

A group of diverse teenagers are having fun outdoors in a park-like setting. They are holding colorful balloons (blue, pink, orange) and making peace signs. The background shows a grassy area with other people sitting on the grass and a city skyline in the distance. The scene is bright and sunny.

Teenage Lab
BY PIXPAY

**LES VACANCES D'ÉTÉ : QUEL IMPACT
SUR LA CONSOMMATION DES ADOS ?**

MÉTHODOLOGIE DU

Teenage Lab

BY PIXPAY

À l'approche d'été, le [Teenage Lab](#) de Pixpay souhaite étudier l'impact des vacances d'été sur la consommation des adolescents.

Enquête basée sur les données Pixpay entre le 01 janvier 2022 et le 31 décembre 2022 sur 7,9 millions de transactions réalisées par les utilisateurs français de Pixpay.



PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ, LES ADOS DÉPENSENT MOINS FRÉQUEMMENT ET PLUS TARD...

➤ Les **vacances d'été impactent les habitudes de consommation des adolescents**. Ils **consomment moins fréquemment**, le nombre de transactions par mois diminue.

➤ Entre les vacances et la période scolaire, plus de la moitié des **transactions se concentrent sur des horaires différents**.

5

transactions en moyenne par mois pendant les vacances d'été

VS

6

transactions en moyenne par mois le reste de l'année

60% des transactions ont lieu :

Entre **17h et 1h du matin** pendant les vacances d'été

VS

Entre **13h et 19h** hors vacances d'été

...MAIS DÉPENSENT PLUS !

+2€

du panier moyen en été

- Puisque **les ados gagnent plus, ils dépensent plus** malgré le fait qu'ils consomment moins fréquemment.

L'argent de poche envoyé par les parents :

46€

pendant les
vacances d'été

VS

40€

hors vacances
d'été

- Les **parents sont plus généreux** pendant les vacances

LES ACHATS EN LIGNE SONT PLUS FRÉQUENTS

La part des **transactions** en ligne

25%

VS

20%

pendant les
vacances d'été

sur l'année

- La **part des transactions en ligne** est **plus importante pendant les vacances d'été**

Les places gagnées dans le classement des top marchands des ados en été :



+7 places

PlayStation®Plus

+2 places

- Les **applications mobiles et en ligne** **montent dans le classement** des top marchands durant l'été

18% DES TRANSACTIONS DE LA SNCF SE CONCENTRENT EN JUILLET-AOÛT

- **Certaines marques sont plus prisées** pendant les vacances d'été. Les transports ou les marques de sport font parties de ces marques
- La **SNCF**, par exemple, **monte dans le top 3 des marchands et réalise 18% de ses transactions durant l'été.**
- Pour Decathlon, Flixbus et BlaBlacar, la part des transactions faites pendant l'été est respectivement de 20%, 24% et 18%.

Les places gagnées dans le classement des top marchands des ados en été :

 **BlaBlaCar**

+9 places

FLIXBUS

+61 places

DECATHLON

+10 places

LES ADOS AU-DELÀ DES FRONTIÈRES EUROPÉENNES PENDANT LES VACANCES

La part des **transactions** qui ne sont **pas faites en euro**

6%

pendant les
vacances d'été

VS

3%

sur l'année

- Les ados partent au-delà des frontières européennes. Les **transactions dans une autre devise** que l'euro sont ainsi **plus fréquentes** durant les vacances d'été

Les places gagnées en juillet/août dans
le classement des top marchands

Bershka

+21 places

ZARA

+6 places

PRIMARK®

+13 places

SHEIN

+7 places

H&M

+13 places

22% DES DÉPENSES DE VÊTEMENTS & ACCESSOIRES ONT LIEU PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ

- En partie poussées par les soldes, les **marques de vêtements ont plus de succès auprès des adolescents en été.**
- C'est **chez les garçons** que ces marques connaissent la progression la plus importante pendant l'été.
- **Plus de 20% des achats auprès de ces marques se concentrent sur juillet/août.**

MONOPRIX

-4 places

franprix 

-12 places

 city

-10 places

L'ALIMENTAIRE IMPACTÉ : -12 PLACES DANS LE CLASSEMENT DES TOP MARCHANDS POUR FRANPRIX

- Sans école, les ados ne vont plus acheter un goûter à la sortie des classes. **87% des dépenses en supermarché et dans l'alimentaire ont lieu durant l'année scolaire.**
- Contrairement aux grandes surfaces qui perdent en moyenne 1 ou 2 places dans le classement, **les magasins de proximité perdent presque une dizaine de places.**

TEENAGE LAB



LE TEENAGE LAB

BY PIXPAY

Plus de 3 ans que Pixpay accompagne les adolescents, dès 10 ans, dans leur quotidien.

