Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

# Budget 2026 : vers un grand ménage des niches fiscales ?



**Le sujet de la réduction des « dépenses fiscales » a régulièrement été mis en avant ces dernières semaines. Avec la recherche d'économies de 40 milliards d'euros pour le budget 2026, le gouvernement a évoqué plusieurs pistes dont la suppression de certaines niches fiscales. Qu'en pensent les bénéficiaires ? Les remettre en cause est-il si simple ? Vers la fin l'abattement fiscal pour les retraités ? Moneyvox apporte quelques éléments de réponses avec un sondage exclusif réalisé avec Yougov*.**

Tout d'abord, lorsque l'on demande aux personnes sondées quelle niche fiscale, parmi les plus coûteuses, il faudrait supprimer en priorité pour réduire le déficit de l'État, on observe dans les réponses peu de connaissance et d'enthousiasme. En effet, les 6 niches fiscales proposées – exonération des heures supplémentaires ou réductions pour les dons aux associations par exemple – ne recueillent que 44% des souhaits de suppression. En parallèle, 34% des répondants ne veulent en supprimer aucune et 21% qui

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

ne savent pas quelle niche il faudrait supprimer en priorité.

> « Dans chaque niche fiscale, il y a un chien qui mord. »

« L'adage 'dans chaque niche fiscale, il y a un chien qui mord' se vérifie une fois de plus ! les suppressions de niches fiscales – qui ne sont rien de plus que des augmentations d'impôts – ne suscitent pas d'enthousiasme de la part des Français, même si ces niches ne les concernent pas directement. Il faut dire que chacune de ces niches a, en tant que telle, son utilité, même si leur coût est élevé ! », constate Maxime Chipoy, président de Moneyvox.

**Fin de l'abattement de 10% sur les pensions ? C'est non pour une majorité de Français !**
Le constat est clair puisque le sondage révèle que 65% des personnes interrogées ne sont pas favorables à la suppression de l'abattement fiscal de 10% des retraités. Seuls 23% sont pour et 12% ne se prononcent pas.
Dans le détail, 85% des plus de 55 ans sont opposés à cette mesure. Un pourcentage qui passe à 65% pour les 45-54 ans (24% pour), 48% pour les 35-44 ans (34% pour), 42% pour les 25-34 ans (37% pour) et 41% pour les 18-24 ans (34% pour). Au final, dans toutes les classes d'âge, le pourcentage de personnes opposées à la suppression de l'abattement de 10% pour les retraités est supérieur à celles qui y sont favorables.
« S'il était attendu que les retraités – ou ceux qui approchent de la retraite – soient opposés à cette suppression, la solidarité des plus jeunes envers leurs aînés sur ce sujet est étonnante. D'autant plus que, du fait d'un patrimoine naturellement plus fourni, les retraités Français sont les seuls en Europe à avoir un niveau de vie plus élevé que celui des actifs », observe Maxime Chipoy.

**Les 'micro niches fiscales'**
Le gouvernement veut s'attaquer aux nombreuses petites niches fiscales bénéficiant à moins de 100 contribuables. Parmi les 5 proposées dans le sondage, deux se distinguent comme devant être supprimées pour les répondants (30% de favorables dans les deux cas) : l'étalement de l'imposition des primes versés aux sportifs médaillés au Jeux olympiques et paralympiques ; et l'exonération des indemnités de départ volontaire versée dans le cadre d'une restructuration au ministère de la défense.
20% des sondés sont pour la suppression de l'exonération d'impôt sur les revenus générés par le nouveau Plan d'épargne avenir climat (PEAC), et 18% pour mettre un terme à l'exonération de droits des successions des policiers, des gendarmes et des agents des douanes décédés dans l'accomplissement de leur mission. Enfin, 15% ciblent la déduction d'impôt sur le revenu au titre des souscriptions au capital de jeunes entreprises innovantes.

