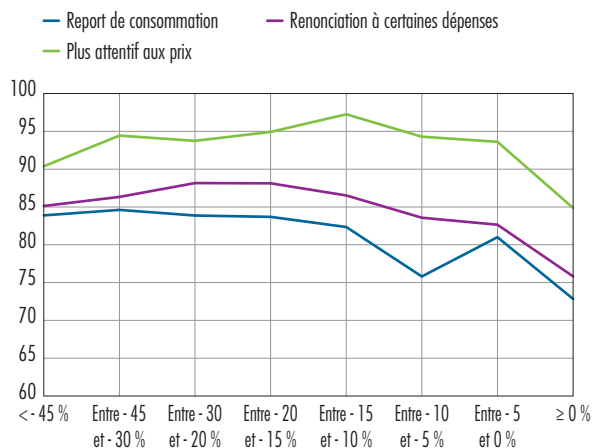
Note : Proportion de répondants ayant indiqué avoir changé leurs comportements d'achat (report de consommation, attention accrue aux changements de prix, etc.) au cours de l'épisode inflationniste selon leur réponse aux questions qualitatives sur l'évolution des prix, de leurs revenus ou de leur pouvoir d'achat entre 2021 et 2025. L'évolution de leur « pouvoir d'achat perçu » est mesurée comme la différence entre la perception de croissance de leurs revenus et la perception d'inflation sur la période 2021-2025.

Source : Banque de France-Institut CSA (enquête menée du 3 novembre au 5 décembre 2025).

² Benedetti *et al.* (2026) montrent qu'en janvier 2026, 65 % des ménages déclaraient avoir changé leurs habitudes de consommation depuis un an en raison de l'inflation.

G7 Part des répondants indiquant un changement de comportement d'achat en fonction de leur perception sur l'évolution de leur pouvoir d'achat

(en % ; axe des abscisses : évolution perçue du pouvoir d'achat sur la période 2021-2025, axe des ordonnées : part de répondants)



Note : Proportion de répondants ayant indiqué avoir reporté leur décision de consommation, être plus attentif aux prix ou avoir renoncé à certaines dépenses au cours de l'épisode inflationniste selon leur réponse aux questions qualitatives sur l'évolution des prix et de leurs revenus entre 2021 et 2025. L'évolution de leur « pouvoir d'achat perçu » est mesurée comme la différence entre la perception de croissance de leurs revenus et la perception d'inflation sur la période 2021-2025.

Source : Banque de France-Institut CSA (enquête menée du 3 novembre au 5 décembre 2025).

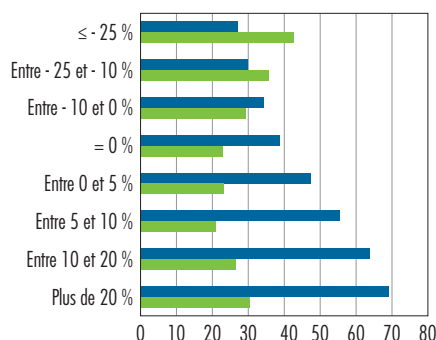
aussi plus nombreux à épargner et à continuer de le faire, ce qui a pu soutenir le taux d'épargne élevé observé en 2025 (cf. graphique 8) . De manière similaire, les ménages percevant une hausse de leurs revenus indiquent plus souvent avoir optimisé leurs placements pour qu'ils rapportent davantage. Enfin, les ménages ayant déclaré avoir davantage épargné sont principalement ceux déclarant les revenus les plus élevés. Ce comportement est cohérent avec l'adoption d'un comportement de reconstitution des encaisses monétaires en valeur réelle (cf. Patinkin, 1948)³.

Au total, les ménages percevant une plus forte perte de pouvoir d'achat sur la période 2021-2025 ont réduit leur consommation et sont plus nombreux à déclarer s'être endettés, tandis que ceux percevant une moindre baisse de leur pouvoir d'achat ont davantage épargné. **En phase de désinflation, ces séquelles de l'inflation ont pu peser sur la demande et donc *in fine* sur l'inflation**, même si les données de cette enquête ne permettent pas, à elles seules, de quantifier exactement cet effet.

