



ÉTUDE JUVENIR 3.0

L'argent, un sujet sans importance?

Comment les jeunes Suisses gèrent leurs finances.

UNE ÉTUDE DE LA FONDATION JACOBS
RÉALISÉE PAR PROGNOS

JUVENIR

Une série d'études de la
Jacobs Foundation

Mandant

Jacobs Foundation

Rédaction

Tobias Kaspar

Auteurs Prognos

Michael Steiner

Tilmann Knittel

Daniela Müller

Pina Nell

Bâle, juin 2014

Table des matières

Avant-propos	4
Situation initiale et énoncé du problème	5
Les observations les plus importantes en bref	7
1.0 Ce que les jeunes paient et avec quel argent	11
1.1 Avoir son propre argent: une situation plutôt rare	11
1.2 Qui subvient à l'entretien complet, et qui finance uniquement les loisirs?	12
1.3 Degré élevé d'autonomie de la jeunesse suisse	18
1.4 Mener sa propre vie avec l'argent des autres; contradictoire ou non?	24
2.0 La jeunesse et l'argent	31
2.1 Nous avons suffisamment d'argent	34
2.2 Renoncer à un achat: aucune importance pour un tiers des personnes interrogées	38
2.3 Nous gérons notre argent de manière responsable	42
3.0 Consommer, consommer, consommer ...	49
3.1 De bons moments passés avec les amis sont plus précieux que des vêtements chers	49
3.2 Les choses se compliquent un peu concernant le fait de consommer dans une optique de durabilité	52
3.3 L'argent ne fait pas tout	58
4.0 Ce qui est trop cher: loyer, mobilité, sorties	63
5.0 Résumé final	69
6.0 Questions subsidiaires	70
7.0 Annexe	71
7.1 Sondage et pondération	71
7.2 Démographie standard	72
7.3 Questionnaire	77
7.4 Bibliographie	85
7.5 Liste des illustrations et des tableaux	86

Avant-propos

Chère lectrice, cher lecteur

La troisième étude Juvenir¹ de la Fondation Jacobs se penche sur le thème si cher à la Suisse qu'est «l'argent». Comment les adolescents et les jeunes adultes de l'un des pays les plus riches du monde se comportent-ils avec l'argent? De combien d'argent disposent-ils? Quel rôle l'argent joue-t-il dans leur vie?

Comme c'est le cas pour les autres études de notre série consacrée à la jeunesse, le sujet traité par l'étude Juvenir 3.0 est le résultat d'un vote effectué en ligne par les jeunes eux-mêmes. Ces jeunes ont choisi pour thème la question: «La Suisse: trop chère pour les adolescents?». À cette question, ils répondent clairement «Non». Bien au contraire. La majorité d'entre eux affirment même: «Nous avons suffisamment d'argent!»

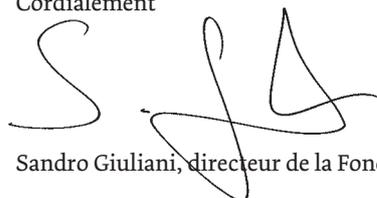
Cette étude révèle également l'image d'une jeunesse suisse qui se montre extrêmement prudente et économe dans sa gestion de l'argent. Juvenir ne trouve aucune trace de l'image souvent véhiculée par les médias d'une jeunesse menacée d'endettement. Bien entendu, il existe des domaines considérés comme (trop) chers par les adolescents et les jeunes adultes, mais pour la vaste majorité des jeunes Suisses, renoncer à une dépense n'est pas, ou quasiment pas, un problème. Cependant, vu la grande hétérogénéité constatée dans le groupe étudié, à savoir les jeunes de 15 à 21 ans, pendant la période de leur accession à l'indépendance, il est nécessaire d'adopter une approche différenciée qui vous est présentée dans les lignes qui suivent.

Dans les pages suivantes, vous trouverez un aperçu des questions sur lesquelles l'étude repose, de même que les observations les plus importantes sous forme de résumé. En complément à l'étude, le site web Juvenir (www.juvenir.ch) propose une collection de tableaux offrant un regard encore plus détaillé sous l'angle socio-démographique.

Juvenir est la seule étude sur les jeunes en Suisse qui parle avec les jeunes et qui ne se contente pas de parler des jeunes. Ces derniers sont invités non seulement à réaliser le questionnaire qui les concerne, mais à en choisir le thème. Étape finale: ils sont conviés, avec la publication de l'étude, à participer au débat concernant les résultats de l'étude en se rendant sur la page Facebook de Juvenir (www.facebook.com/juvenir.ch).

Nous vous souhaitons une lecture passionnante et nous serions heureux d'apprendre que l'un ou l'autre résultat de l'étude a suscité une discussion dans votre environnement professionnel ou familial.

Cordialement



Sandro Giuliani, directeur de la Fondation Jacobs

¹ Études Juvenir de la Fondation Jacobs publiées à ce jour: Étude Juvenir 1.0: Notre Place: Les jeunes dans l'espace public. Octobre 2012. Étude Juvenir 2.0: La première grande décision – comment les jeunes Suisses choisissent une formation (professionnelle). Juin 2013.

Situation initiale et énoncé du problème

La jeunesse est la phase de transition vers l'indépendance économique pendant laquelle les ressources financières, mais aussi les obligations financières, s'accroissent graduellement. Toutes les variantes et formes imaginables de situation financière existent pendant la phase séparant la dépendance totale à l'égard du ménage parental, où les écoliers ont des obligations financières minimales, et l'autonomie que connaissent les personnes débutant dans le monde professionnel et devant assumer leur propre subsistance.

La troisième étude Juvenir se penche sur la manière dont les jeunes de Suisse perçoivent, subjectivement parlant, la précarité financière et l'autonomie économique. Si l'on en croit de récentes recherches indépendantes², les thèmes socio-politiques tels que la pauvreté et l'endettement des jeunes ont un impact quantitatif relativement faible en Suisse, bien qu'ils fassent régulièrement l'objet de débats, notamment dans les médias.

Questions et aspects essentiels

L'un des sujets principaux de la présente étude est la manière dont la pénurie d'argent est subjectivement perçue. En plus des différents degrés d'indépendance économique qu'il s'agit de prendre en compte, il faut également considérer certains schémas de comportement spécifiques concernant l'argent. C'est précisément dans la phase de faible responsabilité financière – comme c'est le cas chez les adolescents et les jeunes adultes – que les schémas de comportement sont apparemment les plus variés.

De l'avis des jeunes, l'étude a le mérite de mettre en évidence les points suivants:

- Comment les jeunes s'en sortent-ils avec leur budget?
- Quels secteurs de consommation privilégient-ils?
- Quelle importance accordent-ils à leur indépendance financière par rapport au ménage des parents?
- Quels secteurs de la consommation trouvent-ils avantageux? Et lesquels trouvent-ils (trop) chers?
- Quelles restrictions financières connaissent-ils et dans quels secteurs doivent-ils renoncer à consommer?
- Quelle place un mode de consommation socialement responsable et écologique occupe-t-il chez les jeunes?

² Une étude récente réalisée par Henchoz et Wernli (2012) montre que le phénomène de l'endettement ne touche que 2 pour cent des jeunes en Suisse.

L'étude Juvenir 3.0 considère le degré d'indépendance économique sous deux angles différents:

- d'une part, l'étude montre à quel moment (à quel âge) et en fonction de quels facteurs (par exemple le type de formation) se déroulent les phases typiques et les étapes du détachement économique à l'égard des parents.
- d'autre part, elle tient compte de l'autonomie économique comme facteur influençant les réflexions et les évaluations subjectives qui président aux décisions en matière de dépenses ou, au contraire, de retenue financière. Le résultat montre quatre schémas qui se distinguent quant à l'intensité de l'implication dans les dépenses et quant aux sources de financement correspondantes. Le travail d'analyse de Juvenir 3.0 a révélé des différences concernant la perception de ce qu'est la pénurie d'argent et concernant les facettes de l'autonomie chez les jeunes.

Personnes interrogées et démographie sociale

Le troisième sondage Juvenir a réuni 1'020 adolescents et jeunes adultes âgés de 15 à 21 ans et provenant des trois grandes régions linguistiques de Suisse³. Sur le plan socio-démographique, cette étude prend en compte notamment le sexe, la région et l'activité des jeunes. Elle se concentre notamment sur des caractéristiques permettant de tirer des conclusions probantes quant au degré d'autonomie financière des jeunes.

³ L'annexe comprend une description détaillée de l'échantillonnage de personnes sondées qui a servi de base à la présente étude. À l'adresse www.juvenir.ch, on trouve également une présentation complète, sous forme de recueil de tableaux, des résultats du sondage après analyse en fonction de caractéristiques socio-démographiques.

Les observations les plus importantes en bref

Les jeunes ont suffisamment d'argent!

Les jeunes en Suisse sont tout sauf dépourvus de moyens financiers: **plus de trois quart d'entre eux (79 pour cent) affirment: «Nous avons suffisamment d'argent.»** Pour 46 pour cent de ces jeunes, l'argent est même disponible en quantité plus que suffisante. Ces jeunes se montrent même modestes: il sont une proportion de 16 pour cent, autrement dit deux fois plus que les filles, à indiquer qu'ils ont beaucoup plus d'argent qu'ils n'en ont besoin. A noter qu'il n'apparaît aucune différence entre jeunes des régions rurales, des zones urbanisées et des villes quant à la dotation financière.

«Suffisamment» se traduit ainsi sur le plan concret: la moitié des jeunes Suisses disposent de plus de 500 francs par mois. Et «suffisamment» signifie également que le renoncement à un achat est une chose inconnue pour la plupart des jeunes, que ce soit pendant l'école avec une somme de 150 francs, ou après la scolarité, avec un budget nettement plus conséquent. **Trois quart (76 pour cent) des jeunes n'ont pratiquement jamais eu besoin de renoncer à un achat**, grâce à leurs parents. En effet, aussi longtemps que les jeunes habitent au domicile des parents, il ne leur manque rien.

Autonomie? – doucement, doucement ...

Plus de la moitié des jeunes (56 pour cent) ayant entre 15 et 21 ans sont encore entièrement dépendants des parents et ne doivent assumer eux-mêmes que les achats coup de cœur. Un bon 17 pour cent des jeunes financent (presque) entièrement leur train de vie au moyen de leur propre revenu. S'il est vrai que l'autonomie financière s'accroît avec l'âge, il n'en demeure pas moins qu'un mode de vie autofinancé reste l'exception avant 21 ans. **L'affranchissement financier par rapport aux parents s'effectue particulièrement tard chez les jeunes de Suisse romande et du Tessin. À l'âge de 21 ans, ces deux régions comptent 10 pour cent, respectivement 11 pour cent, de jeunes ayant pris leur envol, alors qu'en Suisse alémanique, ce chiffre est de 21 pour cent.**

La plupart des jeunes ne voient aucun problème à vivre avec l'argent provenant des parents (60 pour cent). Cependant, les trois quarts (75 pour cent) des personnes interrogées trouvent important de devenir indépendantes et financièrement autonomes le plus rapidement possible, même si ce pas entraîne une restriction de leurs moyens.

Conscience écologique et mode de consommation durable: à voir ...

Les trois quarts (78 pour cent) des jeunes sont convaincus qu'avec un mode de consommation privilégiant la durabilité, on peut améliorer les conditions de production. Mais l'aspiration à promouvoir l'équité dans le commerce s'arrête souvent aux limites du portemonnaie. **Aujourd'hui, seul 1 jeune sur 6 en Suisse (17 pour cent) achète régulièrement des produits du commerce équitable.**

Comment comprendre le fait que les jeunes ont une grande conscience écologique et des moyens financiers (79 pour cent des jeunes disent avoir suffisamment, voire plus que suffisamment d'argent pour 46 pour cent d'entre eux), mais que peu nombreux sont ceux qui achètent régulièrement des produits du commerce équitable?

Incohérent, non? Sur ce point, les jeunes sont en «bonne compagnie», car de nombreux adultes critiquent certaines entreprises en pointant du doigt l'exploitation des travailleurs ou le mode de production dommageable pour l'environnement, tout en exigeant par ailleurs des prix bas, des délais de livraison rapides et des articles dernier cri.

La contradiction qui caractérise les adultes remonte visiblement au temps de l'adolescence, les adolescents étant le miroir de la société. Ces derniers sont tiraillés entre le souhait d'être socialement responsables et la volonté de réaliser ce souhait en fonction de leurs intérêts.

Le fun passe nettement avant l'acquisition d'objets chers

Juvenir a permis de mettre en lumière d'autres aspects surprenants en matière de consommation: de l'avis des jeunes, les marques sont un phénomène dépassé, l'important c'est de choisir la qualité (79 pour cent), d'ailleurs pour les jeunes hommes un peu plus que pour les jeunes femmes. Ces dernières achètent volontiers des articles bon marché, mais plus souvent: pour 59 pour cent des jeunes femmes, le shopping est même une activité de loisir. **Mais: les valeurs immatérielles sont de loin plus importantes que les biens matériels; sur ce point, la vaste majorité des jeunes en Suisse sont d'accord: 72 pour cent investissent leur argent de préférence dans de bons moments passés avec les amis que pour des objets onéreux.**

Les Tessinois, très bien!

L'étude Juvenir 3.0 a une nouvelle fois montré qu'il existe de subtiles nuances entre les jeunes des trois grandes régions linguistiques:

Les jeunes de Suisse alémanique sont particulièrement attachés au principe d'économie (70 pour cent, contre 63 pour cent en Suisse romande et 59 pour cent au Tessin, où l'on utilise d'épargne de manière ciblée).

En revanche, les jeunes Tessinois utilisent un peu plus volontiers leur argent pour des moments agréables en compagnie d'amis (80 pour cent, contre 73 pour cent en Suisse romande et 72 pour cent en Suisse alémanique). Ils sont également les plus conscients de tous en ce qui concerne leur pouvoir en tant que consommateur: ils sont 84 pour cent, contre 82 pour cent en Suisse romande et 76 pour cent en Suisse alémanique, à être convaincus qu'un mode de consommation privilégiant la durabilité influence favorablement les conditions de production.

Plus souvent que les jeunes des autres régions linguistiques, les Tessinois agissent de manière cohérente avec leur conscience (ils sont 24 pour cent, contre 18 pour cent en Suisse romande et 16 pour cent en Suisse alémanique, à pratiquer réellement un mode de consommation durable).

Loyer, mobilité, sorties: trop cher!

Le débat actuel en Suisse à propos du coût élevé du logement, des services publics et des caisses maladies ne laisse pas non plus les jeunes indifférents, même s'ils n'ont généralement pas à assumer ces dépenses eux-mêmes.

Le loyer d'un logement individuel est perçu par une vaste majorité des jeunes (86 pour cent) comme étant trop onéreux. Dans cette appréciation, ce poste est suivi de près par les dépenses au titre de la mobilité (82 pour cent) et en particulier les coûts des transports en commun. Ce point a même été jugé par 9 jeunes femmes sur 10 comme étant trop cher.

Quant aux sorties, le plaisir qu'elles procurent est terni par le fait que le prix des billets d'entrée et des boissons est considéré comme trop cher par une nette majorité des jeunes (76 et 77 pour cent). Ce qui ne signifie pas pour autant que les jeunes renoncent à ces activités.

Planifier et assumer ses responsabilités

L'idée, sujette à de nombreux débats et volontiers répercutée par les médias, selon laquelle les jeunes Suisses sont dans un état d'endettement toujours plus grave, n'est pas confirmée par l'étude Juvenir.

Presque tous les adolescents suisses économisent occasionnellement (95 pour cent), voire régulièrement (83 pour cent). Dans l'ensemble, l'image de la jeunesse résultant de l'étude Juvenir est celle d'individus gérant leur argent de manière réfléchie et responsable. **Quel que soit le mode de gestion pratiqué, d'ailleurs: répartition de l'argent au cours du mois (84 pour cent), calcul préalable à tout achat d'un objet onéreux (84 pour cent) ou achats ciblés en fonction du prix (73 pour cent).** Cette gestion prudente est encore plus marquée chez les jeunes femmes que chez les jeunes hommes.



1.0 Ce que les jeunes paient et avec quel argent

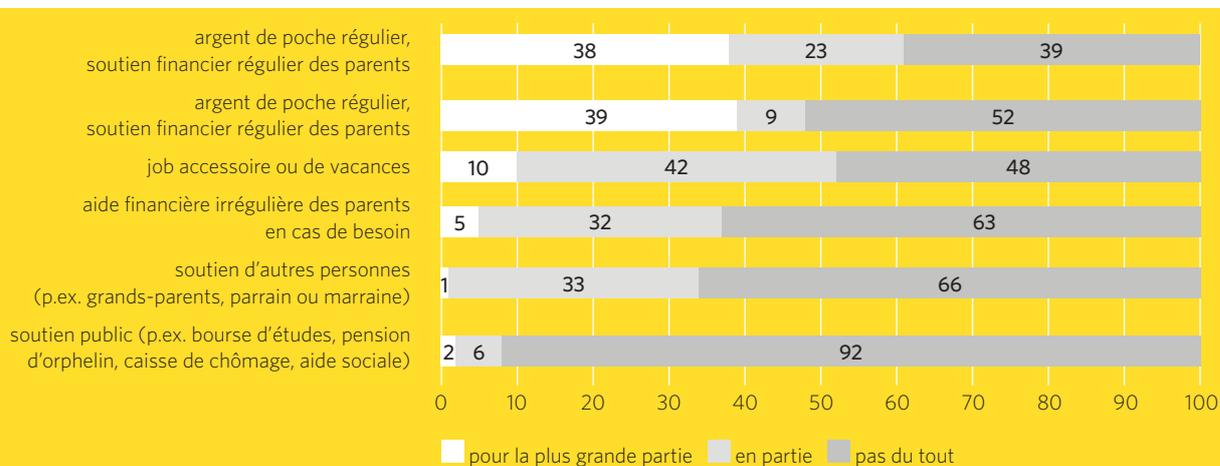
La phase de jeunesse se distingue par le passage de la dépendance financière à l'égard du ménage parental à l'autonomie économique. Il va de soi que le montant d'argent disponible et la structure du financement dont jouissent les jeunes varient fortement d'une personne à l'autre.

1.1 Avoir son propre argent: une situation plutôt rare

Un soutien financier régulier fourni par les parents (par exemple sous forme d'argent de poche) est une forme de financement importante pour près de 60 pour cent des personnes interrogées, voire la plus importante pour 38 pour cent d'entre elles. Pour un peu moins de la moitié des personnes interrogées, avoir son propre revenu provenant d'une activité professionnelle ou d'une filière de formation est la source de financement principale (39 pour cent) ou complémentaire (9 pour cent). Pour un peu plus de la moitié des jeunes, les petits boulots ou jobs de vacances jouent un rôle important, quoique, dans la plupart des cas, ces activités constituent plutôt le complément d'une autre source de financement.

Pour près d'un tiers des personnes interrogées, un apport d'argent irrégulier provenant des parents ou un soutien financier fourni par d'autres personnes (par exemple les grand-parents) représente un gain complémentaire. Par contre, des sommes d'argent versées par une instance officielle sont quasiment inexistantes comme source de financement pour les adolescents et les jeunes adultes.

Illustration 1: sources de financement des jeunes interrogés en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Pour les jeunes filles ou femmes, un soutien financier régulier de la part des parents représente plus souvent la principale source de financement que pour les jeunes hommes (43 pour cent contre 34 pour cent pour ces derniers). De même, les jeunes hommes financent plus souvent leur vie en comptant principalement sur leur propre revenu professionnel ou d'une filière de formation (43 pour cent contre 35 pour cent pour les personnes de sexe féminin). Ces différences sur le plan du genre s'expliquent en partie par le fait que les jeunes hommes sont plus nombreux à avoir déjà quitté l'école et à exercer une activité professionnelle en tant que salarié, personne en formation ou stagiaire.

1.2 Qui subvient à l'entretien complet, et qui finance uniquement les loisirs?

Les obligations financières des jeunes sont de nature aussi hétérogène que leurs sources de financement. L'éventail s'étend des jeunes qui reçoivent un soutien financier parental pour la quasi-totalité de leurs dépenses, aux jeunes qui assument eux-mêmes l'ensemble de leurs frais.

Dans le cadre du sondage Juvenir, la participation des jeunes aux différents domaines de dépenses a été étudiée de manière différenciée. Ces dépenses se répartissent de la manière suivante:

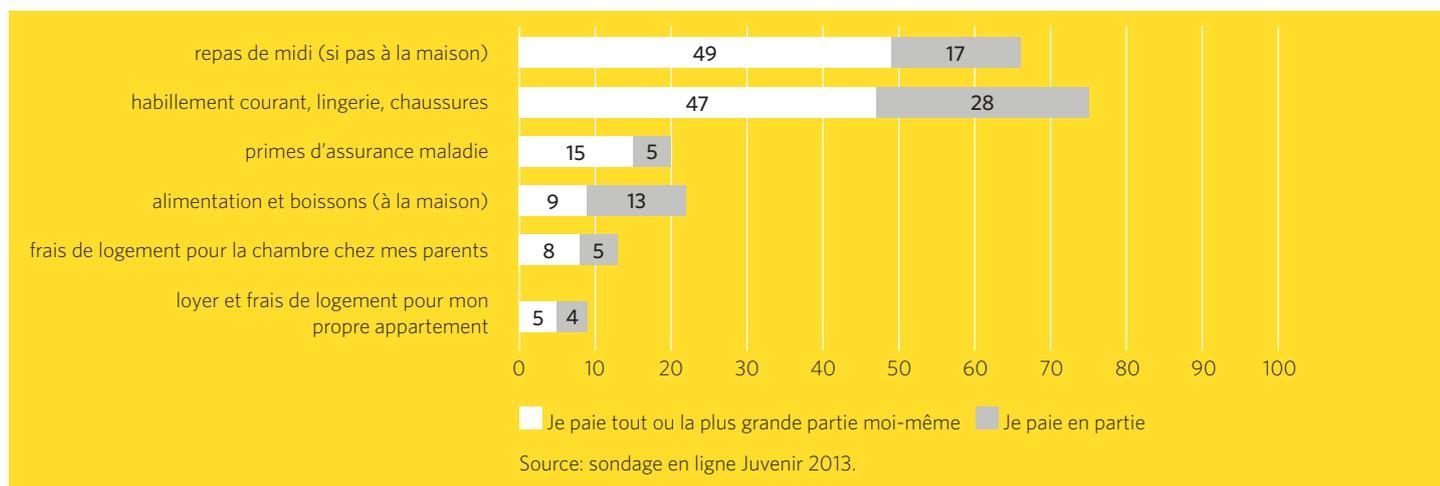
- les besoins essentiels au sens strict (logement, nourriture, caisse-maladie),
- les besoins essentiels au sens large (mobilité, communication, certains vêtements),
- dépenses relevant d'activités socio-culturelles et des loisirs, et autres dépenses librement choisies (sorties, sport, culture, hobbies).

Paiement par les propres finances: repas de midi et habits.

S'agissant des besoins essentiels au sens strict, il se révèle que la majorité des personnes interrogées prennent leur repas de midi en dehors du domicile (66 pour cent) et que les «habits normaux, les sous-vêtements et les chaussures» (75 pour cent) sont financés au moins en partie, très souvent ou entièrement de manière autonome⁴. Il est nettement plus rare, par contre, que les jeunes financent des choses qu'ils partagent dans la plupart des cas avec la famille (nourriture, boissons pour le domicile ou coûts du logement pour la chambre chez les parents). Concernant les primes de caisse-maladie, une proportion non négligeable de 20 pour cent des jeunes les payent entièrement ou en partie.

⁴ Le fait, pour les jeunes, d'assumer eux-mêmes une dépense signifie qu'ils le font à partir du budget dont ils disposent. Ce constat ne signifie pas pour autant qu'ils le font au moyen de l'argent qu'ils ont gagné eux-mêmes. Les jeunes peuvent par exemple payer ces dépenses au moyen de leur propre argent de poche.

Illustration 2: dépenses au titre des besoins essentiels au sens strict (logement, nourriture, assurance-maladie) en pourcentage



Les coûts de la mobilité sont assumés par les parents.

Près de 70 pour cent des personnes interrogées assument entièrement ou partiellement les coûts de leur facture de téléphone mobile, et une grande partie de ces personnes (75 pour cent) paient également de leur propre poche, en tout ou en partie, certains vêtements (de marque). Par contre, il est nettement moins fréquent que les adolescents et les jeunes adultes de Suisse prennent eux-mêmes en charge les coûts de la mobilité (45 pour cent pour les transports publics, 38 pour cent pour le trafic privé).

Illustration 3: dépenses pour les besoins essentiels au sens large (mobilité, communication, certains vêtements) en pourcentage

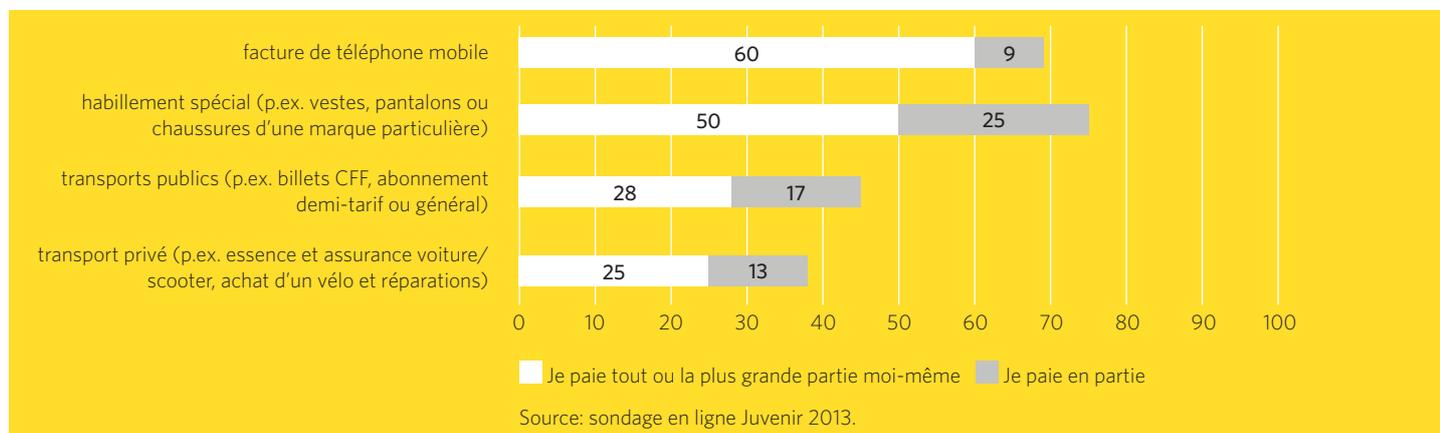
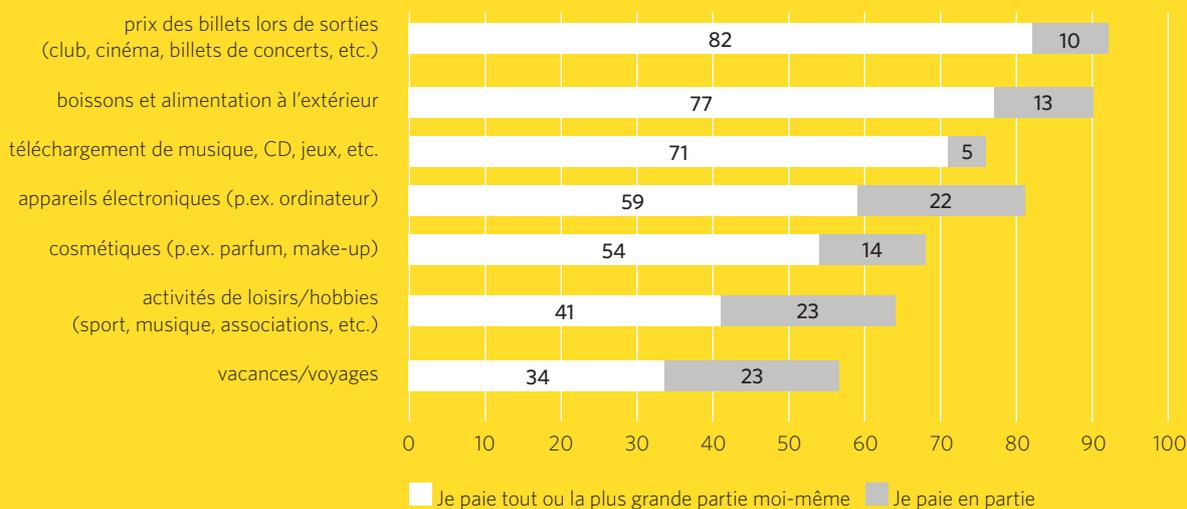


Illustration 4: dépenses liées aux activités socio-culturelles et aux loisirs (sport, culture, hobbies) en pourcentage



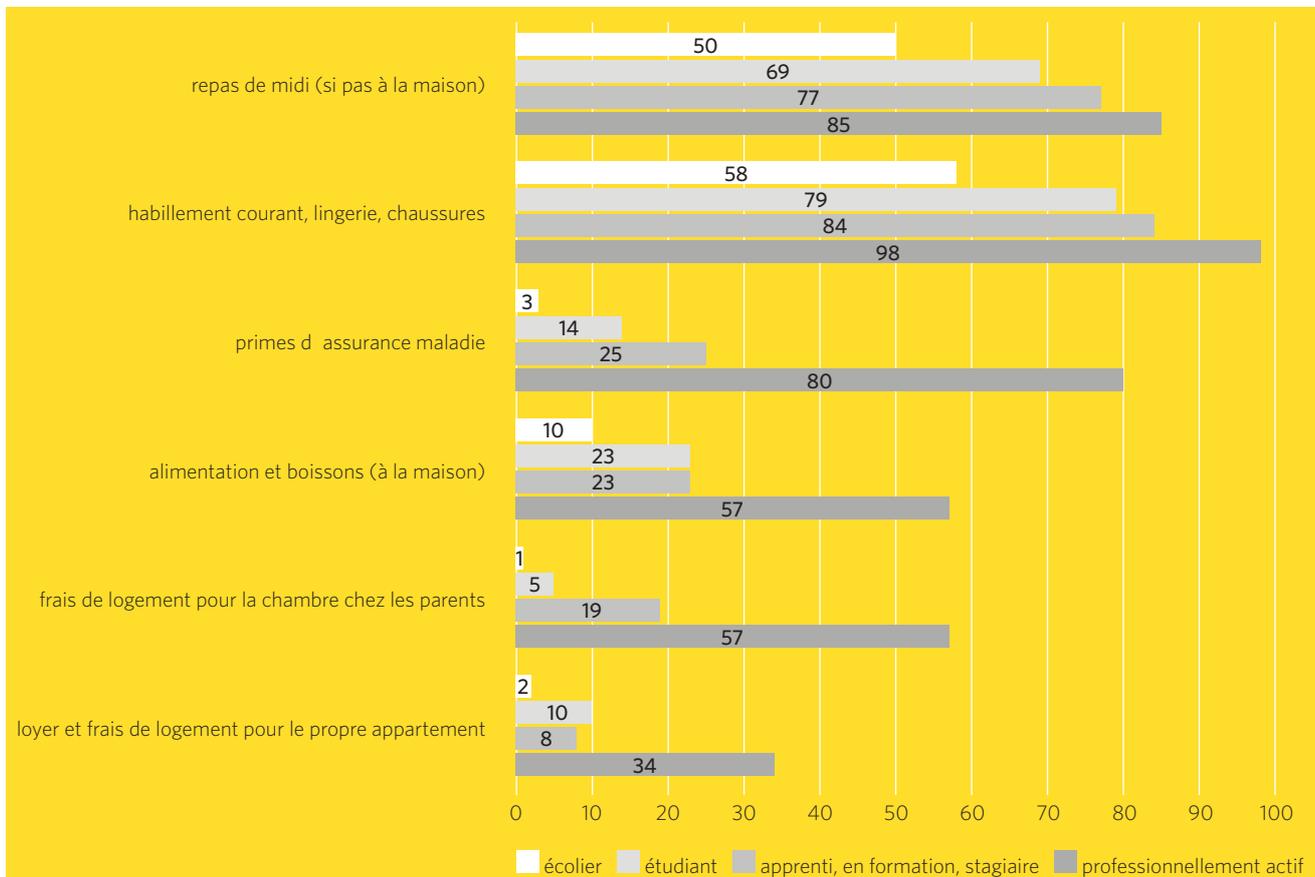
Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

S'agissant de certaines dépenses liées à des activités socio-culturelles et aux loisirs, les jeunes assument les coûts totaux ou partiels nettement plus souvent que pour les besoins essentiels: près de 90 pour cent des personnes interrogées paient de leur propre poche les coûts liés aux sorties (92 pour cent pour les billets d'entrée, 90 pour cent pour les boissons et la nourriture lors des sorties).