Une nouvelle fois, aucune niche ne se détache puisque dans le même temps, 23% des sondés ne se prononcent pas et 14% ne veulent pas remettre en cause ces niches fiscales.
« Ces micro niches fiscales restent méconnues, et souvent – car elles sont des « petites exceptions à la règle » – défendables. Elles ne suscitent donc pas d'hostilité majeure. Ce qui n'empêche pas que leur prise en compte par le Fisc, leur traitement, est lui très coûteux… et qu'il faudra bien trouver un moyen

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

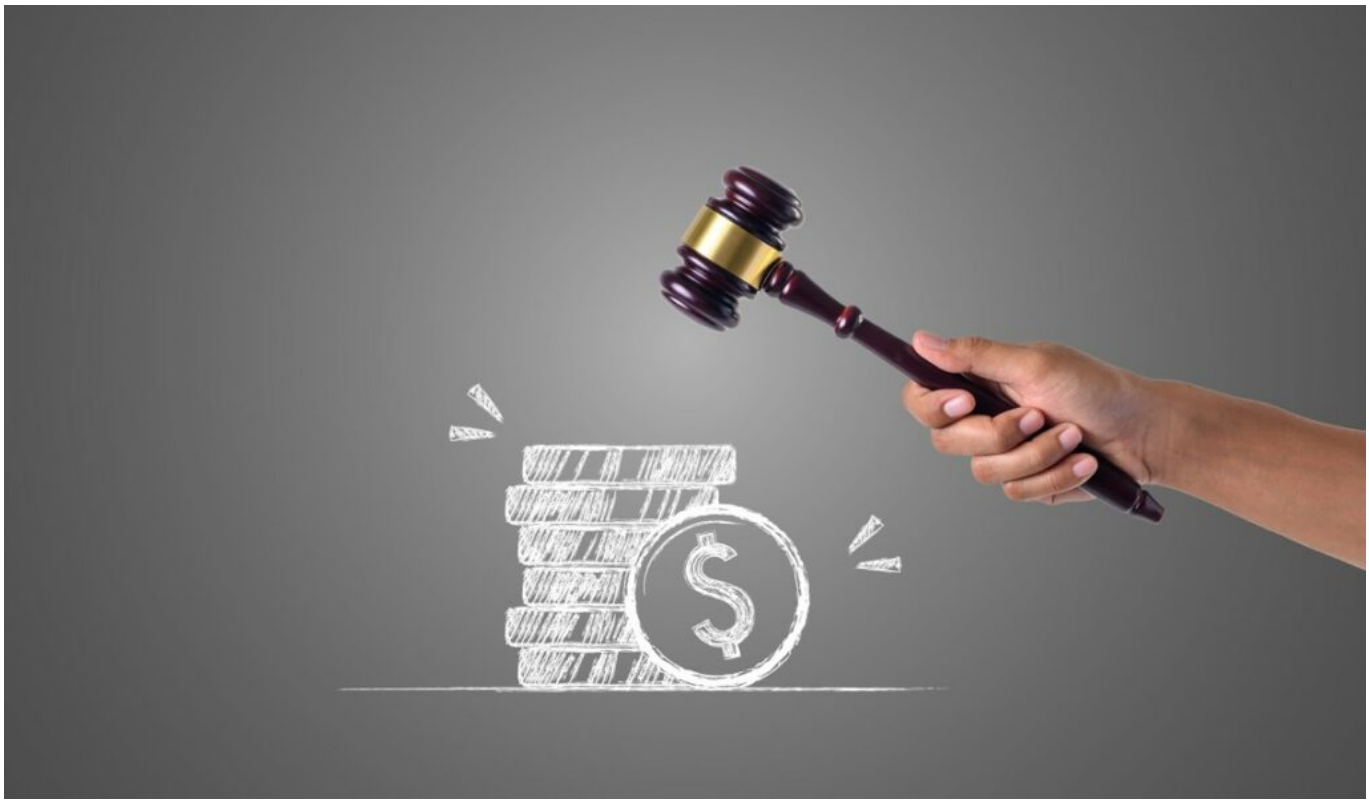
de baisser ce coût ! », conclut Maxime Chipoy, président de Moneyvox.

L.G.