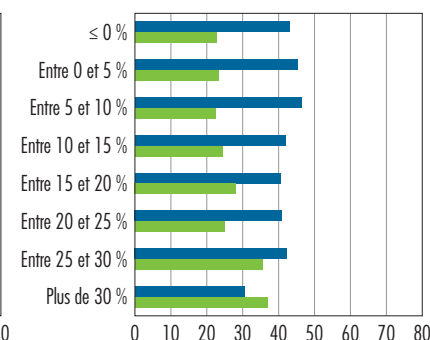
G8 Part des ménages mettant de l'argent de côté ou s'endettant selon leur perception, sur 2021-2025, de l'évolution...

(en % ; axe des abscisses : part de répondants, axe des ordonnées : évolution perçue par les ménages de leurs revenus (panel a), des prix (panel b) et de leur pouvoir d'achat (panel c) entre 2021 et 2025)

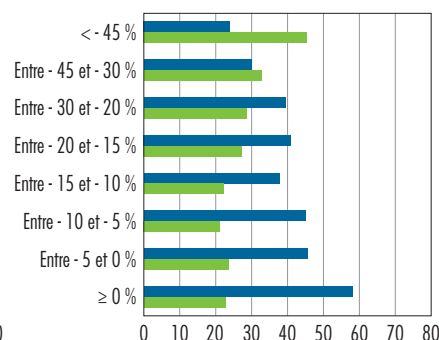
a) de leurs revenus



b) des prix



c) de leur pouvoir d'achat



■ Vous avez mis de l'argent de côté ■ Vous vous êtes endetté

Note : L'évolution de leur « pouvoir d'achat perçu » est mesurée comme la différence entre la perception de croissance de leurs revenus et la perception d'inflation sur la période 2021-2025.

Source : Banque de France-Institut CSA (enquête menée du 3 novembre au 5 décembre 2025).

³ Seilles (2026) montre ainsi qu'un ménage sur deux épargnerait si son revenu augmentait.

Bibliographie

Baumann (A.), Caprari (L.), Kocharkov (G.)
et Kouvavas (O.) (2025)

« Are real incomes increasing or not? Household perceptions and their role for consumption », *Bulletin économique*, Banque centrale européenne, p. 44-48.

Benedetti (G.), Chemin (C.), Monziols (M.)
et Seilles (M.) (2026)

« Inflation ravivée, croissance fragilisée », *Note de conjoncture*, Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), mars, p. 65-77.

Bignon (V.) et Gautier (E.) (2022)

« Les Français et l'inflation en 2022 », *Bulletin de la Banque de France*, n° 243/1, novembre.

Bignon (V.) et Gautier (E.) (2023)

« Les Français et l'inflation en 2023 – Le triangle vertueux " information, connaissance, confiance " favorise la stabilité des prix », *Bulletin de la Banque de France*, n° 249/2, novembre.

Bignon (V.) et Gautier (E.) (2025)

« Les Français et l'inflation 2022-2024 – Comment les ménages ont-ils perçu la vague inflationniste et son reflux? », *Bulletin de la Banque de France*, n° 257/3, avril.

Brachinger (H. W.) (2008)

« A new index of perceived inflation: Assumptions, method, and application to Germany » *Journal of Economic Psychology*, vol. 29, n° 4, août, p. 433-457.

Goldfayn-Frank (O.) et Wohlfart (J.) (2020)

« Expectation formation in a new environment: Evidence from the German reunification », *Journal of Monetary Economics*, vol. 115, numéro C, p. 301-320.

Institut national de la statistique et des études
économiques – Insee (2025)

Tableau 2 « Revenu disponible brut des ménages et évolution de leur pouvoir d'achat » du Portrait social France 2025 de l'Insee.

Jain (M.), Kostyshyna (O.) et Zhang (X.) (2024)

« How do people view wage and price inflation? », *Journal of Monetary Economics*, vol. 145, numéro C, article n° 103552.

Kahneman (D.) et Tversky (A.) (1984)

« Choices, values and frames », *American Psychologist*, vol. 39, n° 4, p. 341-350.

Malmendier (U.) et Nagel (S.) (2016)

« Learning from inflation experiences », *Quarterly Journal of Economics*, vol. 131, n° 1, p. 53-88.

Malmendier (U.) et Sheng Shen (L.) (2024)

« Scarred Consumption », *American Economic Journal: Macroeconomics*, vol. 16, n° 1, janvier, p. 322-355.

