

# « Désolée, je peux pas suivre » : quand l'amitié devient un luxe



Restos, festivals, cadeaux communs... Entre inflation et multiplication des rituels sociaux, voir ses amis coûte de plus en plus cher. Au point qu'un mot a émergé pour décrire le phénomène : la « friendflation ».

JULIE HUON

Un anniversaire à 50 euros. Un escape game à 25. Un brunch « tout simple » qui finit à 45 euros « avec le mimosa, c'est obligé » (1). Un concert, un week-end d'enterrement de vie de jeune fille à Lisbonne, une cagnotte bébé, puis une autre. Et cette addition divisée en huit alors qu'on a juste pris des pâtes et une eau pétillante. L'amitié n'a pas de prix, dit-on. Et pourtant.

Un nouveau mot revient dans les conversations : *friendflation*. Contraction de *friend* et *inflation*, il désigne cette impression de plus en plus partagée que maintenir une vie sociale coûte cher. Parfois très cher. Le terme émerge d'abord dans les sphères de la finance personnelle – banques, sites de crédit et médias spécialisés dans le budget – avant d'envahir TikTok et les médias anglo-saxons en 2025. Derrière le gimmick générationnel, une vraie question économique : est-ce que voir ses amis est devenu un luxe ?

En Belgique, les chiffres de Statbel montrent que les loisirs pèsent légèrement plus lourd dans le budget des ménages qu'il y a quelques années. En 2024, les Belges consacraient 7,9 % de leurs dépenses à la culture et au temps libre, contre 7,2 % en 2018. Pas énorme. En revanche, entre 2022 et 2024, les dépenses consacrées aux restaurants et à l'horeca ont, elles, aug-

**Entre 2022 et 2024, les dépenses des Belges consacrées aux restaurants et à l'horeca ont augmenté de 16,9 %.** © UNSPLASH.

menté de 16,9 %.

Bien sûr, ces données ne disent pas combien coûte l'amitié : un resto ou une sortie peuvent tout aussi bien se faire en couple ou en famille. Mais s'il est un domaine où le coût de la sociabilité saute aux yeux, c'est celui des enterrements de vie de jeune fille et de garçon. Longtemps anecdotiques, ces rituels festifs sont devenus une étape quasi obligatoire des mariages contemporains. Dans un article publié en mai 2025, *Le Monde* rappelle qu'en France, 72 % des femmes de moins de 30 ans ont participé à un EVJF, contre 12 % il y a 25 ans, selon une publication de l'Ined. Le journal évoque un marché de plus de 100.000 EVJF par an, pour un coût moyen estimé entre 150 et 250 euros par participante. Et encore : certaines racontent des week-ends dépassant les 1.000 euros.

**Renoncer, faute d'argent**

Le phénomène est suffisamment installé pour que les banques – belges notamment – financent indirectement cette sociabilité-là, via des prêts personnels destinés aux voyages, loisirs ou grands événements. « Je sais que l'idée de s'endetter pour préserver sa vie sociale peut sembler absurde », reconnaît Malika, 29 ans, institutrice primaire bruxelloise qui a emprunté l'année dernière pour une virée surf au Portugal entre copines. « Mais je préfère rogner ailleurs plutôt que décrocher du groupe. »

Une enquête menée en 2025 auprès de 1.000 Américains et Américaines de 18 à 44 ans par Ally Bank – grande banque numérique américaine née de l'ancien bras financier de General Motors – révèle que les jeunes adultes dépensent en moyenne 250 dollars par mois pour leurs activités entre amis. Surtout, près d'un sur deux dit avoir déjà renoncé à un événement social faute d'argent.

Sur les réseaux sociaux, les exemples se multiplient. L'un des plus viraux, sur TikTok, vient du créateur new-yorkais Sean Lans, qui explique pourquoi il a renoncé à un anniversaire : le restaurant choisi affichait un burger à 41 dollars + 11 dollars de frites en supplément et une soirée qui devait se poursuivre dans un établissement dont l'entrée coûtait 35 dollars. « Je n'ai pas envie de dépenser l'équivalent de mes courses de la semaine pour une seule soirée », explique l'influenceur. Sous sa vidéo, des milliers de commentaires racontent la même gêne : accepter des sorties qu'on ne peut pas vraiment se permettre, culpabiliser de dire non, ou finir par s'éloigner du groupe.