**Enquête réalisée sur 1 004 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus. Le sondage a été effectué en ligne, sur le panel propriétaire YouGov France, du 25 au 28 avril 2025.*

---

# Les Français et les ventes aux enchères



**40% des Français ont déjà enchéri au moins une fois dans leur vie, soit 21 millions de Français. Ces enchérisseurs sont motivés par les prix attractifs, recherchent principalement des pièces de mode, de la déco, des objets de collection ou des produits high-tech, et consacrent aux enchères un budget annuel inférieur à 500€. La nouvelle étude menée par Interencheres, le site n°1 des ventes aux enchères en France, en partenariat avec la société de sondage YouGov,**

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

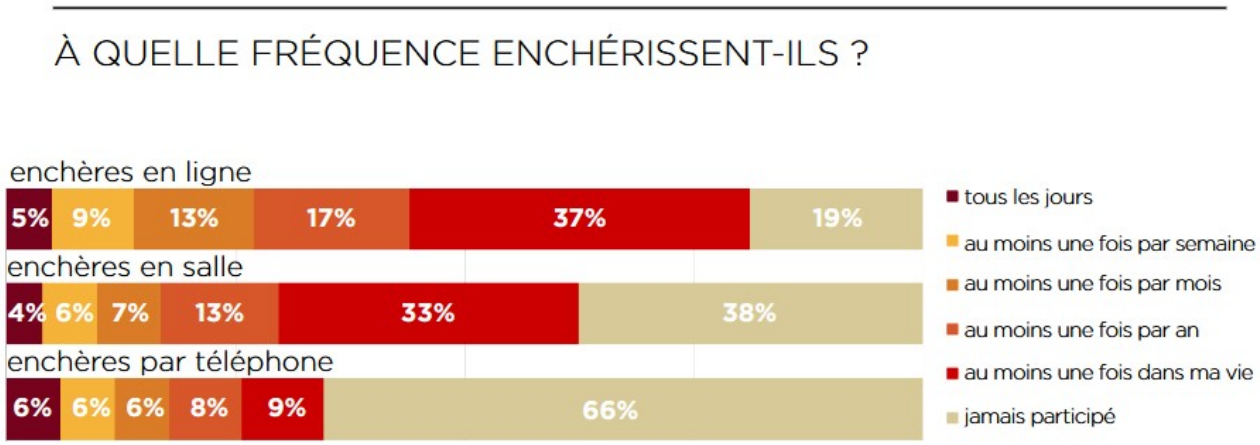
Ecrit par le 20 novembre 2026

**renverse les clichés sur les ventes aux enchères souvent associées aux œuvres d'art millionnaires, et décrypte l'engouement croissant pour ce mode d'achat qui ne ressemble à aucun autre.**

Les ventes aux enchères connaissent ces dernières années un succès sans précédent. Si 23% en 2015 de Français déclaraient avoir déjà participé à une vente aux enchères, ils sont désormais 40% à avoir déjà enchéri au moins une fois dans leur vie. Pour comprendre ce phénomène, Interencheres, le site numéro 1 des enchères en France, a mené en partenariat avec l'institut de sondage YouGov une enquête auprès d'un échantillon de 1 001 personnes représentatif de ces 21 millions de Français enchérisseurs. Cette étude inédite, qui dresse le profil de ces enchérisseurs, leurs motivations, leur budget et leurs comportements d'achat, renverse les clichés sur les ventes aux enchères.

**Les enchères, une manière de préserver son pouvoir d'achat pour 13 millions de Français**

Les ventes aux enchères sont, pour une part croissante des Français, un moyen efficace de préserver son pouvoir d'achat : 61% des enchérisseurs français déclarent participer aux ventes aux enchères pour leurs prix attractifs. À l'échelle nationale, ce sont ainsi près de 13 millions de Français qui recourent aux ventes aux enchères pour profiter de leurs prix compétitifs. La quête de produits uniques (34%) et l'achat écoresponsable d'un bien de seconde main (31%) motivent également un tiers des enchérisseurs. Les femmes sont particulièrement sensibles à la dimension écologique qui motive 40% d'entre elles, contre 26% d'hommes, dont la troisième motivation est l'adrénaline des enchères (27%).