Patinkin (D.) (1948)

« Relative Prices, Say's Law and Law and the Demand for Money », *Econometrica* 16, p. 135-154.

Salle (I.), Coibion (O.) et Gorodnichenko (Y.) (2023)

« Lifetime memories of inflation: Evidence from surveys and the lab », *Working paper*, University of Ottawa.

Seilles (M.) (2026)

« Les freins à la désépargne peinent à se desserrer », *Note de conjoncture*, Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), mars.

Stancheva (S.) (2024)

« Why Do We Dislike Inflation? », *Brookings Papers on Economic Activity*, printemps 2024, p. 1-46.

Tulving (E.) (1983)

Elements of Episodic Memory, Oxford: Clarendon Press.

Weber (M.), D'Acunto (F.), Gorodnichenko (Y.)
et Coibion (O.) (2022)

« The subjective inflation expectations of households and firms: Measurement, determinants, and implications », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 36, n° 3, été, p. 157-184.

Annexe 1

L'enquête BDF-Institut CSA 2025 menée auprès de 4 000 ménages

Cette annexe contient les questions posées aux personnes interrogées qui ont répondu au sondage mené fin 2025 par l'institut CSA, les réponses ont été collectées au cours d'entretiens téléphoniques d'une dizaine de minutes chacun.

Le questionnaire est complété par quelques questions permettant de collecter des informations sociodémographiques sur le répondant (âge, code postal, diplôme, etc.).

Les **principales questions sur l'inflation** posées au cours de l'enquête 2025 sont les suivantes :

De manière générale, depuis les 12 derniers mois, diriez-vous que les prix en France :

... ont augmenté / ... sont restés stables ... / ... ont diminué ?

Selon vous, de combien – en pourcentage – les prix ont-ils augmenté/diminué depuis les 12 derniers mois ?

Réponse en %, entre 0 % et 100 %.

Depuis fin 2021, c'est-à-dire entre la fin de la période Covid et aujourd'hui, diriez-vous que les prix en général en France ...

... ont augmenté / ... sont revenus au niveau initial où ils étaient fin 2021 / ... ont diminué ?

Selon vous, de combien – en pourcentage – a été la hausse/baisse des prix en général depuis fin 2021 ?

Moins de 5 % / Entre 5 et 10 % / Entre 10 et 15 % / Entre 15 et 20 % / Entre 20 et 25 % / Entre 25 et 30 % / Entre 30 et 40 % / Plus de 40 %

Depuis fin 2021, c'est-à-dire entre la fin de la période Covid et aujourd'hui, diriez-vous que les prix alimentaires en France ...

... ont augmenté / ... sont revenus au niveau initial où ils étaient fin 2021 / ... ont diminué ?

Selon vous, de combien – en pourcentage – a été la hausse/baisse des prix alimentaires depuis fin 2021 ?

Moins de 5 % / Entre 5 et 10 % / Entre 10 et 15 % / Entre 15 et 20 % / Entre 20 et 25 % / Entre 25 et 30 % / Entre 30 et 40 % / Plus de 40 %

Depuis fin 2021, c'est-à-dire entre la fin de la période Covid et aujourd'hui, diriez-vous que les prix de l'essence en France ...

... ont augmenté / ... sont revenus au niveau initial où ils étaient fin 2021 / ... ont diminué ?

Selon vous, de combien – en pourcentage – a été la hausse/baisse des prix de l'essence en France depuis fin 2021 ?

Moins de 5 % / Entre 5 et 10 % / Entre 10 et 15 % / Entre 15 et 20 % / Entre 20 et 25 % / Entre 25 et 30 % / Entre 30 et 40 % / Plus de 40 %

Depuis fin 2021, c'est-à-dire entre la fin de la période Covid et aujourd'hui, avez-vous modifié vos comportements d'achat ?

Oui, beaucoup / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Quels sont les comportements que vous avez adoptés depuis fin 2021 ?

Vous avez renoncé à certaines dépenses : Oui, tout à fait / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Vous avez redirigé vos dépenses vers des produits moins chers : Oui, tout à fait / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Vous avez été plus attentif aux changements de prix : Oui, tout à fait / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Vous avez reporté certains achats : Oui, tout à fait / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Plusieurs questions sur l'évolution des revenus ont été posées aux personnes interrogées.