**L'industrie des rituels amicaux**

Parce que derrière la *friendflation*, ce qu'on observe, c'est une vie sociale de plus en plus indexée sur la consommation. Voir ses amis et amies ne signifie plus seulement passer un moment ensemble, à l'appart' ou dans un parc. Il faut réserver, voyager, participer, organiser, tenter une expérience.

« Aujourd'hui, il y a toute une industrie qui s'est développée autour des rituels amicaux », reconnaît Malika. « Les anniversaires, les babyshowers, les enterrements de vie de jeune fille sont devenus de mini-festivals où tout est important : le cadeau, les activités, la déco, les tenues, les accessoires, le city-trip ! Franchement, si tu n'as pas les moyens de rester dans la boucle, commence doucement à inventer tes excuses. »

(1) LE cocktail du brunch : moitié champagne, moitié jus d'orange.

## l'experte « Nos amitiés ne servent aucune finalité économique »

ENTRETIEN  
J.H.

La journaliste française Alice Raybaud s'intéresse de près à l'évolution de nos relations sociales. Après *Nos puissantes amitiés* (La Découverte, 2024), elle publiera en septembre dans la même maison *Nos solitudes : déjouer les politiques de l'isolement*. La *friendflation*, cette hausse du coût de l'amitié, figure parmi les phénomènes qu'elle y aborde.

**Est-ce qu'avoir des amis ou des amies est devenu un luxe ?**

Je ne crois pas tant que ce sont les individus qui ne sont plus capables de vivre des amitiés sans consommer. J'y vois davantage un effet structurel. Les espaces où se retrouver sans dépenser sont de plus en plus rares. L'espace public s'est grandement érodé ces dernières années : on n'a plus tellement d'endroits où se poser dans nos villes sans devoir payer un verre ou une activité. Le fait de flâner, ou simplement de rester quelque part, est largement découragé par l'architecture urbaine, pensée surtout pour nous faire circuler d'un point A à un point B, généralement du domicile au travail. Quand la flânerie n'est pas empêchée par d'autres contraintes, ce sont les femmes ou les personnes racisées qui peuvent se heurter à d'autres formes d'exclusion, des remarques sexistes aux contrôles au faciès.

**Vous dites que la crise du logement joue également un rôle ?**

Quand on vit dans des appartements petits, peu accueillants ou partagés, il devient plus difficile d'inviter chez soi. Oui, dans ce contexte, sociabiliser devient davantage un luxe. Tout cela fragilise nos amitiés et crée une grande solitude pour celles et ceux qui ne peuvent plus suivre. Avec l'inflation et les difficultés économiques, certaines personnes se mettent en retrait parce qu'elles n'ont plus les moyens de s'adapter aux habitudes financières de leur groupe d'amis.

**Est-ce qu'on sait encore voir ses amis sans consommer ?**

On gagnerait beaucoup à réfléchir ensemble à la forme que prennent nos rencontres sociales. Se donner rendez-vous pour une promenade le long d'un canal ou dans un parc, apporter chacun son pique-nique selon ses moyens, cuisiner ensemble pour la semaine ou partager certaines tâches du quotidien sont autant de façons de se retrouver sans faire de la consommation le centre de la rencontre. Mais ça suppose aussi de disposer d'espaces adaptés : un coin de pelouse, un parc accueillant, une cuisine où plusieurs personnes peuvent tenir ensemble. Encore une fois, ce n'est pas entièrement du ressort des individus.

**Est-ce qu'il y a aujourd'hui une pression à « suivre » financièrement ses potes ?**

On peut très vite se retrouver à dépenser des centaines d'euros par mois simplement pour entretenir ses liens, dans un contexte où ça devient de plus en

plus difficile avec des agendas saturés et une forte pression sur le temps disponible. Ces nouvelles habitudes, où le réflexe de consommation s'est progressivement installé dans nos relations, créent nécessairement des formes d'injonction que l'on ne questionne plus toujours. Elles tendent aussi à modifier la texture même de nos relations. Nos amitiés sont des espaces qui, par essence, s'épanouissent dans l'improductivité. Elles peuvent exister à côté des logiques marchandes parce qu'elles ne servent aucune finalité économique. Elles sont précieuses précisément parce qu'elles sont gratuites.



Les espaces où se retrouver sans dépenser sont de plus en plus rares

”