« Les biens proposés aux enchères répondent à la recherche des consommateurs qui veulent donner du sens à leurs acquisitions et sortir des standards de la grande distribution en trouvant des pièces uniques, parfois inédites et chargées d'histoire, mais également profiter de prix très attractifs, explique Bénédicte Valton de Jorna, directrice commercial, marketing et communication d'Interencheres. Les enchères sont

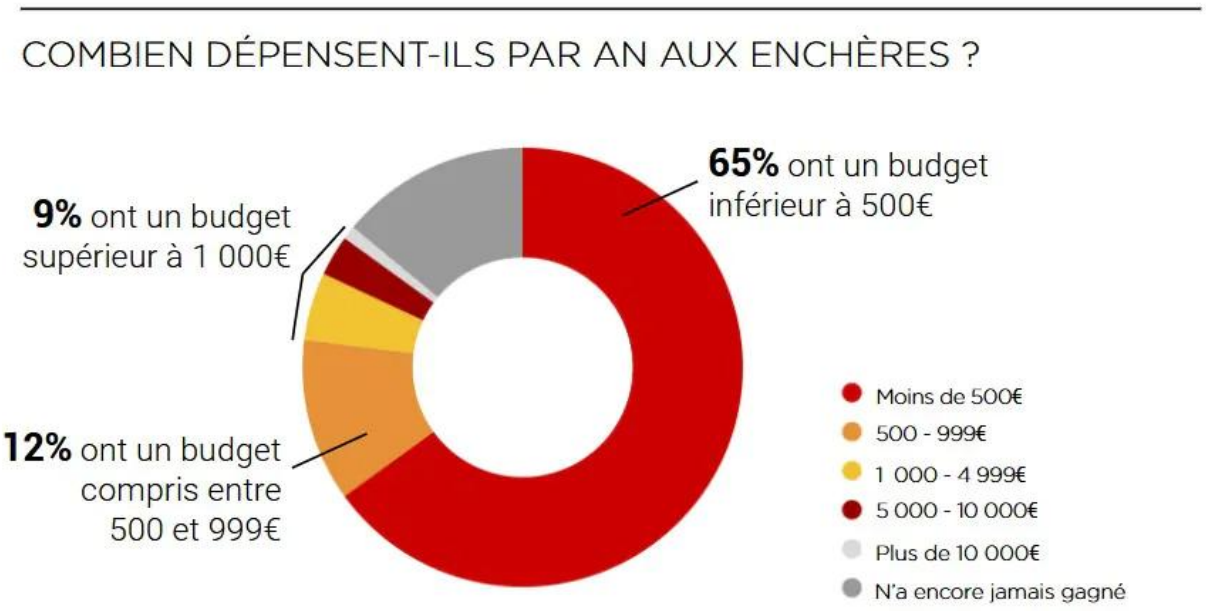
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

accessibles à tous. Le montant du panier moyen sur Interencheres,
inférieur à 300€, en est l'illustration. Sur Interencheres, vous pouvez aussi bien acquérir un tableau de maître à plusieurs millions, qu'un sac Chanel à moitié prix, un objet déco à 20€ ou un robot de cuisine jusqu'à 70% moins cher que dans le commerce. »

**Les produits les plus populaires des enchérisseurs**
Les ventes de mode (33%), de mobilier et décoration (32%) et d'objets de collection (31%) sont les trois catégories de produits les plus populaires auprès des enchérisseurs français. Cette typologie diffère néanmoins selon les sexes et les générations. Les femmes privilégient les ventes de mode (43%) et la catégorie mobilier et décoration (41%), alors que les hommes se tournent davantage vers les objets de collection (34%) et les produits technologiques, tels que la téléphonie, l'informatique et l'électroménager (33%). La palme du 'collectionnisme' revient quant à elle aux 25-34 ans qui sont 36% à suivre les ventes d'objets de collection (livres, timbres, cartes Pokémon, Militaria, jouets, etc.)

**Un budget annuel inférieur à 500€**
La majorité des enchérisseurs français (65%) consacre un budget annuel de moins de 500 euros aux ventes aux enchères. Les enchérisseurs âgés de moins de 45 ans ont le budget le plus élevé : 27% d'entre eux dépensent plus de 500 euros par an dans les ventes aux enchères, contre 16% pour les 45 ans et plus.




**L'enchérisseur type**
En 2024, l'enchérisseur type est un homme (63%), âgé d'au moins 45 ans (56%). Il est dans la vie active (59%), il a suivi des études supérieures (54%) et occupe un poste de cadre (40% sont des CSP+, contre 30% d'ouvriers et employés). Il est en couple (66,5%) et n'a pas d'enfant (60,2%). Il vit dans une ville

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

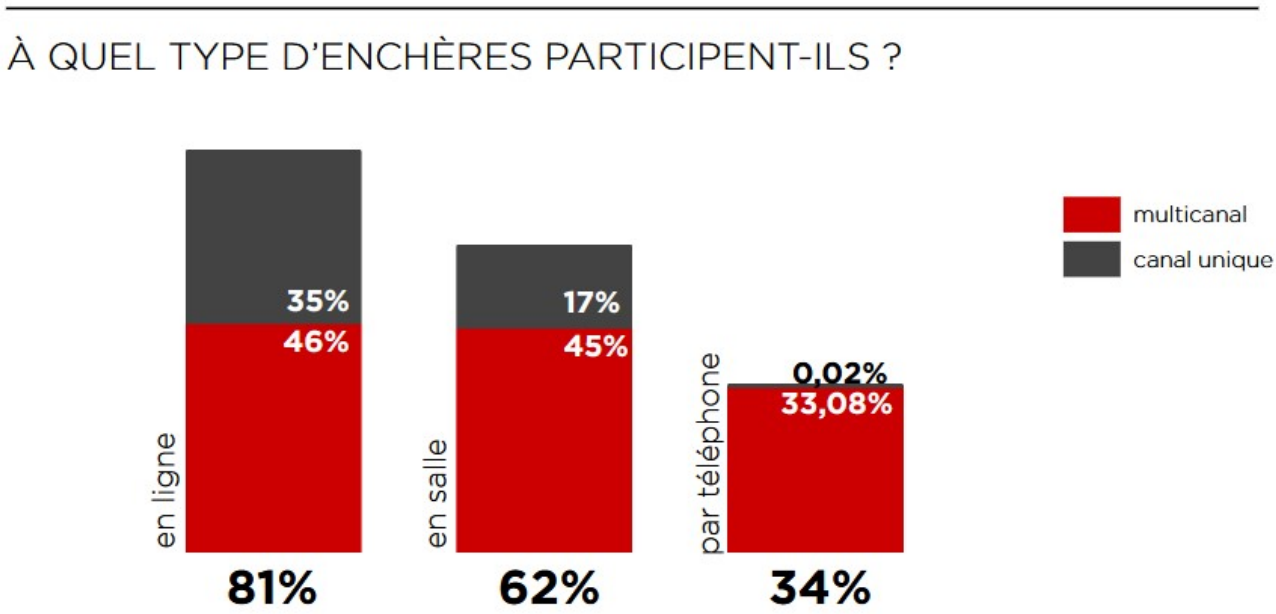
Ecrit par le 20 novembre 2026

moyenne de moins de 100 000 habitants (65%, dont 52% dans une ville de moins de 20 000 habitants).

**Les enchérisseurs français préfèrent enchérir en ligne**

Pour enchérir, la majorité des Français préfèrent recourir aux ventes en ligne. 81% des enchérisseurs français déclarent en effet avoir déjà participé au moins une fois à des enchères en ligne, et 35% d'entre eux recourent exclusivement à ce canal de vente. La traditionnelle salle des ventes reste encore plébiscitée par 62% des enchérisseurs français, mais ils ne sont plus que 17% à privilégier exclusivement ce mode d'achat. Les enchères en ligne s'adaptent plus aisément au quotidien des enchérisseurs français. 44% des enchérisseurs participent au moins une fois par an à une vente en ligne, contre 29% en salle et 25% par téléphone.