L'âge et les activités quotidiennes sont des facteurs influençant la situation financière.

En règle générale, la participation des jeunes aux différents domaines de dépenses s'accroît avec l'âge. Mais dans ce contexte, les divers schémas de dépenses apparaissent encore plus clairement lorsqu'on les considère en relation avec l'activité exercée, elle aussi étant fonction de l'âge. Ce constat est particulièrement vrai pour les besoins essentiels (au sens large). Les écoliers ne participent raisonnablement à la couverture de leur besoins essentiels que pour l'habillement et les repas en dehors du domicile (58 pour cent et 50 pour cent respectivement, illustration 5). Chez les étudiants et les personnes en formation, les dépenses au titre des besoins essentiels sont largement couvertes par la famille, quoique chez les jeunes exerçant une activité professionnelle, ces besoins sont assumés en grande partie, à défaut de l'être totalement, par eux-mêmes.

Illustration 5: dépenses assumées entièrement ou partiellement par les jeunes (besoins essentiels) en fonction des activités en pourcentage

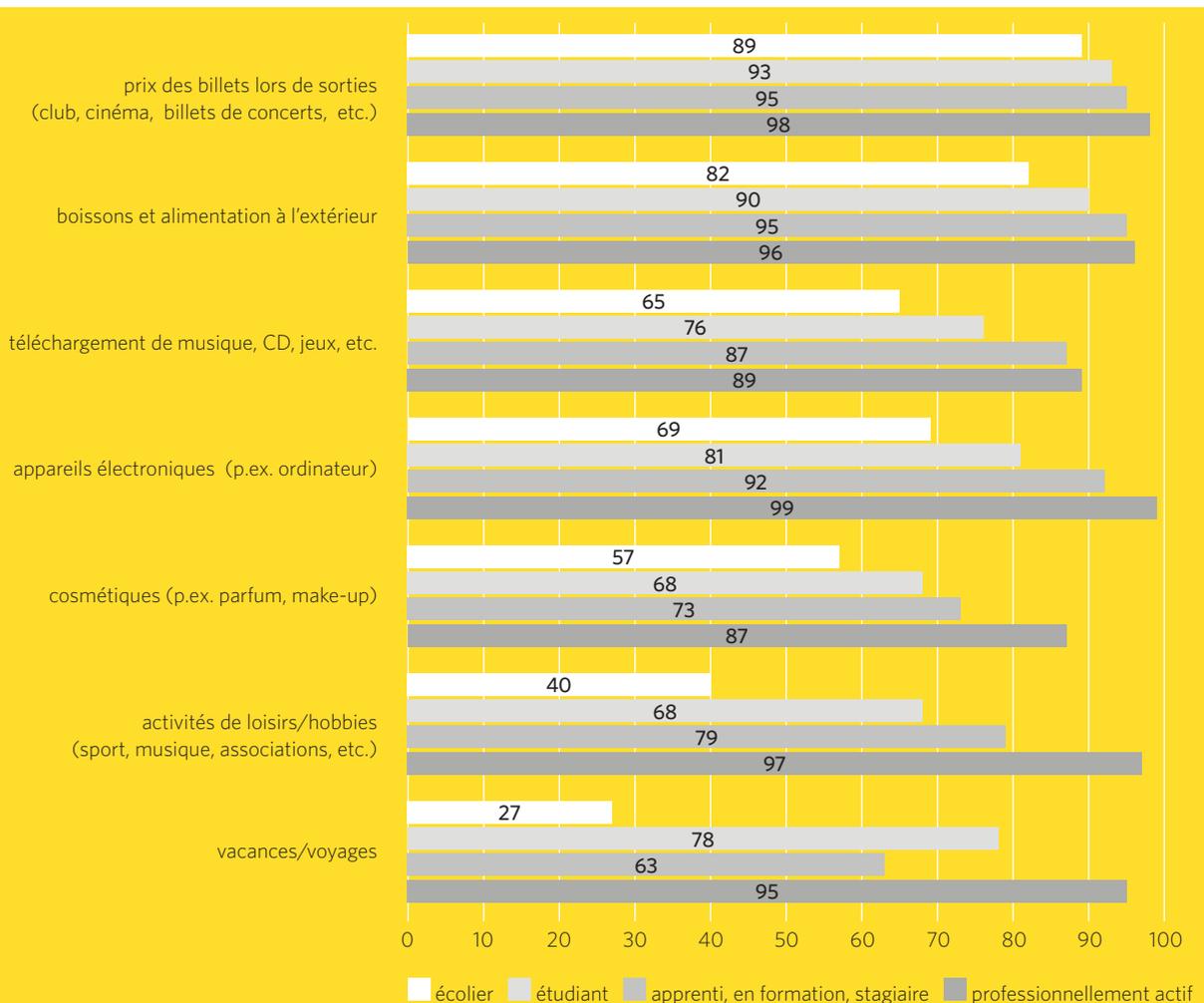


Source: sondage en ligne Juvenir 2013. Données valables pour les catégories regroupées «Je paie moi-même le tout ou la plus grande partie» et «Je paie une partie moi-même, une autre partie est assumée par mes parents/d'autres personnes».

Postes de dépenses assumés personnellement: sorties, musique et gadgets

S'agissant des dépenses liées à des activités socio-culturelles et aux loisirs, les différences entre les activités, tout comme sur le plan de l'âge des jeunes, sont nettement plus marquées (illustration 6). Les coûts associés aux sorties sont pris en charge par les jeunes eux-mêmes dans la quasi totalité des cas. Quant aux dépenses dans le domaine de la musique et des appareils électroniques, les deux tiers des écoliers y participent. Chez les étudiants et les personnes en formation, le taux de participation est encore plus élevé. Seules les activités de loisirs et de sport, tout comme les vacances, sont payées essentiellement par les parents dans le cas des écoliers, contrairement aux autres catégories de jeunes.

Illustration 6: dépenses liées aux activités socio-culturelles et aux loisirs payées entièrement ou en partie par les jeunes en pourcentage

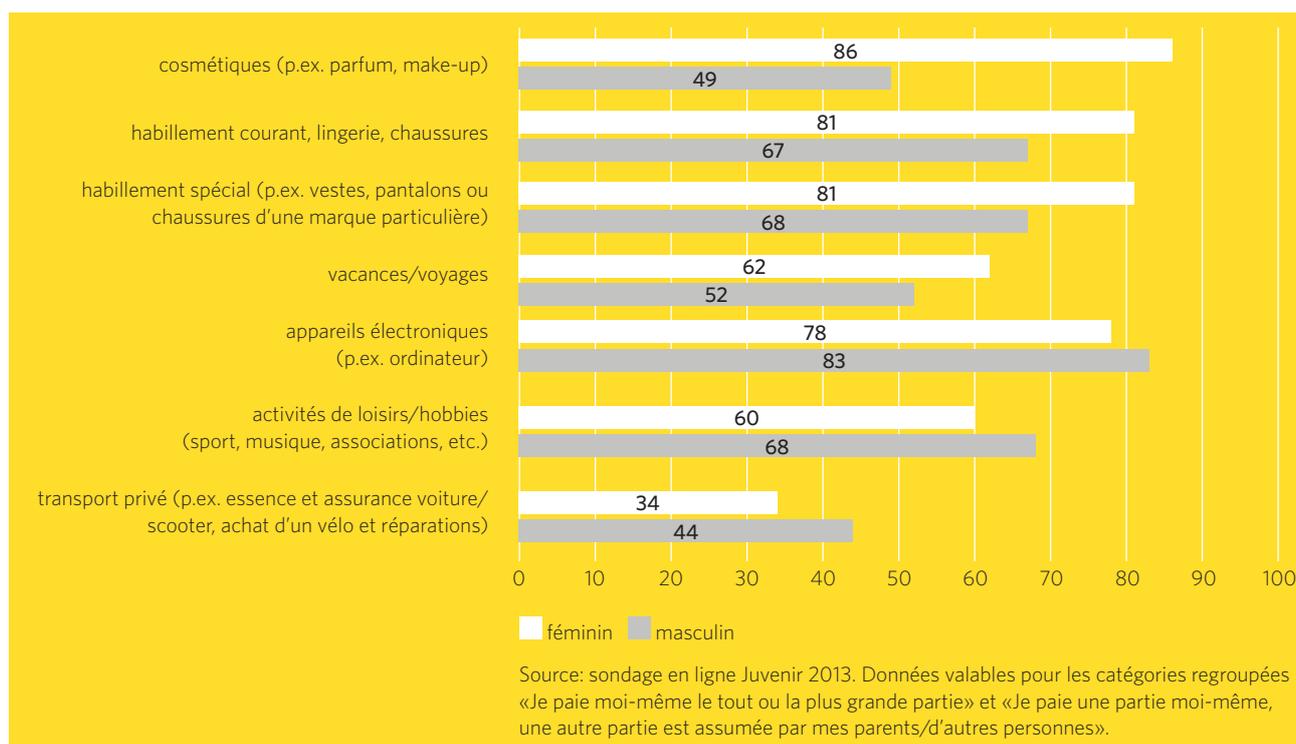


Source: sondage en ligne Juvenir 2013. Données valables pour les catégories regroupées «Je paie moi-même le tout ou la plus grande partie» et «Je paie une partie moi-même, une autre partie est assumée par mes parents/d'autres personnes».

Des différences substantielles apparaissent dans certains domaines de dépenses entre les jeunes de sexe masculin et les jeunes de sexe féminin. Cette différence s'explique en partie par le fait que certains produits sont plus ou moins utilisés selon le sexe. Tandis que 63 pour cent des jeunes hommes indiquent avoir des dépenses au titre du transport privé, ce chiffre n'est que de 51 pour cent chez les jeunes femmes. Cette situation est inversée lorsqu'il s'agit des cosmétiques tels que parfums ou articles de maquillage: ces éléments se retrouvent chez 92 pour cent des jeunes femmes, mais seulement chez 66 pour cent des jeunes hommes (pas d'illustration).

Outre les dépenses pour les cosmétiques, les jeunes femmes assument nettement plus souvent que les jeunes hommes celles qui sont liées aux vêtements, qu'ils soient normaux ou spéciaux (illustration 7). Par contre, le coût des voyages de vacances sont plus souvent pris en charge entièrement ou partiellement par les jeunes femmes. Quant aux jeunes hommes, ils assument plus souvent les dépenses liées aux appareils électroniques, aux activités de loisirs et aux hobbies, de même qu'au transport privé.

Illustration 7: dépenses assumées entièrement ou partiellement par les jeunes (sélection) en fonction du sexe en pourcentage



1.3 Degré élevé d'autonomie de la jeunesse suisse

Si l'on considère le degré élevé de participation des jeunes aux domaines de dépenses en relation avec les sources de financement, une analyse basée sur le clustering des données permet de dégager quatre types comportant chacun un degré différent d'autonomie. Ces groupes de jeunes, dont les profils sont représentés dans les illustrations 9 à 12, possèdent les caractéristiques suivantes:

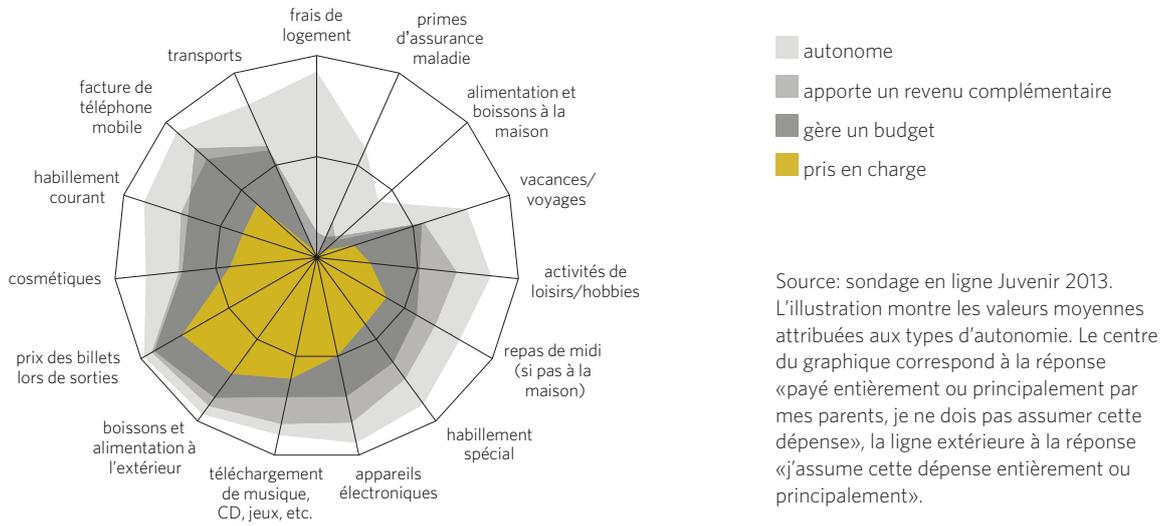
Illustration 8: caractéristiques des types d'autonomie

		SOURCE DE REVENU	
		dépendant	indépendant
DOMAINES DE DÉPENSES	un petit nombre	<p>«Personnes prises en charge» Les parents financent une grande partie des dépenses de cette catégorie de personnes. Les dépenses préférées (p. ex. pour les sorties) sont financées au moyen du budget personnel, alimenté par l'argent de poche et év. de petits jobs.</p> <p>proportion: 38%</p>	<p>«Personnes apportant un revenu complémentaire» Les parents subviennent aux besoins essentiels de ces personnes (logement, nourriture); celles-ci paient le reste au moyen de leur propre revenu.</p> <p>proportion: 27%</p>
	tous	<p>«Personnes gérant un budget» Les parents fournissent un budget fixe, au moyen duquel ces personnes assument leur train de vie.</p> <p>proportion: 18%</p>	<p>«Personnes autonomes» Ces personnes assument elles-mêmes toutes leurs dépenses au moyen de leur budget, constitué pour l'essentiel à partir de leur propre revenu.</p> <p>proportion: 17%</p>

Source: Juvenir 2013.

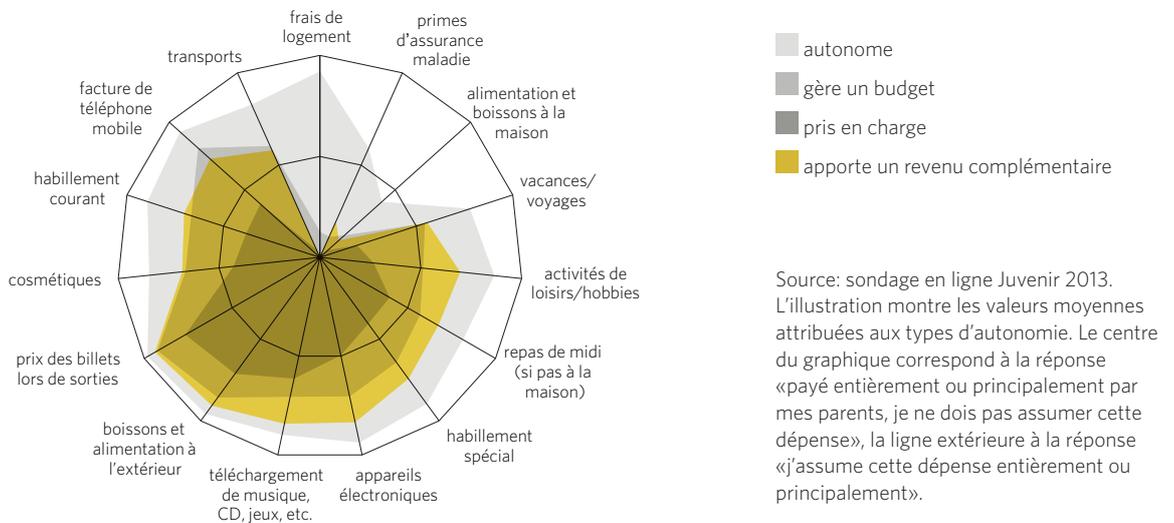
Pour les *«personnes prises en charge»*, le soutien des parents est la règle dans de nombreux domaines de dépenses. S'agissant des dépenses renforçant leur appartenance à un cercle d'amis (p. ex. habits, sorties), elles en assument souvent la responsabilité. Leur mobilité, mais également les dépenses liées au hobby, génèrent des dépenses qu'elles ne peuvent assumer qu'en partie. Pour ce type d'autonomie, l'argent de poche représente la source principale de financement. Ces jeunes sont généralement des écoliers et des étudiants possédant un budget mensuel de 200 francs au maximum. Plus d'un tiers des jeunes se retrouvent dans ce groupe.

Illustration 9: vue d'ensemble du profil des types d'autonomie: les «personnes prises en charge»



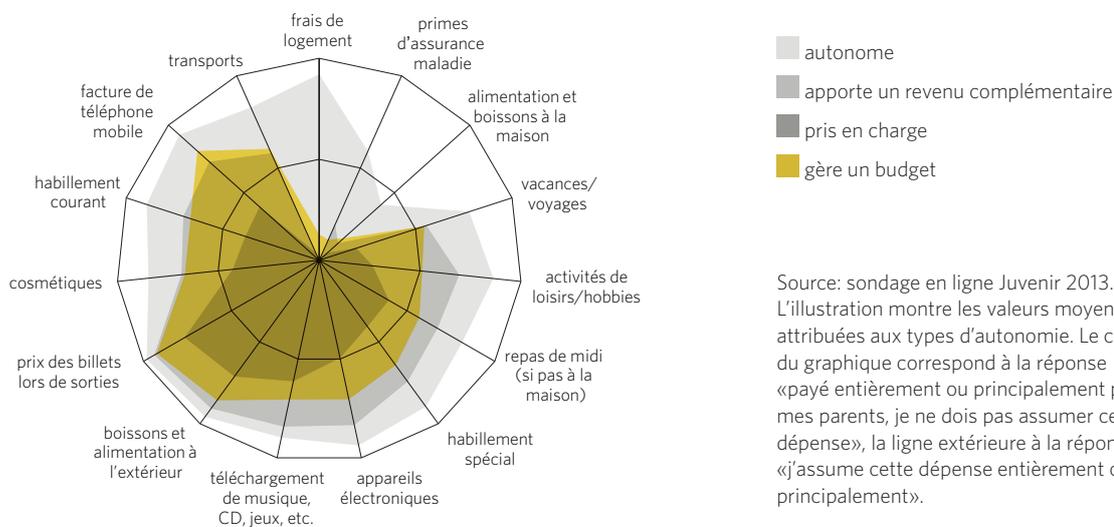
Les «personnes apportant un revenu complémentaire» ont souvent recours au soutien de la famille pour financer leur appartement ou leur chambre et les repas au domicile. Ils assument généralement toutes les autres dépenses au moyen de leur propre revenu. Ces personnes sont pour la plupart en cours de formation ou de jeunes professionnels. Leurs moyens financiers peuvent atteindre mensuellement un montant se situant entre 500 et 1'500 francs. Plus d'un jeune sur quatre se retrouve dans ce groupe.

Illustration 10: vue d'ensemble du profil des types d'autonomie: les «personnes recevant une aide complémentaire»



Le type «*gestionnaire de budget*» est caractérisé par le fait qu'il assume dans une large mesure, tous les domaines de dépenses par son propre budget. Ce budget lui est attribué en grande partie par les parents. Les personnes de cette catégorie doivent assumer leur train de vie au moyen d'un budget fixé. Pour couvrir les besoins spéciaux, elles obtiennent un revenu supplémentaire. Ces personnes sont le plus souvent des étudiants. Après déduction des dépenses fixes pour le logement et la nourriture, ces jeunes adultes disposent d'un budget mensuel de 500 francs en moyenne. Un jeune sur 6 se retrouve dans ce groupe.

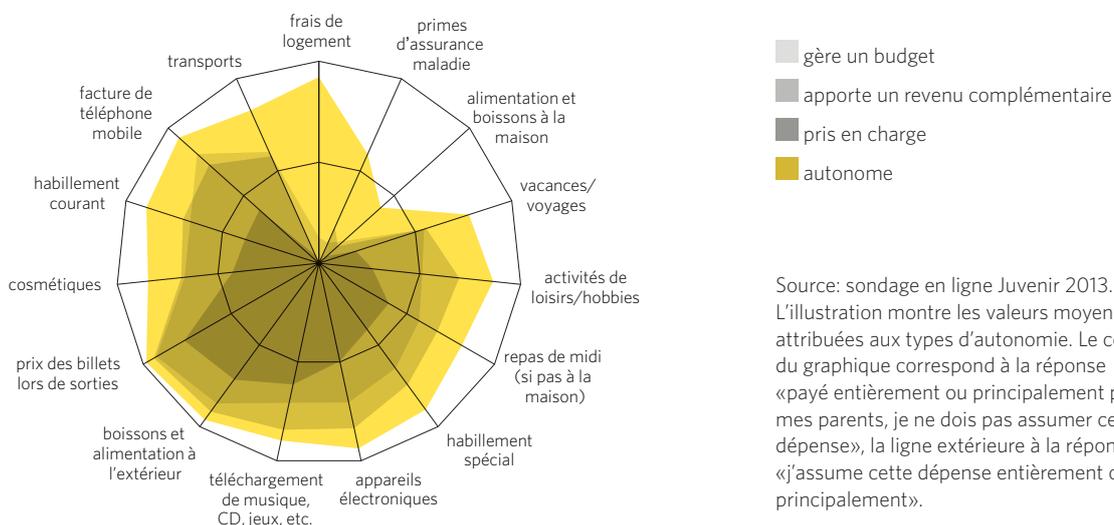
Illustration 11: vue d'ensemble du profil des types d'autonomie – les «*gestionnaires de budget*»



Source: sondage en ligne Juvenir 2013. L'illustration montre les valeurs moyennes attribuées aux types d'autonomie. Le centre du graphique correspond à la réponse «payé entièrement ou principalement par mes parents, je ne dois pas assumer cette dépense», la ligne extérieure à la réponse «j'assume cette dépense entièrement ou principalement».

Les «*personnes autonomes*» sont dans une très large mesure indépendantes du soutien d'autres personnes pour leurs dépenses. Elles financent elles-mêmes l'essentiel de leur indépendance sur le plan du logement (appartement ou une chambre dans la maison des parents). Ces jeunes ont en général plus de 18 ans, exercent une activité professionnelle ou sont en formation et disposent ainsi de ressources financières mensuelles de plus de 1'500 francs obtenues eux-mêmes. Ces jeunes jouissent d'une large autonomie économique. Un jeune sur 6 se retrouve dans ce groupe.

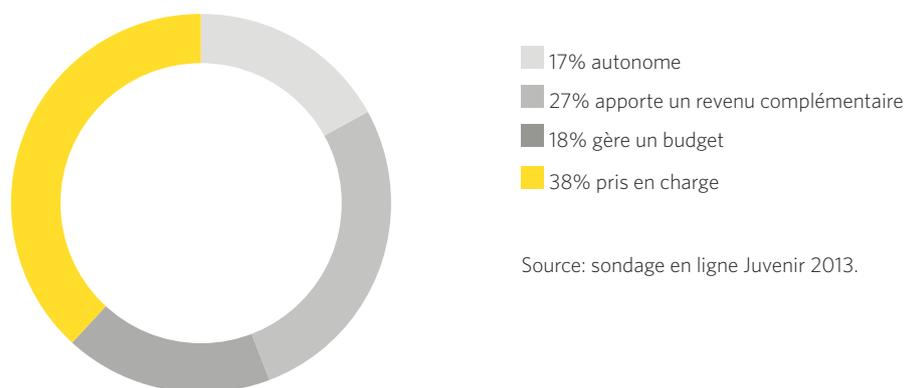
Illustration 12: vue d'ensemble du profil des types d'autonomie: les «personnes autonomes»



Résumé

Les «personnes prises en charge» sont des jeunes n'ayant généralement pas l'obligation d'utiliser leur argent de poche pour financer un besoin essentiel ou un besoin essentiel au sens large, mais qui utilisent cette ressource financière pour des produits et des activités renforçant leur appartenance à un cercle d'amis. Représentant 38 pour cent des personnes interrogées, ils constituent le groupe majoritaire. Quant aux «personnes apportant un revenu complémentaire», elles sont, avec 27 pour cent, le deuxième groupe par ordre d'importance. Ces personnes se caractérisent par le fait qu'à part la pension complète chez les parents et la prime de caisse-maladie, elles assument généralement toutes les autres dépenses à partir de leur propre revenu. Avec une proportion d'à peine un cinquième (18 pour cent), les «gestionnaires de budget» forment, parmi les jeunes, le troisième groupe par ordre d'importance. Les membres de ce groupe bénéficient d'une large autonomie et assument toutes les dépenses grâce au budget dont ils disposent et qui est fourni dans une large mesure par les parents. Cette catégorie est suivie de près par le groupe des «personnes autonomes», qui comprend environ 1 jeune sur 6 (17 pour cent). Ce type de personnes assument de manière autonome toutes les dépenses grâce à leur propre revenu.

Illustration 13: proportions des types d'autonomie



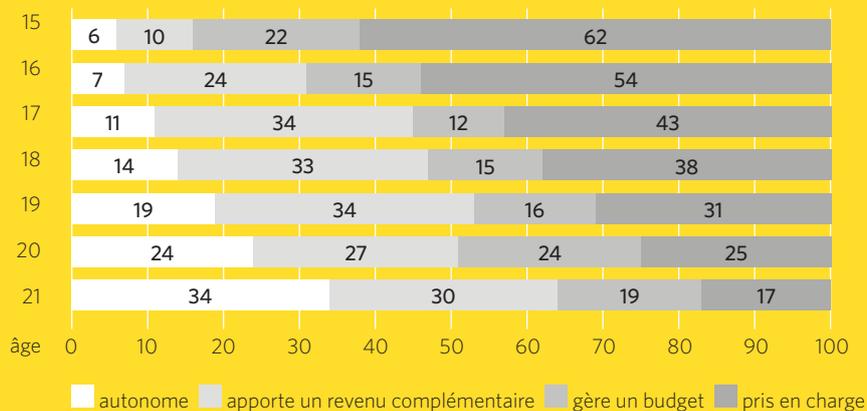
Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Ces proportions, exprimées en pour cent, restent les mêmes que celles résultant d'une analyse en fonction du sexe ou de l'arrière-plan migratoire.

