

A quel point la dépendance aux achats compulsifs est-elle répandue en Suisse?

Résultats significatifs de la première enquête représentative effectuée par la Haute Ecole Spécialisé de Travail Social à Berne, Verena Maag

Un nombre grandissant de personnes tend à faire des achats compulsifs

L'ensemble des problèmes liés aux achats compulsifs a augmenté de manière significative ces dernières années. Dû à l'augmentation des revenus, faire des emplettes est devenu une activité récréative, ce qui parallèlement a fait augmenter le nombre de personnes dont les comportements d'achat relèvent de la dépendance.

Dans ce contexte, la Haute Ecole de Travail Social à Berne, en collaboration avec l'Institut de Recherche GFS a mené une enquête auprès de 705 Suissesses et Suisses sur leur comportement d'achat. Il en est ressorti que près de 5% des personnes questionnées présentent une dépendance aux achats compulsifs, c'est à dire ne contrôlent pas leur impulsion d'acheter, même si des conséquences négatives, telles que l'endettement, y sont reliées. 33% des personnes consultées ont tendance à faire des achats compulsifs; 35% d'entre elles achètent pour échapper à un quotidien peu réjouissant et pour se détendre; et 26% parce que l'objet acheté était bon marché. 24% des personnes participant à l'enquête disent se poser des questions sur la pertinence de leurs achats après les avoir effectués, 14% disent avoir mauvaise conscience et 7% admettent que souvent elles n'osent pas montrer leurs achats à d'autres, de peur qu'on leur reproche de ne pas être raisonnables.

Une comparaison entre notre enquête menée en 2003 et l'étude réalisée dans la ville de Zurich en 1994 (Wartburg, Wassmer) permet de constater que le nombre de personnes dépendantes a presque doublé durant cette période. En effet, en 1994 le nombre de personnes dépendantes a été évalué à 2.5%, alors qu'en 2003, il est de 4.8%. Les résultats des enquêtes en Suisse correspondent à peu de choses près à ceux d'autres pays hautement industrialisés.

La tendance incontrôlable d'acheter se constate surtout chez les jeunes et les femmes.

Ce comportement est beaucoup plus fréquent chez des jeunes que chez des personnes plus âgées. Parmi les personnes entre 18 et 24 ans consultés dans le cadre de notre enquête, 17% disent avoir de grandes difficultés à contrôler leurs impulsions d'acheter et 47% ont un problème de contrôle qui va de léger à moyen. Les jeunes adultes semblent donc être plus vulnérables face aux miroitements de la publicité. Mais il s'agit-là d'un problème qui diminue avec l'âge.

Le nombre de personnes présentant une dépendance aux achats compulsifs est presque deux fois plus élevé chez les femmes que chez les hommes. On peut également constater que la tendance d'acheter de manière impulsive est nettement plus élevée chez les femmes. Cela peut s'expliquer en évoquant un grand nombre de raisons. Par exemple, c'est surtout aux femmes qu'incombent les activités ménagères dont font partie, entre autres, les achats. Ainsi, en passant plus de temps dans les magasins, elles sont exposées à un plus grand risque de surconsommer et parfois aussi de « perdre les pédales ».

Le rôle que jouent les cartes de crédit.

50% des personnes participant à notre enquête possèdent une carte de crédit. Leur comportement relatif à l'achat ne se distingue pas de celui des personnes qui ne disposent pas d'une telle carte.

Par contre, une personne ayant tendance à faire des achats compulsifs ou présentant une dépendance aux achats compulsifs et disposant d'une carte de crédit n'utilisera pas cette carte uniquement comme moyen de paiement, mais se laissera facilement emporter à acheter plus que prévu et même à s'endetter.

Presque la moitié des consommateurs présentant des problèmes d'achat épuisent leur limite de crédit, alors que le consommateur « normal » n'utilise que le quart du crédit disponible. Le nombre de personnes utilisant leur carte de crédit alors qu'elles ne disposent pas des fonds nécessaires au paiement de leur compte est deux fois plus élevé chez les consommateurs compulsifs. Un tiers des consommateurs compulsifs disent qu'à leurs yeux, le prix n'a pas d'importance si elles chargent le montant à payer sur leur carte de crédit, alors que seulement 15% des consommateurs « normaux » sont de cet avis.

Posséder une carte de crédit incite 45% de consommateurs compulsifs à réaliser des achats non prévus, alors que seulement 17% de consommateurs « normaux » présentant un même comportement.

Conséquences financières des achats compulsifs

L'endettement est une des conséquences les plus visibles du comportement d'achat non contrôlé. Les personnes incapables de maîtriser leurs impulsions se voient souvent réduites à emprunter pour financer leurs achats. Elles se laissent plus facilement entraîner au leasing, à faire des achats à tempérament, et à d'autres formes de crédit, ou se voient obligées de convenir d'une prorogation d'échéances avec le fisc. Le Petit crédit est un autre moyen de se procurer des fonds. Il faut également mentionner que 14% des consommateurs dont les comportements d'achat relèvent de la dépendance ont déjà été mises en poursuite, alors que chez les personnes à comportement « normal », ce nombre diminue de 50%.

Autres conséquences des achats compulsifs

Souvent, les personnes effectuant des achats de manière compulsive ressentent de la honte. 22% avouent qu'ils dissimulent ces achats devant leur famille ou leurs amis. Par ailleurs, il n'est pas rare que ces achats soient le sujet de querelles entre conjoints ou contribuent à une détérioration des relations allant jusqu'à la séparation. Il n'est pas rare aussi que des consommateurs compulsifs s'absentent de leur lieu de travail pour faire des achats qui ne sont pas forcément indispensables.

Malgré les problèmes d'ordre personnel et social résultant de leur comportement d'achat compulsif, les personnes concernées n'estiment pas avoir besoin de thérapie, mais considèrent que leurs problèmes sont avant tout d'ordre financier.

Pour d'autres renseignements, adressez-vous à

Verena Maag, tél. 031 372 04 94; tél. cellulaire 079 333 04 02
v.maag@bluewin.ch