« La digitalisation des enchères a permis de démocratiser le secteur, constate Frédéric Lapeyre, président du Directoire d'Interencheres. Comme le révèle notre étude, 35% des enchérisseurs ne recourent qu'exclusivement aux ventes en ligne. Sans Internet, ces néophytes, mordus d'enchères, n'auraient peut-être jamais osé pousser les portes d'un hôtel des ventes. »




**Les jeunes enchérisseurs sont les plus joueurs**

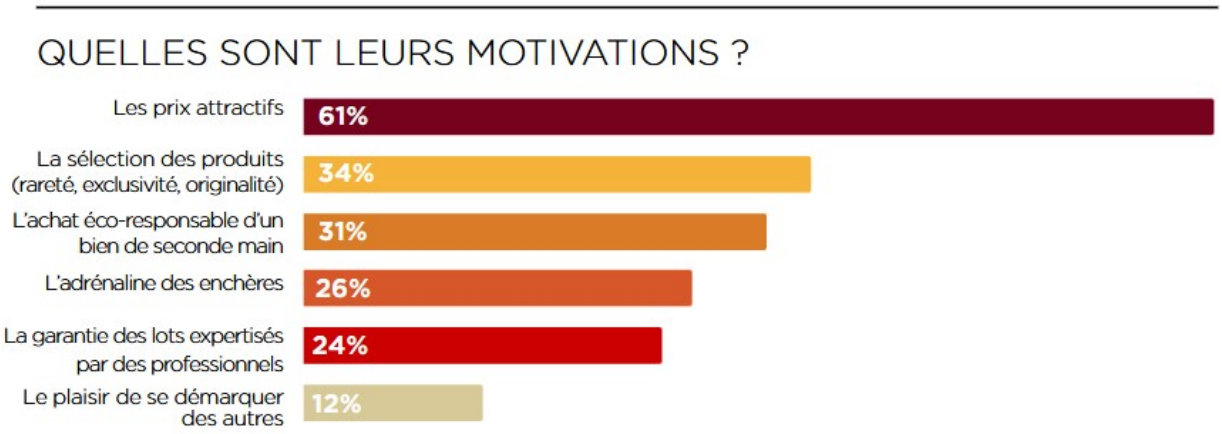
Qu'ils remportent ou non l'objet convoité, la majorité des enchérisseurs français (79%) distinguent les ventes aux enchères des modes d'achats traditionnels, et 74% déclarent ressentir une émotion particulière lors du gain d'une enchère. L'état d'esprit des enchérisseurs oscille principalement entre l'excitation et la fierté (34%) ou le soulagement (23%), certains déclarant qu'ils ne réaliseront leur gain qu'une fois le lot entre leurs mains (16%).

Les émotions sont davantage accrues pour les jeunes enchérisseurs qui se révèlent particulièrement

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

joueurs lorsque les enchères grimpent. En effet, seuls 7% des enchérisseurs de moins de 24 ans, et 11% des 25-34 ans, déclarent ne jamais dépasser leur budget initial, contre 38% des enchérisseurs âgés de plus de 45 ans, et 27% des enchérisseurs tous âges confondus. Les principales raisons qui conduisent les 18-34 ans à dépasser leur budget sont le caractère unique de l'objet convoité (30%), le fait qu'ils ont un coup de cœur (29%) et l'effervescence du groupe qui les incite à ne pas abandonner (21%).




18% des moins de 34 ans se disent à ce titre joueurs, et déclarent détester perdre, et ils sont 42% à considérer les autres enchérisseurs comme des adversaires.
« Les enchères apportent un supplément d'âme, de plaisir et de divertissement, non négligeable eu égard au contexte économique et géopolitique, précise Diane Zorzi, responsable des études d'Interencheres. Dans la lignée du Live Shopping, les enchères live placent l'humain au cœur du parcours d'achat. Ce modèle répond aux aspirations de la nouvelle génération. Dans notre étude, nous avons interrogé les enchérisseurs sur leurs attentes, et 36% des 18-24 ans ont répondu qu'ils aimeraient bénéficier d'une expérience plus immersive, par le biais notamment de la réalité virtuelle, de même que 21% plébiscitent les ventes co-animées par un commissaire-priseur et une célébrité. Ces leviers, sur lesquels nous travaillons avec les commissaires-priseurs, dessinent un avenir prometteur pour les ventes aux enchères qui, en réenchantant l'expérience d'achat, répondent aux enjeux du e-commerce de demain. »

L.G.

