

[ETUDE SHARESUB x IPSOS]

## **Bonnes résolutions 2026 : passer au crible ses abonnements numériques pour mieux maîtriser son budget**

Communiqué de presse - 14 janvier 2026

- Les répondants dépensent en moyenne 54€ par mois dans les abonnements de loisirs numériques
- 44% a déjà oublié de résilier un abonnement et payé inutilement
- 1 Français sur 2 a déjà résilié un abonnement pour faire des économies

En ce début d'année, entre bonnes résolutions et soldes d'hiver, les Français revoient leurs dépenses, notamment celles liées aux abonnements numériques. Selon une étude<sup>1</sup> [Sharesub](#) réalisée par IPSOS, la multiplication des services payants et la hausse continue des prix incitent une majorité de consommateurs à faire le tri et revoir leurs usages.

66% des répondants déclarent être abonnés à une plateforme de vidéo à la demande, 41% à un service de streaming musical payant et 31% disposent d'un abonnement lié à l'e-commerce (Amazon Prime, Uber Eats, Fnac, etc.). En excluant les abonnements dits "utilitaires" (téléphonie, internet, assurances...), les répondants estiment leurs dépenses moyennes à 54€ par mois pour les abonnements de loisirs numériques.

Si ces services sont devenus incontournables, l'accumulation des offres rend leur suivi plus complexe. La moitié des abonnés (50%) indiquent ne faire le point sur leurs abonnements qu'une fois par an, voire moins. Une gestion peu régulière qui se remarque dans les résultats : 44% déclarent avoir déjà oublié de résilier un abonnement et payé inutilement, contribuant à une perception floue du budget réellement consacré à ces dépenses récurrentes.

Conséquence directe de ce manque de visibilité : 56% déclarent avoir déjà résilié un abonnement (ou envisager de le faire) en raison de difficultés budgétaires. Un chiffre qui monte à 68% pour les foyers avec enfants.

### **Ajuster plutôt que renoncer**

Plutôt que de supprimer définitivement ces services, certains consommateurs privilégient des stratégies d'ajustement :

- 71% considèrent le partage d'abonnements avec tarif de groupe comme une solution pertinente et durable,

---

<sup>1</sup> Etude Sharesub réalisée avec IPSOS en octobre 2025 auprès de 1 000 répondants Français.

- 29% pratiquent l'abonnement intermittent, en s'abonnant et se désabonnant selon leurs besoins.

Des nouvelles habitudes de consommation traduisant une évolution des comportements vers davantage de mutualisation et de rationalisation.

Faites le bilan de vos dépenses et découvrez les économies potentielles que vous pouvez réaliser grâce au simulateur Sharesub, disponible ici : <https://find.sharesub.com>

N'hésitez pas à nous contacter pour toute demande d'information complémentaire ou pour échanger avec Jean-Brice de Cazenove, fondateur et CEO de Sharesub.

**Graphiques de l'étude en pièce jointe.**

---

### **À propos de Sharesub :**

*Sharesub est une plateforme française pionnière du co-abonnement en Europe. Fondée en 2020, elle permet aux utilisateurs de partager les frais d'abonnement pour plus de 690 services numériques, incluant les plateformes de streaming, des services musicaux, des applications éducatives et des outils de bureautique. Présente dans 33 pays, Sharesub offre une solution innovante qui réduit les coûts de 30 à 75% avec des économies annuelles moyennes de 480€.*

---

### **Contacts presse - Agence Hello SunRise**

Léa Jouanchin - 06 33 35 01 42 - [lea@hellosunrisepr.com](mailto:lea@hellosunrisepr.com)  
Frédéric Vincent - 06 29 27 69 48 - [frederic@hellosunrisepr.com](mailto:frederic@hellosunrisepr.com)