Fondement socio-démographique des types d'autonomie

Il existe un lien étroit entre l'âge et le type d'autonomie. Avec les années, le soutien financier fourni par les parents est progressivement remplacé par le salaire: à mesure que les jeunes deviennent plus âgés, la proportion de personnes prises en charge diminue, tandis que celle des personnes autonomes s'accroît. La proportion de personnes apportant un revenu complémentaire augmente à partir de la 16^e année jusqu'à représenter environ un tiers des jeunes dans les classes d'âge de 17 à 19 ans.

Illustration 14: importance des types d'autonomie en fonction de l'âge en pourcentage

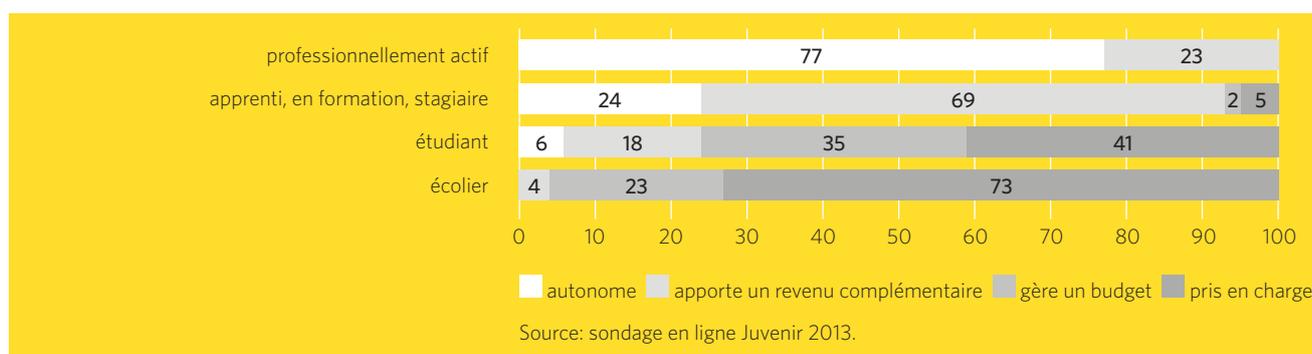


Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Quant à savoir à quel moment le rapport entre autonomie/dépendance financière et responsabilité budgétaire prend forme dans le détail, cette évolution dépend fortement de l'activité exercée (illustration 15).

Parmi les personnes en formation, les stagiaires et les recrues, une grande partie des jeunes adultes fait partie des personnes apportant un revenu complémentaire (69 pour cent). Le propre revenu de ces personnes ne suffit cependant pas pour pouvoir assumer l'essentiel des grands postes de dépenses tels que le loyer et la nourriture. Seuls un quart (24 pour cent) de ces jeunes y parviennent.

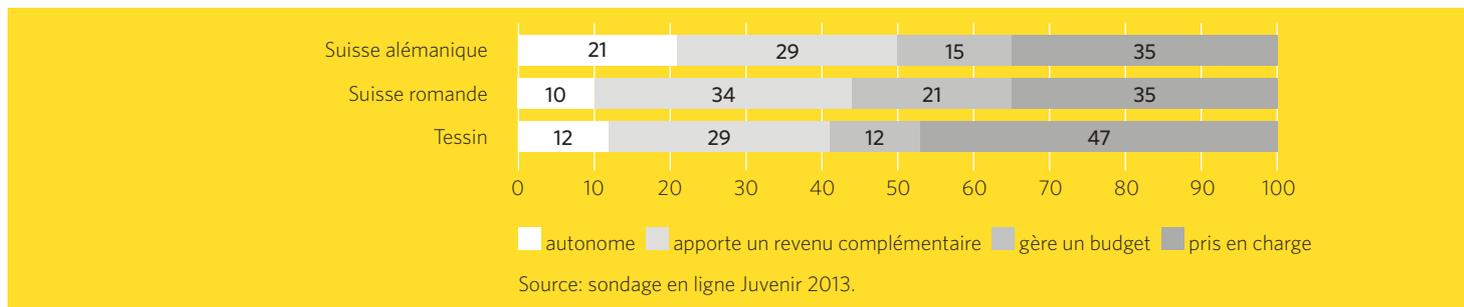
Illustration 15: importance des types d'autonomie en fonction de l'activité en pourcentage



Les Tessinois ont un lien plus étroit avec le foyer parental.

Au Tessin et en Suisse romande, la proportion de personnes autonomes parmi les jeunes est plus faible. Tandis qu'un jeune sur 5 en Suisse alémanique affirme gérer sa vie de manière largement autonome, ce mode de vie n'est vrai que pour un jeune sur 9 dans les régions linguistiques francophone et italophone.

Près de la moitié des jeunes au Tessin font partie du groupe des personnes prises en charge, tandis que ce type ne représente qu'environ un tiers des jeunes en Suisse alémanique et en Suisse romande.

Illustration 16: importance des types d'autonomie en fonction de la région linguistique⁶ en pourcentage

Par rapport aux jeunes vivant dans des régions urbanisées (14 pour cent), il est plus fréquent que les jeunes vivant dans des zones rurales (22 pour cent) réussissent à vivre de manière autonome. Ce fait s'explique par une plus grande proportion de personnes exerçant une activité professionnelle dans les petites agglomérations et les régions rurales (sans illustration).⁷

1.4 Mener sa propre vie avec l'argent des autres; contradictoire ou non?

La phase de jeunesse peut être considérée comme un processus aboutissant à l'autonomie économique. La 12^e étude Shell sur la jeunesse menée en Allemagne montre que pour la plupart des jeunes, l'indépendance économique est le critère déterminant qui marque la fin de la phase de jeunesse et le passage au monde des adultes. Diverses recherches sur la jeunesse révèlent qu'au cours des dernières décennies, le moment où la majorité des jeunes accèdent à l'indépendance économique n'a cessé de se produire plus tard dans la vie⁸. Que signifie cette observation à propos des jeunes d'aujourd'hui? Pour le groupe de sujets suivants, Juvenir s'attache à savoir dans quelle mesure l'autonomie financière par rapport au ménage des parents est considéré par les jeunes comme un but à atteindre ou dans quelle mesure cette autonomie financière, qui comportait, du moins dans les générations précédentes, certaines restrictions, est ressentie comme une limitation à la manière d'organiser sa vie.

⁶ La répartition par activité est quelque peu différente selon la région linguistique (cf. illustration 59 dans l'annexe). Le graphique tient compte de la répartition différenciée des jeunes en fonction de l'activité exercée au moment considéré et dans les différentes régions linguistiques.

⁷ Pour les besoins de l'analyse du sondage par région, on a divisé les régions suisses en trois parties selon les 14 types régionaux MS (MS = mobilité spatiale) de l'Office fédéral de la statistique. Pour de plus amples informations, se reporter à l'annexe de la présente étude.

⁸ Cf. notamment l'étude Shell sur la jeunesse (2010) et LUSTAT (2006).

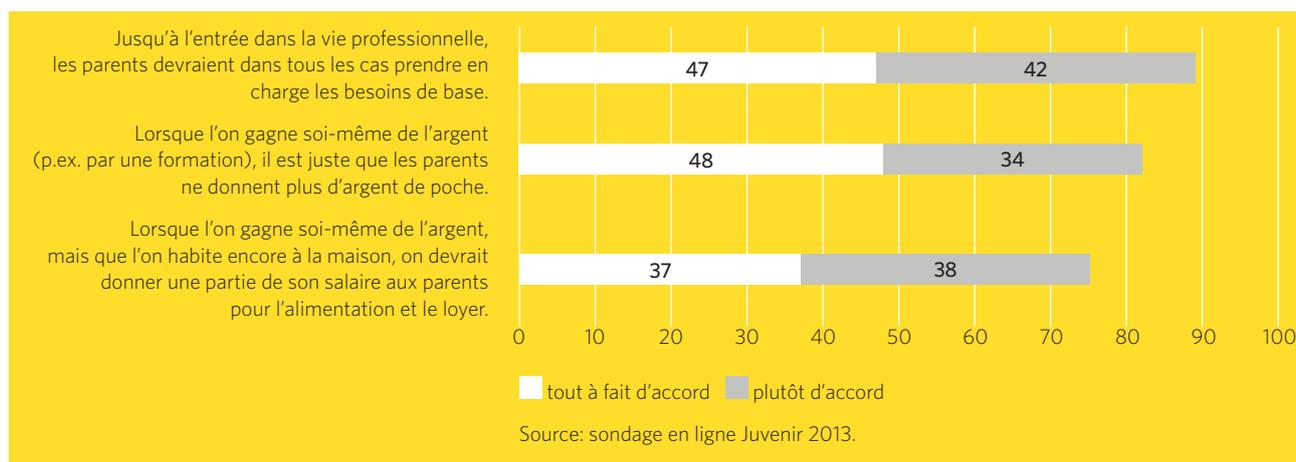
Objectif: indépendance précoce, mais avec un soutien souhaité jusqu'à ce moment

Une vaste majorité de jeunes trouvent juste que les parents les soutiennent financièrement jusqu'à ce qu'ils aient leur propre revenu. Ensuite, ils estiment tout-à-fait normal de devoir subvenir eux-mêmes à leurs besoins:

Avoir un soutien financier jusqu'au premier salaire.

89 pour cent des personnes sondées approuvent l'idée que les parents prennent en charge les besoins essentiels de leurs enfants en tout cas jusqu'à l'entrée dans le monde professionnel, et 82 pour cent estiment juste que les parents ne donnent plus d'argent de poche lorsque les enfants commencent à avoir leur propre revenu. Trois quart des personnes interrogées trouvent même que dès le moment où les enfants gagnent eux-mêmes de l'argent, mais restent au domicile des parents, ils devraient donner aux parents une partie de leur salaire au titre de la nourriture et du logement.

Illustration 17: avis concernant le soutien des parents pour les besoins essentiels en pourcentage



Un souhait particulier? - avoir un travail.

Presque tous les adolescents et les jeunes adultes (98 pour cent) estiment juste de devoir utiliser leur propre argent, gagné ou économisé, pour satisfaire des besoins spéciaux. Néanmoins, un tiers d'entre eux trouve aussi normal, dans ce cas, de demander davantage d'argent aux parents (32 pour cent).⁹

Trois quart des personnes interrogées trouvent important d'être autonome et financièrement indépendant des parents aussi rapidement que possible, même si, ce faisant, il faut accepter certaines restrictions.

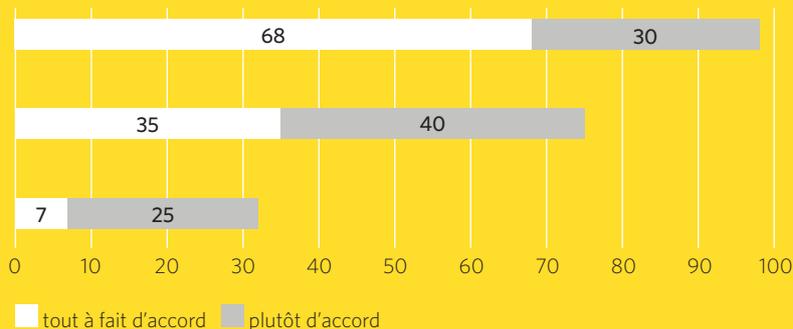
⁹ Au moins une partie des jeunes interrogés montrent à cet égard que leurs réponses sont, de prime abord, contradictoires. Quant à savoir dans quelle mesure les réponses données par les jeunes concernant le financement des souhaits spéciaux par les finances personnelles sont également contradictoires et le dialogue Juvenir qui suivra sur www.facebook.com/juvenir.ch permettra de le découvrir. Il est possible que les jeunes fassent une distinction entre divers souhaits spéciaux.

Illustration 18: avis concernant le soutien des parents pour des souhaits spéciaux en pourcentage

Pour des souhaits particuliers, il est juste, en tant que jeune, de gagner ou d'économiser soi-même l'argent.

Même si cela signifie que l'on doive se restreindre: Il est important d'être autonome et financièrement indépendant de ses parents aussi tôt que possible.

Il est normal de demander un complément d'argent aux parents, si l'on veut s'offrir quelque chose de spécial.

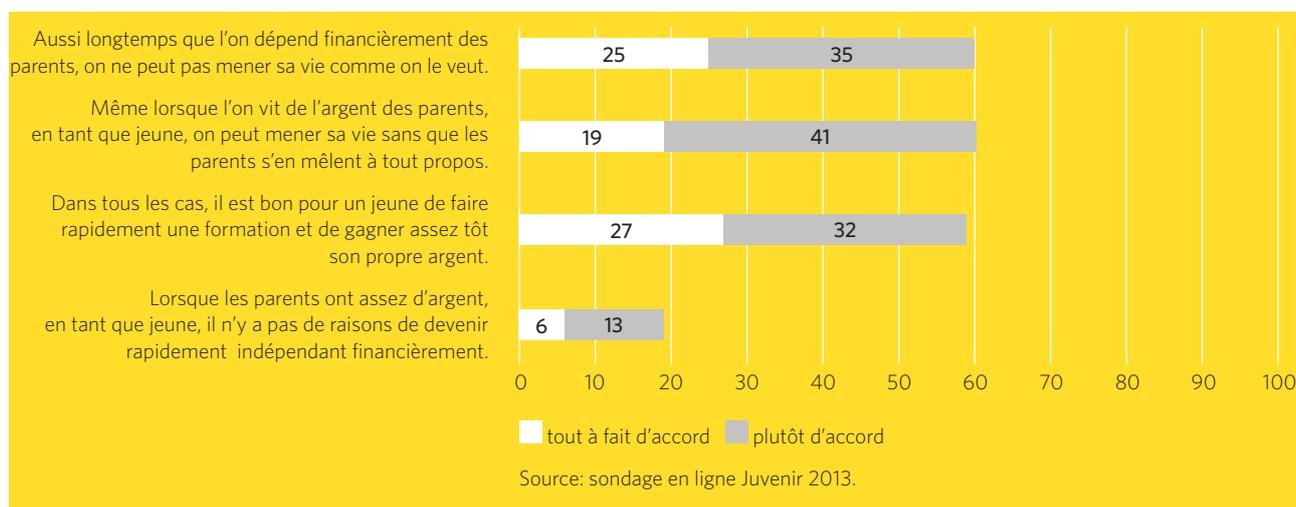


Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

L'argent des parents est aussi une limitation.

Les personnes sondées sont moins unanimes à dire dans quelle mesure la dépendance financière par rapport aux parents constitue une limitation dans l'organisation de la vie chez les jeunes: 60 pour cent pensent qu'aussi longtemps qu'il existe une dépendance financière par rapport aux parents, on n'est pas libre de mener sa vie comme on l'entend. Une même proportion (60 pour cent) estiment qu'il est possible de gérer sa vie sans que les parents aient leur mot à dire à propos de tout. Bon nombre des personnes interrogées ne sont pas entièrement d'accord, mais plutôt d'accord avec ces affirmations.

Illustration 19: importance de l'indépendance financière en pourcentage



Une même proportion de 60 pour cent pensent que dans tous les cas, il est également plutôt positif qu'en tant que jeune, on termine sa formation aussi rapidement que possible afin d'avoir son propre revenu sans tarder.

Près d'un cinquième (19 pour cent) ne voient (plutôt) pas de raison d'accéder rapidement à l'indépendance financière si les parents ont suffisamment d'argent.

Les jeunes femmes attribuent davantage d'importance à l'indépendance par rapport aux parents que les jeunes gens¹⁰. Elles sont cependant moins nombreuses à ressentir la dépendance financière à l'égard des parents comme une limitation de leur mode de vie.

Avec l'âge, l'importance et la valeur de l'indépendance économique s'accroissent. Les 15-16 ans en particulier sont moins enclins que leurs aînés à considérer le pouvoir d'achat des parents comme une raison de devenir indépendants rapidement. Ils ressentent la dépendance économique vis-à-vis des parents comme étant moins restrictive et envisagent plus souvent la possibilité de solliciter un subside des parents pour s'acheter un objet spécial. De même, les personnes en formation et les jeunes exerçant une activité professionnelle soulignent davantage la valeur de l'indépendance que les écoliers et les étudiants.

¹⁰Ce constat est confirmé par d'autres études sur la jeunesse (cf. notamment la 16^e étude Shell sur la jeunesse ou le sondage DJI «Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten»-AID:A) (grandir en Allemagne: univers du quotidien). La deuxième étude Juvenir «La première grande décision – Comment les jeunes Suisses choisissent une formation (professionnelle)» avait déjà révélé que le souhait d'autonomie est plus fort chez les filles.

Dépendance et auto-détermination: aucune contradiction.

Les jeunes de Suisse romande ont tendance à attribuer à l'indépendance financière par rapport aux parents une importance un peu moins grande que les jeunes des autres régions du pays. Cependant, ils sont plus souvent d'avis que tant que l'on vit de l'argent des parents, on ne peut pas mener sa vie comme on l'entend (69 pour cent contre 56 pour cent en Suisse alémanique et 48 pour cent au Tessin). Les jeunes de Suisse alémanique sont nettement plus nombreux que ceux des autres régions linguistiques à estimer approprié que lorsqu'on a son propre revenu tout en habitant chez les parents, une partie du salaire doit être donné aux parents au titre de la nourriture et du loyer (81 pour cent contre 66 pour cent au Tessin et 58 pour cent en Suisse romande). Ce constat s'explique peut-être par la plus grande proportion de personnes en formation en Suisse alémanique (30 pour cent, contre 21 pour cent en Suisse romande et 18 pour cent au Tessin).

Les modes de vie que l'on trouve dans les différents types d'autonomie se reflètent dans l'appréciation que font les jeunes des variantes de dépendance financière. Les personnes autonomes et les personnes apportant un revenu complémentaire plaident pour une indépendance précoce. Par contre, les gestionnaires de budget et les personnes prises en charge ne ressentent pas cette pression. Pour eux, l'indépendance économique et l'auto-détermination ne sont pas contradictoires.

Illustration 20: importance de l'indépendance financière en fonction des types d'autonomie en pourcentage





BILLIONAIRE
BOYS CLUB



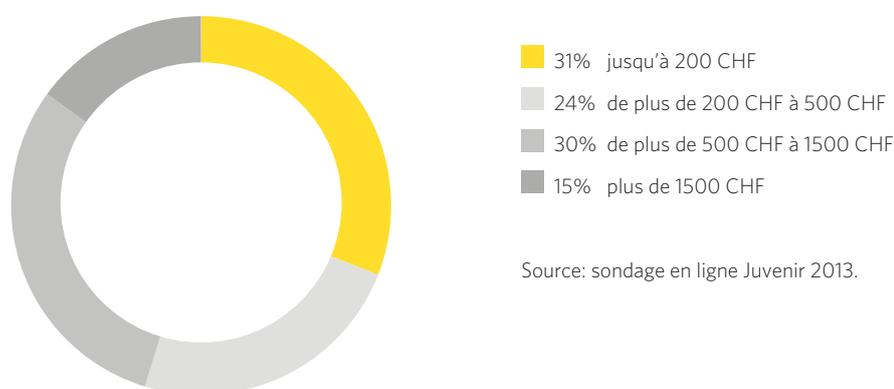
PRIME

2.0 La jeunesse et l'argent

Dans le cadre du sondage en ligne, Juvenir a demandé aux jeunes quelle est la somme d'argent dont ils disposent mensuellement. Dans l'ensemble, 31 pour cent des adolescents et des jeunes adultes ont un montant pouvant atteindre 200 francs, tandis que 24 pour cent de ces personnes disposent d'une somme variant entre 201 et 500 francs. 30 pour cent disposent mensuellement de 501 à 1'500 francs, et 15 pour cent de plus de 1'500 francs.

Budget mensuel? -
500 francs et plus!

Illustration 21: budget mensuel pour les adolescents, proportions des groupes de budget

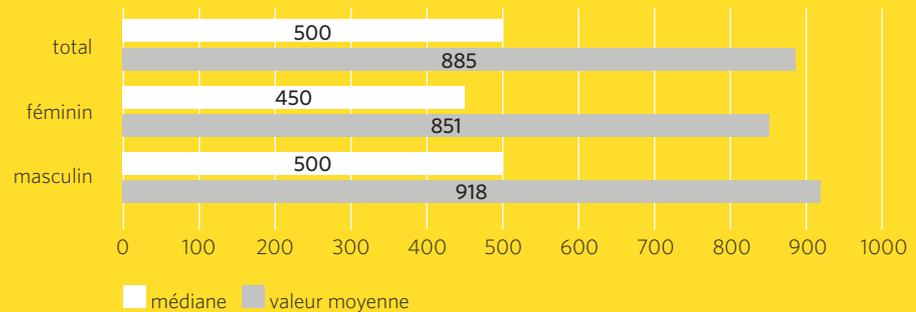


Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Les jeunes interrogés disposent en moyenne de 885 francs par mois (valeur moyenne) (illustration 22). Les jeunes adolescents, qui ont à leur disposition 918 francs en moyenne, ont donc environ 70 francs de plus que les jeunes filles (851 francs). Ces valeurs moyennes passablement élevées le doivent toutefois au groupe des jeunes exerçant déjà une activité professionnelle. Pour prendre une mesure plus réaliste de la situation financière typique des jeunes, nous considérerons donc plutôt la valeur médiane qui résulte des jeunes dans leur ensemble, de même que celle qui se situe, pour les jeunes hommes, à 500 francs par mois, et pour les jeunes femmes, à 450 francs par mois.

Le budget médian moins élevé des jeunes femmes par comparaison avec celui des jeunes hommes résulte du fait que les premières sont plus nombreuses à fréquenter une école supérieure et donc moins nombreuses à opter pour un apprentissage en entreprise.

Illustration 22: budget mensuel disponible chez les jeunes, globalement et en fonction du sexe en CHF



Source: sondage en ligne Juvenir 2013, (N = 861).

Comme prévu, le budget médian enregistre une nette croissance avec l'âge. Si le budget médian des individus âgés de 15 ans se situe encore à 100 francs par mois, les jeunes de 19 ans disposent déjà de dix fois plus, autrement dit 1'000 francs, lorsqu'ils ont 19 ans (sans illustration).

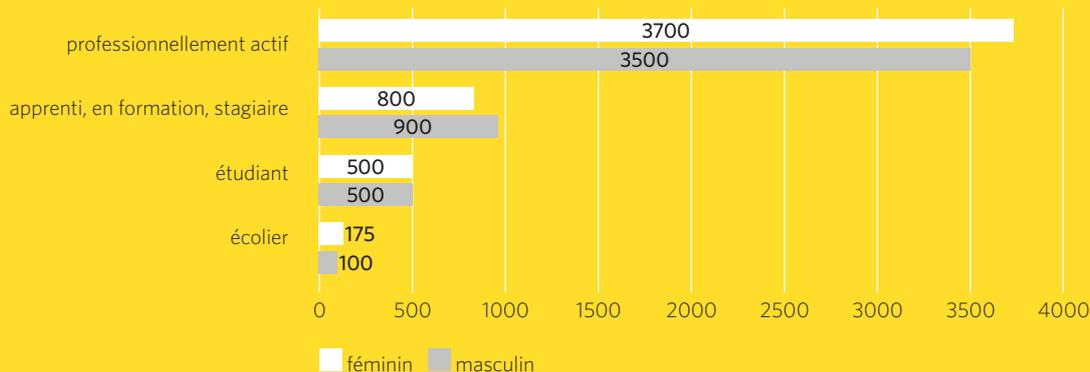
Les différences concernant les sommes disponibles et spécifiques au sexe sont particulièrement évidentes chez les jeunes de 18 et 19 ans, et dans une moindre mesure chez ceux de 17 ans. Dans cette tranche d'âge, le budget médian des jeunes hommes dépasse parfois de beaucoup le budget des jeunes femmes.

La raison principale de cet écart est la différence de choix de la formation ou de l'activité entre les jeunes hommes et les jeunes femmes. Si, comme le montre l'illustration 23, on tient compte à la fois de l'activité et du sexe, il en ressort une image assez homogène des revenus. Cependant, il faut également tenir compte d'un autre facteur, à savoir quel est le degré de diversité des budgets dont disposent les adolescents sondés, en fonction de leur activité au moment considéré.

Fourchette: entre 100 et 3'500 francs par mois.

Tandis que les jeunes exerçant une activité professionnelle disposent de plus de 3'500 francs par mois, cette somme n'est que de 100 francs chez les écoliers. S'agissant des étudiants, ils peuvent compter sur 500 francs par mois en moyenne, donc nettement moins que les personnes en formation, les stagiaires ou les recrues (900 francs).

Illustration 23: budget mensuel (médian) disponible chez les jeunes, en fonction de l'activité et du sexe en CHF

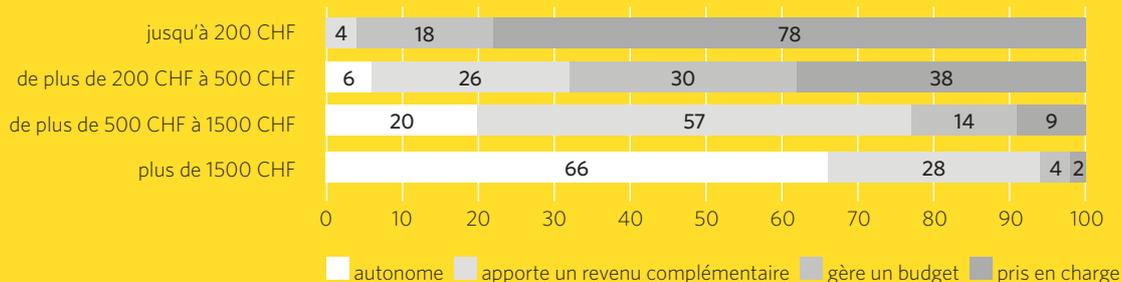


Source: sondage en ligne Juvenir 2013, (N = 861).

Dans l'optique de l'indépendance économique des jeunes, Juvenir a établi quatre types d'autonomie dans le chapitre précédent. Il apparaît clairement que le groupe des jeunes sondés est extrêmement hétérogène, autant sous l'angle de l'activité exercée, des obligations financières et des dépenses devant être assumées de manière autonome, que sous celui de la situation de vie. Sans une prise en compte différenciée de ces différents facteurs, il n'est pas possible d'effectuer une comparaison de la situation financière de différents jeunes et, à fortiori, de tirer des conclusions quant au niveau de vie.

À mesure que l'âge augmente et que le niveau du revenu personnel s'élève, le budget s'accroît et, par conséquent, les possibilités de prendre en charge soi-même certains domaines de dépenses. Dès lors, il n'est pas étonnant que les personnes prises en charge (budget allant jusqu'à 200 francs) supportent principalement le coût des sorties et des téléchargements de musique ou, en partie, celui des repas pris à l'extérieur. Pour un budget mensuel se situant entre 501 et 1'500 francs, la proportion des jeunes pris en charge diminue pour se situer à 9 pour cent. Ces catégories de revenu sont prédominantes chez les personnes apportant un revenu complémentaire, qui ne sont pas ou ne peuvent pas encore entièrement autonomes.

Illustration 24: importance des types d'autonomie en fonction du montant du revenu en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

2.1 Nous avons suffisamment d'argent

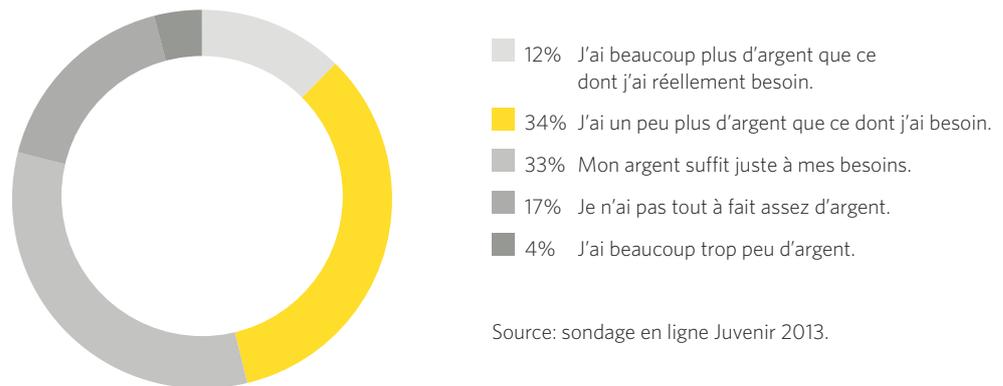
L'une des questions principales de l'étude Juvenir porte sur l'évaluation subjective de la situation financière des jeunes. Quelle partie des jeunes estiment avoir suffisamment d'argent et quels sont les jeunes ayant le sentiment de ne pouvoir se permettre que peu de choses et de devoir se restreindre sévèrement?

Sur cette question, les résultats du sondage sont clairs: la vaste majorité des jeunes sont satisfaits de leur situation financière; seuls un cinquième admettent avoir trop peu d'argent à disposition (illustration 25).

Trois jeunes sur quatre affirment: «Nous avons suffisamment d'argent.»