Aujourd'hui forte d'une base de plus de 300 000 utilisateurs, la startup de digitalisation de l'argent de poche publie régulièrement des études dans le cadre du *Teenage Lab*.

Un outil d'analyse pour décrypter les habitudes et les modes de consommation de la jeune génération.

- ✓ Quel est le rapport de la jeunesse à l'argent et à la consommation ?
- ✓ Comment les adolescents perçoivent-ils le monde qui les entoure et qui les attend ?
- ✓ Quelles différences entre les ados en fonction de leur âges, genres et régions ?
- ✓ Quelle est la place de l'argent au cœur des familles ?



Tant de questions pour lesquelles le *Teenage Lab* offrira des réponses, afin de mieux connaître et comprendre la jeune génération qui a encore trop peu de moyen de s'exprimer et de faire entendre sa voix.

Le *Teenage Lab* de Pixpay propose ainsi des études réalisées à partir de sa base de données, mais aussi des sondages révélateurs des ressentis et des tendances qui touche la génération qui constituera le monde de demain.



Janvier :
Baromètre « Les ados et l'argent #1 »

2020

Janvier :
Baromètre « Les ados et l'argent #2 »

Octobre :
La rémunération des tâches
réalisées par les ados à la maison

2021

Avril :
Baromètre « La conso des ados #1 »

Novembre :
Les adolescents
& les cadeaux de Noël

Février :
Baromètre « La conso des ados #2 »

Mai :
L'impact carbone de la
consommation des ados &
À quoi rêvent les ados

2022

Mars :
Argent de poche :
« Les inégalités entre garçons et filles »

Septembre :
Baromètre
« Les ados et l'argent #3 »

Décembre :
Les parents &
les adolescents à Noël

Février :
Baromètre « La conso des ados #3 »

Juin :
La consommation des ados en été

2023

Mars :
Journée de la Terre : quand les
ados montrent l'exemple

Mai :
Situation familiale : quel
impact sur l'argent de poche ?



Argent de poche et grandes vacances d'été : Les adolescents reçoivent 6€ d'argent de poche mensuel supplémentaires

Faits saillants :

- les ados reçoivent plus d'argent, mais en dépensent moins ;
- ils ne font pas plus de sorties, mais ils font plus d'achats en ligne ;
- les postes de dépenses les plus actifs sont les transports et la mode tandis que l'alimentation régresse.

Alors que les vacances d'été arrivent à grands pas pour les parents et surtout pour leurs enfants et adolescents, le *Teenage Lab* de **Pixpay**, la carte de paiement des 10-18 ans copilotée par les parents, s'est interrogé sur les habitudes de consommation de la jeunesse lors de cette période estivale et dévoile ici les enseignements de son étude exclusive*.

Pour illustrer ces chiffres, nous proposons le témoignage d'une famille cliente de Pixpay, dont le programme et l'organisation pour cet été 2023, est un bel aperçu de ce que sont les vacances chez les familles françaises. Profil à découvrir en fin de CP.



Vacances : plus de budget, mais pas forcément plus de dépenses

Les vacances sont pour les ados synonymes de loisirs, de découvertes et parfois d'une indépendance grandissante. Les parents sont ainsi plus enclins à gâter leurs enfants lors de cette période. Ainsi, en juillet/août les adolescents voient leur budget mensuel augmenter de 40€ en moyenne sur l'année à 46€. Mais quelles folies financent-ils avec cela ?

Premier constat, ils dépensent moins souvent (5 transactions par mois contre 6 en moyenne le reste de l'année), mais déboursent des sommes plus importantes, puisque leur panier moyen passe de 14€ durant l'année scolaire à 16€ en juillet/août.

Pic de sorties pour les ados pendant les vacances ? Non. Pic d'ordi ? Oui !

Autre observation plus étonnante, plus que tout le reste de l'année, juillet/août représente une période d'achat en ligne pour les adolescents. En effet, alors que les transactions sur le web représentent 20% du total des dépenses des 10-18 ans pendant l'année, ce taux passe à 25% en juillet/août.

Sans vouloir faire dans les clichés, il semblerait, que pendant l'été, les adolescents soient plus devant leur smartphone qu'à jouer dans le jardin. Preuve en est : Google entre dans le top 5 des marchands préférés des ados pendant l'été.

Des dépenses pour se déplacer multipliées

Autre analyse cette fois-ci plus logique, les dépenses en matière de transports explosent pendant l'été. SNCF réalise 18% de ses transactions annuelles auprès des 10-18 ans sur les seuls mois de juillet/août. Quant aux alternatives plus « bon marché », elles deviennent pendant l'été les meilleures alliées des adolescents. Blablacar réalise 18% des transactions de l'entreprise ont lieu en juillet/août, et gagne ainsi 9 places dans le classement des enseignes les plus consommées par les ados pendant les vacances d'été. Un constat décuplé chez Flixbus qui grimpe de 61 places dans ce même classement sur la période.