---

# L'antigaspi plébiscité par plus de 8 français

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

# sur 10




**Selon la dernière étude Too Good To Go & Yougov, les Français s'organisent mieux et planifient plus pour moins gaspiller et faire face à l'inflation. Une véritable illustration d'un changement de consommation durable**.

À la veille de la rentrée, si les vacances sont bel et bien derrière nous, l'inflation n'a quant à elle pas plié bagage. Les Français ont, pour y faire face, adopté de nouveaux modes de consommation, qui se sont installés dans leur quotidien : batch cooking, attention portée aux promotions, réutilisation des restes… Pour mieux mesurer l'étendue de ce phénomène et la place de l'anti gaspi dans ces nouvelles habitudes, Too Good To Go a interrogé les consommateurs. L'étude Yougov pour Too Good To Go révèle notamment que plus de 8 Français sur 10 ont adopté des comportements anti gaspi pour faire face à l'inflation.

Avec une augmentation des prix de 17% pour un panier moyen de courses en grandes surfaces au premier semestre 2023, l'inflation n'a pas épargné le portefeuille des Français. Ce contexte économique

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

a des conséquences directes sur les comportements de consommation de ceux-ci, alors que la consommation des biens alimentaires a diminué de 10% entre décembre 2021 et juin 2023 selon l'INSEE. Or, d'après plusieurs acteurs de l'alimentaire, il est peu probable que les prix retrouvent leur niveau pré-inflation. Une situation qui pourrait bien chambouler les habitudes des Français sur le long terme.

Lucie Basch, cofondatrice de Too Good To Go : "*Si plus de 8 Français sur 10 ont adopté l'anti gaspi pour faire face à l'inflation, c'est bel et bien qu'une nouvelle ère de consommation des ménages s'est ouverte avec ce contexte. L'adoption de réflexes anti gaspi s'inscrit de façon pérenne dans le quotidien des ménages, des jeunes comme des plus âgés. C'est d'ailleurs ce que l'on observe chez Too Good To Go, avec une hausse de 30% des utilisateurs et des commerçants en l'espace d'un an. L'anti gaspi n'est donc pas un effet de mode mais bien un changement de comportement durable, et on ne peut que s'en réjouir ! Chez Too Good To Go, nous sommes prêts à accompagner professionnels et consommateurs dans cette voie, pour adopter ensemble un mode de consommation plus durable*".

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

**Plus de planification et plus d'organisation pour moins de gaspillage : le combo des Français pour faire face à l'inflation**

Alors que, selon l'Ademe, le coût du gaspillage alimentaire équivaut à plus de 430 € par an par famille, en France sont encore gaspillées chaque année plus de 10 millions de tonnes de nourriture.

L'étude Yougov X Too Good To Go révèle que les consommateurs Français ont bel et bien multiplié les changements de consommation : plus de 8 Français sur 10 (83%) ont ainsi adopté des comportements anti gaspi au cours de ces 12 derniers mois pour faire face à l'inflation et avec pour certains d'entre eux l'envie de faire rimer économies et écologie.

En comprenant l'opportunité économique de l'antigaspi, les Français ont notamment commencé à :

