

Que retenir de cette enquête ?

→ Des Français prêts pour la rentrée mais parfois déjà sous tension

Pour les Français, la période de la rentrée scolaire évoque avant tout un moment d'achat de fournitures scolaires et une nouvelle organisation de la vie quotidienne. Ils sont une courte majorité à se déclarer prêts pour la rentrée et sereins même si, pour certains, il s'agit d'un temps de bascule propice à la nostalgie des vacances déjà finies, à la fatigue et au stress.

→ Des listes de fournitures scolaires qui ne font pas l'unanimité

Si la rentrée est associée à l'achat des fournitures scolaires, ces dernières n'ont pas nécessairement bonne presse. Pour beaucoup, elles sont jugées inutiles, notamment dans la mesure où, bien souvent, les enseignants finissent par en demander de nouvelles une fois la rentrée venue. Et même si une très large majorité des parents n'expriment aucune difficulté à se les procurer en magasin, il n'en demeure pas moins qu'ils trouvent souvent ces listes trop précises.

→ Courses de rentrée : les parents tentent d'optimiser leur temps et leur argent

Si rentrée peut certes rimer avec stress et fournitures scolaires avec contrainte, une grande majorité de parents (70%) s'accordent à trouver que les courses de rentrée sont plutôt des moments de partage avec leurs enfants. Le souci d'offrir à ces derniers des fournitures de qualité, tout en restant dans une échelle de prix abordable et en respectant scrupuleusement les instructions de la liste de fournitures sont les leitmotivs des parents. Organisation oblige, ils sont très nombreux à préférer réaliser ces courses avant la rentrée, et à les effectuer toutes dans un seul et même magasin. Attentifs aux prix, et capables de refuser des fournitures jugées trop chères, les parents admettent pouvoir faire des écarts à leur budget pour faire plaisir à leurs enfants.

→ Un budget de rentrée jugé de plus en plus contraignant

Pour la rentrée, les parents estiment consacrer un budget de 433 € par an et par enfant en moyenne, achats de vêtements, fournitures, manuels, outils technologiques et activités extra-scolaires confondus. Plus généralement, les Français, qu'ils aient ou non des enfants, considèrent que les dépenses occasionnées par la rentrée ont tendance à augmenter. La progression de ces dépenses entraîne pour une partie d'entre eux la nécessité d'anticiper leur budget plusieurs mois à l'avance, 48% déclarant même se fixer un montant maximum et s'y tenir quoi qu'il arrive. Pour certains, le budget lié à la rentrée est une préoccupation importante : 39% déclarent avoir des difficultés à financer cette période de l'année.

Dans le détail...

Des Français prêts pour la rentrée mais parfois déjà sous tension

- Spontanément, qu'ils y soient aujourd'hui directement confrontés en tant que parents, ou bien qu'ils se réfèrent à leurs souvenirs personnels en la matière, **les Français associent l'organisation de la rentrée scolaire à une période d' « achats », en particuliers de « fournitures scolaires »**, mais aussi la mise en place d'une nouvelle organisation dans leur vie quotidienne après la parenthèse des vacances, ce retour à la réalité pouvant susciter une certaine part de « stress ». **Au global, une courte majorité d'entre eux se déclarent prêts pour la rentrée et sereins (52% dans les deux cas)**, et 44% se disent reposés.
- Si elle est plutôt positive dans l'ensemble, **la perception de la rentrée est tout de même marquée par quelques ambivalences**. Il s'agit certes d'un moment suscitant, chez certains, de l'enthousiasme (38%), voire même une forme d'impatience (22%). Mais pour d'autres, il s'agit également d'une période de bascule pouvant engendrer du stress (30%), de la fatigue (29%), ainsi que la nostalgie des vacances tout juste terminées (28%). Notons que 20% des Français, et même 31% parmi les parents ayant des enfants à charge, se disent déjà débordés par les obligations relatives à la rentrée scolaire.