Parmi ceux qui sont satisfaits, près de 46 pour cent admettent qu'ils ont beaucoup (12 pour cent) ou un peu plus d'argent (34 pour cent) que ce dont ils ont besoin. Pour un autre tiers d'entre eux, les sommes dont ils disposent couvrent exactement leurs besoins. Parmi les personnes interrogées s'avouant plutôt insatisfaites, la plupart admettent avoir légèrement trop peu d'argent (17 pour cent), et seuls une petite partie reconnaissent qu'ils ont, selon leur propre appréciation, nettement trop peu d'argent (4 pour cent).

Illustration 25: évaluation de la situation financière personnelle



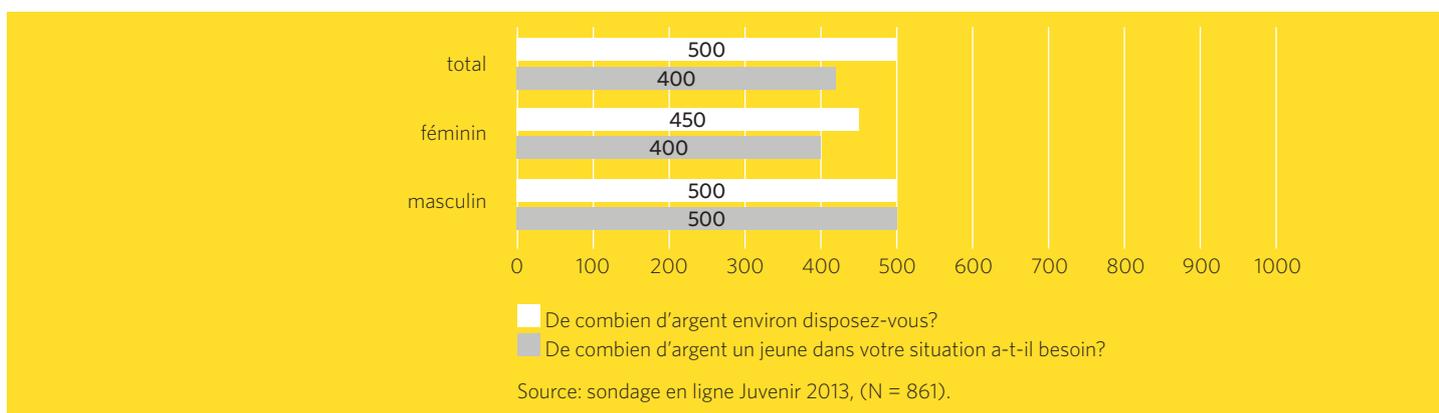
Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

«Nous en avons plus qu'en suffisance», affirment 9 jeunes sur 20.

La satisfaction largement répandue chez les jeunes concernant leur situation financière est confirmée par un autre résultat du sondage: lors de l'enquête en ligne, Juvenir a prié les adolescents d'évaluer la somme mensuelle dont une personne dans leur situation et dans leur tranche d'âge a besoin pour pouvoir joindre les deux bouts. Pour la plupart, les montants mentionnés se situaient en dessous de la somme effectivement disponible. La médiane du budget considéré comme nécessaire est estimée à 420 francs par les adolescents, ce qui représente 80 francs de moins que la médiane du budget dont ils disposent.

S'agissant par contre de l'évaluation du montant mensuel dont un adolescent a besoin pour pouvoir joindre les deux bouts, le résultat est très différent: pour les adolescentes, la médiane se situe à 50 francs en dessous du budget dont elles disposent chaque mois. Chez les jeunes gens, ce rapport est équilibré. Cette découverte s'explique peut-être par le fait que les jeunes filles ont certainement plus d'argent que nécessaire pour pouvoir joindre les deux bouts, mais que leur budget disponible est trop serré pour pouvoir s'offrir tous les objets et faire toutes les activités dont elles rêvent.

Illustration 26: budget médian nécessaire et budget médian réel par mois, globalement et selon le sexe en CHF

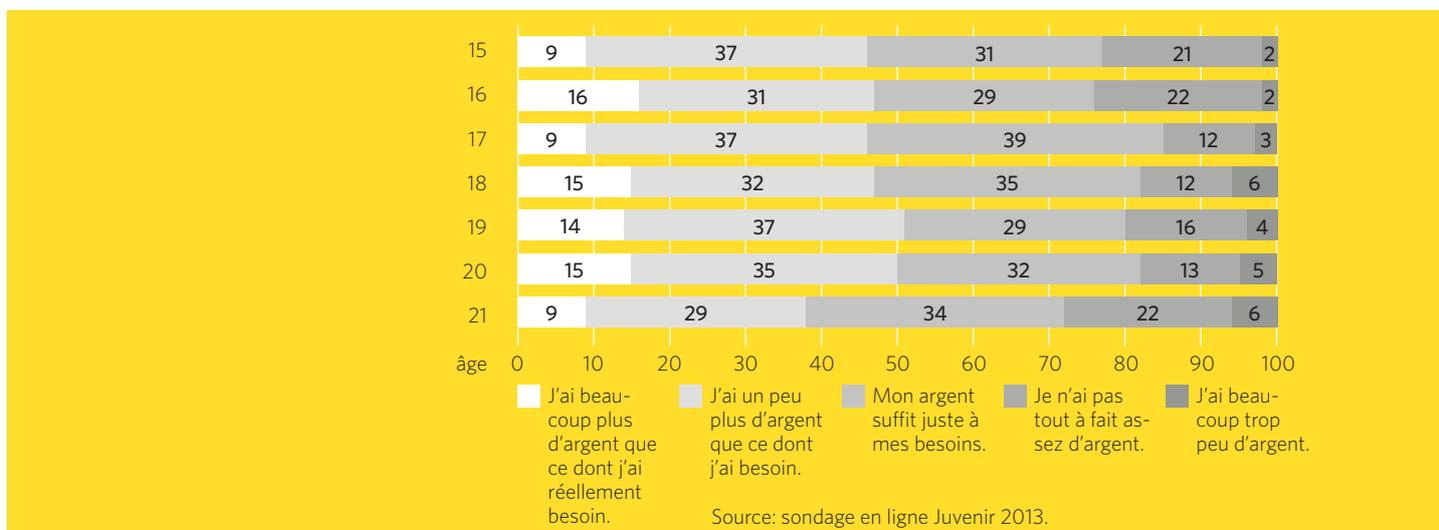


Dans l'ensemble, les personnes interrogées de sexe masculin sont légèrement plus satisfaites de leur situation financière que les personnes de sexe féminin: les jeunes hommes sont deux fois nombreux que les jeunes femmes à indiquer qu'ils disposent de beaucoup plus d'argent que nécessaire (16 pour cent contre 8 pour cent). Par conséquent, il est plus fréquent pour les jeunes femmes que pour les jeunes hommes de disposer de légèrement trop peu d'argent (20 pour cent contre 14 pour cent des personnes interrogées de sexe masculin; sans illustration).

Des exigences plus élevées avec l'âge?

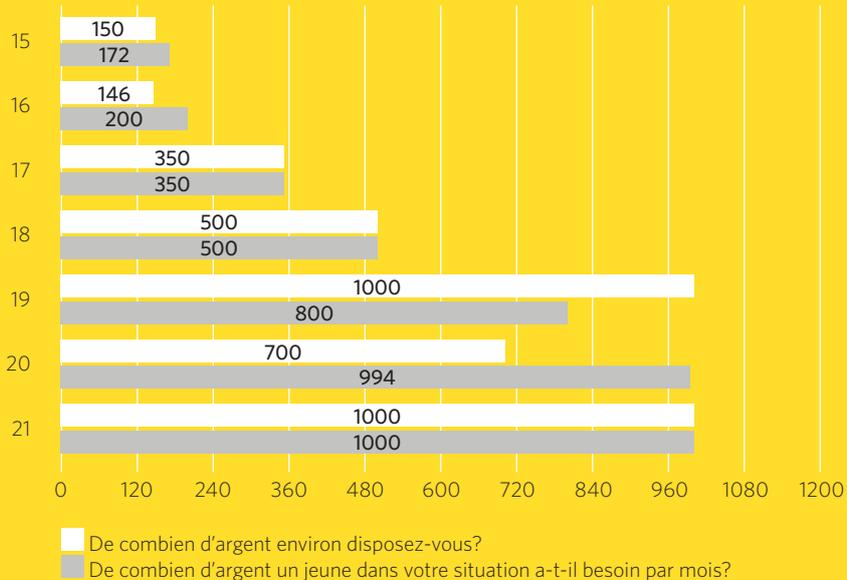
À relever que l'évaluation subjective de la situation financière au cours des années ne change pas beaucoup, malgré des différences de budget considérables. Chez les 15-16 ans, la proportion d'adolescents pensant avoir trop peu d'argent représente un quart et est donc un peu plus élevée que chez les adolescents plus âgés. Les 21 ans sont ceux qui se plaignent le plus du manque d'argent (28 pour cent).

Illustration 27: évaluation de la situation financière personnelle en fonction de l'âge en pourcentage



Même si l'on effectue une comparaison du budget nécessaire et du budget effectif en fonction de l'âge, les sommes disponibles sont parfois nettement plus élevées que le montant considéré comme nécessaire. Ce constat est valable en particulier pour les adolescents de 18 et 19 ans. Les 15 et 16 ans, par contre, indiquent comme budget nécessaire une somme mensuelle dépassant de 70, respectivement 30 francs, le montant dont ils disposent effectivement.

Illustration 28: budget médian nécessaire et effectif par mois, en fonction de l'âge¹¹ en CHF



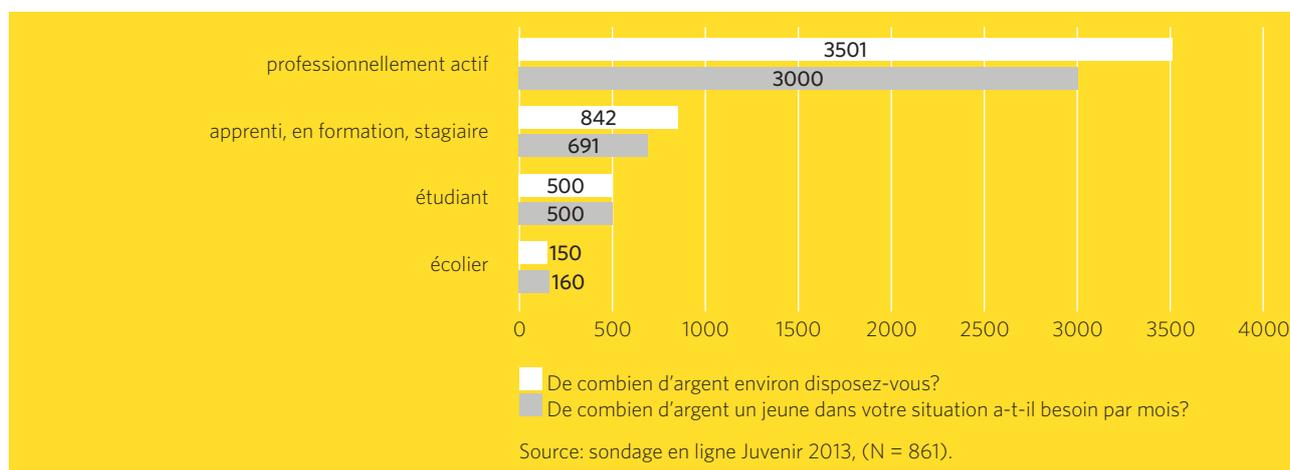
Source: sondage en ligne Juvenir 2013, (N = 861).

Il se révèle également que les différences concernant l'évaluation de la situation financière sont minimales si on les considère en fonction de l'activité exercée.

La comparaison entre le budget effectif et le budget nécessaire sur le plan subjectif montre que ces deux éléments sont en adéquation: chez les personnes en formation et les individus exerçant une profession, le budget effectif dépasse le montant considéré comme nécessaire. Chez les étudiants, la somme nécessaire correspond globalement au montant disponible. En revanche, les écoliers indiquent avoir besoin de davantage d'argent qu'ils n'en ont en réalité.

¹¹ Le fait que le budget médian des jeunes de 20 ans est inférieur à celui des jeunes de 19 ans s'explique par la proportion élevée d'étudiants ayant préalablement terminé une formation. Avec près de 59 pour cent, le groupe des 20 ans représente la plus forte proportion d'étudiants. Comparé aux jeunes de 19 et de 21 ans, dont le revenu en valeur médiane est nettement plus élevé que chez les 20 ans, le groupe de ces derniers comprend nettement moins de personnes en formation et d'individus exerçant une profession (33 pour cent contre 48 pour cent [les 19 ans] et 42 pour cent [les 21 ans]; illustration 58). Par ailleurs, parmi les 20 ans, la proportion de personnes interrogées indiquant exercer à ce moment d'autres activités (p. ex. chômeurs ou éventuellement jeunes entreprenant un voyage à l'étranger ou une autre activité de ce genre après avoir terminé une formation ou l'école) est la plus élevée de toutes les classes d'âge, à savoir environ 7 pour cent.

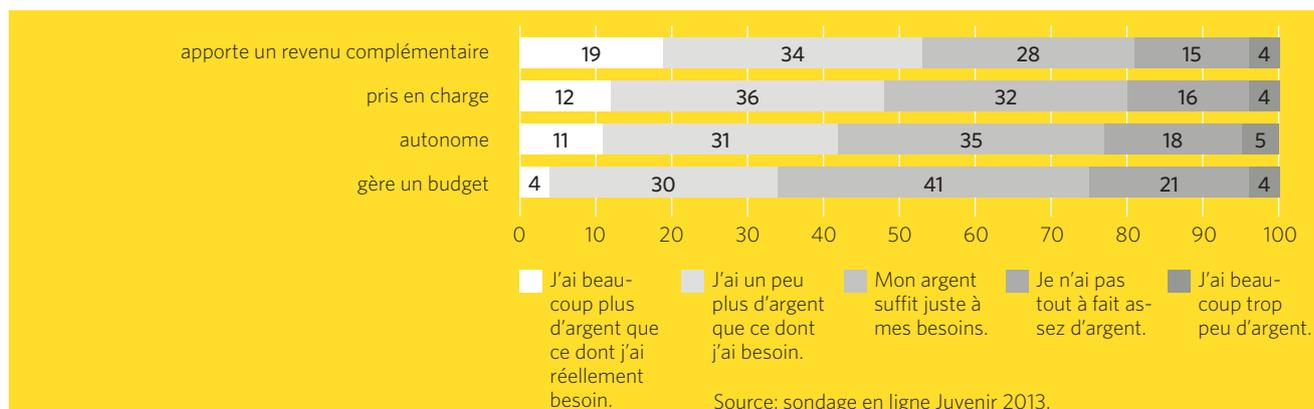
Illustration 29: budget médian nécessaire et effectif par mois, en fonction de l'activité en CHF



Davantage d'autonomie, moins de superflu

S'agissant de la situation financière, il existe de nettes différences en fonction de degré d'autonomie des jeunes. Il apparaît clairement que les personnes apportant un revenu complémentaire constituent, avec 53 pour cent, un groupe indiquant nettement plus fréquemment que les autres avoir un peu, voire beaucoup plus, d'argent que nécessaire. Les groupes suivants, par ordre décroissant, sont les personnes prises en charge (48 pour cent), suivies des personnes autonomes (42 pour cent) et des personnes qui gèrent un budget (34 pour cent). Au vu des diverses sources de revenu et des postes de dépenses qui définissent les différents types, cette répartition n'est guère surprenante, d'autant moins que les revenus provenant d'une activité professionnelle des personnes apportant un revenu complémentaire ne sont pas entamés par l'important poste de dépenses qu'est le loyer, du moins pas au stade où l'on considère les besoins essentiels au sens large. Certes, les personnes prises en charge ont les revenus les plus modestes – le plus souvent constitués par l'argent de poche donné par les parents –, mais en contrepartie, elles ne doivent généralement assumer aucune dépense au titre des besoins essentiels (au sens large).

Illustration 30: évaluation de la situation financière personnelle en fonction des types d'autonomie en pourcentage

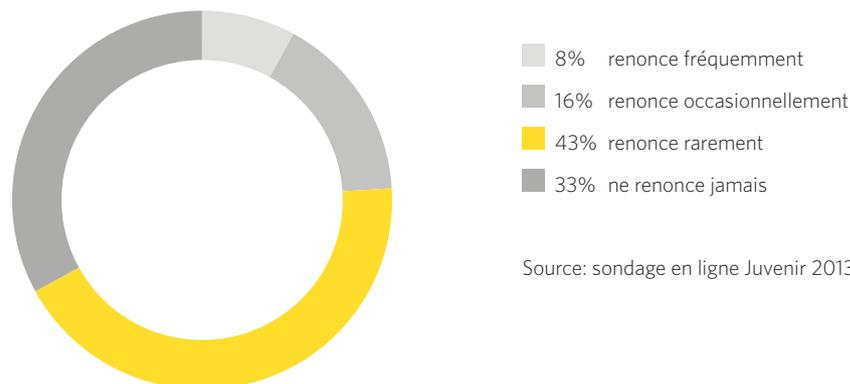


2.2 Renoncer à un achat: aucune importance pour un tiers des personnes interrogées

Il est communément admis dans la société qu'une fois leurs besoins essentiels couverts, les jeunes doivent pouvoir apporter leur part aux dépenses dans certains domaines, ne serait-ce que dans l'intérêt de leur développement personnel. Ces domaines sont le sport, la musique, l'art et la culture, les hobbies et les événements de la vie sociale. Même si la situation qui prévaut chez les jeunes ne saurait être qualifiée d'état de pauvreté à large échelle, Juvenir a tenté, dans ce chapitre, de savoir ce qui peut pousser les jeunes à renoncer à un achat dans les domaines en question.

Même si la majorité des adolescents et des jeunes adultes en Suisse sont satisfaits de leur situation financière actuelle, un quart des personnes interrogées (24 pour cent) ont dû, se restreindre une fois au moins dans l'exercice de leurs activités, en raison du manque d'argent. Seule une faible proportion des jeunes (8 pour cent) témoignent de fréquentes occasions où ils ont dû renoncer à un achat dans divers domaines de consommation¹². Chez les 16 pour cent restants, le renoncement à un achat se limite à un ou deux domaines de consommation seulement¹³. La plupart des personnes interrogées (43 pour cent) ne doivent que rarement renoncer à une activité dans le domaine des hobbies, de la culture ou des contacts avec les amis. Un tiers des sondés n'ont jamais dû renoncer à quoi que ce soit.

Illustration 31: renoncement à un achat, tous domaines confondus



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

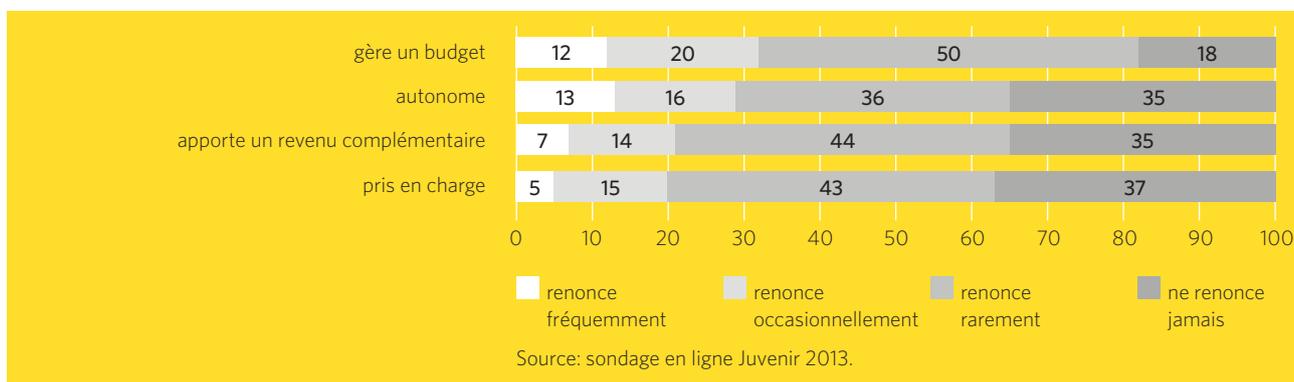
Autonomie est synonyme de renoncement à un achat.

En considérant les différents types d'autonomie, il apparaît que les personnes autonomes et celles qui gèrent un budget, renoncent souvent ou occasionnellement à un achat. Il apparaît aussi que les gestionnaires de budget sont, avec un taux de près de 18 pour cent, ceux qui indiquent nettement moins souvent que les autres types n'avoir encore jamais dû renoncer à quelque chose. Les personnes prises en charge sont la catégorie la moins touchée par la nécessité de renoncer à un achat. Ces résultats montrent clairement que le fait de se priver d'une acquisition ne dépend visiblement pas que du montant d'argent dont un adolescent ou un jeune adulte dispose, mais principalement des domaines de dépenses qu'il doit financer par ses propres moyens.

¹² Le groupe des adolescents et des jeunes adultes qui doivent souvent renoncer à un achat comprend ceux qui indiquent avoir dû se priver d'un achat souvent ou de manière générale dans au moins 3 des 6 domaines figurant dans le sondage.

¹³ Le groupe des adolescents et des jeunes adultes qui doivent occasionnellement renoncer à un achat comprend ceux qui indiquent avoir dû se priver d'un achat souvent ou de manière générale dans 2 au plus des 6 domaines figurant dans le sondage.

Illustration 32: renoncements à un achat, tous domaines confondus, en fonction du type d'autonomie en pourcentage



Il est plus fréquent chez les jeunes hommes que chez les jeunes femmes de n'avoir quasiment jamais dû renoncer à un achat (45 contre 38 pour cent). Les jeunes Tessinois sont nettement plus nombreux que dans les autres régions linguistiques n'à avoir jamais renoncé, ou très rarement, à des activités dans le domaine des hobbies ou de la culture, ou avec des amis (49 pour cent contre 40 en Suisse romande et 41 en Suisse alémanique).

Renoncement à des activités sociales: l'exception

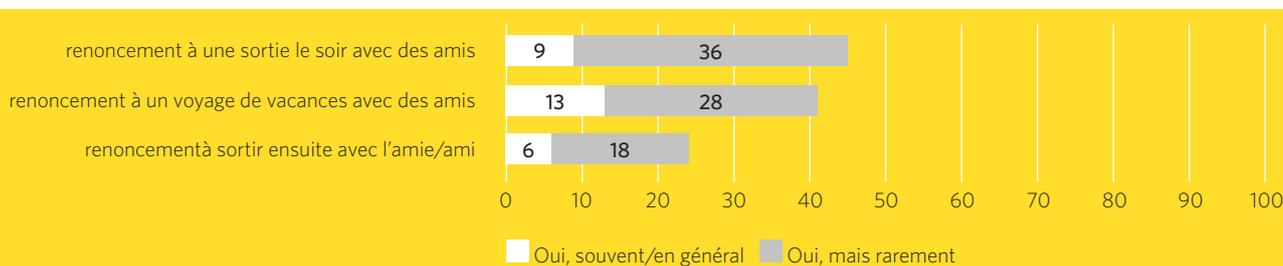
Dans le domaine des hobbies et de la culture, 39 pour cent des personnes interrogées ont déjà dû renoncer à un concert ou à une manifestation sportive, dont 12 pour cent se sont privés souvent ou de manière générale. Un quart (24 pour cent), respectivement un cinquième (20 pour cent) des sondés admettent avoir déjà dû renoncer souvent, généralement ou rarement à l'exercice d'un sport ou d'un hobby dans la musique ou dans les arts.

Illustration 33: renoncement à des activités dans les domaines des hobbies ou de la culture en pourcentage



Certains jeunes ont également dû se priver de contacts sociaux par le passé, même s'il ne s'agissait pas d'une tendance générale, mais plutôt de cas isolés. Ainsi, 45 pour cent des personnes interrogées se sont privées de sorties en soirée avec des amis (dont 9 pour cent fréquemment ou généralement) et 41 pour cent ont renoncé à un voyage de vacances avec des amis (dont 13 pour cent fréquemment ou généralement). Les jeunes ayant dû renoncer à une sortie avec leur petite amie ou leur petit ami représentent 24 pour cent (dont 6 pour cent fréquemment ou généralement).

Illustration 34: renoncement à des activités avec des amis en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Quant à savoir si les adolescents ou les jeunes adultes se sont privés d'activités avec des amis dans les domaines des hobbies et de la culture, cette question est étroitement liée à l'évaluation subjective de la situation financière. Les jeunes indiquant avoir un peu, voire beaucoup trop peu d'argent, affirment aussi nettement plus souvent avoir déjà dû renoncer à une ou plusieurs des activités mentionnées.

Les jeunes femmes rapportent que dans presque tous les domaines soumis à l'enquête, elles ont dû se priver d'un achat un peu plus souvent que les jeunes hommes, qu'il s'agisse d'une privation générale ou occasionnelle. Cette fréquence accrue des privations ne saurait s'expliquer par le fait qu'à l'adolescence, filles et garçons ont des activités différentes: les écoliers n'indiquent en aucune manière qu'ils doivent renoncer plus souvent à des activités pour des raisons financières; au contraire, ils s'en privent même plus rarement que les personnes en formation.

L'âge semble n'exercer aucune influence directe sur le renoncement à exercer une activité pour des raisons financières. On peut retenir que ce ne sont en tout cas pas les plus jeunes qui indiquent avoir dû renoncer particulièrement souvent à une dépense. Il s'agit plutôt des jeunes de 21 ans, autrement dit la catégorie la plus âgée des jeunes personnes interrogées, qui doivent se restreindre pour des raisons financières (sans illustration).

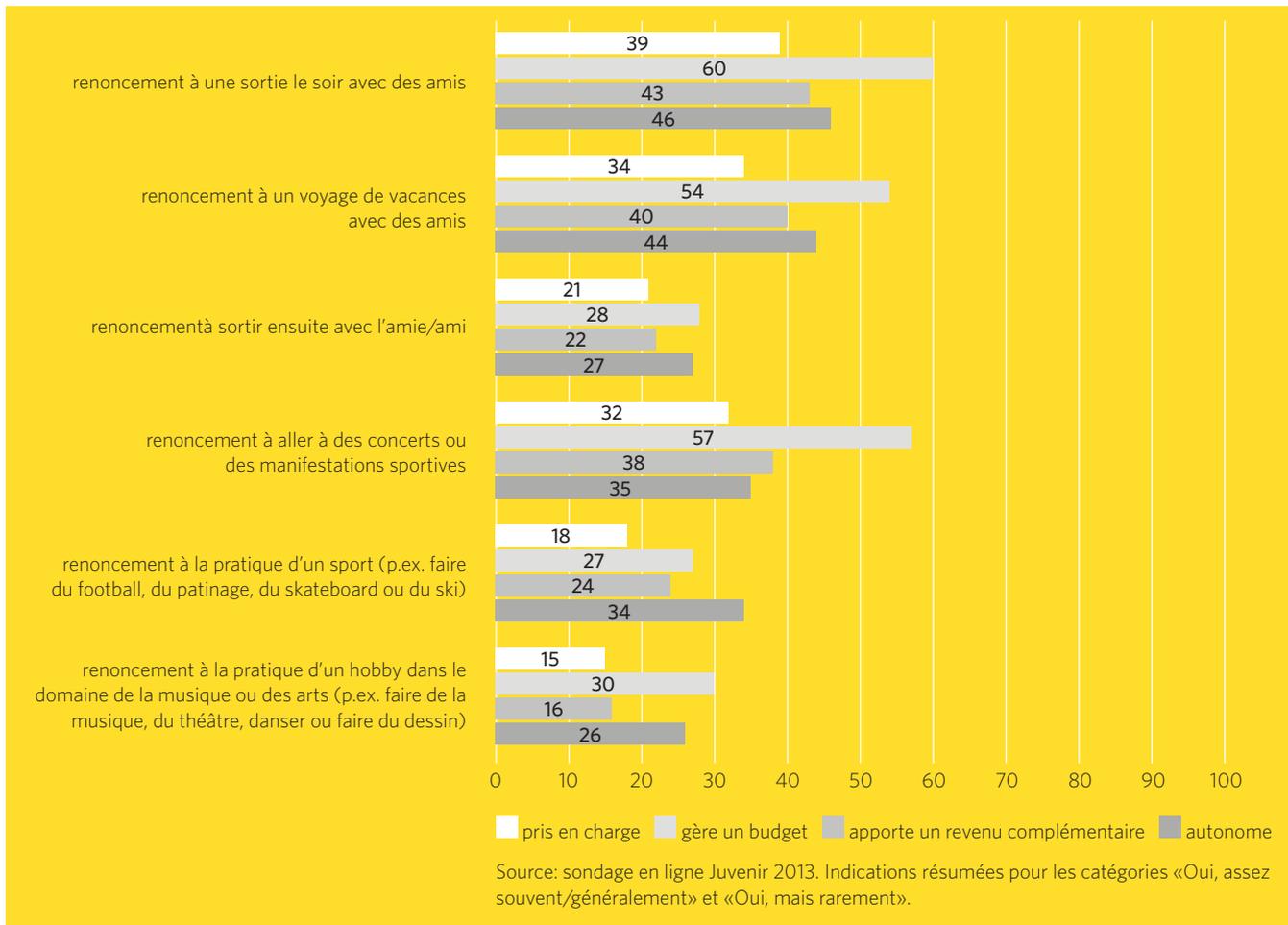
Les jeunes provenant des régions rurales indiquent un peu plus souvent qu'ils sont dû se priver d'un concert ou d'une manifestation sportive ainsi que d'activités sociales avec le petit ami ou la petite amie. En revanche, s'agissant de la privation d'un hobby dans le domaine de la musique, de la culture ou d'un sport, il n'existe aucune différence notable. Ces écarts entre régions s'expliquent probablement plus par la moindre densité du réseau de l'offre d'infrastructures et d'activités culturelles dans les régions rurales de Suisse que par les différences de moyens financiers. Par conséquent, les jeunes provenant d'une région rurale doivent assumer, outre le coût des manifestations, ceux de la mobilité.

