

Massy, le 3 juin 2026



Les Français consacrent chaque mois 58 euros à leur bien-être

Plus de 7 Français sur 10 déclarent être en bonne santé mentale et physique selon le dernier Sofinscope. Un constat encourageant qui résulte de l'adoption de pratiques bien-être par 90% des Français et d'un budget mensuel moyen de 58 euros pour lutter contre les sources de stress.

Pour résister au stress, les Français ont adopté massivement les pratiques bien-être

90% des Français ont adopté au moins une pratique bien-être pour préserver leur santé physique et mentale des effets du stress, dont les principales sources identifiées sont le contexte économique et social (76% des interrogés), l'avenir incertain (75%) et le contexte géopolitique (72%).

Parmi les pratiques bien-être privilégiées, la marche en extérieur tire son épingle du jeu avec 59% de Français qui la pratiquent régulièrement. Puis viennent les activités sportives et la cuisine ou le bricolage pour plus de 4 Français sur 10.

Un budget bien-être que les Français aimeraient pouvoir augmenter

Les Français consacrent en moyenne chaque mois un budget de 58 euros à leur bien-être. Cette enveloppe atteint même 93 euros chez les 25-34 ans. Elle leur semble cependant insuffisante et idéalement ils aimeraient pouvoir dédier un budget de 95 euros à leur santé physique et mentale. Cet écart significatif entre le budget effectivement consacré chaque mois au bien-être et le budget idéal illustre le frein financier auquel sont confrontés les Français.

Pour y faire face, les Français assument des arbitrages dans leurs dépenses pour prendre soin d'eux : 61% affirment devoir renoncer parfois à certaines pratiques de bien-être, faute de moyens ; 60% des Français considèrent qu'il existe suffisamment de solutions gratuites pour aller mieux ; 50% affirment que les outils digitaux (applications mobiles dédiées au bien-être...) sont une bonne alternative quand on n'a pas les moyens de consulter un psychologue ; Et 35% des Français privilégient des activités proposant des facilités de paiement (crédit, paiement en plusieurs fois, différé, etc.).

« 79% des Français affirment que prendre soin de sa santé mentale devrait être une priorité. Cependant le budget dédié à leur bien-être est contraint et même si de nombreuses activités gratuites permettent de prendre

soin de soi, les professionnels du secteur doivent tenir compte de ces contraintes financières et apporter des solutions pour rendre plus accessibles leurs produits et services. » **Franck ONIGA, Directeur général de Sofinco**

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante : « Le Sofinscope – Baromètre OpinionWay pour Sofinco ».

Contact Presse Sofinco

presse@ca-pfm.com

+33 (0)6 80 41 17 77

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 1 003 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. 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 22 au 24 avril 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. Spécialiste du financement personnel, elle accompagne depuis plus de 70 ans les Français dans la transition vers une consommation plus responsable via une gamme étendue de solutions de financement et de services associés proposée en vente directe ou via ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels). Il accompagne également les Français dans leur parcours de rénovation énergétique du logement ou dans l'adaptation de ce dernier au bien vieillir.

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr