

Sofinscope : Budget naissance - les parents français dépensent en moyenne 6 172 euros la première année de leur enfant

31.8.2026 - Claire Garcia | Crédit Agricole

L'arrivée d'un enfant s'impose comme un véritable choc budgétaire pour les familles. Selon le dernier Sofinscope, les parents français estiment à 6 172 euros le coût moyen de la préparation de la naissance et de la première année de vie de leur enfant. Un montant qui redessine les arbitrages des foyers : renoncement à certains loisirs, recours à l'épargne, paiement en plusieurs fois, listes de naissance et seconde main deviennent autant de stratégies pour absorber une dépense devenue structurante dans la vie des jeunes parents.

- **68% des parents ont anticipé le coût financier de l'arrivée d'un enfant**
- **58% déclarent que la situation financière du foyer n'a pas influencé le moment où ils ont décidé d'avoir un enfant**
- **58% ont réduit leur train de vie de manière conséquente après l'arrivée de leur enfant**

Un coût moyen de 6 172 euros dès la première année

L'arrivée d'un enfant est souvent associée aux achats de naissance les plus visibles — poussette, lit, vêtements, premiers équipements — mais l'enquête révèle surtout l'ampleur d'un budget global qui s'installe dès les premiers mois.

En moyenne, les parents évaluent à 6 172 euros le coût de la préparation de l'arrivée de leur enfant et de sa première année de vie. Les dépenses du quotidien arrivent en tête : 48 % citent les couches et produits d'hygiène parmi les postes les plus lourds, devant les modes de garde (42 %) et les équipements de puériculture (36 %). Au-delà des dépenses liées à l'arrivée d'un enfant, c'est donc bien une charge récurrente qui pèse sur le budget des foyers.

Anticiper ce coût demeure un exercice difficile : si 68 % des parents déclarent avoir prévu le coût financier de la naissance, seuls 17 % l'avaient évalué de manière précise. Et l'effet de surprise ne s'arrête pas à la première année : 67 % des parents disent avoir réalisé que les dépenses des années suivantes pesaient finalement davantage que celles liées à la naissance elle-même.

Épargne, aides, facilités de paiement : les familles activent tous les leviers

Face à cette facture, les parents mobilisent d'abord leurs ressources personnelles : 61 % déclarent avoir utilisé leur épargne pour financer les dépenses liées à l'arrivée de leur enfant, et 34 % en font même leur principale solution de financement.

Les soutiens extérieurs jouent également un rôle important, mais apparaissent insuffisants au regard du coût réel de la parentalité. Plus d'un parent sur deux a eu recours aux aides publiques et notamment celles de la CAF (52 %), tandis que 46 % ont utilisé les cadeaux ou listes de naissance et 19 % une aide financière ou matérielle de proches. Pourtant, 75 % des parents estiment que les aides publiques ne couvrent pas suffisamment le coût réel d'un enfant, et 89 % jugent que les modes de garde représentent aujourd'hui une charge difficilement supportable pour de nombreuses familles.

Des arbitrages qui transforment le quotidien des jeunes parents

Le budget naissance ne se limite pas à une ligne de dépenses supplémentaire : il oblige de nombreux foyers à revoir leurs priorités. Après l'arrivée de leur enfant, 64 % des parents déclarent avoir reporté ou renoncé à certains achats ou loisirs personnels, 58 % avoir réduit leur train de vie de manière conséquente et 34 % dépendre davantage de l'aide de leurs proches.

Ces contraintes nourrissent aussi une perception plus large : 80 % des parents considèrent qu'avoir un enfant est devenu un « luxe » pour certains foyers, et 76 % estiment que le coût de la parentalité constitue un frein important au désir d'avoir un enfant ou un autre enfant.

Dans ce contexte, les solutions permettant de lisser les dépenses gagnent en pertinence : 23 % des parents ont déjà eu recours à des facilités de paiement, et 82 % considèrent que pouvoir étaler certaines dépenses peut aider les jeunes parents à mieux faire face au coût de l'arrivée d'un enfant.

Autre réflexe désormais incontournable : la seconde main. 66 % des parents déclarent avoir acheté davantage d'occasion ou de seconde main après l'arrivée de leur enfant. Une pratique largement légitimée, puisque 90 % estiment qu'elle permet de faire de vraies économies et 86 % jugent qu'acheter d'occasion pour un bébé est devenu une pratique normale.

« Pour étaler les dépenses et maîtriser le budget naissance, le recours au paiement en plusieurs fois et aux facilités de paiement par les parents est une tendance qui pourrait encore se renforcer dans les prochaines années. Cela dépendra surtout de la capacité des enseignes spécialisées à intégrer ces solutions dans leur parcours d'achat. » **Franck Oniga, Directeur général de Sofinco**

À propos du Sofinscope

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque commerciale de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility en France. Destiné à sonder les Français sur leurs habitudes de consommation et à mieux les comprendre, ce baromètre qui s'inscrit dans le quotidien des Français est réalisé par OpinionWay pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 054 personnes, représentatif de la population française parents d'au moins un enfant âgé de moins de 18 ans, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les interviews ont été réalisées du 29 mai au 8 juin 2026 par questionnaire autoadministré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site [Sofinscope : le baromètre qui vous donne un temps d'avance sur la consommation](#)

À propos de Sofinco

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility. Depuis 75 ans, elle distribue une gamme étendue de solutions de paiement et de financement à ses clients et des services associés sur l'ensemble des canaux de distribution : vente directe, financement sur le lieu de vente et plateforme e-commerce. Sofinco propose des solutions souples, responsables et adaptées aux besoins de ses clients et de ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels) pour leur donner de l'avance au quotidien. Pour en savoir plus : www.sofinco.fr

<https://presse.credit-agricole.com/sofinscope-budget-naissance-les-parents-francais-depensent-en-moyenne-6-172-euros-la-premiere-annee-de-leur-enfant?lang=fra>