



Des plans pour votre argent

Communiqué de presse – Paris, 30 juin 2025

TikTok, YouTube, Instagram... quand les réseaux sociaux dictent les nouveaux codes de l'épargne

*Nalo publie les résultats d'un sondage exclusif sur
« Les Français et la démocratisation de la culture financière » réalisé avec OpinionWay*

L'environnement économique incite de plus en plus de particuliers à s'interroger sur la meilleure façon de faire fructifier leur épargne. Parallèlement, les comportements d'investissement évoluent rapidement. Cette transformation s'accompagne d'un phénomène marquant : la vulgarisation massive de la culture financière, portée notamment par Internet, les réseaux sociaux et une nouvelle vague d'influenceurs spécialisés. Cela permet à de nouveaux publics, plus connectés, de découvrir l'investissement. C'est le cas des jeunes qui s'approprient aujourd'hui pleinement les codes de l'épargne, dans une logique d'émancipation, de sécurisation financière et de projection dans l'avenir.

C'est dans ce contexte que Nalo, plateforme digitale d'investissement et de conseil financier, publie les résultats de son sondage « Les Français et la démocratisation de la culture financière », réalisé en collaboration avec OpinionWay.

- Si l'épargne suscite l'intérêt de 85% des Français, seuls 49% montrent un attrait pour l'investissement.
- À peine plus d'un tiers (37%) jugent avoir une bonne ou une excellente culture financière, un niveau comparable aux 34% qui la considèrent comme faible ou inexistante.
- Ils sont 41% à estimer avoir une meilleure culture financière que leurs parents au même âge. Et ils sont 54% à affirmer être au même niveau que leurs amis ou collègues, 49% que leur conjoint(e), et 48% que les autres Français.
- 63% des Français, dont 95% des jeunes de 18-24 ans, consultent au moins un réseau social pour s'informer sur les sujets liés à l'argent, en tout premier lieu des sites ou blogs spécialisés (52%), YouTube (47%), Facebook (45%) et Whatsapp (37%).
- 89% redoutent que les influenceurs spécialisés en finance sur les réseaux sociaux soient des arnaques déguisées et 87% estiment que leurs conseils sont peu fiables et peuvent les induire en erreur.
- 32% des Français, dont 60% des moins de 35 ans, ont déjà suivi des conseils financiers obtenus sur les réseaux sociaux ou envisagent de le faire.
- Les principaux obstacles à l'investissement sont la peur de perdre de l'argent (56%), le manque d'argent disponible (43%), et l'incertitude quant aux personnes en qui avoir confiance (38%).
- Les motivations à l'investissement sont la mise à disposition d'outils en ligne tels que des simulateurs (50%), des vidéos pédagogiques (46%), et des retours d'expérience d'autres investisseurs (33%).
- 73% des Français préfèrent gérer eux-mêmes leurs investissements via la gestion libre, contre 25 % qui privilégient la gestion déléguée à un professionnel.

« Internet et les réseaux sociaux sont devenus des canaux d'information privilégiés pour mieux appréhender les sujets financiers. Une dynamique positive est à l'œuvre. Elle s'inscrit dans une volonté affirmée de la part des Français : apprendre à mieux gérer leur argent, le faire fructifier, et ce, en toute connaissance des risques et des enjeux. Pour autant, cette démocratisation par le numérique reste ambivalente. Elle se heurte à une forte méfiance à l'égard des influenceurs, perçus comme potentiellement manipulateurs ou porteurs de conseils peu fiables » souligne **Clément Nouvet, CEO de Nalo**. « Si les outils numériques participent indéniablement à diffuser une culture financière plus accessible, ce sont surtout les jeunes générations qui s'en emparent pour renforcer leur autonomie. Les femmes et les catégories populaires restent encore en retrait, signe qu'une véritable démocratisation reste encore à construire ».

Des Français partagés entre intérêt pour l'épargne et crainte de l'investissement

Les Français expriment un intérêt quasi-unanime pour l'épargne : 85% d'entre eux se disent intéressés, dont plus d'un tiers (36%) qui sont très intéressés. **Cet engouement contraste fortement avec leur intérêt mitigé envers l'investissement financier** : seuls 49% déclarent s'y intéresser, dont à peine 15% se disent très intéressés.

Si l'épargne suscite un intérêt élevé auprès de toutes les catégories de la population, celui pour les investissements financiers est particulièrement fort chez les jeunes âgés de 18 à 35 ans (73% contre 37% chez les 50 ans et plus), les personnes dont le revenu mensuel du foyer est supérieur à 3500€ (61%), et chez les hommes (57% contre 43% pour les femmes). L'intérêt pour les investissements financiers est également particulièrement élevé chez les habitants d'Ile-de-France (62%), du Grand-Est (58%) et en Provence-Alpes-Côte d'Azur (52%). A l'inverse, il est très faible en Bourgogne-Franche-Comté (39%).

La prudence des Français vis-à-vis de l'investissement s'explique en partie par une perception relativement négative de leur propre culture financière. Seuls 37% d'entre eux estiment avoir une bonne ou une excellente culture financière, à peine plus que les 34% qui la considèrent comme faible ou inexistante. Ceux dont le revenu mensuel du foyer est inférieur ou égal à 1999€ (46%), les 25-34 ans (43% contre 28% des 65 ans et plus), et les femmes (40% contre 27% des hommes) sont les plus nombreux à juger leur culture financière comme faible ou inexistante.

Des différences géographiques apparaissent également : les Franciliens (43%) et les habitants de Provence-Alpes-Côte d'Azur (42%) se disent plus confiants dans leurs connaissances financières. A l'inverse, les habitants du Grand-Est se distinguent par une perception particulièrement négative : pour 50% d'entre eux leur culture financière est faible ou inexistante.

Si les Français jugent leur niveau de connaissances financières assez faible, les perspectives à long-terme sont encourageantes avec une culture financière qui tend à se démocratiser : ils sont 41% à considérer avoir une meilleure culture financière que leurs parents au même âge. Lorsqu'ils se comparent à leurs contemporains, une majorité relative (48%) estime avoir un niveau dans la moyenne ni meilleur, ni moins bon par rapport à celui des autres Français. Cette tendance se vérifie également dans la sphère personnelle : **54% évaluent leur niveau similaire à celui de leurs amis ou collègues et 49% à celui de leur conjoint(e)**.

Réseaux sociaux et finance personnelle : entre curiosité, prudence et autonomie

Signe supplémentaire de leur fort intérêt pour les questions financières, de nombreux Français cherchent à s'auto-éduquer en consultant des contenus dédiés à l'argent sur Internet. Cette démarche passe d'abord par la consultation de sites et blogs spécialisés (52%, dont 19% chaque semaine), mais aussi par certains réseaux sociaux comme YouTube (47%, dont 27% chaque semaine), Facebook (45%, dont 31% chaque semaine) et Instagram (36%, dont 25% chaque semaine). Au total, **63% des Français consultent au moins un réseau social pour s'informer sur ces sujets, et 45% le font au moins une fois par semaine**.

Chez les 18-24 ans, l'intérêt pour les contenus financiers en ligne est quasi-unanime : 95% d'entre eux en consultent au moins une fois par semaine, avec des pics d'usage sur YouTube (61%), Instagram (60%) et TikTok (56%).

Malgré leur manque de confiance dans leur culture financière, les habitants du Grand-Est sont nombreux à s'informer sur les réseaux sociaux : 71% consultent des contenus dédiés à la finance sur ces plateformes, tout comme 74% des Franciliens ou encore 69% dans les Hauts-de-France.

Sur Internet et les réseaux sociaux, les influenceurs spécialisés en finance personnelle constituent la principale source d'information : **près d'un Français sur deux (47%) a déjà entendu parler de ces créateurs de contenus, et 23% seraient capables de citer au moins un nom.** Chez les 18-24 ans, ils sont 61% à connaître des influenceurs financiers.

Malgré cette bonne notoriété, seuls 10% des Français suivent des influenceurs spécialisés en finance sur les réseaux sociaux. Cette réticence s'explique par une méfiance quasi-unanime : **ils sont 89% à redouter que ce soit des arnaques déguisées, et 87% à estimer que leurs conseils sont peu fiables et peuvent les induire en erreur.**

Cependant, la perception de ces influenceurs n'est pas entièrement négative. Un tiers des Français (33%) reconnaissent qu'ils peuvent donner de bons conseils, et pour **une majorité (52%) qu'ils ont le mérite de dédramatiser ou décomplexer la relation à la finance, notamment auprès de ceux qui n'oseraient pas s'y intéresser autrement.**

Les jeunes de 18-24 ans sont ceux qui portent le regard le plus positif sur ces influenceurs : 73% considèrent qu'ils contribuent à décomplexer l'accès aux sujets financiers, et plus d'un sur deux (53%) pensent qu'ils prodiguent de bons conseils. Néanmoins, ils sont 83% à reconnaître que les influenceurs peuvent diffuser des conseils erronés, voire dissimuler des arnaques (83% également).

Dans la pratique, près d'un tiers des Français (32%) ont déjà suivi des conseils financiers obtenus sur les réseaux sociaux ou envisagent de le faire. Ce chiffre s'élève à 60% chez les moins de 35 ans. Il existe toutefois un écart de perception selon la tranche d'âge. Les 18-24 se montrent plutôt satisfaits : pour 26%, il s'agissait de bons conseils, contre 14% de mauvais. A l'inverse, les 25-34 ans, bénéficiant probablement d'un recul plus important, expriment un avis plus critique : 19% considèrent qu'il s'agissait de mauvais conseils, contre 13% de bons.

Les défis de la démocratisation de l'investissement : entre freins psychologiques et besoin d'accompagnement

Les principaux obstacles à l'investissement relèvent à la fois de facteurs psychologiques et pratiques : la peur de perdre de l'argent (56%), le manque d'argent disponible (43%), et l'incertitude quant aux personnes en qui avoir confiance (38%). À ces freins s'ajoutent des barrières liées à la perception du monde de la finance, telles que sa complexité apparente (30%), le manque d'informations fiables (30%) ou encore l'usage d'un jargon incompréhensible (25%). Au-delà des moyens financiers, l'investissement s'avère donc avant tout être une affaire de confiance, de compréhension et de gestion du risque.

Certaines régions sont particulièrement sensibles à ces enjeux. Les habitants du Grand-Est, qui déclarent manquer de confiance en leurs connaissances financières, sont 61% à craindre de perdre de l'argent. Cette inquiétude est également forte chez les habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes (60%) et de Bourgogne-Franche-Comté (59%).

Pour surmonter ces freins, les Français expriment une forte attente en matière d'outils pédagogiques et d'aide à la décision. En tête des dispositifs les plus incitatifs figurent les outils en ligne (simulateurs, gestion de portefeuille, calculateurs...) cités par la moitié des répondants (50%), avec un intérêt particulièrement marqué chez les jeunes âgés de 18 à 24 ans (73%). Viennent ensuite les vidéos courtes et ludiques (46%), les témoignages d'investisseurs de tous niveaux (33%), ainsi que le coaching personnalisé (32%).

Enfin, bien que les Français aient conscience de leur culture financière limitée et que la peur de perdre de l'argent constitue leur principal frein à l'investissement, **près des trois quarts (73%) préfèrent gérer eux-mêmes leurs investissements via la gestion libre, plutôt que de les confier à un professionnel dans le cadre d'une gestion déléguée (25%)**. A noter que les habitants du Grand-Est (86%) et d'Auvergne-Rhône-Alpes (80%) montrent un intérêt particulièrement fort pour la gestion libre.

« La peur de perdre de l'argent constitue à la fois le principal frein à l'investissement et l'un des biais cognitifs les plus puissants. En effet, les décisions d'investissement dictées par l'émotion, l'intuition ou la panique, s'avèrent souvent très contre-productives. Chez Nalo, nous expliquons à nos clients que déléguer la gestion de leur épargne ne signifie pas renoncer à la comprendre. Au contraire, c'est un moyen efficace de prendre du recul, de se prémunir contre les réactions irrationnelles en période d'instabilité, et ainsi de rester alignés avec leurs objectifs à long terme » conclut **Clément Nouvet**.

[L'étude « Les Français et la démocratisation de la culture financière » est disponible ici.](#)

Méthodologie

L'étude « Les Français et la démocratisation de la culture financière » a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 2117 Français âgés 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. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées du 4 au 11 juin 2025.

À propos de Nalo

Nalo est l'un des leaders français du conseil et de l'épargne en ligne, pionnier de l'investissement par objectifs. Depuis sa création en 2018, sa mission est de permettre aux particuliers d'investir sereinement et sans effort afin d'atteindre chacun de leurs objectifs de vie : retraite, achat immobilier, projet personnel, transmission...

Nalo s'appuie sur l'alliance de la technologie et du conseil humain pour proposer une gestion pilotée entièrement sur mesure, adaptée à la situation et aux projets de chacun, sans profils types et à moindres frais. À ce service 100% digital s'ajoute l'accompagnement personnalisé de l'équipe des conseillers Nalo, constituée d'anciens banquiers privés.

Nalo est membre du groupe APICIL depuis 2023.

Plus d'informations sur www.nalo.fr. Suivez notre actualité sur [LinkedIn](#) et [Instagram](#).

Contact presse - Sophie THIARD- sophie.thiard@nalo.fr

Agence Rumeur Publique

Marie Goislard – 06 21 23 37 75

Gaëtan Heu – 06 19 48 07 72

Adriana Zraick – 06 03 82 70 00

apicil@rumeurpublique.fr

NALO - société par actions simplifiée au capital social de 970 435 €.

Siège social : 10 rue de Penthièvre, 75008 Paris, France - RCS Paris : 818 577 090.

Email : contact@nalo.fr - Téléphone : 01 83 81 26 55

Nalo est immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le numéro 818 577 090.

Nalo est agréée Conseiller en Investissements Financiers, adhérent à l'Association Nationale des Conseils Financiers (ANACOFI) sous le numéro E008433. L'ANACOFI est une association professionnelle agréée par l'Autorité des Marchés Financiers (AMF).

Nalo est agréée Courtier en Assurance, immatriculé auprès de l'Organisme pour le Registre des Intermédiaires en Assurance (ORIAS) sous le numéro 16002555, activité régulée par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR).

Nalo Patrimoine est un contrat d'assurance-vie libellé en euros et/ou en unités de compte dont l'assureur est Generali Vie.

Nalo PER est un Plan d'épargne retraite libellé en euros et/ou en unités de compte dont le gestionnaire est Apicil.

Les performances passées ne préjugent pas des performances futures.

Investir en Bourse présente un risque de perte en capital.



*Des plans
pour votre argent*