Aucune différence notable n'apparaît en fonction de l'activité exercée ou des régions linguistiques.

Devoir se priver d'une activité sportive est une chose qui arrive.

Dans quasiment tous les domaines soumis à l'enquête, les gestionnaires de budget indiquent souvent, parfois nettement plus souvent, avoir déjà dû renoncer à une activité de loisirs. C'est uniquement pour l'exercice d'un sport (comme le football, le patinage sur glace, le skateboard ou le ski) que les personnes autonomes doivent se priver plus souvent (34 pour cent, par rapport aux personnes apportant un revenu complémentaire: 27 pour cent; les gestionnaires de budget: 24 pour cent; les personnes prises en charge: 18 pour cent). Parmi toutes les catégories, ceux qui se privent le plus rarement sont les individus pris en charge.

Illustration 35: privation générale ou occasionnelle en fonction du type d'autonomie en pourcentage



Profitant d'une rubrique de réponses ouverte, les adolescents et les jeunes adultes ont pu relater d'autres expériences de privation. 16 des 1'020 adolescents interrogés en ont fait usage: Une petite moitié (7 personnes) ont indiqué s'être privées de l'achat d'articles tels que des livres ou des appareils électroniques. Pour 2 autres adolescents, qui étaient en cours d'études, il n'était pas possible de quitter le domicile parental, pour des raisons financières. Un adolescent par groupe a indiqué ne pas pouvoir se permettre une voiture ou le permis de conduire. Une jeune adulte (exerçant désormais une activité professionnelle) de Suisse romande a répondu que pour des raisons financières, elle n'avait pas pu terminer sa formation.

2.3 Nous gérons notre argent de manière responsable

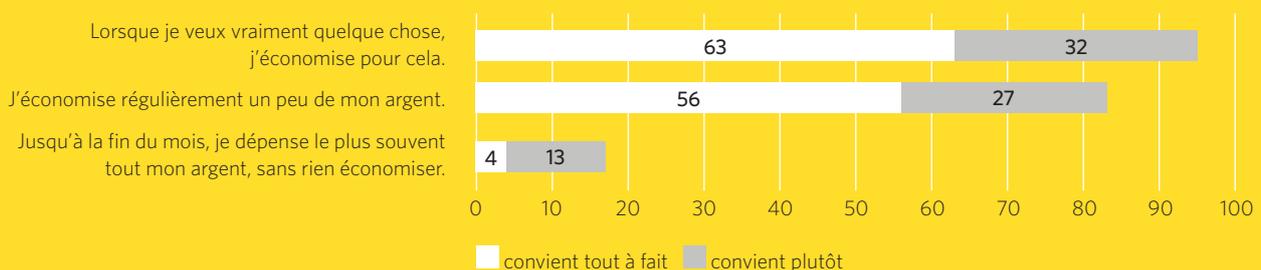
Sur la voie qui mène à l'indépendance économique, les adolescents et les jeunes adultes disposent d'un budget toujours plus élevé, mais en règle générale, un budget en augmentation s'accompagne d'un plus grand nombre de domaines de dépenses. Une gestion à long terme de l'argent disponible constitue dès lors une tâche de développement essentielle.

Gestion du budget: sous le signe de la responsabilité

Une grande partie des adolescents et des jeunes adultes en Suisse gèrent leurs finances de manière très rigoureuse: presque toutes les personnes interrogées économisent occasionnellement de l'argent pour des articles spéciaux (95 pour cent, et plus de 80 pour cent économisent même régulièrement (83 pour cent). Seules un petit cinquième des personnes sondées (17 pour cent) dépensent généralement leur avoir dans le mois sans pouvoir mettre de l'argent de côté.

Des vertus helvétiques: sens de l'économie et de la responsabilité.

Illustration 36: comportement des jeunes concernant les économies en pourcentage



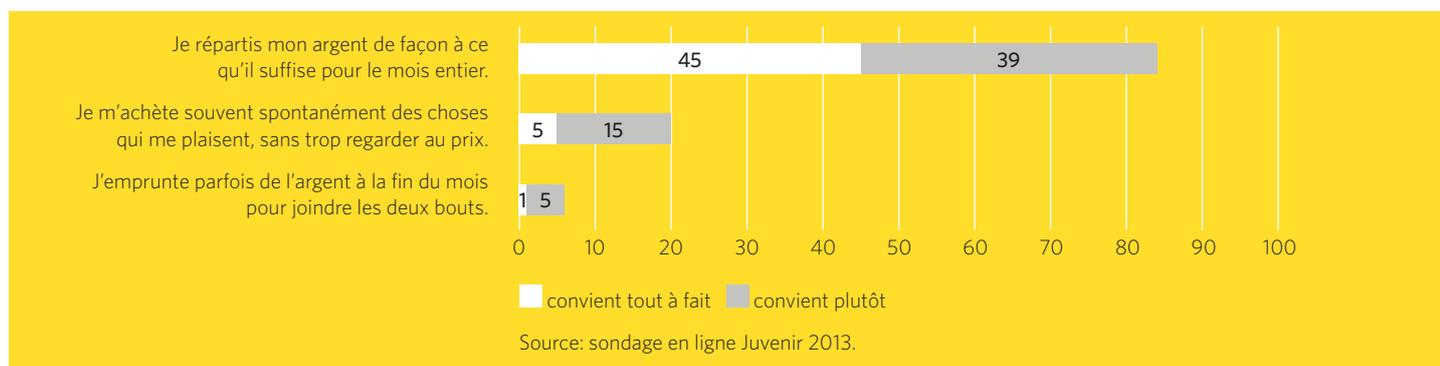
Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Le baromètre de la jeunesse du Credit Suisse, de même qu'une étude transversale menée par l'Université de Zurich concernant les comportements en matière de consommation, confirment qu'il existe une proportion élevée de jeunes Suisses réussissant à économiser régulièrement une partie du budget dont ils disposent. L'étude transversale a même révélé une augmentation du montant mensuellement épargné entre 2004 et 2009.¹⁴

¹⁴ Cf. Pfister et al. (2010) ainsi que le baromètre de la jeunesse du Credit Suisse (2012).

Le comportement responsable et économe des adolescents est également présent dans leur manière de dépenser: 84 pour cent répartissent toujours ou souvent leur argent afin que le montant suffise pour un mois. Un cinquième des personnes sondées s'offrent souvent un objet de manière spontanée, sans trop réfléchir au prix. Pour cette raison ou pour une autre, 6 pour cent des adolescents et des jeunes adultes doivent parfois emprunter de l'argent à la fin du mois pour pouvoir joindre les deux bouts.

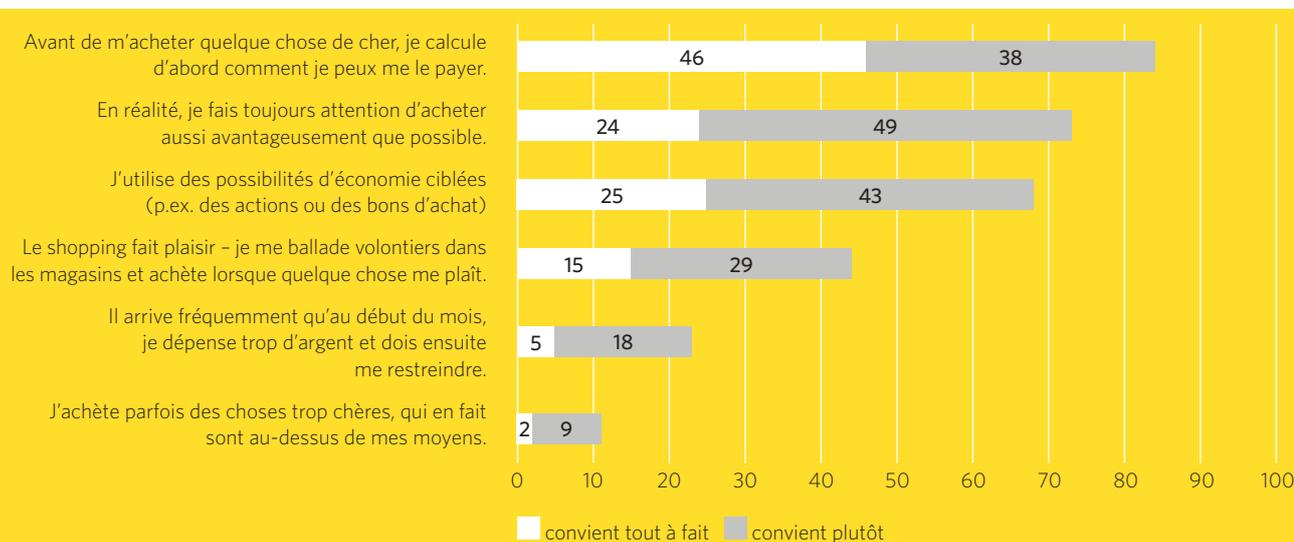
Illustration 37: gestion du budget chez les jeunes en pourcentage



Connaissance des prix: acheter malin

La vaste majorité des jeunes achètent de manière réfléchie et en connaissant les prix: 84 pour cent font toujours ou souvent leurs calculs avant l'acquisition d'un bien onéreux. Un quart des personnes interrogées veillent toujours (24 pour cent), ou en tout cas souvent pour une moitié (49 pour cent) d'entre elles, à acheter au meilleur prix possible. Deux tiers font usage des possibilités d'économie lors des achats (67 pour cent). Ce comportement n'exclut pas nécessairement la pratique des achats spontanés ou de la tournée de shopping comme passe-temps: en effet, 44 pour cent sont d'accord de dire que le shopping est une activité amusante, qu'ils aiment parcourir les magasins et acheter quelque chose si l'objet leur plaît. Une proportion de 15 pour cent des jeunes se disent entièrement d'accord avec cette affirmation.

Illustration 38: connaissance des prix chez les adolescents en pourcentage



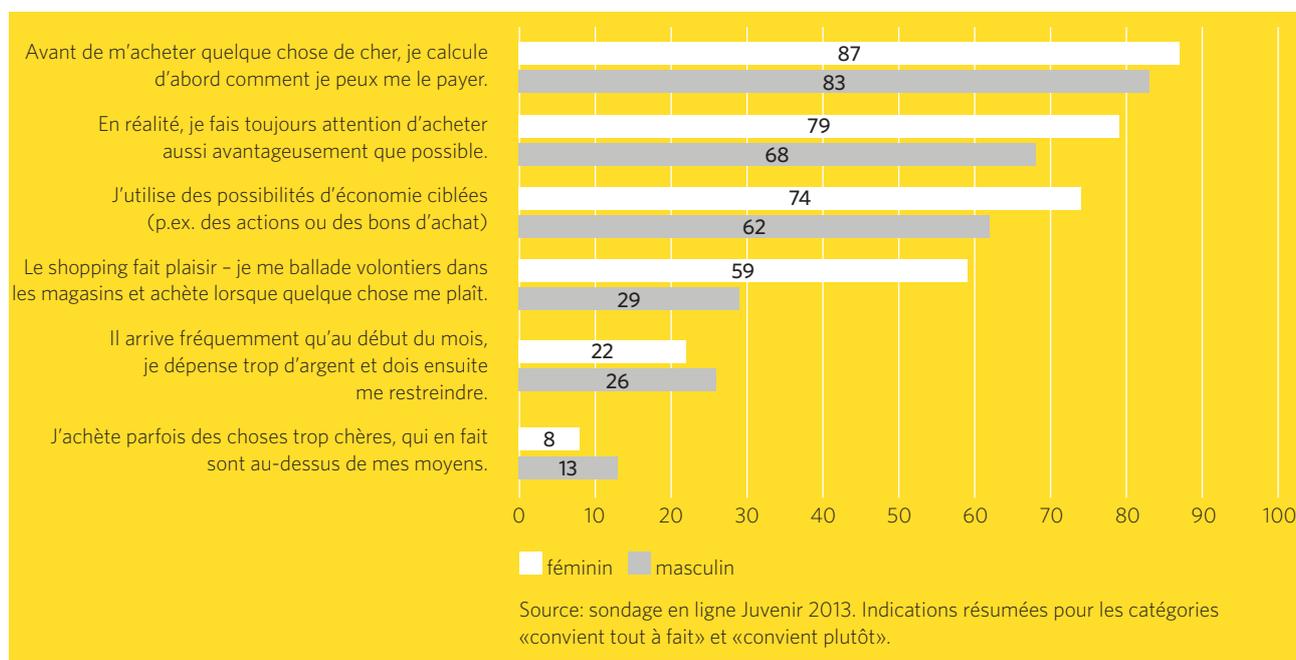
Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Même si la plupart des jeunes ont un comportement en matière de consommation qui révèle une bonne connaissance des prix et une approche réfléchie, il arrive parfois que certains adolescents doivent se restreindre à la fin du mois en raison de dépenses importantes effectuées en début de mois (23 pour cent). Onze pour cent des personnes interrogées acquièrent parfois des objets onéreux dont ils savent qu'ils sont au-dessus de leurs moyens.

Oui au shopping,
non si c'est trop cher.

Les jeunes femmes, en comparaison des jeunes hommes, ont presque toujours une approche encore plus prudente et responsable en matière de finances. Cette observation concerne les économies réalisées et les dettes contractées, de même que la répartition des sommes dans le mois. Elles ont également une approche de la consommation faisant davantage de place à l'examen des prix, à une exception près: les jeunes femmes sont nettement plus nombreuses à considérer le shopping comme une activité de loisirs attrayante (59 pour cent contre 29 pour cent chez les jeunes hommes) et sont par conséquent plus disposées à dépenser pour des achats spontanés.

Illustration 39: connaissance des prix en fonction du sexe en pourcentage



Les adolescents de Suisse alémanique sont les plus nombreux à admettre qu'ils font usage des possibilités d'économie (70 pour cent), suivis des jeunes de Suisse romande (63 pour cent) et du Tessin (58 pour cent). Les jeunes de Suisse alémanique (41 pour cent) sont un peu moins nombreux que ceux de Suisse romande et du Tessin (49 pour cent chaque région) à trouver que le shopping est un hobby. Les adolescents et les jeunes adultes de Suisse romande sont nettement moins enclins à répartir leurs dépenses de manière à ce que l'argent suffise pour tout le mois (75 pour cent, contre 87 pour cent en Suisse alémanique et 90 pour cent au Tessin). Cette observation corrobore le fait que les jeunes de Suisse romande indiquent effectuer deux fois plus souvent des dépenses onéreuses qui dépassent leurs moyens financiers (18 pour cent contre 9 pour cent en Suisse alémanique et 6 pour cent au Tessin).

Considéré en fonction de l'âge et de l'activité, cet aspect ne révèle que des différences minimales entre les jeunes. Seul l'aspect de la connaissance des prix est moins marqué chez les personnes exerçant une activité professionnelle que chez les autres jeunes, ce qui est aisément compréhensible si l'on considère les moyens financiers nettement plus importants de cette catégorie de personnes.

Avoir un budget fixe nécessite d'acheter à des prix plus avantageux.

Les gestionnaires de budget doivent gérer leurs avoirs de manière plus économe

Les gestionnaires de budget, avec 83 pour cent, sont nettement plus nombreux à se préoccuper d'acheter toujours au meilleur prix. Cet écart avec les autres groupes s'explique par le fait que les gestionnaires de budget sont également les plus nombreux à dire qu'ils disposent de légèrement trop peu, voire de beaucoup trop peu d'argent et qu'ils sont donc davantage obligés de vérifier les prix (cf. chapitre 2.1).

Tableau 1: gestion de l'argent, par types d'autonomie

	convient entièrement ou en partie (en pour cent)			
	autonome	apporte un revenu complémentaire	gère un budget	pris en charge
Comportement économe				
Jusqu'à la fin du mois, je dépense le plus souvent tout mon argent, sans rien économiser.	24	16	17	16
J'économise régulièrement un peu de mon argent.	85	86	80	79
Lorsque je veux vraiment quelque chose, j'économise pour cela.	94	93	97	95
Gestion du budget				
J'emprunte parfois de l'argent à la fin du mois pour joindre les deux bouts.	7	6	6	5
Je m'achète souvent spontanément des choses qui me plaisent, sans trop regarder au prix.	31	29	16	21
Je répartiss mon argent de façon à ce qu'il suffise pour le mois entier.	86	84	86	82
Connaissance des prix				
J'achète parfois des choses trop chères, qui en fait sont au-dessus de mes moyens.	15	10	11	10
Il arrive fréquemment qu'au début du mois, je dépense trop d'argent et dois ensuite me restreindre.	26	19	15	20
Le shopping fait plaisir – je me ballade volontiers dans les magasins et achète lorsque quelque chose me plaît.	53	42	45	41
J'utilise des possibilités d'économie ciblées (p.ex. des actions ou des bons d'achat)	70	69	70	66
En réalité, je fais toujours attention d'acheter aussi avantageusement que possible.	67	72	83	74
Avant de m'acheter quelque chose de cher, je calcule d'abord comment je peux me le payer.	83	82	87	87

Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Par rapport aux autres types de personnes, les personnes autonomes se distinguent par le fait qu'elles peuvent se permettre de consommer, et de manière spontanée. Elles s'offrent donc souvent des objets sans réflexion préalable quant au prix ou s'achètent parfois des articles dépassant leurs moyens (15 pour cent). Rien d'étonnant, donc, qu'une personne autonome sur quatre (26 pour cent) indique plus fréquemment que les autres être souvent dans la situation où elle a dépensé trop d'argent au début du mois et doit ensuite se restreindre (24 pour cent des personnes autonomes n'économisent pas). Pour plus de la moitié (53 pour cent) des personnes autonomes, le shopping fait partie des activités de loisirs. Cette tendance est légèrement moins marquée chez les autres types de personnes.

Dans l'ensemble, les résultats de cette étude révèlent l'image d'une jeunesse suisse qui se montre extrêmement prudente et consciente des prix dans sa gestion de l'argent. Ainsi, l'étude Juvenir s'inscrit en faux contre l'image d'une jeunesse suisse s'adonnant sans restriction à la consommation.



3.0 Consommer, consommer, consommer ...

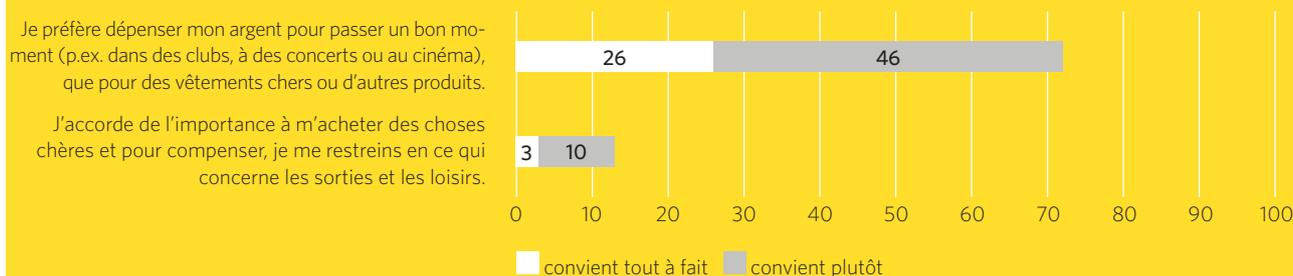
Les évaluations suivantes portent sur la question de savoir à quoi les jeunes attribuent de la valeur lorsqu'ils consomment. À cet effet, l'étude considère, dans une première phase, divers aspects liés à la connaissance des tendances et du marché, mais également aux préférences concernant la consommation matérielle ou immatérielle. Dans une deuxième phase, elle examine dans quelle mesure le mode de production équitable et écologique de biens influence les jeunes de Suisse dans leurs choix d'acquisition. Enfin, quelques jeunes ont saisi l'occasion de s'exprimer directement pour dire si, en tant qu'adolescent, on a besoin d'argent pour être reconnu et apprécié, et pour être cool.

3.1 De bons moments passés avec les amis sont plus précieux que des vêtements chers

Mieux vaut du fun en société que des objets classe.

Il apparaît, d'une manière générale, que les jeunes sont nettement plus nombreux à préférer dépenser leur argent pour des événements et des activités que pour des biens matériels. Un bon quart des adolescents s'expriment indubitablement dans ce sens, et 46 pour cent d'autres se disent plutôt d'accord avec cet avis (illustration 40). Seuls 3 pour cent des jeunes sont disposés à limiter leurs activités de loisirs, les concerts et les sorties en faveur d'acquisitions onéreuses.

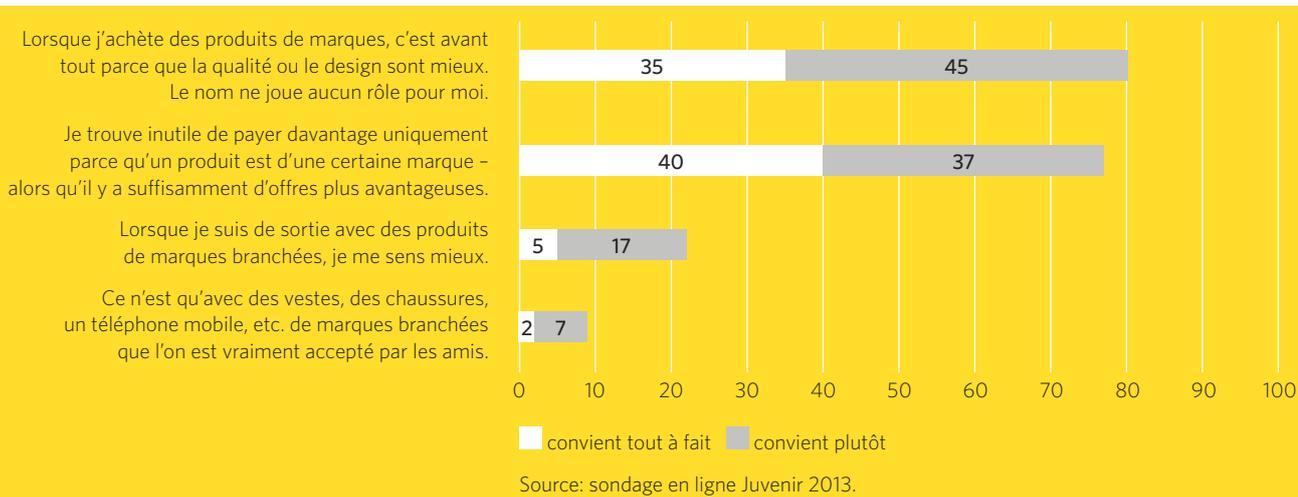
Illustration 40: préférences entre la consommation de biens matériels et d'éléments immatériels en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Cette observation est corroborée par le fait que seul un petit nombre de jeunes attribuent une grande importance aux produits de marque. Seuls 5 pour cent des jeunes approuvent sans réserve l'affirmation selon laquelle ils se sentent mieux dans des habits de marque ou en possession d'articles de marque. Une autre partie représentant 17 pour cent sont plutôt d'accord avec cette affirmation, tandis que tout juste 80 pour cent des jeunes ne partagent pas cet avis. L'étude Juvenir permet également de démentir qu'il existerait une pression de groupe en faveur de la consommation: seuls 9 pour cent des jeunes voient un lien entre la possession d'articles de marque et l'acceptation manifestée par leurs amis, et seuls quelque 2 pour cent voient là un lien direct. En revanche, la plupart des jeunes misent principalement sur la qualité lorsqu'ils consomment.

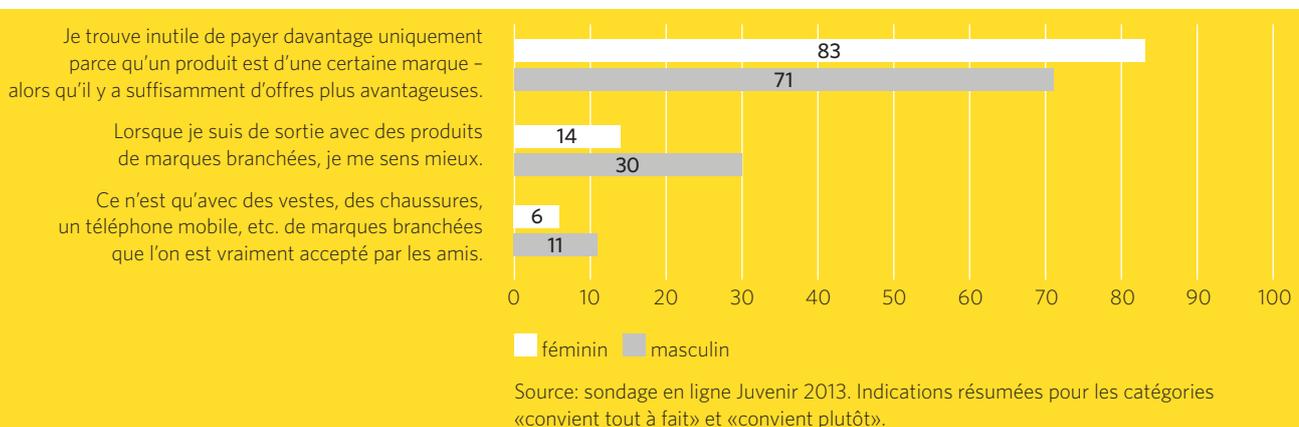
Illustration 41: connaissance et importance des marques en pourcentage



Les marques et les tendances: quelle importance?

À l'instar de la connaissance des marques, la connaissance des tendances est peu marquée chez les jeunes. Seuls 17 pour cent des jeunes admettent s'adapter aux nouvelles tendances et aux modes, et s'acheter des produits en vogue. De même, seule une minorité de jeunes sont disposés à fréquenter des établissements, clubs ou bars «branchés». Si l'on opère une distinction entre les sexes, il apparaît que l'importance des produits de marque ou des articles en vogue est davantage valorisé par les jeunes hommes que par les jeunes femmes.

Illustration 42: connaissance et importance des marques en fonction du sexe en pourcentage

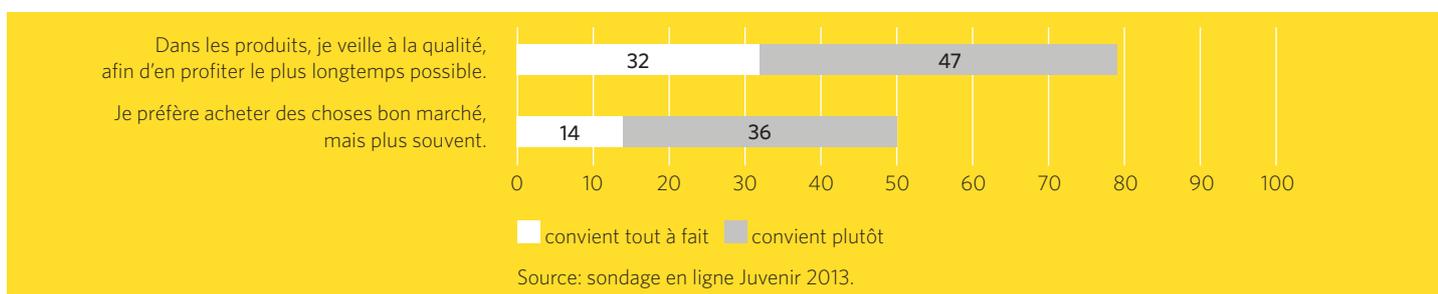


Les jeunes hommes sont plus enclins que les jeunes femmes à limiter leurs activités de loisirs pour acquérir des biens matériels.

Shopping: les jeunes gens privilégient la qualité, les jeunes filles la fréquence.

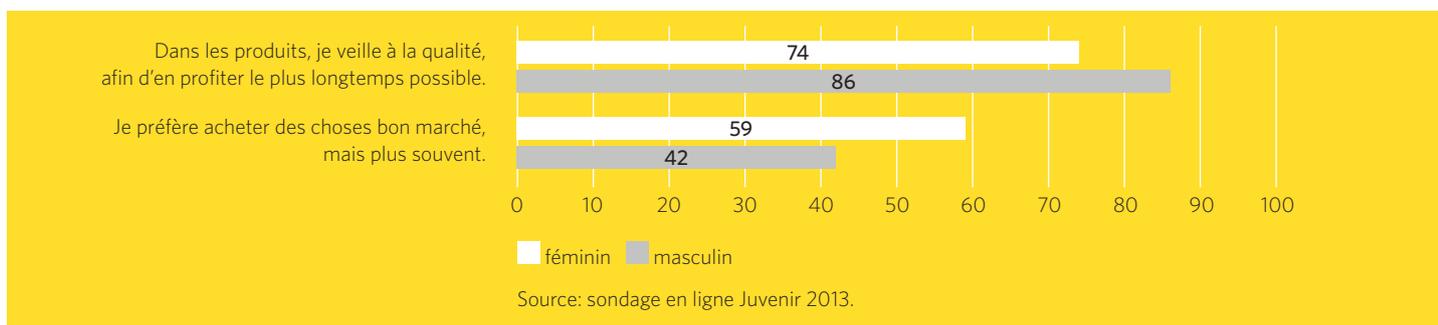
L'importance relativement mineure que les adolescents accordent aux marques et aux tendances ne signifie aucunement qu'ils agissent exclusivement ou essentiellement en fonction du prix. Pour les jeunes, la qualité et la longévité des produits sont plus importantes que des prix bas et, par conséquent, que des achats multiples: ainsi, 79 pour cent mettent l'accent sur la durabilité des produits.