Des listes de fournitures scolaires qui ne font pas l'unanimité

- Qu'ils soient parents ou qu'ils se réfèrent à leur propre expérience passée, **les Français se montrent majoritairement critiques à l'égard des listes de fournitures scolaires** que les établissements demandent à leurs futurs élèves de se procurer. Non seulement parce qu'ils estiment que **certaines d'entre elles sont inutiles (79%)**, mais aussi parce que, de toute façon, ils pensent que les enseignants demandent souvent, après la rentrée, **d'acheter des fournitures complémentaires** qui n'étaient pas présentes sur la liste initiale (79%). Par ailleurs, même si 8 parents sur 10 trouvent facile de se procurer en magasin les fournitures demandées par les listes scolaires, la majorité d'entre eux (67%) considèrent que ces dernières sont trop précises.

Courses de rentrée : les parents tentent d'optimiser leur temps et leur argent

- **Pour la plupart des parents, les achats de fournitures scolaires sont envisagés sous le signe de la rationalité. Une rationalité de type économique tout d'abord :** le prix reste, juste devant la qualité, le premier déterminant dans le choix de ces fournitures, 92% des parents le considérant comme un critère très ou plutôt important. Ce qui pousse la majorité de ces derniers à privilégier les marques distributeur aux grandes marques (70%) mais aussi, quand ils le peuvent, à réutiliser les fournitures que leur enfant utilisait l'année précédente (82% déclarent le faire au moins de temps en temps), voire à réutiliser les fournitures scolaires des enfants plus âgés pour les plus jeunes (48%). Le fait de recourir à des solutions en ligne pour optimiser ses dépenses de rentrée (ex : sites d'échange/vente de fournitures de seconde main ou inutilisées) reste encore assez minoritaire en revanche.
Mais il s'agit également de rationaliser l'organisation et le temps consacré à ces achats. Ainsi, si la majorité des parents font uniquement leurs achats dans des magasins physiques, 67% d'entre eux privilégient de faire leurs courses dans le même magasin, et plus de la moitié les font en même temps que d'autres courses plutôt que d'y consacrer une sortie spécifique. Par ailleurs, 84% des parents achètent ces fournitures avant la rentrée (58% déclarant même les faire bien en amont, soit au cours de l'été, soit dès la fin de l'année scolaire précédente). **Le tout en respectant le plus souvent les listes scolaires à la lettre** quoi qu'ils pensent par ailleurs des instructions reçues (71%), pour éviter d'avoir trop d'ajustements et d'achats complémentaires à devoir effectuer ultérieurement.
- Si la rentrée scolaire, on l'a vu, peut engendrer du stress et des contraintes en matière d'organisation, la majorité des parents (70%), et en particulier des mères (73%), estiment que les courses de rentrée représentent (ou étaient, pour ceux dont les enfants sont aujourd'hui adultes) **un moment de partage** plutôt que de tension avec leurs enfants. C'est donc tout naturellement que, **la plupart du temps, parents et enfants font ces courses ensemble (60%).**
- **Le souci majoritaire d'offrir à leurs enfants des fournitures de qualité et qui plaisent à ces derniers, tout en restant dans une échelle de prix abordable,** oblige les parents à trouver un bon équilibre au sein des dépenses que les fournitures scolaires engendrent. Attentifs à ces différents aspects, la majorité des parents déclarent ainsi avoir déjà refusé à un enfant une fourniture qui lui faisait envie parce qu'ils la trouvaient trop chère (68%)... tout en admettant avoir déjà fait un écart à leur budget pour un achat « plaisir » (62%). Et seulement 34% disent avoir déjà mis leur veto à l'achat d'une fourniture qui faisait envie à leur enfant, parce qu'elle ne leur plaisait pas personnellement.

À propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harris-interactive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe - -- 5 Avenue du Château - 94300 Vincennes – Tel : 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 -

llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr