

Baromètre sur le rapport des Français à la Natalité « IFOP - Fondation Grandir »

Le pouvoir d'achat s'impose comme le premier frein au désir d'enfant chez les Français

Saint-Ouen, le 22 janvier 2026 - Alors que la France enregistre une baisse continue des naissances depuis quinze ans, la Fondation Grandir dévoile les enseignements de son 1^{er} Baromètre, en partenariat avec l'IFOP, sur le rapport des Français à la natalité. Cette enquête, réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1.000 Français, met en lumière une réalité sans ambiguïté : les contraintes économiques constituent aujourd'hui le principal frein à la natalité et alimentent un sentiment de fragilité chez les parents et futurs parents. La Fondation Grandir annonce, à cette occasion, la création d'un « Observatoire de la natalité et des enfants », avec pour mission, de faire entendre la voix des familles et permettre à la société civile de proposer des mesures concrètes et de bon sens.

Le pouvoir d'achat, frein numéro un à la natalité

Selon le baromètre, **88% des Français estiment que le manque de pouvoir d'achat constitue un frein au fait d'avoir un enfant**. La question financière arrive ainsi très nettement en tête des obstacles. Ce constat traverse toutes les générations, y compris les plus jeunes, et concerne aussi bien les personnes déjà parents que celles qui ne le sont pas.

À cette pression financière s'ajoute une difficulté supplémentaire : **72% considèrent que l'accès à un logement suffisamment grand est également un frein**.

Pouvoir d'achat restreint et conditions de logement insuffisantes forment ainsi un même bloc de contraintes. La natalité apparaît ainsi étroitement liée à la capacité des ménages à faire face aux dépenses du quotidien, dans un contexte où, même si l'inflation s'est stabilisée, le contexte économique reste incertain.

Une jeunesse marquée par les incertitudes climatiques et géopolitiques

Le baromètre révèle également des **craintes générationnelles fortes, 70% des Français évoquent les risques liés à la guerre en Europe et à l'instabilité mondiale comme un frein à la natalité**, tandis que **54% citent le risque climatique et écologique**.

Ces préoccupations sont encore plus prononcées chez les moins de 35 ans, qui expriment une anxiété accrue face à l'avenir et à la capacité de la société à offrir un cadre stable aux générations futures. Ces incertitudes globales viennent renforcer les hésitations à s'engager dans un projet parental.

Une politique familiale différemment perçue

Dans ce contexte, **66% des Français** (avec une proximité politique allant des écologistes, au PS, à Renaissance et à LR) **déclarent avoir une bonne image de la politique familiale menée en France**.

Cependant **63%** de ceux ayant une proximité politique avec LFI ou le RN **ont une mauvaise image de la politique familiale**.

Femmes, actifs et classes moyennes se montrent plus critiques que les autres catégories eu égard à la qualité du soutien à la natalité, à l'action sociale et l'articulation vie pro-vie perso.

Cela traduit un sentiment de décalage entre les attentes des familles et les réponses apportées par les politiques publiques. Si certaines avancées sociales sont reconnues (**69% des Français estiment que depuis 25 ans la France a progressé en termes d'égalité homme-femme et 50% qu'il est plus facile d'être parent en France qu'ailleurs en Europe**), elles ne suffisent pas à compenser le poids des contraintes économiques et organisationnelles.

Le manque de places en crèche, une préoccupation supplémentaire pour les futurs parents.

Malgré des listes d'attentes divisées par quatre en 15 ans, **65 % des Français estiment que le manque de places en crèche constitue un obstacle à la natalité**. Cette préoccupation est particulièrement marquée chez les femmes, les moins de 35 ans et les Français vivant hors des grandes métropoles.

À ce titre, **88% des salariés considèrent comme prioritaire et/ou important qu'un employeur puisse proposer à ses salariés une place en crèche pour leurs enfants**.

Par ailleurs, **63% font confiance au secteur privé dans la gestion de la petite enfance** versus 65% pour la santé et 58% pour l'éducation.

Une volonté de faire bouger les lignes pour 76% des Français

Plus largement, la petite enfance constitue un enjeu majeur pour tous les Français : **76% estiment que la France doit faire des crèches et de l'école maternelle, c'est-à-dire des 2.000 premiers jours de la vie, une « grande cause nationale »**, une position encore plus affirmée chez les retraités (84%).

La création d'un « Observatoire de la natalité et des enfants »

Face à ces constats, la Fondation Grandir annonce la création d'un **Observatoire de la natalité et des enfants**, une initiative indépendante et transpartisane destinée à analyser dans la durée les évolutions démographiques, économiques et sociales qui influencent les choix familiaux.

À travers un baromètre biannuel réalisé avec l'IFOP, des travaux de recherche approfondis basés sur les données **de plus de 80.000 familles en France et à l'international**, et l'appui d'un comité scientifique de premier plan, l'Observatoire a pour ambition d'étudier l'ensemble des politiques publiques à hauteur d'enfant (logement, emploi, éducation, santé, aménagement du territoire, allocations familiales, démocratie, etc.) pour produire des analyses rigoureuses et formuler des recommandations simples et concrètes.

(www.observatoirenatalite.org)

À propos de la Fondation Grandir

Les Petits Chaperons Rouges, référence de la petite enfance en France, ont créés en 2010 cette fondation à but non-lucratif afin de soutenir des initiatives exemplaires dans le champ du social, de l'éducation et de la santé. Son président est Jean-Emmanuel Rodocanachi, Président-Fondateur du Groupe Grandir. Depuis sa création, la Fondation Grandir a soutenu plus de 30 projets innovants et solidaires, aussi bien pour les enfants, les familles et les professionnels. Elle est active en France, en Europe et en Amérique du Nord.

(www.fondation.grandir.com)

Contact presse :

Nicolas Badey : n.badey@lpcr.fr - 07 57 43 35 56