- **planifier davantage leurs repas**, pour 53% d'entre eux
  - Cette tendance se traduit également par l'émergence du batch cooking depuis plusieurs mois, qui consiste à prévoir et cuisiner ses repas en une fois pour toute la semaine.
- **préparer une liste de courses** détaillée avant d'aller en courses, pour 40% d'entre eux
  - Une astuce qui évite les achats impulsifs et fait économiser en n'achetant que l'essentiel une fois dans les allées du magasin.
- **réutiliser les restes de repas** pour en préparer de nouveaux, pour 36% d'entre eux
  - Avec 29kg de nourriture jetée par an par les français dont 7kg de produits toujours emballés, c'est de nombreuses idées de recettes créatives qui partent à la poubelle !
- **surveiller attentivement les dates de péremption** des aliments pour les consommer en priorité pour 35% d'entre eux
  - Alors qu'on estime que 20% du gaspillage alimentaire dans les foyers est lié à une mauvaise compréhension des dates, y porter une plus grande attention permettrait d'économiser jusqu'à 100€ par an.
- **sauver des paniers Too Good To Go**
  - Depuis le début de l'inflation, Too Good To Go a observé une augmentation de 30% du nombre d'utilisateurs et de commerçants. C'est aujourd'hui 1 Français sur 4 qui a l'application.
  - En sauvant un panier par semaine sur l'application Too Good To Go, un utilisateur peut en moyenne économiser plus de 500€ par an sur son budget alimentaire.

Alors que ces nouvelles pratiques se répandent, des nuances sont à noter selon les types de consommateurs. Les étudiants, toujours dans l'art de l'ingéniosité, optent davantage pour la réutilisation des restes (46%). De leur côté, les retraités préfèrent élaborer des listes de courses (49%), tout comme les parents qui prennent ce virage, bien que de façon légèrement moins importante (39%). Vient ensuite la réduction des repas pris à l'extérieur, tout juste derrière.

**La « gamelle » du midi fait son grand retour chez les Français**

Cette logique de planification des repas observée plus haut se retrouve également dans un changement

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

de comportement des Français vis-à-vis de leur repas du midi. La “gamelle” du midi semble ainsi être revenue au goût du jour : plus d’un Français sur deux (53%) anticipe son repas du lendemain midi lorsqu’il prépare son repas du soir, tandis que 64% déclarent avoir réduit la fréquentation des restaurants pour des solutions moins coûteuses.

Face à ces résultats, Too Good To Go a d’ailleurs décidé de lancer une campagne de rentrée visant à encourager l’adoption de ce nouveau comportement vertueux. Too Good To Go y invite les Français à intégrer les réflexes anti gaspi dans la préparation des repas du midi, ou même à profiter d’occasions de se régaler à moindre coût, en optant pour des repas anti gaspi via son application. Ces contenus de sensibilisation seront visibles sur l’ensemble de ses réseaux sociaux et sur son blog. Pour soutenir ses utilisateurs dans cette démarche, Too Good To Go organise également un concours de grande envergure, leur permettant de remporter un an de paniers surprises.

**Les Français toujours plus à la recherche de bons plans en magasin**

Alors que les volumes d’achat alimentaires ont eu tendance à baisser depuis le début de l’année, l’anti gaspi pourrait être une opportunité pour les magasins pour continuer à répondre aux attentes des consommateurs.

Ils sont en effet 77%, soit plus de 3 Français sur 4, à souhaiter plus de produits anti gaspi à petit prix chez les enseignes, tandis que 20% d’entre eux seraient prêts à faire un déplacement uniquement pour une promotion. Un souhait qui s’inscrit dans une démarche de recherche de nouvelles solutions pour réduire le gaspillage alimentaire dans laquelle se trouvent 68% des Français.

Ces résultats confirment l’ambition de Too Good To Go, qui avec plus de 40 000 commerces partenaires à travers la France, 15 millions d’utilisateurs et 55 millions de repas sauvés avec eux, a pour vocation d’accompagner toujours plus de professionnels et de particuliers dans la réduction du gaspillage alimentaire dans leur quotidien. Présente dans 17 pays, Too Good To Go vient de célébrer plus de 250 millions de repas sauvés dans le monde.

**Les 3 infos à retenir :**

- **Les Français planifient plus leur repas et anticipent en particulier celui du midi (53%)**
- **L’anti gaspi est ancré dans leur quotidien : ils sont plus d’1 tiers à faire attention aux dates**
- **Plus de 3 sur 4 d’entre eux souhaitent davantage de produits anti gaspi à petit prix chez les enseignes**

*Étude Yougov X Too Good To Go “Changements des habitudes de consommation”. Enquête réalisée sur 1020 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus. Le sondage a*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

*été effectué en ligne, sur le panel propriétaire YouGov France du 18 au 20 juillet 2023.*