Illustration 43: approche de la consommation privilégiant la qualité en pourcentage



Une grande partie des jeunes femmes expriment leur préférence pour une consommation plus fréquente mais portant sur des articles moins chers. Pour elles, la qualité des produits joue un rôle moins important dans la décision d'acquisition que pour les jeunes hommes.

Illustration 44: attitude face à la qualité des articles consommés, en fonction du sexe en pourcentage



Avec l'âge, on observe une diminution de l'importance attachée aux marques (de 37 à 15 pour cent) et aux tendances (de 25 à 13 pour cent) chez les jeunes, mais par contre, davantage d'importance accordée à la qualité (de 77 à 83 pour cent).

Si l'on considère les régions linguistiques, il apparaît que les jeunes de Suisse romande sont un peu plus attachés aux tendances que ceux des autres grandes régions linguistiques de Suisse (20 pour cent, contre 16 pour cent en Suisse alémanique et 7 pour cent au Tessin). Au Tessin, les jeunes privilégient davantage le fait de dépenser leur argent pour des moments agréables que pour des habits chers ou d'autres produits (80 pour cent, contre 72 pour cent en Suisse alémanique et 73 en Suisse romande).

L'indépendance économique ne semble guère influencer le comportement en matière de consommation. Pour les gestionnaires de budget, les produits de marque n'ont quasiment aucune importance, même si leur qualité et leur design sont remarquables (90 pour cent, contre 80 pour cent des personnes prises en charge, 79 pour cent des personnes apportant un revenu complémentaire et 77 pour cent des personnes autonomes).

Il n'existe pas de différence notable en fonction des critères de l'arrière-plan migratoire et de l'activité exercée.

3.2 Les choses se compliquent un peu concernant le fait de consommer dans une optique de durabilité

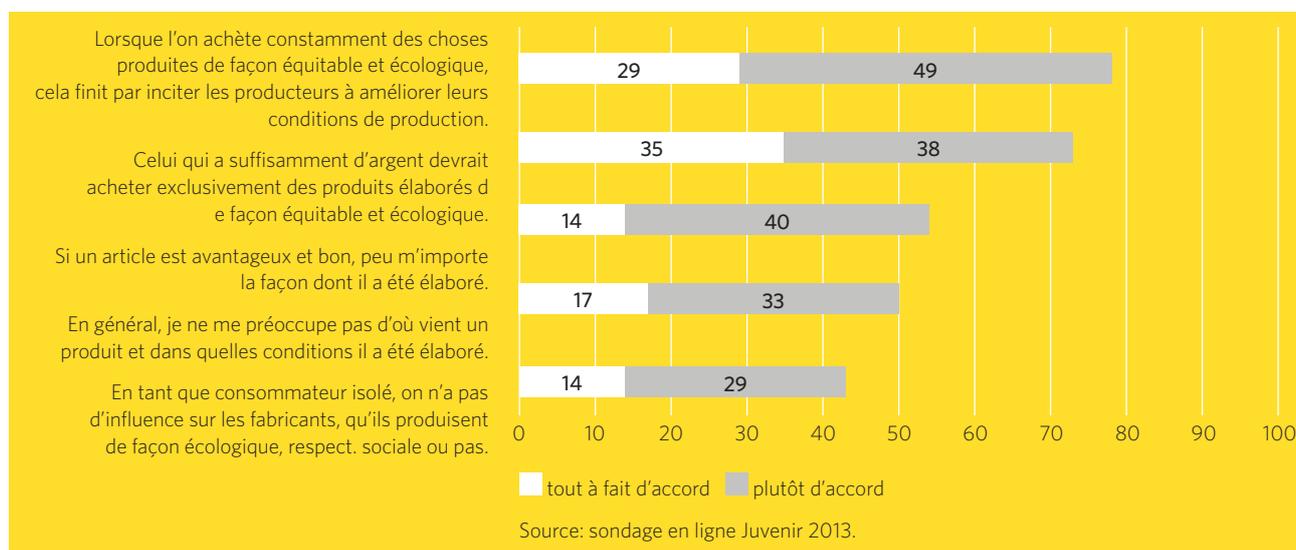
Juvenir a examiné le sujet de la consommation durable et socialement responsable sous deux angles différents: d'une part, il s'agissait de savoir si, et dans quelle mesure, les adolescents sont conscients du fait que leurs choix de consommation peuvent influencer les conditions sociales et écologiques de la production. D'autre part, l'enquête visait à découvrir quelle importance les adolescents attachent à une production socialement défendable et écologiquement durable, et dans quelle mesure ils conforment vraiment leur comportement de consommateur aux valeurs qui sont les leurs.

Consommer dans une optique de durabilité? - Ce n'est pas donné!

Les avis concernant l'impact potentiel du comportement de consommateur sur les conditions de production divergent selon qu'il s'agit des adolescents ou des jeunes adultes. Lors d'un achat, nombreux sont ceux qui prêtent attention au prix plutôt qu'aux conditions de fabrication. Les personnes ayant suffisamment de moyens financiers veillent plutôt au respect de conditions de fabrication écologiques et équitables, selon leurs dires.

Près de 80 pour cent des adolescents en Suisse partent du principe qu'en tant que consommateur, on peut promouvoir des conditions de fabrication équitables. Une proportion de 29 pour cent sont entièrement certains que si l'on est cohérent et que l'on achète des produits écologiques provenant du commerce équitable, les autres producteurs seront obligés, tôt ou tard, d'améliorer leurs conditions de travail, tandis que 49 pour cent d'autres sont plutôt sûrs de ce fait. Cette approche est particulièrement présente chez les jeunes femmes ainsi que chez les écoliers et les étudiants.

Illustration 45: approche relative à un mode de consommation durable en pourcentage

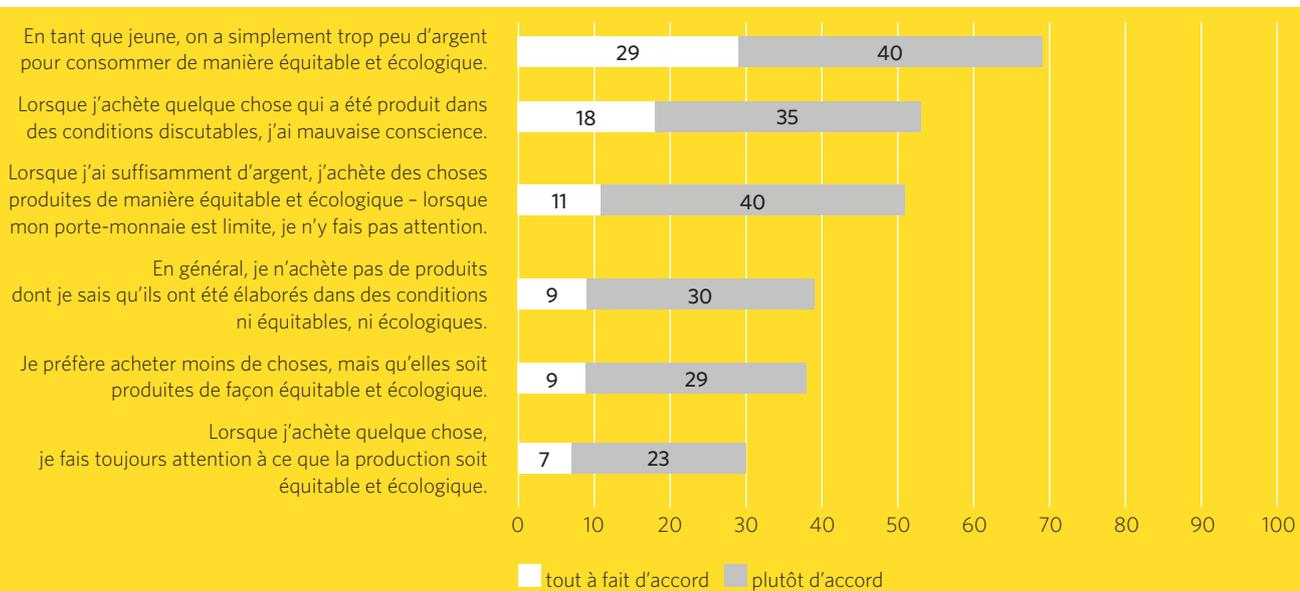


Même si 46 pour cent des personnes interrogées indiquent qu'elles possèdent plus d'argent que nécessaire à ce moment-là, 69 pour cent estiment qu'en tant qu'adolescent, on a trop peu d'argent pour pouvoir consommer de manière équitable et écologique. Bon nombre d'adolescents, lorsqu'ils consomment, veillent cependant moins à ce que les conditions de fabrication soient écologiques et équitables, car le prix est tout de même déterminant: 54 pour cent des adolescents sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle ils achètent si l'article en question est bon marché et de bonne facture, les conditions de fabrication n'étant dès lors pas si importantes. Une proportion de 50 pour cent ne réfléchissent généralement pas à la provenance d'un produit ni aux conditions dans lesquelles il a été fabriqué.

Dès lors, comment concilier le fait que les adolescents sont pertinemment au fait de cette problématique, qu'ils ont des moyens financiers substantiels, mais que peu d'entre eux achètent régulièrement des produits du commerce équitable? À première vue, ce comportement semble incohérent. De nombreux citoyens critiquent des entreprises en raison de l'exploitation de leurs travailleurs, mais parallèlement, nous exigeons des articles de mode attrayants, des prix avantageux et une livraison rapide. Les jeunes résolvent l'apparente contradiction entre avantage personnel et responsabilité sociale en pratiquant une consommation hybride et en appliquant une éthique pragmatique. Le comportement oscille entre le confort personnel et la satisfaction des besoins individuels d'une part, et le désir croissant d'exercer une responsabilité sociale et l'équité d'autre part. Les adolescents effectuent des choix en fonction de la situation et en visant l'accroissement de leur propre qualité de vie; cette approche s'affranchit de l'obligation d'être toujours éthiquement correct.

Entre 7 et 9 pour cent des adolescents admettent qu'ils consomment dans une optique de durabilité, d'écologie et de responsabilité sociale, tandis qu'une autre partie, dans une proportion atteignant 23 à 30 pour cent, considèrent que leur consommation est influencée par des considérations de durabilité. En revanche, les adolescents avouent qu'ils ont souvent mauvaise conscience après avoir décidé, contre leurs propres convictions, d'acheter un produit fabriqué dans des conditions douteuses.

Illustration 46: mode de consommation dans une optique de durabilité en pourcentage



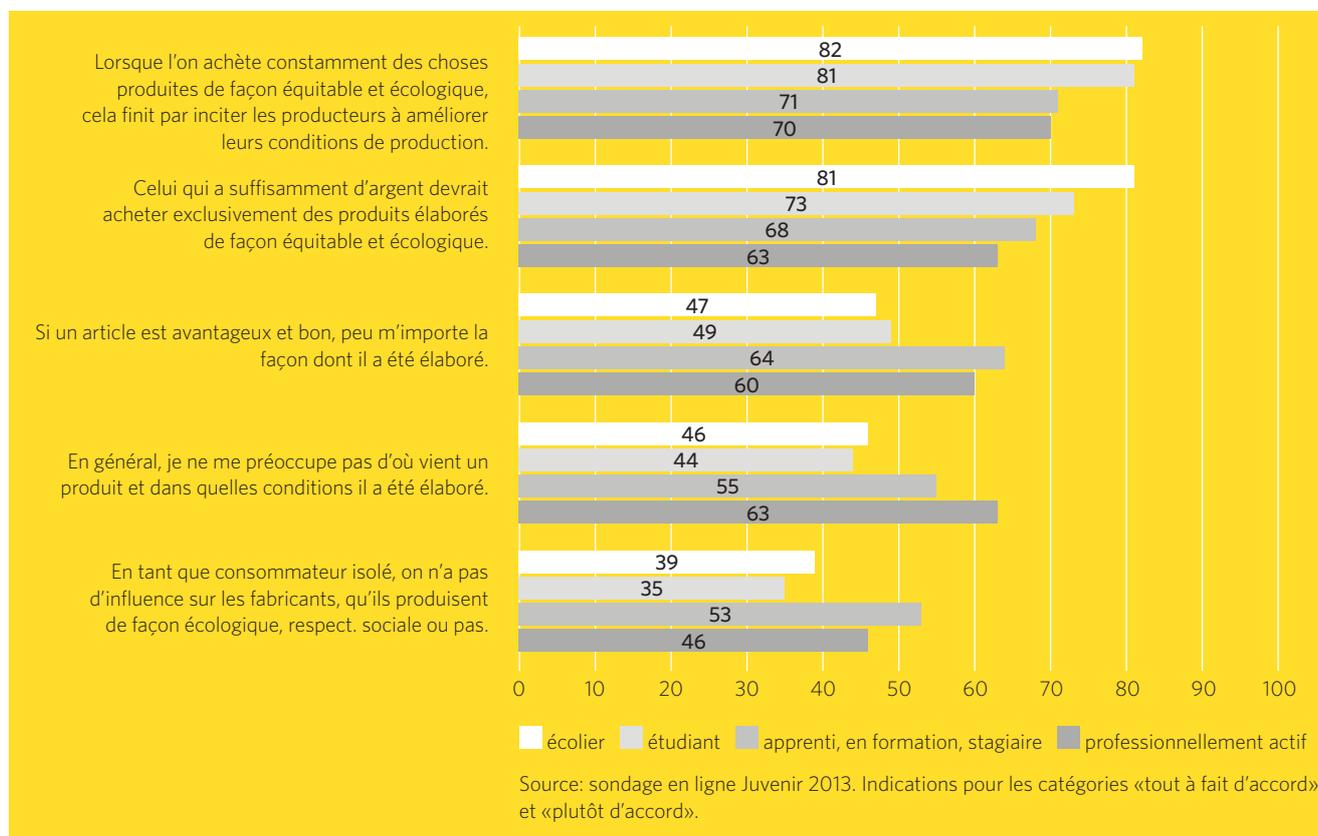
Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

S'agissant du comportement de consommation vécu en réalité, les différences entre les sexes sont nettement moins marquées qu'en ce qui concerne le positionnement à l'égard d'une consommation visant la durabilité.

Des liens évidents apparaissent si l'on examine l'activité des adolescents. Tant les écoliers que les étudiants expriment, sur l'ensemble des aspects soumis à l'enquête, une conscience nettement plus marquée pour un mode de consommation équitable que ne le font les personnes en formation et les jeunes exerçant une activité professionnelle. Une vaste étude concernant le comportement en matière de consommation et la promotion d'une consommation respectueuse de l'environnement menée par l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) confirme que le niveau d'information exerce une grande influence sur le comportement en matière de consommation.¹⁵

¹⁵ Cf. Office fédéral de l'environnement (2009).

Illustration 47: approche relative à un mode de consommation durable, en fonction de l'activité exercée en pourcentage

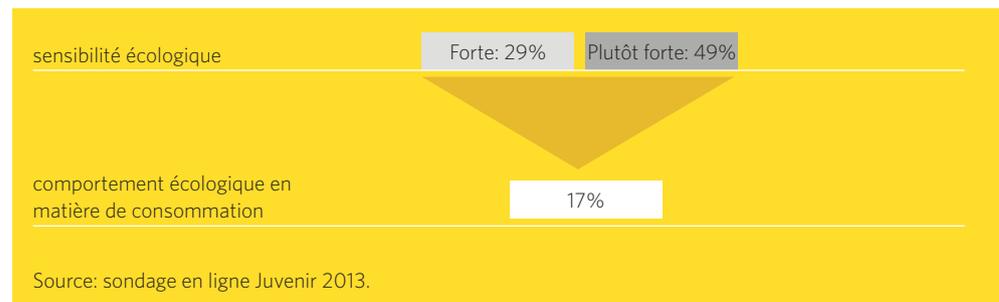


Aux questions concernant la consommation effective, ces différences dues à l'activité exercée ne sont plus visibles que sous forme atténuée.

Si l'on compare les trois grandes régions linguistiques sous l'angle du positionnement et du comportement des jeunes concernant un mode de consommation dans une optique d'équité et de durabilité, il se révèle que les jeunes Suisses originaires de la partie italophone du pays sont plus nombreux à dire que si l'on consomme de manière cohérente en vue de la durabilité et de l'équité, on incite les autres fabricants à améliorer leurs conditions de production. Sur ce plan, les jeunes de Suisse romande sont au deuxième rang, suivis des jeunes de Suisse alémanique. Sous l'angle du comportement de consommation en réalité, les jeunes tessinois sont également les plus nombreux à se préoccuper d'un mode de consommation orienté vers la durabilité, suivis des jeunes de Suisse romande, puis de Suisse alémanique.

En résumé, on peut dire que la jeunesse suisse, dans l'ensemble, possède un degré élevé de sensibilité pour le commerce équitable (illustration 48). Reste que 15 pour cent d'entre eux manifestent, dans de nombreux domaines, un comportement privilégiant la durabilité en matière de consommation, même si environ 2 pour cent seulement agissent de manière cohérente à cet égard. Un mode de consommation axé sur la durabilité est encore favorisé par les personnes de la «génération du baby boom», dont près de deux tiers indiquent en Allemagne qu'elles achètent souvent des produits du commerce équitable (étude des tendances 2013 réalisée par Otto Group). Parmi les jeunes adultes (16 à 32 ans), 31 pour cent achètent souvent des produits fabriqués dans des conditions éthiquement correctes.¹⁶

Illustration 48: proportion d'adolescents ayant une forte sensibilité pour le commerce équitable et agissant en conséquence



Il est intéressant de savoir qu'environ la moitié des jeunes qui consomment des produits écologiques et du commerce équitable de manière systématique, ou en tout cas le plus souvent, croient également que leurs actes ont une influence sur les producteurs. Près de 8 pour cent ne croient pas vraiment que leur comportement cohérent en matière de consommation puisse amener des résultats.

Les idéaux s'arrêtent au portemonnaie.

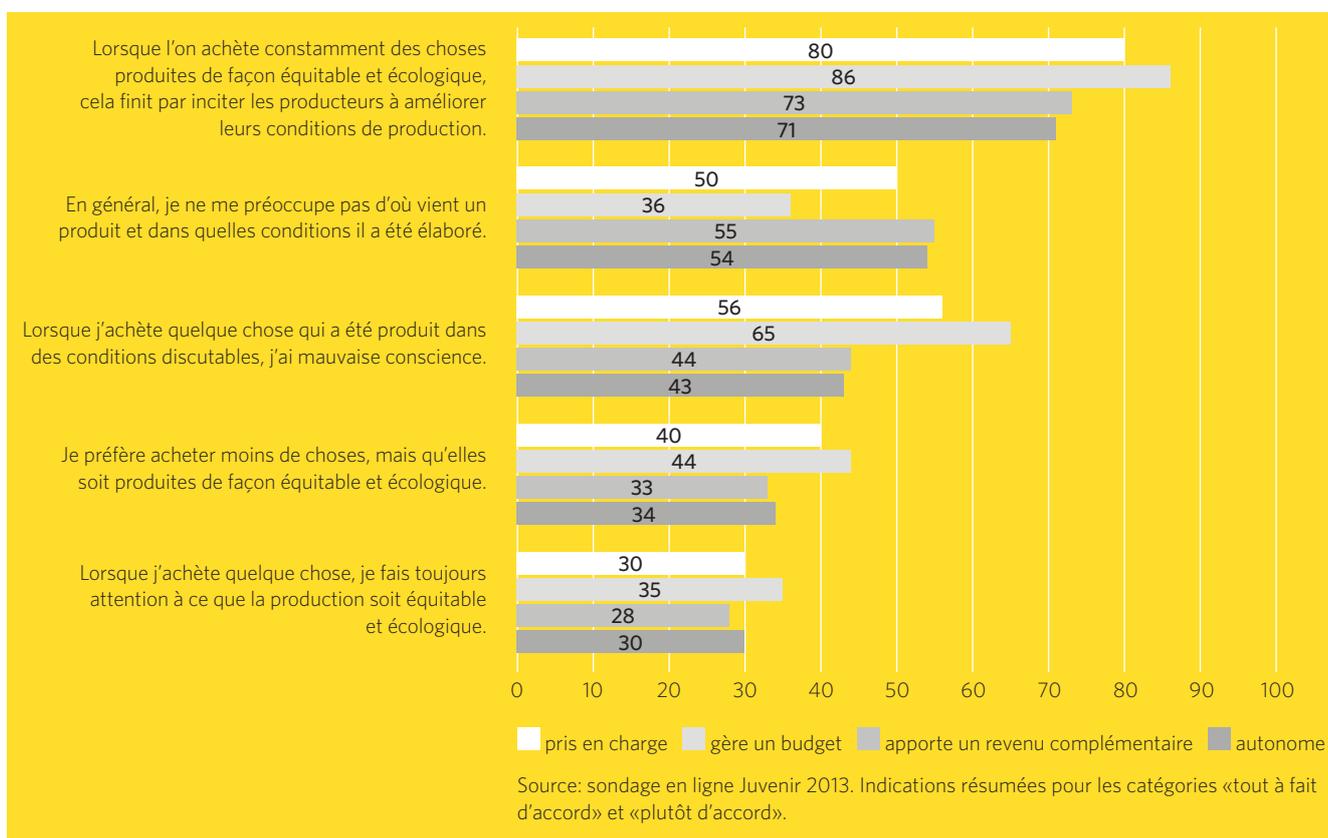
Lorsque désir et réalité ne se rejoignent pas chez les gestionnaires de budget

Autant sur le plan de la sensibilité que sur celui du comportement effectif, les gestionnaires de budget donnent l'exemple en ce qui concerne un mode de consommation dans une optique écologique et durable. Le deuxième rang est occupé par les personnes prises en charge. Pour les personnes autonomes et les personnes apportant un revenu complémentaire, un mode de consommation axé sur la durabilité a une importance mineure. Ils sont plus souvent d'avis qu'en tant que consommateur individuel, une personne n'a aucune influence sur l'orientation écologique ou sociale d'une production. De plus, ils ne se préoccupent généralement pas de la provenance d'un produit ni dans quelles conditions il a été fabriqué, et ils ont rarement mauvaise conscience en achetant des articles produits dans des conditions discutables.

¹⁶ Cf. étude de tendances réalisée par Otto Group en 2013, p. 13.

Il existe une corrélation très forte entre les réponses attribuées aux différents types d'autonomie (illustration 49) et les caractéristiques des activités (illustration 47): 86 pour cent des personnes qui gèrent un budget déclarent vouloir favoriser la durabilité; cependant, au moment de concrétiser ce vœu, le budget est souvent un obstacle. À cet égard, les personnes autonomes sont «plus honnêtes»: leur sensibilité pour un aspect n'existe que s'ils sont en mesure d'agir en conséquence.

Illustration 49: consommation dans une optique de durabilité: positionnement et action en fonction des types d'autonomie en pourcentage



3.3 L'argent ne fait pas tout

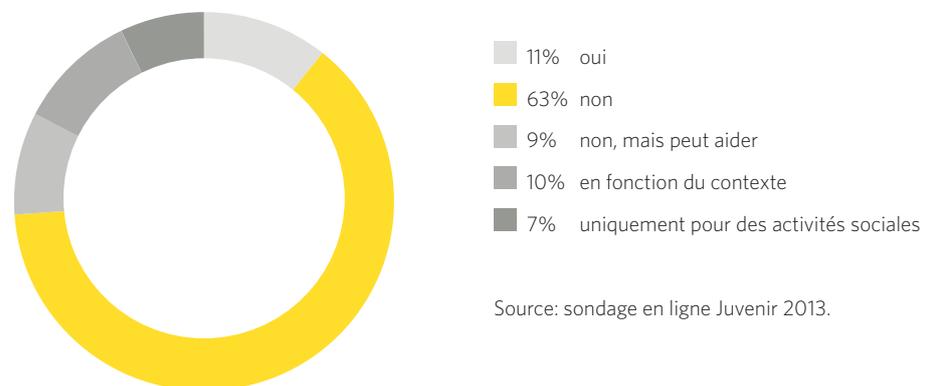
La grande sensibilité par rapport aux marques que l'on prête souvent au jeunes a déjà été très largement attestée par les résultats présentés au chapitre 3.1 concernant les affinités des adolescents et des jeunes adultes en Suisse en matière de consommation. En conclusion du sondage, les jeunes ont à nouveau été interrogés, sous forme de question ouverte (sans réponse pré-formatées) sur la question de savoir si, en tant que jeune personne, on a besoin d'argent pour être reconnu et apprécié, et pour être cool.

L'argent fait-il le bonheur? –
Sûrement pas!

À peine deux tiers (63 pour cent) des jeunes ont répondu à cette question par un «non» très clair. La plupart d'entre eux justifient leur réponse en argumentant de la sorte: «Pas du tout; ceux qui fréquentent des gens aussi superficiels n'ont qu'à s'en prendre à eux-mêmes.» et «Tout dépend de la personnalité, cela n'a rien à voir avec l'argent».

À la question de savoir s'il est nécessaire d'avoir de l'argent pour être accepté et apprécié, une autre partie, représentant 9 pour cent, ont également répondu non, toutefois ils sont d'avis que l'argent est toujours utile, et le fait d'en avoir peut représenter un avantage certain dans de nombreux domaines. Voici une sélection de réponses reçues: «Il est plus facile d'arriver à un certain statut lorsque l'on a de l'argent, mais il est certain que ce n'est pas une nécessité, étant donné que les gens qui valorisent la réputation ne regardent pas à l'argent, mais à la personne» ou «Mais avec suffisamment d'argent, on peut, en tant qu'adolescent, mener une vie plus décontractée et plus libre que si on doit sans arrêt calculer ses sous, ça aide aussi. On peut avoir une attitude plus cool et décontractée si on est satisfait et qu'on n'est pas obligé de se faire trop de souci» ou «Même avec peu d'argent, on peut être très apprécié; en tout cas, cela peut quand même jouer un rôle positif si on peut s'offrir des articles de mode (pas nécessairement des objets de marque) et si on peut s'offrir l'entrée d'un club pendant le week-end, etc.».

Illustration 50: influence de la reconnaissance et de l'appréciation reçues



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

L'argent fait-il le bonheur? –
Sûrement pas!

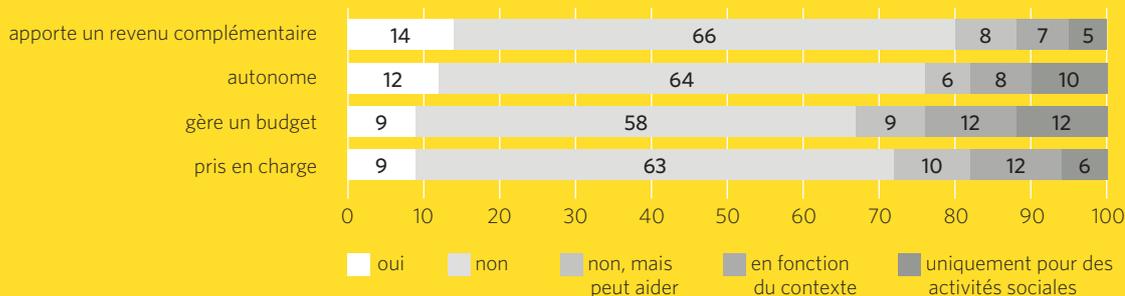
L'environnement social joue un rôle déterminant dans l'importance que les adolescents et les jeunes de Suisse accordent à l'argent comme facteur influençant leur sentiment d'appréciation et de reconnaissance. Cette observation se vérifie, à commencer par ceux qui nient fermement l'existence d'un lien entre l'argent et l'appréciation ainsi que la reconnaissance, puisqu'ils répondent fréquemment «*Non, autrement on n'a pas les bons amis*», indiquant ainsi que l'environnement social joue un rôle à cet égard. S'agissant du rôle de l'argent, 10 pour cent des personnes interrogées attribuent une importance certaine à l'environnement direct. Les personnes mentionnées ici sont premièrement les amis: «*Tout dépend de l'environnement. Dans mon groupe d'amis, on n'a pas besoin de fringues de marque pour être accepté. Mais il existe sûrement des groupes où c'est le cas.*» ou «*Seulement quand on évolue dans le mauvais environnement (cercle d'amis/de connaissances). C'est malheureusement trop souvent le cas.*» et «*On a besoin de suffisamment d'argent pour pouvoir être au même niveau que les autres.*» Dans ce contexte, des différences apparaissent également entre ville et campagne («*Pas tellement à la campagne, mais en ville, c'est plus fréquent!*»), de même qu'entre les groupes d'âge et les domaines d'activité («*Pendant la scolarité, cela joue un rôle décisif, étant donné qu'on est souvent mis à part à cause de l'apparence ... Dans ce cas, les enfants sont assez critiques, voire cruels si on ne porte pas les habits en vogue.*»).