Sur les 12 derniers mois, diriez-vous que le montant de vos revenus en euros ...

[si besoin préciser : « Le revenu inclut le salaire, les allocations, les prestations, les pensions, les retraites. »]

... a augmenté / ... est resté stable / ... a diminué ?

Selon vous, de combien – en pourcentage – vos revenus ont augmenté/diminué sur les 12 derniers mois ?

Réponse en %, entre 0 % et 100 %.

En pensant à nouveau à l'ensemble de vos revenus et à leur valeur en euros, diriez-vous que vos revenus sur l'ensemble de la période 2021-2025 ...

... ont augmenté / ... sont restés stables / ... ont diminué ?

Selon vous, de combien – en pourcentage – l'ensemble de vos revenus ont augmenté/baissé depuis 2021 ?

Moins de 5 % / Entre 5 et 10 % / Entre 10 et 15 % / Entre 15 et 20 % / Entre 20 et 25 % / Entre 25 et 30 % / Entre 30 et 40 % / Plus de 40 %

Au cours de la même période 2021-2025, diriez-vous que les propositions suivantes correspondent à votre situation ?

Vous avez mis de l'argent de côté : Oui, tout à fait / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Vous vous êtes endetté : Oui, tout à fait / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Vous avez travaillé davantage, vous vous êtes formé ou vous avez changé d'emploi pour augmenter vos revenus : Oui, tout à fait / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Votre revenu a juste suffi à couvrir vos dépenses de consommation : Oui, tout à fait / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Vous avez bénéficié d'une ou plusieurs hausses de vos revenus intervenues pour compenser la hausse des prix : Oui, tout à fait / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Vous avez optimisé vos placements d'épargne pour qu'ils rapportent davantage : Oui, tout à fait / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout

Annexe 2

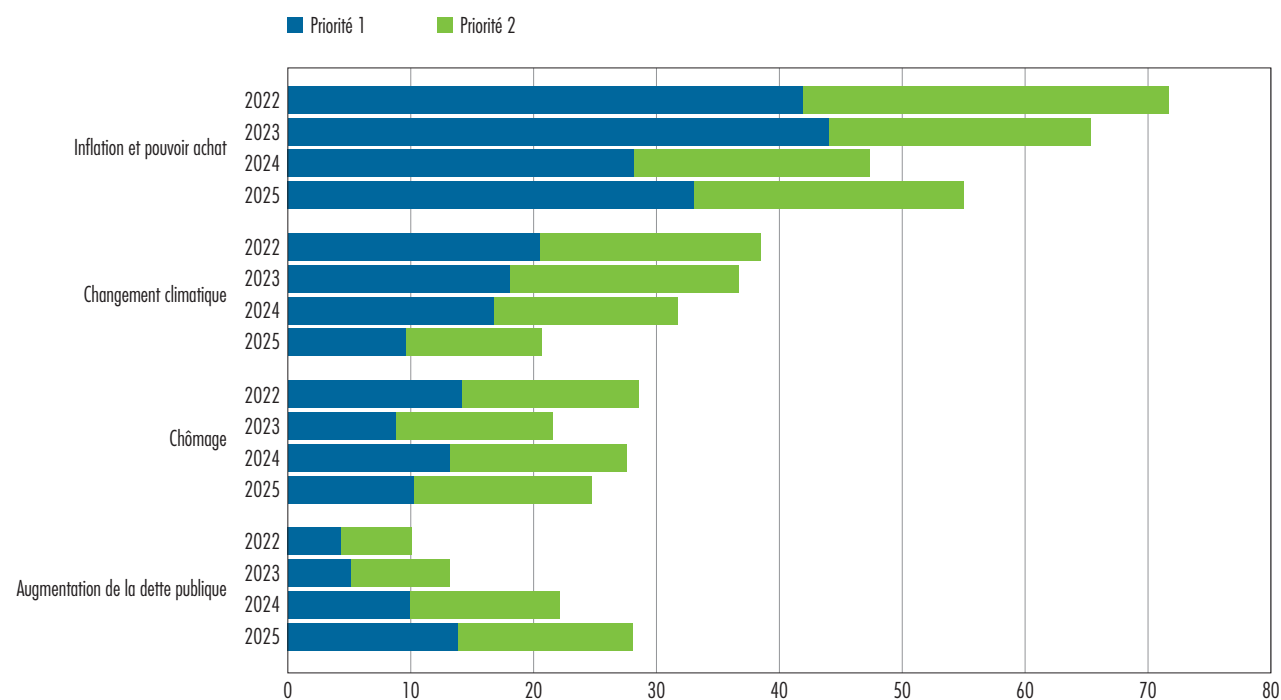
Quelles sont selon vous les deux priorités économiques du moment ?