Côté tourisme, une poignée d'ados ont la chance de quitter la zone euro. En effet, sur les mois de juillet/août, 6% des transactions se font dans une autre devise que l'euro. Soit deux fois plus que le reste de l'année.

Alimentation en berne et mode en tendance

Autre poste de dépenses qui profite de la période estivale : la mode. En effet, on observe une augmentation des achats faits par les adolescents chez leurs marques préférées comme Shein et Zara. Ainsi, 22% des dépenses des ados en matière de vêtements & accessoires ont lieu pendant les vacances d'été. Une tendance qui peut être expliquée par les soldes de juillet et la préparation de la rentrée fin août.

A l'inverse, les marques de la grande distribution pâtissent de l'absence des adolescents qui viennent pendant l'année chercher un déjeuner entre midi et deux et/ou des sucreries à la sortie de cours. Les enseignes citadines comme Monoprix, Franprix et Carrefour City chutent respectivement de 4, 12 et 10 places au classement des marques plus consommées par les ados. On peut aisément comprendre que les jeunes préfèrent profiter de la bonne cuisine de leur grand-mère plutôt que de manger des sandwichs triangles.

Témoignage d'une famille utilisatrice de Pixpay

Julie mère de Johanna 12 ans et Joshua 14 ans (Versigny, Oise)

« Cette année mes ados partent en colonie sportive dans le Sud-Ouest, 10 jours en juillet. Nous allons ensuite en Corse en famille, puis ils finissent leurs vacances chez leur grands-parents en Bretagne.

Pour les mois de juillet/août, nous doublons leur argent de poche mensuel de 30 à 60€. Même si que ce soit en colonie, avec nous ou chez leurs grands-parents la quasi-totalité des dépenses ne sont pas à leur charge, cela leur permettra de pouvoir se faire plaisir à eux et aux copains/copines.

Depuis près de 2 ans que nous utilisons Pixpay pour nos deux ados, nous avons constaté deux gestions de leurs finances très différentes. Joshua c'est la fourmi ! Il conserve tout dans son coffre-fort et ne dépense que le stricte minimum. Il a aujourd'hui des centaines d'euros de côté. Sa sœur à plus de mal à épargner. Elle profite à fond de son argent de poche. La connaissant, elle va acheter pleins de petits souvenirs pendant ses vacances et va faire le plein de glaces et de boissons fraîches sur la plage.

De notre côté, l'application Pixpay nous permet de suivre leurs dépenses à distance, de leur faire un ajout en instantané en cas de besoin. Nous avons également bloqué certaines catégories de marchands comme les bars tabac. »

*étude réalisée sur la base de 7,9 millions de transactions réalisées par les utilisateurs français de Pixpay du 1er janvier 2022 au 31 décembre 2022.

Contacts presse :

Orline NZUZI – orline@edifice-communication.com – 06 76 97 15 78

Laetitia GUITTARD – laetitia@edifice-communication.com – 06 76 13 71 55

Etienne RICHET – etienne@edifice-communication.com – 07 85 89 64 57

A PROPOS DE TEENAGE LAB DE PIXPAY :

Fort d'une base de plus 200 000 (parents et adolescents) le *Teenage Lab* de Pixpay propose des études réalisées à partir de sa base de données, mais aussi des sondages révélateurs des ressentis et des tendances qui touche la génération qui constituera le monde de demain. Plus d'informations sur : [Teenage Lab - Pixpay](#)

A PROPOS DE PIXPAY :

Pixpay, start-up fondée par Benoit Grassin, Nicolas Klein et Caroline Ménager en janvier 2019, est la première marque à proposer enfin une alternative aux banques pour les ados dès 10 ans. Son ambition : révolutionner les solutions de paiement des adolescents en leur donnant les ressources pour bien grandir. Pixpay propose ainsi aux jeunes une carte de paiement MasterCard et une app mobile leur permettant de payer, d'être payés, d'épargner ou encore de bénéficier de remises sur leurs marques préférées. C'est aussi une application mobile pour les parents, leur offrant une solution sécurisante, pédagogique et pratique pour suivre et accompagner leurs enfants au quotidien. En juin 2022, Pixpay et GoHenry se rapprochent pour construire le leader mondial de l'éducation financière, réunissant ainsi plus de 2 millions d'utilisateurs à travers l'Europe et les Etats-Unis. Plus d'informations sur : [Pixpay - La meilleure carte de paiement pour ados](#)