Une autre partie, représentant 7 pour cent, sont d'avis qu'une certaine quantité minimale d'argent est nécessaire. Ils affirment, par exemple: «*On a besoin d'argent pour avoir des activités avec les amis. Tout a son prix, et si on n'a pas d'argent pour faire des activités, on se retrouve vite seul*», ou «*on est automatiquement exclu si on ne peut pas se joindre aux autres pour des raisons financières (en vacances, dans un café-restaurant).*» «*Si on a moins d'argent que les autres, il faut dire plus souvent non (sortir, aller boire un café, voyager, etc.), ce qui fait que parfois, on perd un peu le contact/on ne peut pas accompagner les autres partout.*» «*C'est vrai que pour faire beaucoup d'activités avec des amis, il faut de l'argent. Que ce soit pour le shopping, des sorties ou des vacances. Celui qui n'a pas d'argent ne peut pas participer aux activités.*» «*Il ne s'agit pas de l'apparence. Aujourd'hui, il faut reconnaître que c'est devenu difficile de s'amuser si on n'a pas d'argent.*»

Seule une petite partie des adolescents et des jeunes adultes en Suisse (11 pour cent) sont d'avis que l'argent est nécessaire pour être reconnu et apprécié. «Les progrès techniques sont fulgurants. Et c'est vrai qu'on est perçu et apprécié différemment si on possède quelque chose ou non. Donc je pense que malheureusement c'est vrai qu'il faut de l'argent.» «Aujourd'hui, celui qui peut montrer qu'il a un certain niveau de vie est tout de suite reconnu, apprécié et accepté parmi les jeunes.» La plupart des réponses laissent plus ou moins transparaître un certain regret concernant cette situation: «En fait, je pense que les jeunes d'aujourd'hui doivent dépenser de l'argent pour des adgets chers afin de se sentir acceptés dans leur environnement... Malheureusement, les jeunes deviennent très vite le centre de l'attention lorsqu'ils peuvent s'offrir des objets chers.» ou «Les jeunes, surtout dans les villes, mais aussi chez nous à la campagne, «classent» les autres jeunes dans des catégories en fonction de l'argent. Malheureusement. Mais ce ne sont pas les jeunes eux-mêmes qui s'inventent ce cinéma, c'est la société qui change, et c'est surtout parce qu'il y a un fossé toujours plus large entre riches et pauvres.» Les jeunes hommes, de même que les adolescents de Suisse alémanique, sont nettement plus nombreux à considérer l'argent comme un facteur décisif pour être reconnu et apprécié.

Cet aspect, étudié sous l'angle des types d'autonomie, montre que les personnes apportant un revenu complémentaire et les personnes autonomes sont un peu plus nombreuses à penser que l'argent est déterminant pour être reconnu et apprécié par les jeunes. Quant aux personnes prises en charge et aux individus gérant un budget, ils sont moins nombreux à répondre à cette question par un oui ou un non clair, et ils ont un avis légèrement plus nuancé sur ce sujet.

Illustration 51: influence de la reconnaissance et de l'appréciation reçues, en fonction des types d'autonomie en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

En résumé, on peut dire que la vaste majorité des adolescents et des jeunes adultes en Suisse considèrent l'argent comme n'exerçant aucune influence sur la reconnaissance et l'appréciation qu'ils reçoivent. La grande proportion d'adolescents qui excluent catégoriquement toute influence de l'argent suscite la question de savoir dans quelle mesure le statut social auquel ils aspirent a influencé les réponses de ces jeunes. En effet, certains adolescents indiquent que d'importantes différences peuvent surgir en fonction de l'environnement (cercle d'amis, région) ou selon l'âge et le domaine d'activité. Néanmoins, une partie des adolescents et des jeunes adultes reconnaissent que l'argent peut être très utile dans bien des domaines, en particulier en ce qui concerne la participation à des activités avec des amis. Dans la mesure où les jeunes attribuent à l'argent une importance décisive sur le plan de la considération dont ils jouissent, ils regrettent cette situation; ce sont la personnalité et les valeurs intérieures qui comptent:

«En tant qu'adolescent, on a besoin d'avoir une personnalité qui soit plus forte que la (pression à la) consommation. Une personne ayant une position claire concernant sa propre consommation a fait un pas important et juste vers un mode de consommation plus défendable, envers soi-même et son environnement. Malheureusement, les jeunes trouvent toujours plus difficile de se faire une place parmi leurs amis sans recourir aux marques extérieures du statut que confère l'argent.»

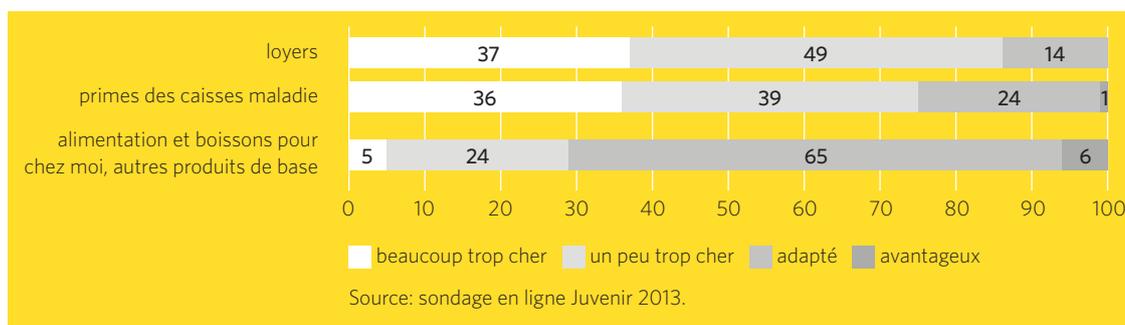


4.0 Ce qui est trop cher: loyer, mobilité, sorties

Loyer et caisse-maladie trop chers; nourriture et boissons OK.

Le niveau des loyers et des primes de caisse-maladie est considéré par la majorité des personnes interrogées comme beaucoup ou passablement trop cher, tandis que la nourriture et les boissons consommés chez soi et les autres besoins sont majoritairement jugés acceptables, voire avantageux dans certains cas exceptionnels.¹⁷

Illustration 52: estimation des prix au titre des besoins essentiels au sens strict (logement, nourriture, assurance-maladie) en pourcentage



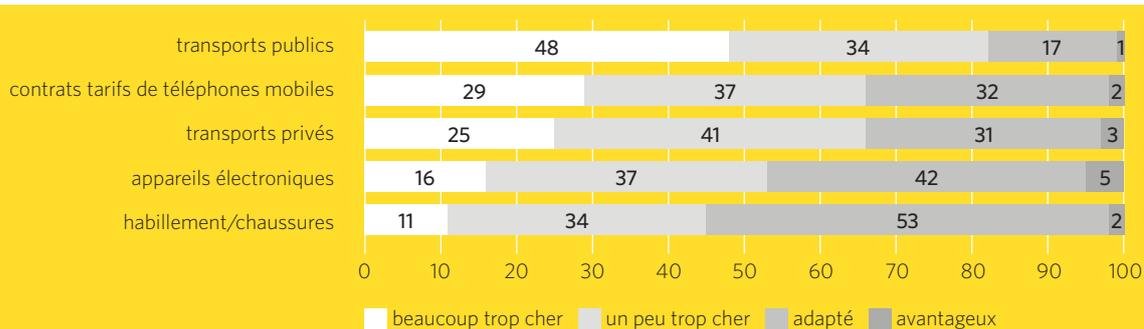
S'agissant des besoins essentiels au sens large, le domaine des transports publics, qui, soit dit en passant, est plutôt financé par d'autres personnes, est considéré par une vaste majorité comme trop cher (82 pour cent), la moitié des personnes interrogées considérant même ces prix comme beaucoup trop chers (48 pour cent). Deux tiers des personnes interrogées sont mécontentes des prix trop élevés concernant les contrats/tarifs de téléphonie mobile et des prix beaucoup ou passablement trop chers du transport privé (essence et assurance voiture ou deux-roues motorisé, ou achat/réparations de vélo).

Les transports publics sont vraiment trop chers!

Concernant l'évaluation des prix des appareils électroniques, des vêtements et des chaussures, l'image est un peu moins nette: un peu plus de la moitié des personnes interrogées (53 pour cent) trouvent les prix des appareils électroniques beaucoup ou passablement trop chers, tandis que l'autre moitié les estiment corrects (41 pour cent), voire avantageux (5 pour cent). Le prix des vêtements et les chaussures est considérés par 45 pour cent comme beaucoup ou passablement trop élevé, par 55 pour cent comme correct (dont 2 pour cent comme avantageux).

¹⁷ Comme indiqué plus haut, près d'un cinquième des personnes interrogées assument en totalité ou en partie les coûts du loyer, des primes de caisse-maladie, de la nourriture et des boissons au domicile.

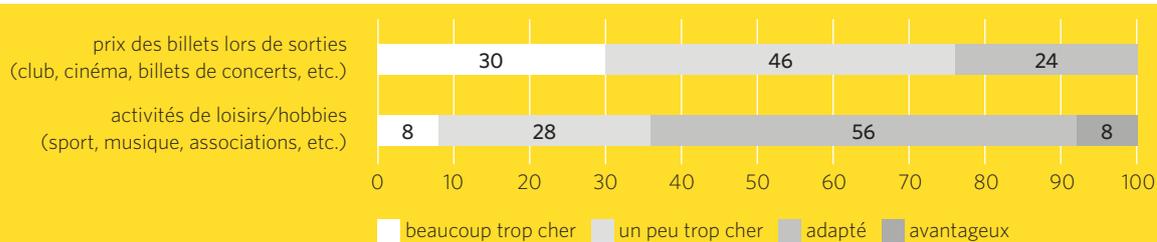
Illustration 53: évaluation des prix pour les besoins essentiels au sens large (mobilité, communication, certains vêtements) en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Les dépenses au titre des sorties socio-culturelles pendant les loisirs sont payés par la (vaste) majorité des personnes interrogées en totalité ou en partie au moyen de l'argent personnel. Les prix des billets lors des sorties (par exemple pour les clubs, les cinémas ou les concerts) sont considérés par une majorité (76 pour cent) comme trop élevés, tandis que les prix des activités de loisirs ou les hobbies sont le plus souvent (56 pour cent) considérés comme corrects.

Illustration 54: évaluation des prix pour les événements socio-culturels (sport, culture, hobbies) en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Sorties: les billets d'entrée et les boissons sont trop chers.

Tandis que les prix pour la nourriture et les boissons consommés par les jeunes au domicile sont jugés corrects (en grande partie financés par des tiers), les prix pour les mêmes articles lors d'une sortie (en grande partie financés par les jeunes eux-mêmes) sont considérés par la plupart comme un peu (43 pour cent), voire beaucoup (autres 33 pour cent) trop chers. Une proportion de 22 pour cent des jeunes trouvent ces prix corrects, alors qu'un pour cent les jugent avantageux.

Les prix des vacances et des voyages (financés au moins en partie par 57 pour cent des jeunes eux-mêmes) sont jugés un peu, voire beaucoup trop chers (50 pour cent) par la moitié des jeunes, alors que l'autre moitié les trouvent corrects ou, dans de rares cas, avantageux.

Illustration 55: évaluation des prix pour les sommes d'argent disponibles (sorties, cosmétiques, vacances) en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Une différenciation de ces résultats en fonction du sexe montre qu'à bien des égards, les jeunes femmes et les jeunes hommes évaluent de manière semblable ce qu'est un prix juste. Il existe néanmoins des différences dans l'évaluation: parmi les jeunes femmes, une majorité estiment que les transports publics (87 pour cent) et les moyens de déplacement individuels (71 pour cent) sont beaucoup trop chers ou un peu trop chers. S'agissant des jeunes hommes, seuls 76 pour cent, respectivement 62 pour cent, partagent ce point de vue. Par contre, les jeunes hommes sont plus nombreux que les jeunes femmes (61 pour cent contre 40 pour cent) à trouver que les tarifs de la téléphonie mobile (71 pour cent) et des vêtements (50 pour cent) sont trop chers.

Il n'existe pas de lien clairement établi entre l'âge des jeunes et leur évaluation des prix. Fondamentalement, la proportion de jeunes qui trouvent certains domaines de dépenses trop chers n'augmente pas avec l'âge. Le lien inverse, autrement dit une proportion moindre de jeunes trouvant un article trop cher, n'est pas non plus établi. La seule tendance qui se dessine dans ce domaine est que les jeunes se situant dans les groupes d'âge moyens entre 17 et 19 ans sont un peu plus nombreux à estimer que les prix des vêtements, des activités de loisirs et de la mobilité sont trop chers.

En comparant les régions linguistiques, il apparaît que les jeunes de Suisse romande sont nettement plus nombreux que ceux des autres parties du pays à trouver que les prix des besoins essentiels au sens large (transports, tarifs de téléphonie mobile, vêtements et appareils électroniques) sont «un peu», voire «beaucoup trop chers». Dans les autres domaines de dépenses, les jeunes de Suisse alémanique estiment plus fréquemment que ceux des autres régions que les prix sont corrects, à une exception près: ils sont nettement plus nombreux à trouver que la nourriture et les boissons lors des sorties sont un peu ou beaucoup trop chers.

Les jeunes ayant un arrière-plan migratoire sont un peu plus nombreux à penser que les prix dans presque tous les domaines sont trop chers. Seuls les domaines des transports publics et de la téléphonie mobile ne révèlent aucune différence notable, et le rapport est inversé concernant les prix de la nourriture et des boissons lors des sorties. Dans ce cas, les jeunes n'ayant pas d'arrière-plan migratoire sont plus nombreux à estimer que les prix sont trop chers.

Les types d'autonomie et la notion de prix excessif

L'évaluation du niveau de prix est particulièrement pertinente pour ceux qui prennent (ou doivent prendre) en charge eux-mêmes les coûts. Il n'est donc pas étonnant que les personnes autonomes soient plus nombreuses à trouver trop chers les domaines dont, contrairement aux autres groupes, elles assument le financement elles-mêmes. En particulier, ils considèrent plus souvent que les autres, que les transports individuels sont trop chers (tableau 2). Les personnes autonomes sont également un peu plus nombreuses à trouver que les loyers et les primes de caisse-maladie sont trop onéreux. Par contre, elles sont moins nombreuses à penser que les tarifs de téléphonie mobile sont trop chers. Ces observations montrent que les coûts représentés par le contrat de téléphonie mobile deviennent secondaires par rapport à d'autres postes de dépenses nettement plus élevées.

Tableau 2: domaines considérés comme trop onéreux, par types d'autonomie en pourcentage

	Qu'est-ce qui est considéré comme trop onéreux?			
	autonome	apporte un revenu complémentaire	gère un budget	pris en charge
Besoin essentiel au sens strict (logement, nourriture, assurance-maladie)				
Alimentation et boissons pour chez moi, autres produits de base	32	30	24	30
Prime de caisse-maladie	79	72	71	77
Loyer	90	84	87	83
Besoins essentiels au sens large (mobilité, communication, certains vêtements)				
Habillement/chaussures	51	42	47	44
Appareils électroniques	52	58	55	51
Transports privés	77	66	58	64
Contrats/tarifs de téléphones mobiles	58	68	70	67
Transports publics	79	81	85	82
Dépenses pour des activités socio-culturelles (sport, culture, hobbies)				
Activités de loisirs/hobbies (sport, musique, associations, etc.)	36	39	33	36
Prix des billets lors de sorties (club, cinéma, billets de concerts, etc.)	78	74	79	74
Sommes d'argent disponibles (sorties, cosmétiques, vacances)				
Vacances/voyages	56	48	49	48
Boissons et repas à l'extérieur	77	79	79	75

Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Comme pour les cas de renoncement à une dépense, les adolescents et les jeunes adultes peuvent indiquer d'autres domaines où ils estiment que les prix sont trop chers. Un total de 22 personnes ont fait usage de cette possibilité. Cinq personnes pensent que les coûts de l'école, de la formation et des études en Suisse sont trop chers, tandis que trois autres personnes indiquent que la Suisse est globalement trop chère. Deux personnes trouvent que l'Internet, les impôts, les cigarettes ou la restauration sont trop chers. Une seule personne considère que les dépenses pour la voiture, les médicaments, le coiffeur, la pratique du ski et les livres sont trop élevées.



5.0 Résumé final

Les **personnes prises en charge** (38 pour cent) ont amplement assez d'argent, grâce à leurs parents. En Suisse, les parents veillent à ce que les jeunes pris en charge ne manquent de rien. Pour ces personnes, malgré une dépendance financière à l'égard des parents, rien de fait obstacle à ce qu'elles mènent leur vie comme elles l'entendent. Tout comme les personnes gérant un budget, celles prises en charge démontrent une grande sensibilité à un mode de consommation dans une optique de durabilité. Elles aussi se heurtent néanmoins, en pratique, aux limites de leur propre budget. Pour les personnes prises en charge, il n'existe pas beaucoup de domaines de la consommation jugés trop onéreux. Il faut dire qu'en règle générale, elles n'ont pas non plus à assumer elles-mêmes leurs dépenses.

Les **personnes apportant un revenu complémentaire** (27 pour cent) ont amplement assez de moyens. Étant donné que, de leur point de vue, la dépendance financière s'accompagne d'une limitation de leur autodétermination, elles n'ont recours au soutien des parents que lorsqu'elles ne peuvent faire autrement (seule exception: le logement.) Ces personnes n'ont pas encore été confrontées à l'obligation de renoncer à un achat. Le seul but qui reste hors d'atteinte est d'avoir leur propre logement. Elles aspirent à un mode de consommation de type durable. Le concept de durabilité n'est cependant important que dans la mesure où le budget le permet, sans qu'il faille se priver de quelque chose.

Le montant que reçoivent les **gestionnaires de budget** (18 pour cent) de la part des parents est calculé au plus juste. Du fait qu'elles décident seules de l'affectation des sommes, les personnes gérant un budget ne voient pas de contradiction entre l'autonomie et la dépendance financière à l'égard des parents. Cette autonomie a pourtant un prix: presque tous les gestionnaires de budget doivent se restreindre et renoncer à certaines choses. Ces restrictions s'appliquent principalement lors des sorties, des voyages et de la fréquentation de manifestations culturelles ou sportives. Une gestion prudente de l'argent fait partie du quotidien, il n'y a pas de place pour la spontanéité dans les achats. Les postes considérés comme trop onéreux par les gestionnaires de budget sont le coût des transports publics, la facture de téléphonie mobile et les billets d'entrée des manifestations lors des loisirs. Les articles de marque sont d'une importance secondaire pour ce type de personnes; ce sont la qualité et le design qui priment. Les gestionnaires de budget ont des idéaux élevés, si l'on considère leur grande conscience concernant un mode de consommation durable. Lorsqu'il s'agit de mettre ces idéaux en pratique, ils sont toutefois freinés par les limites de leur budget.

Les **personnes autonomes** (17 pour cent) sont économiquement indépendantes et disposent de moyens financiers suffisants. L'autodétermination comme mode de vie est rendue possible grâce à leur indépendance économique. C'est pourquoi un tiers des personnes autonomes acceptent de renoncer parfois à un achat.

Cette catégorie de personnes se permettent d'agir de manière spontanée avec l'argent qu'elles ont gagné elles-mêmes, et elles considèrent volontiers le shopping comme une activité de loisirs. Leur devise est d'acheter moins cher, mais plus fréquemment. Et si les articles achetés sont produits de manière équitable et écologique, c'est tant mieux. Elles considèrent que les postes trop onéreux sont en particulier le loyer, les primes de caisse-maladie et les transports individuels. Les postes de dépenses plus modestes comme la facture de téléphonie mobile revêtent alors une importance secondaire.

6.0 Questions subsidiaires

Juvenir 3.0 montre que les jeunes en Suisse s'en sortent bien avec leur budget. La vaste majorité d'entre eux pratiquent une gestion responsable et très planifiée de l'argent. Renoncer à un achat est un sujet quasiment sans importance.

Reste que les résultats de l'étude laissent ouvertes des questions subsidiaires qui pourraient être posées autant aux jeunes qu'à l'ensemble de la société et qui pourraient nourrir des débats.

Autour du thème de l'argent:

- «Nous avons suffisamment d'argent», affirment la plupart des adolescents suisses. Bien. L'argent fait-il le bonheur? Est-il un gage de liberté? Où se situent les limites de l'argent?
- Les jeunes Suisses n'ont quasiment jamais besoin de renoncer à un achat. Que signifie ce constat pour la société? Le bien-être a-t-il un effet formateur sur le caractère des jeunes?
- La mobilité et les sorties sont considérées comme trop onéreuses pour les jeunes. Quelles sont les autres solutions? Les transports publics doivent-ils revoir leur copie et proposer de meilleures offres aux jeunes?

Autour du thème de l'indépendance:

- Une personne habitant chez les parents et ayant son propre revenu doit subvenir elle-même à ses besoins essentiels. Telle est du moins la règle selon la tradition suisse. En va-t-il toujours de même aujourd'hui? Si oui, quelles en sont les conséquences pratiques? Est-ce important que les parents dépendent de cet argent ou non? Ou s'agit-il plutôt de savoir gérer l'argent une fois parvenu à l'âge adulte?
- Acquisitions importantes: gagner de l'argent et épargner soi-même, ou quémander les parents et le parrain pour obtenir plus d'argent? Comment se sent-on le mieux? Quelle est l'approche la plus judicieuse pour faire ce genre de choix lorsqu'on est adulte?

Autour du thème de la durabilité:

- Avoir le souci de durabilité à l'esprit, oui; consommer dans une optique de durabilité, non? De nombreux jeunes trouvent malgré tout trop cher de consommer dans une optique de durabilité. C'est aussi le cas pour beaucoup d'adultes. Il y a pourtant suffisamment d'argent. Alors pourquoi la conscience écologique devient-elle secondaire au moment d'acheter?
- Consommer beaucoup et des articles en vogue plutôt que des objets du commerce équitable? En matière de shopping, les jeunes suisses n'accordent pas forcément la priorité aux labels de production équitable. Où est-ce que le bât blesse?

7.0 Annexe

7.1 Sondage et pondération

Description du sondage

Comme lors des deux premières études Juvenir, cette troisième étude met l'accent sur le groupe des 15–21 ans en Suisse. Le sondage a été effectué en ligne par l'institut LINK d'études de marché et de recherches sociales.¹⁸

Pour que l'enquête puisse refléter les avis des jeunes de la partie francophone, mais également de la partie italophone de Suisse, l'échantillage concernant ces deux régions a reçu une importance disproportionnée. Il faut entendre par là que par rapport à l'ensemble de la population suisse, le sondage a pris en considération davantage de jeunes francophones et italophones. Pour les critères du sexe et de la région linguistique, le sondage s'articule ainsi:

Tableau 3: échantillonnage disproportionné: répartition de personnes sondées en fonction de la région linguistique et du sexe

	Région linguistique			Total
	Suisse alémanique	Suisse romande	Tessin	
Nombre absolu de personnes				
sexe féminin	301	154	55	510
sexe masculin	304	152	54	510
Total	605	306	109	1020
en pour cent de la région				
sexe féminin	59,0	30,2	10,8	100
sexe masculin	59,6	29,8	10,6	100
Total	59,3	30,0	10,7	100

Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Pondération des données

En raison de l'échantillonnage stratifié et disproportionné, il convient d'effectuer une pondération des données pour obtenir une évaluation représentative, en particulier pour que l'équilibre entre les personnes interrogées dans les trois régions linguistiques soit adapté à la réalité suisse. On a également effectué une répartition en fonction de l'âge et du sexe. La pondération est calculée sur la base des données démographiques provenant de l'Office fédéral de la statistique. Dans les catégories représentées par les régions linguistiques et les années de naissance, on a compté un nombre égal de jeunes de sexe masculin et de sexe féminin.

¹⁸ LINK dispose de son propre panel d'experts et peut compter sur la participation d'environ 130'000 personnes, dont près de 13'000 ont entre 15 et 21 ans. Le sondage, qui a eu lieu entre le 28 novembre et le 11 décembre 2013, a porté sur 1020 jeunes provenant des trois grandes régions linguistiques de Suisse.

Le tableau ci-dessous reflète donc autant la base de pondération des données que la structure des données et la clé de répartition selon la pondération choisie.

Tableau 4: base de pondération: population suisse âgée de 15 à 21 ans en chiffres absolus et en pour cent selon la région et l'âge jusqu'au 31 décembre 2012

	Âge							Total
	15	16	17	18	19	20	21	
Nombre absolu de personnes								
Suisse alémanique	60'080	61'997	61'744	62'887	64'514	67'571	69'359	448'152
Suisse romande	21'862	22'430	22'386	23'131	23'861	25'068	25'421	164'159
Tessin	3'553	3'480	3'433	3'639	3'707	3'895	3'744	25'451
Suisse	85'495	87'907	87'563	89'657	92'082	96'534	98'524	637'762
En pour cent de la région								
Suisse alémanique	70,3	70,5	70,5	70,1	70,1	70,0	70,3	70,3
Suisse romande	25,6	25,5	25,6	25,8	25,9	26,0	25,6	25,7
Tessin	4,2	4,0	3,9	4,1	4,0	4,0	4,2	4,0
Suisse	100							
En pour cent de l'âge								
Suisse alémanique	13,4	13,8	13,8	14,0	14,4	15,1	15,5	100
Suisse romande	13,3	13,7	13,6	14,1	14,5	15,3	15,5	100
Tessin	14,0	13,7	13,5	14,3	14,6	15,3	14,7	100
Suisse	13,4	13,8	13,7	14,1	14,4	15,1	15,4	100

Source: Office fédéral de la statistique OFS, Neuchâtel, Tableau su-d-1.2.1.2.50. Calcul Prognos.

Près de 70 pour cent des adolescents et des jeunes adultes vivent en Suisse alémanique, environ 26 pour cent en Suisse romande et 4 pour cent au Tessin. En raison de cette répartition, les résultats de l'enquête sont nettement marqués par les réponses des adolescents de Suisse alémanique.

7.2 Démographie standard

Arrière-plan migratoire/nationalité

Les analyses portant sur l'arrière-plan migratoire sont fondées sur la critère de la nationalité. Les personnes ayant un arrière-plan migratoire sont donc tous les individus domiciliés en Suisse et n'ayant pas la nationalité suisse.

Selon les résultats du sondage disponibles, environ 5 pour cent des personnes interrogées ont un arrière-plan migratoire, si l'on en juge par la définition retenue.¹⁹ L'Office fédéral de la statistique indique que la proportion d'adolescents et de jeunes adultes ayant un arrière-plan migratoire, par rapport à l'ensemble des jeunes de 15 à 21 ans, atteint près de 19 pour cent.

¹⁹ S'agissant des différentes nationalités des jeunes interrogés et ayant un arrière-plan migratoire, il n'apparaît aucun écart substantiel par rapport à la répartition des groupes de migrants vivant en Suisse.

Pour savoir dans quelle mesure les résultats de l'enquête tiennent compte de l'arrière-plan migratoire, on a mené une analyse de sensibilité. À cet effet, on a effectué une pondération des données à l'aide de laquelle on a comparé la proportion de personnes interrogées ayant ou non un arrière-plan migratoire, à l'ensemble de la population suisse. La pondération est calculée sur la base des données démographiques provenant de l'Office fédéral de la statistique. Comme pour la pondération selon les régions linguistiques, on a également tenu compte de la répartition selon l'âge et le sexe.

L'analyse de sensibilité a montré que le fait d'augmenter le nombre de personnes interrogées ayant un arrière-plan migratoire n'entraîne pas de modification notable des résultats globaux. Le critère «arrière-plan migratoire» n'a donc aucune influence sur les résultats de la présente étude.

Type de région

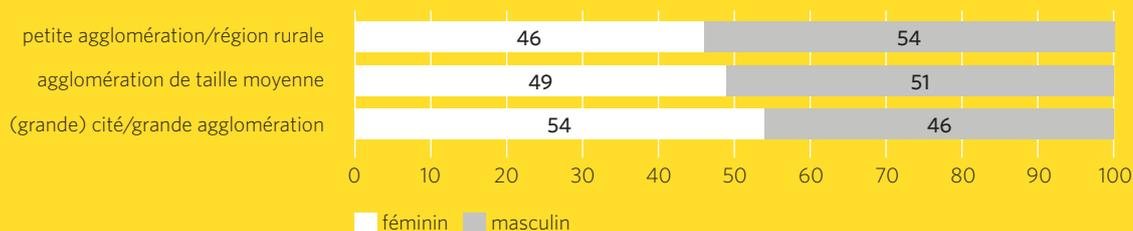
Les conditions de vie et le quotidien des adolescents et des jeunes adultes sont parfois influencés par le contexte régional dans lequel ils vivent. Les adolescents des régions rurales ont des besoins différents, mais des habitudes de consommation différentes (en ce qui concerne la mobilité, par exemple), par rapport aux jeunes des villes. Pour les besoins de l'analyse du sondage, on a donc divisé les régions suisses en trois parties selon les 14 types régionaux MS (MS = mobilité spatiale) de l'Office fédéral de la statistique²⁰. On a opéré une distinction en fonction:

- des zones urbaines des villes et des grandes agglomérations,
- des agglomérations de taille moyenne et de leurs régions limitrophes,
- des petites agglomérations et des régions rurales.

Parmi les personnes interrogées, 42 pour cent proviennent d'une agglomération de taille moyenne et près d'un tiers (34 pour cent) d'une grande ville. Environ un quart (24 pour cent) des adolescents et des jeunes adultes sont originaires d'une petite agglomération.

Si l'on analyse la situation en fonction du sexe, il se révèle que les jeunes femmes des régions rurales sont légèrement moins représentées que les jeunes hommes; en revanche, elles le sont davantage dans les régions urbaines.

Illustration 56: proportion de personnes interrogées en fonction du type de région et du sexe en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

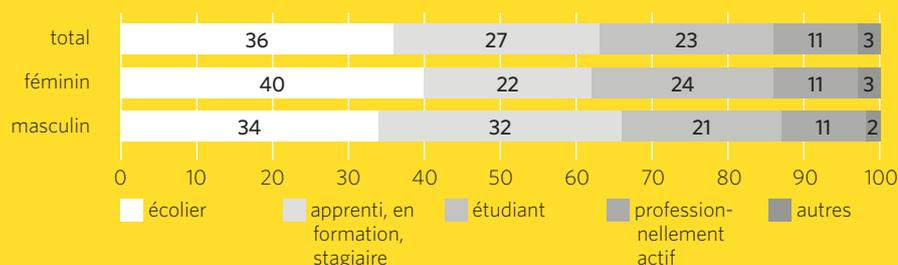
²⁰ pour de plus amples informations, cf. notamment l'Office fédéral de la statistique (2005). Disponible en ligne à l'adresse: http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/regionen/thematische_karten/maps/raumgliederung/raeumliche_typologien.parsys.0001.PhotogalleryDownloadFile4.tmp/koo.21s.pdf [dernière consultation de la page: 11.03.2014].

Les données ne révèlent aucun lien structurel entre l'âge et le type de région.

Activité actuelle des personnes interrogées

Parmi les 1020 adolescents et jeunes adultes interrogés, 37 pour cent sont des écoliers, et 27 pour cent sont en cours de formation, de stage ou de service militaire comme recrue. Une proposition de 23 pour cent étudient, tandis que 11 pour cent exercent déjà une activité professionnelle. Parmi les jeunes femmes interrogées, on trouve nettement moins de personnes en cours de formation ou de stage (22 pour cent contre 32 pour cent chez les jeunes hommes). Cependant, elles sont plus nombreuses à être encore en formation scolaire (40 pour cent contre 34 pour cent chez les jeunes de sexe masculin) et à être inscrites dans une université, une haute école supérieure ou un établissement semblable (24 pour cent contre 21 pour cent).

Illustration 57: activité actuelle des personnes interrogées, en fonction du sexe en pourcentage

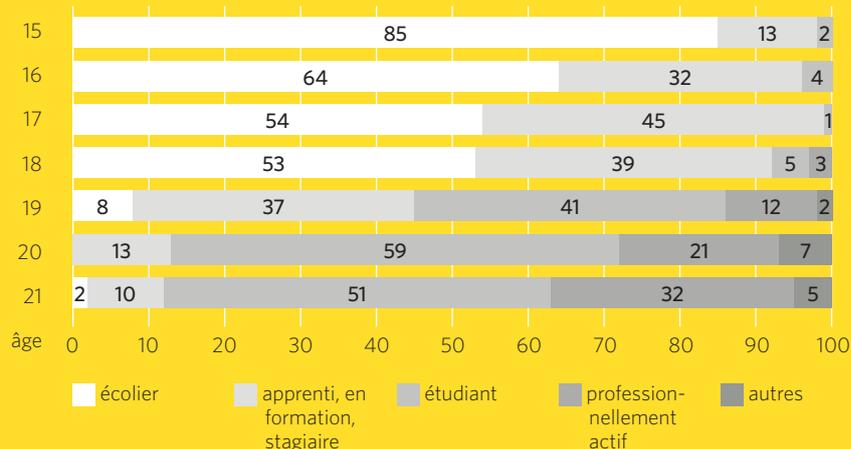


Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Comme on pouvait s'y attendre, la proportion d'écoliers chez les personnes interrogées diminue avec l'âge, tandis que celle des personnes professionnellement actives augmente. Le nombre de personnes en cours de formation s'accroît jusqu'à l'âge de 17 ans (de quelque 13 pour cent pour les jeunes de 15 ans, on passe à 45 pour cent pour ceux de 17 ans), puis baisse continuellement, pendant que le nombre de personnes professionnellement actives prend de l'ampleur, de sorte qu'à 21 ans déjà, environ un tiers exercent une profession.

À partir de la 18e année, la proportion d'étudiants augmente pour passer d'environ 6 pour cent à quelque 60 pour cent pour les moins de 20 ans. À l'âge de 21 ans, environ la moitié des personnes interrogées sont encore aux études.

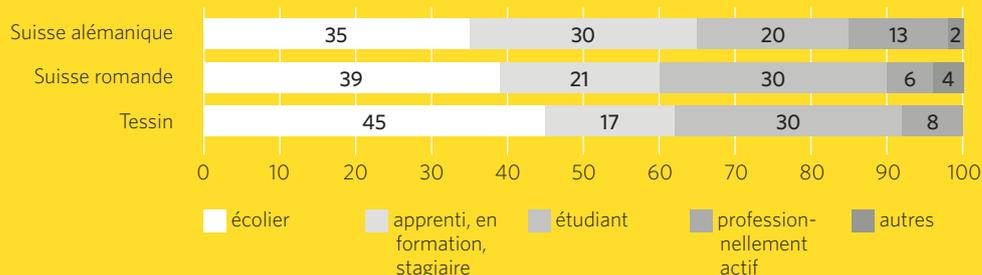
Illustration 58: activité actuelle des personnes interrogées, en fonction de l'âge en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

Si l'on compare les régions linguistiques, la plus grande proportion d'écoliers parmi les personnes interrogées se trouve au Tessin (45 pour cent, contre 39 pour cent en Suisse romande et 35 pour cent en Suisse alémanique). La partie italophone de la Suisse compte également le plus grand nombre d'étudiants, mais en Suisse romande aussi, ce nombre est nettement plus élevé (respectivement 30 et 20 pour cent). En revanche, en Suisse alémanique, les personnes en cours de formation, les recrues et les stagiaires sont nettement mieux représentés (30 pour cent, contre 21 pour cent en Suisse romande et 17 pour cent au Tessin). Avec une proportion de 13 pour cent, les jeunes exerçant une activité professionnelle sont également les plus nombreux en Suisse alémanique (contre 6 pour cent en Suisse romande et 8 pour cent au Tessin).

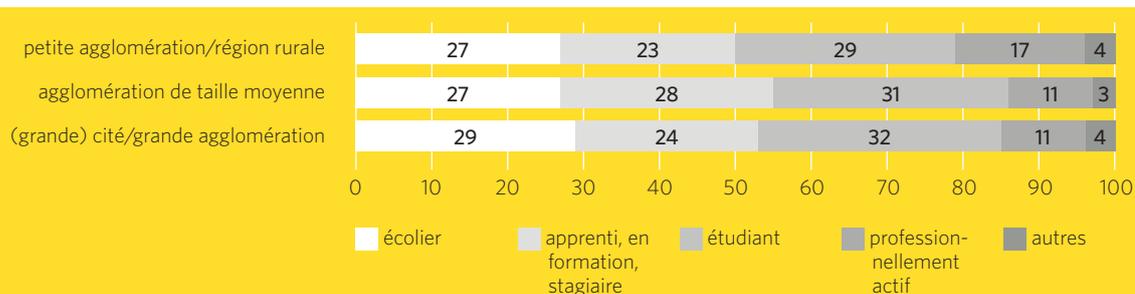
Illustration 59: activité actuelle des personnes interrogées, en fonction de la région linguistique en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

S'il n'existe quasiment aucune différence en ce qui concerne la proportion d'écoliers dans les agglomérations de petite, de moyenne ou de grande taille, des nuances spécifiques aux régions apparaissent sur le plan des autres activités: dans les petites agglomérations, la proportion de personnes en formation, de recrues et de stagiaires et la proportion d'étudiants se situent parfois nettement en dessous de celle qui caractérise les agglomérations plus vastes. Parallèlement, la proportion de personnes professionnellement actives est nettement plus élevée dans les petites agglomérations. Dans les agglomérations de moyenne et de grande taille, on trouve davantage de jeunes effectuant une formation ou des études, et moins de jeunes exerçant une profession.

Illustration 60: activité actuelle des personnes interrogées, en fonction de la région en pourcentage



Source: sondage en ligne Juvenir 2013.

7.3 Questionnaire

Démographie standard

[standard recensée par Link]

S1	Âge	[Date de naissance]
S2	Genre	<input type="checkbox"/> féminin <input type="checkbox"/> masculin
S3	Lieu de domicile/région	[Numéro postal]
S4	Suisse/sse (= nationalité suisse)	<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non
5	Quelle est la dernière école que vous avez fréquentée?	<input type="checkbox"/> Ecole primaire <input type="checkbox"/> Primaire supérieure, secondaire, collège <input type="checkbox"/> Ecole professionnelle <input type="checkbox"/> Gymnase/école de maturité <input type="checkbox"/> Haute école spécialisée, HEP, technicum, ESCEA <input type="checkbox"/> Haute école, Université

[recensement complémentaire effectué par Juvenir]

Z1	Quelle est votre activité actuelle?	Je suis ... <input type="checkbox"/> Écolier/ère <input type="checkbox"/> Apprenti/e, en formation, à l'École de recrue <input type="checkbox"/> Étudiant/e <input type="checkbox"/> Stagiaire <input type="checkbox"/> Professionnellement actif/ve <input type="checkbox"/> Sans emploi <input type="checkbox"/> Autres
----	-------------------------------------	--

F1 D'où provient l'argent dont vous disposez actuellement?

Veillez cocher si les sources suivantes constituent principalement, en partie ou pas du tout votre revenu.

	Non, pas du tout	Oui, en partie	Oui, pour la plus grande partie
a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F1a De combien d'argent environ disposez-vous?

env. francs par mois

**F2 Quelles sont les dépenses que vous payez normalement vous-même?
Quelles dépenses vos parents ou d'autres personnes paient-ils (en plus de l'argent de poche)?**

		Je paie tout ou la plus grande partie moi- même	Je paie en partie, et en partie mes parents/ d'autres personnes	Mes parents/ d'autres personnes paient la plus grande partie	Je n'ai pas cette dépense	Ne sais pas
a	Loyer et frais de logement pour mon propre appartement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b	Frais de logement pour la chambre chez mes parents	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c	Facture de téléphone mobile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d	Transports publics (p.ex. billets CFF, abonnement demi-tarif ou général)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e	Transport privé (p.ex. essence et assurance voiture/scooter, achat d'un vélo et réparations)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f	Alimentation et boissons (à la maison)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g	Repas de midi (si pas à la maison)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h	Boissons et alimentation à l'extérieur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i	Prix des billets lors de sorties (club, cinéma, billets de concerts, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j	Habillement courant, lingerie, chaussures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k	Habillement spécial (p.ex. vestes, pantalons ou chaussures d'une marque particulière)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l	Vacances/voyages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m	Cosmétiques (p.ex. parfum, make-up)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n	Téléchargement de musique, CD, jeux, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o	Appareils électroniques (p.ex. ordinateur)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p	Primes d'assurance maladie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
q	Activités de loisirs/hobbies (sport, musique, associations, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
r	Autres dépenses que vous payez vous-mêmes: <i>Veillez indiquer:</i>					

- F3 De façon générale, comment jugez-vous votre situation financière actuelle?**
- J'ai beaucoup plus d'argent que ce dont j'ai réellement besoin.
- J'ai un peu plus d'argent que ce dont j'ai besoin.
- Mon argent suffit juste à mes besoins.
- Je n'ai pas tout à fait assez d'argent.
- J'ai beaucoup trop peu d'argent.
- Je ne peux pas juger/ne sais pas

F3a D'après vous, de combien d'argent un jeune de votre âge et dans votre situation a-t-il besoin par mois, pour pouvoir joindre les deux bouts?

env. francs par mois

F4 Dans quelle mesure les affirmations suivantes conviennent-elles à votre comportement en matière de dépenses?

Cochez si les affirmations suivantes conviennent tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout dans votre cas et votre rapport à l'argent.

		Convient tout à fait	Convient plutôt	Ne convient plutôt pas	Ne convient pas du tout	Ne sais pas
a	Lorsque je veux vraiment quelque chose, j'économise pour cela.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b	J'économise régulièrement un peu de mon argent.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c	Jusqu'à la fin du mois, je dépense le plus souvent tout mon argent, sans rien économiser.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d	J'emprunte parfois de l'argent à la fin du mois pour joindre les deux bouts.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e	Je répartis mon argent de façon à ce qu'il suffise pour le mois entier.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f	Je m'achète souvent spontanément des choses qui me plaisent, sans trop regarder au prix.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g	Il arrive fréquemment qu'au début du mois, je dépense trop d'argent et dois ensuite me restreindre.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h	En réalité, je fais toujours attention d'acheter aussi avantageusement que possible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i	J'utilise des possibilités d'économie ciblées (p.ex. des actions ou des bons d'achat)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j	J'achète parfois des choses trop chères, qui en fait sont au-dessus de mes moyens.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k	Le shopping fait plaisir - je me ballade volontiers dans les magasins et achète lorsque quelque chose me plaît.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l	Avant de m'acheter quelque chose de cher, je calcule d'abord comment je peux me le payer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F5 Les opinions diffèrent sur la durée et à propos de quoi les parents devraient soutenir (financièrement) leurs enfants. A votre avis, qu'est-ce qui est juste?

Cochez si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes.

		Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Ne sais pas
a	Lorsque l'on gagne soi-même de l'argent (p.ex. par une formation), il est juste que les parents ne donnent plus d'argent de poche.	<input type="checkbox"/>				
b	Lorsque l'on gagne soi-même de l'argent, mais que l'on habite encore à la maison, on devrait donner une partie de son salaire aux parents pour l'alimentation et le loyer.	<input type="checkbox"/>				
c	Jusqu'à l'entrée dans la vie professionnelle (c.-à-d. pendant la formation ou les études), les parents devraient dans tous les cas prendre en charge les besoins de base (p.ex. le loyer, l'alimentation, la caisse maladie, etc.).	<input type="checkbox"/>				
d	Même si cela signifie que l'on doit se restreindre: il est important d'être autonome et financièrement indépendant de ses parents aussi tôt que possible.	<input type="checkbox"/>				
e	Il est normal de demander un complément d'argent aux parents, si l'on veut s'offrir quelque chose de spécial.	<input type="checkbox"/>				
f	Pour des souhaits particuliers, il est juste, en tant que jeune, de gagner ou d'économiser soi-même l'argent.	<input type="checkbox"/>				
g	Aussi longtemps que l'on dépend financièrement des parents, on ne peut pas mener sa vie comme on le veut.	<input type="checkbox"/>				
h	Même lorsque l'on vit de l'argent des parents, en tant que jeune, on peut mener sa vie sans que les parents s'en mêlent à tout propos.	<input type="checkbox"/>				
i	Dans tous les cas, il est bon pour un jeune de faire rapidement une formation et de gagner assez tôt son propre argent.	<input type="checkbox"/>				
j	Lorsque les parents ont assez d'argent, en tant que jeune, il n'y a pas de raisons de devenir rapidement indépendant financièrement.	<input type="checkbox"/>				

F6 Avez-vous déjà dû renoncer à l'une des activités suivantes – alors que vous auriez souhaité le faire – parce que vous n'aviez pas assez d'argent?

Cochez si cela a été souvent, parfois ou jamais le cas.

	Oui, souvent/ en général	Oui, mais rarement	Non, jamais	Ne sais pas/ne me concerne pas
a ... à la pratique d'un hobby dans le domaine de la musique ou des arts? (p.ex. faire de la musique, du théâtre, danser ou faire du dessin)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b ... à la pratique d'un sport? (p.ex. faire du football, du patinage, du skateboard ou du ski)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c ... à une sortie le soir avec des amis?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d ... à un voyage de vacances avec des amis?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e ... à aller à des concerts ou des manifestations sportives?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f ... à sortir ensuite avec votre amie/amie?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g ... à autre chose:	<i>Veillez indiquer:</i>			

F7 Dans quels domaines dépensez-vous volontiers de l'argent et pour lesquels vous restreignez-vous. Dans quelle mesure les affirmations suivantes conviennent-elles dans votre cas?

		Convient tout à fait	Convient plutôt	Ne convient plutôt pas	Ne convient pas du tout	Ne sais pas
a	Je vais souvent dans des cafés, clubs ou bars branchés, même si les boissons/les repas sont moins chers ailleurs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b	Je préfère dépenser mon argent pour passer un bon moment (p.ex. dans des clubs, à des concerts ou au cinéma), que pour des vêtements chers ou d'autres produits.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c	J'accorde de l'importance à m'acheter des choses chères et pour compenser, je me restreins en ce qui concerne les sorties et les loisirs.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d	Je trouve inutile de payer davantage uniquement parce qu'un produit est d'une certaine marque - alors qu'il y a suffisamment d'offres plus avantageuses.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e	Lorsque j'achète des produits de marques, c'est avant tout parce que la qualité ou le design sont mieux. Le nom ne joue aucun rôle pour moi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f	Ce n'est qu'avec des vestes, des chaussures, un téléphone mobile, etc. de marques branchées que l'on est vraiment accepté par les amis.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g	Lorsque je suis de sortie avec des produits de marques branchées, je me sens mieux.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h	Je préfère acheter des choses bon marché, mais plus souvent.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i	Dans les produits, je veille à la qualité, afin d'en profiter le plus longtemps possible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j	Lorsqu'il y a une nouvelle tendance, j'aimerais en faire partie et j'achète les choses qui correspondent.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k	Ce n'est pas la marque qui est déterminante, mais ce qui est actuellement branché et qui plaît.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F8 Quel rôle jouent les conditions de fabrication écologiques et du commerce équitable lorsque vous faites des achats? Si vous pensez à vos achats du mois dernier, lesquelles des affirmations suivantes conviennent-elles ?

Cochez si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes.

		Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Ne sais pas
a	En tant que consommateur isolé, on n'a pas d'influence sur les fabricants, qu'ils produisent de façon écologique ou non, sociale ou non.	<input type="checkbox"/>				
b	Lorsque l'on achète constamment des choses produites de façon équitable et écologique, cela finit par inciter les producteurs à améliorer leurs conditions de production.	<input type="checkbox"/>				
c	Celui qui a suffisamment d'argent devrait acheter exclusivement des produits élaborés de façon équitable et écologique.	<input type="checkbox"/>				
d	Lorsque j'achète quelque chose qui a été produit dans des conditions discutables, j'ai mauvaise conscience.	<input type="checkbox"/>				
e	Lorsque j'achète quelque chose, je fais toujours attention à ce que la production soit équitable et écologique.	<input type="checkbox"/>				
f	En général, je ne me préoccupe pas d'où vient un produit et dans quelles conditions il a été élaboré.	<input type="checkbox"/>				
g	Si un article est avantageux et bon, peu m'importe la façon dont il a été élaboré.	<input type="checkbox"/>				
h	En général, je n'achète pas de produits dont je sais qu'ils ont été élaborés dans des conditions ni équitables, ni écologiques.	<input type="checkbox"/>				
i	Je préfère acheter moins de choses, mais qu'elles soient produites de façon équitable et écologique.	<input type="checkbox"/>				
j	En tant que jeune, on a simplement trop peu d'argent pour consommer de manière équitable et écologique.	<input type="checkbox"/>				
k	Lorsque j'ai suffisamment d'argent, j'achète des choses produites de manière équitable et écologique - lorsque mon porte-monnaie est limite, je n'y fais pas attention.	<input type="checkbox"/>				

F9 Comment trouvez-vous les prix en Suisse dans les domaines suivants ?

Cochez si vous trouvez les prix beaucoup trop chers, un peu trop chers, adaptés ou avantageux.

		Beaucoup trop cher	Un peu trop cher	Adapté	Avantageux	Ne sais pas
a	Loyers	<input type="checkbox"/>				
b	Contrats/tarifs de téléphones mobiles	<input type="checkbox"/>				
c	Transports publics (p.ex billets des CFF, abonnement demi-tarif ou général)	<input type="checkbox"/>				
d	Transports privés (p.ex. essence et assurance pour la voiture, scooter, achat de vélo et réparation)	<input type="checkbox"/>				
e	Alimentation et boissons pour chez moi, autres produits de base	<input type="checkbox"/>				
f	Boissons et repas à l'extérieur	<input type="checkbox"/>				
g	Prix des billets lors de sorties (club, cinéma, billets de concerts, etc.)	<input type="checkbox"/>				
h	Habillement/chaussures	<input type="checkbox"/>				
i	Vacances/voyages	<input type="checkbox"/>				
j	Appareils électroniques	<input type="checkbox"/>				
k	Primes des caisses maladie	<input type="checkbox"/>				
l	Activités de loisirs/hobbies (sport, musique, associations, etc.)	<input type="checkbox"/>				
m	Quels autres domaines trouvez-vous trop chers?	<input type="checkbox"/>				

F10 Pour terminer, nous aimerions connaître votre opinion:

En tant que jeune, a-t-on besoin d'argent pour être reconnu, apprécié et être cool?

Veillez indiquer:

7.4 Bibliographie

- Albert, M. et al. (1997): Jugend 2010. 16. Shell Jugendstudie, Fischer: Frankfurt a.M.
- Bien, W./ Rauschenbach, T. (2012): Aufwachsen in Deutschland. AID: A – Der neue DJI-Survey, Beltz Juventa: Weinheim.
- Office fédéral de la statistique (2005): Typologie der MS-Regionen in 14 Klassen. Neuchâtel.
- Office fédéral de la statistique (2013): Ständige Wohnbevölkerung nach Alter, Kanton, Bezirk und Gemeinde, le 31.12.2012. Tableau su-d-1.2.1.2.50. Neuchâtel.
- Office fédéral de la statistique (2013a): STAT-TAB: Ständige und nichtständige Wohnbevölkerung nach Region, Geschlecht, Staatsangehörigkeit und Alter. Neuchâtel.
- Office fédéral de l'environnement (OFEV) (2009): Konsumverhalten und Förderung des umweltverträglichen Konsums. ETH Zürich (Hrsg.). Berne.
- Credit Suisse, baromètre de la jeunesse (2012): Anpacken solange die Work-Life-Balance stimmt. Berne.
- Henchoz, C./ Wernli, B. (2012): Ist die Jugendverschuldung in der Schweiz höher als jene der Erwachsenen? In: Die Volkswirtschaft: 1–2/2012. S. 53-56.
- LUSTAT (2006): Sozialbericht des Kantons Luzern – Die soziale Lage der Luzerner Bevölkerung. Lucerne.
- Otto Group Trendstudie (2013): Lebensqualität: Konsumethik zwischen persönlichem Vorteil und sozialer Verantwortung. Disponible en ligne à l'adresse: http://www.ottogroup.com/media/docs/de/trendstudie/1.Otto_Group_Trendstudie_2013.pdf [page consultée pour la dernière fois le: 11.03.2014].
- Pfister, A./ Huber, A./ Hanhart, R. (2010): Konsumverhalten von Jugendlichen: Ergebnisse einer Längsschnittstudie mit Jugendlichen aus dem Kanton Zürich. 2004–2009. Universität de Zurich: chaire de Marketing.

7.5 Liste des illustrations et des tableaux

Illustrations		
Illustration 1:	sources de financement des jeunes interrogés	11
Illustration 2:	dépenses au titre des besoins essentiels au sens strict (logement, nourriture, assurance-maladie)	13
Illustration 3:	dépenses pour les besoins essentiels au sens large (mobilité, communication, certains vêtements)	13
Illustration 4:	dépenses liées aux activités socio-culturelles et aux loisirs (sport, culture, hobbies)	14
Illustration 5:	dépenses assumées entièrement ou partiellement par les jeunes (besoins essentiels) en fonction des activités	15
Illustration 6:	dépenses liées aux activités socio-culturelles et aux loisirs étant assumées entièrement ou en partie par les jeunes	16
Illustration 7:	dépenses assumées entièrement ou partiellement par les jeunes (sélection) en fonction du sexe	17
Illustration 8:	caractéristiques des types d'autonomie	18
Illustration 9:	vue d'ensemble du profil des types d'autonomie – les personnes prises en charge	19
Illustration 10:	vue d'ensemble du profil des types d'autonomie – les personnes recevant une aide complémentaire	19
Illustration 11:	vue d'ensemble du profil des types d'autonomie – les gestionnaires de budget	20
Illustration 12:	vue d'ensemble du profil des types d'autonomie – les personnes autonomes	21
Illustration 13:	proportions des types d'autonomie, en pour cent	22
Illustration 14:	importance des types d'autonomie en fonction de l'âge	22
Illustration 15:	importance des types d'autonomie en fonction de l'activité	23
Illustration 16:	importance des types d'autonomie en fonction de la région linguistique	24
Illustration 17:	avis concernant le soutien des parents pour les besoins essentiels	25
Illustration 18:	avis concernant le soutien des parents pour des souhaits spéciaux	26
Illustration 19:	importance de l'indépendance financière	26
Illustration 20:	importance de l'indépendance financière en fonction des types d'autonomie	28
Illustration 21:	budget mensuel disponible pour les adolescents, proportions des groupes de budget en pour cent	31
Illustration 22:	budget mensuel disponible chez les jeunes, globalement et en fonction du sexe	32
Illustration 23:	budget mensuel (médian) disponible chez les jeunes, en fonction de l'activité et du sexe	33
Illustration 24:	importance des types d'autonomie en fonction du montant du revenu	33
Illustration 25:	évaluation de la situation financière personnelle, en pour cent	34
Illustration 26:	budget médian nécessaire et budget médian réel par mois, globalement et selon le sexe	35
Illustration 27:	évaluation de la situation financière personnelle en fonction de l'âge	35
Illustration 28:	budget médian nécessaire et effectif par mois, en fonction de l'âge	36
Illustration 29:	budget médian nécessaire et effectif par mois, en fonction de l'activité	37
Illustration 30:	évaluation de la situation financière personnelle en fonction des types d'autonomie	37
Illustration 31:	renoncement à un achat, tous domaines confondus, en pour cent	38

Illustration 32:	renoncements à un achat, tous domaines confondus, en fonction du type d'autonomie	39
Illustration 33:	renoncement à des activités dans les domaines des hobbies ou de la culture	39
Illustration 34:	renoncement à des activités avec des amis	40
Illustration 35:	privation générale ou occasionnelle en fonction du type d'autonomie	41
Illustration 36:	comportement des jeunes concernant les économies	42
Illustration 37:	gestion du budget chez les jeunes	43
Illustration 38:	connaissance des prix chez les adolescents	44
Illustration 39:	connaissance des prix en fonction du sexe	45
Illustration 40:	préférences entre la consommation de biens matériels et d'éléments immatériels	49
Illustration 41:	connaissance et importance des marques	50
Illustration 42:	connaissance et importance des marques en fonction du sexe	50
Illustration 43:	approche de la consommation privilégiant la qualité	51
Illustration 44:	attitude face à la qualité des articles consommés, en fonction du sexe	51
Illustration 45:	approche relative à un mode de consommation durable	53
Illustration 46:	mode de consommation dans une optique de durabilité	54
Illustration 47:	approche relative à un mode de consommation durable, en fonction de l'activité exercée	55
Illustration 48:	proportion d'adolescents ayant une forte sensibilité pour le commerce équitable et agissant en conséquence	56
Illustration 49:	consommation dans une optique de durabilité: positionnement et action en fonction des types d'autonomie	57
Illustration 50:	influence de la reconnaissance et de l'appréciation reçues, en pour cent	58
Illustration 51:	influence de la reconnaissance et de l'appréciation reçues, en fonction des types d'autonomie	60
Illustration 52:	évaluation des prix au titre des besoins essentiels au sens strict (logement, nourriture, assurance-maladie)	63
Illustration 53:	évaluation des prix pour les besoins essentiels au sens large (mobilité, communication, certains vêtements)	64
Illustration 54:	évaluation des prix pour les événements socio-culturels (sport, culture, hobbies)	64
Illustration 55:	évaluation des prix pour les sommes d'argent disponibles (sorties, cosmétiques, vacances)	65
Illustration 56:	proportion de personnes interrogées en fonction du type de région et du sexe	73
Illustration 57:	activité actuelle des personnes interrogées, en fonction du sexe	74
Illustration 58:	activité actuelle des personnes interrogées, en fonction de l'âge	75
Illustration 59:	activité actuelle des personnes interrogées, en fonction de la région linguistique	75
Illustration 60:	activité actuelle des personnes interrogées, en fonction de la région	76

Tableaux

Tableau 1:	gestion de l'argent, par types d'autonomie	46
Tableau 2:	domaines considérés comme trop onéreux, par types d'autonomie	66
Tableau 3:	échantillonnage disproportionné: répartition des personnes sondées selon le sexe et la région linguistique	71
Tableau 4:	base de pondération: population suisse âgée de 15 à 21 ans en chiffres absolus et en pour cent selon la région et l'âge jusqu'au 31 décembre 2012	72

En plus de l'étude complète ci-présente,
vous pouvez vous procurer une version abrégée
auprès de la Jacobs Foundation.

Pour simplifier la lecture, les chapitres comportent
la formulation masculine uniquement, étant entendu que
les explications concernent également les personnes de
sexe féminin.

Éditeur

Jacobs Foundation
Seefeldquai 17
CH-8034 Zurich
www.jacobsfoundation.org

Contact

Tobias Kaspar
tobias.kaspar@jacobsfoundation.org

Réalisation de l'étude

Prognos AG, Bâle
www.prognos.com

Conception et composition

BLYSS, Zurich
www.blyss.ch

© 2014, Jacobs Foundation – reproduction,
diffusion et reproduction électronique, même en partie,
exclusivement après autorisation écrite.

Jacobs Foundation

Seefeldquai 17, Case postale

CH-8034 Zurich

T +41 44 388 61 23

F +41 44 388 61 37

www.jacobsfoundation.org