La thématique « inflation et pouvoir d'achat » est citée par 54 % des ménages fin 2025 comme une des deux priorités économiques du moment. Le sujet du changement climatique a reculé dans l'ordre de priorité des ménages depuis 2022, passant de près de 40 % en 2022 à 20 %

en 2025. Au contraire, le sujet de la dette publique voit son importance croître parmi les priorités déclarées par les ménages, passant de 10 % en 2022 à près de 30 % en 2025, dans un contexte d'incertitudes politiques plus fortes sur ce sujet depuis 2024.

Selon les répondants, quelles sont les deux priorités économiques du moment à fin 2025 ?

(en % de répondants)



Sources : Banque de France-Institut CSA (enquêtes menées sur les périodes 28 avril-11 juin 2022, 28 février-28 mars 2023, 17 octobre-9 novembre 2024 et 3 novembre-5 décembre 2025).

Annexe 3

Selon vous, parmi les propositions suivantes, qu'est-ce qui contribuera le plus à l'augmentation des prix sur l'année à venir ?

Le facteur le plus cité par les ménages qui pourrait contribuer à l'inflation au cours de l'année 2026 est l'évolution des prix des matières premières alimentaires (plus de 60% des répondants). Cela confirme l'importance du rôle joué par les prix de l'alimentation sur les perceptions et les anticipations d'inflation.

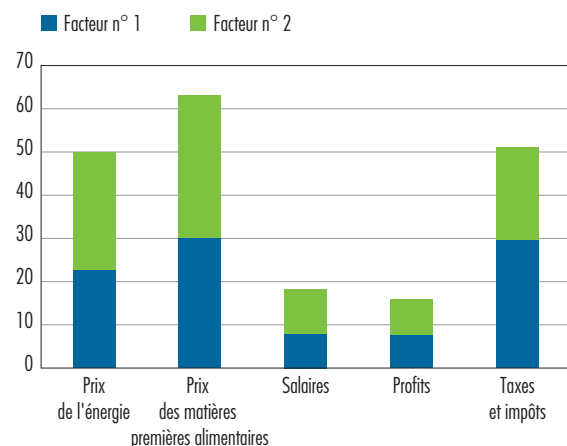
Un autre facteur également mis en avant très fréquemment est l'évolution des taxes et des impôts (50% des répondants). L'importance de ce facteur est à relier aux incertitudes politiques sur les questions de finances publiques au moment de la conduite de l'enquête (fin 2025, le projet de loi de finances était en discussion au Parlement). Par ailleurs, seules les taxes sur la consommation (TVA par exemple) pourraient affecter en théorie l'évolution des prix, l'importance du facteur « taxes et impôts » pourrait donc suggérer que les répondants pensent que les taxes et les impôts dégraderont leur pouvoir d'achat. Ce concept pourrait donc être confondu avec celui de l'évolution des prix.

Les prix de l'énergie ressortent enfin aussi fortement (50%), même si l'enquête a été conduite fin 2025, avant le déclenchement de la guerre en Iran en février 2026.

À l'inverse, l'évolution des salaires ou des profits sont évoqués par une faible proportion des ménages, suggérant qu'ils n'envisagent pas qu'une boucle prix-salaires ou prix-profits contribue aux évolutions futures de l'inflation.

Selon les répondants quels sont les deux principaux facteurs qui pourraient contribuer à l'augmentation des prix en 2026 ?

(en % de répondants)



Source : Banque de France-Institut CSA (enquête menée du 3 novembre au 5 décembre 2025).

Éditeur

Banque de France

Directeur de la publication

Claude Piot

Rédaction en chef

Corinne Dauchy

Secrétaire de rédaction

Caroline Corcy

Réalisation

Studio Création

Direction de la Communication

ISSN 1952-4382

Pour vous abonner aux publications de la Banque de France

<https://www.banque-france.fr/fr/alertes/abonnements>

