

opinionway,

— POUR —



Nalo

Les Français et la *démocratisation* de la culture financière

Note de synthèse | Juin 2025



Photo de user6702303 sur freepik

Votre contact :

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion
fmicheau@opinion-way.com

15, place de la République
75003 PARIS





Note méthodologique

L'étude « Les Français et la démocratisation de la culture financière » réalisée pour Nalo, est destinée à comprendre et analyser la culture financière des Français ainsi que leur rapport à l'épargne et l'investissement.

Cette étude a été réalisée auprès **d'un échantillon de 2 117 personnes**, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus**, 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.

Les interviews ont été réalisées par **questionnaire autoadministré en ligne** sur système CAWI (*Computer Assisted Web Interview*).

Les interviews ont été réalisées **du 4 au 11 juin 2025**.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : **« Sondage OpinionWay pour Nalo »** et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : **1 à 2,2 points** au plus pour un échantillon de 2000 répondants.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

A. Les Français entre intérêt pour l'épargne et crainte de l'investissement

- ▶ **Les Français montrent un intérêt quasi-universel pour l'épargne** : 85% d'entre eux se disent intéressés, dont plus d'un tiers sont *très intéressés* (36%). En revanche, cela contraste fortement avec l'intérêt mitigé dont ils font preuve envers l'investissement financier : 49% sont intéressés, dont seuls 15% sont *très intéressés*. Si les interviewés sont soucieux de mettre de côté, ils sont beaucoup plus réticents à faire fructifier leur argent par l'investissement.
 - ▶ Si l'intérêt pour l'épargne est élevé auprès de toutes les catégories de la population, celui pour l'investissement financier est particulièrement fort chez les hommes (57% contre 43% pour les femmes) et les jeunes âgés de 18 à 34 ans (73%).
 - ▶ L'intérêt pour les investissements financiers est également particulièrement fort en Ile-de-France (62%), Grand-Est (58%) et en Provence-Alpes-Côte d'Azur (52%). A l'inverse, il est très faible en Bourgogne-Franche-Comté (39%) mais également, dans une moindre mesure, en Auvergne-Rhône-Alpes (44%), Sud-Ouest (44%) et Grand-Ouest (45%).
- ▶ **Ces craintes sont renforcées par une perception relativement mauvaise de leur propre culture financière**. Seuls 37% des Français estiment avoir une bonne ou une excellente culture financière, soit à peine plus que les 34% la jugeant leur niveau « faible ou inexistante ».

De plus, parmi les personnes estimant avoir une bonne ou une excellente culture financière, presque toutes déclarent avoir un niveau *plutôt bon* (28%) tandis que seuls 9% s'estiment d'un niveau *très bon ou excellent*. A l'inverse, parmi les moins bons connaisseurs, 19% rapportent une culture très faible voire inexistante. **Les Français les moins à l'aise avec leur culture financière sont donc deux fois plus nombreux que les meilleurs connaisseurs.**

- ▶ A nouveau, les hommes jugent plus facilement leur culture financière comme bonne ou excellente (43%). C'est également le cas des personnes dont le revenu mensuel du foyer est supérieur ou égal à 3500€ (49%) qui sont de fait plus facilement amenées à s'intéresser aux meilleures façons de placer leur argent.

- ▶ De la même façon, les Franciliens (43% estimant leur culture bonne ou excellente) et les habitants de Provence-Alpes-Côte d'Azur (42%) montrent une certaine confiance dans leurs connaissances financières. A l'inverse, les habitants du Grand-Est déclarent une très mauvaise perception de leurs connaissances en la matière : 50% estiment que leur culture est faible ou inexistante. Si peu d'habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes estiment avoir une culture financière bonne ou excellente (28%), ils sont en revanche les plus nombreux à la juger excellente (6% contre 2% en moyenne).
- ▶ **S'ils jugent leur niveau de connaissances financières assez faible, la tendance sur le long-terme est toutefois positive et montre que la culture financière tend à se démocratiser.** Aujourd'hui, 41% des Français estiment avoir une meilleure culture financière que leurs parents au même âge. En se comparant à leurs contemporains, une majorité relative d'interviewés estiment leur culture financière dans la moyenne : **48% des interviewés déclarent qu'elle n'est ni meilleure, ni moins que celle des Français en général.** Les autres se répartissent équitablement entre ceux s'estimant meilleurs que la moyenne des Français (25%) et ceux s'estimant moins bons que la moyenne (25%). Cette perception est aussi observée vis-à-vis de leurs amis et collègues (54%) et de leur conjoint(e) (49%).
- ▶ Cette tendance positive sur le long terme est avant tout portée par les plus confiants : les Franciliens (49% estimant leur culture meilleure que celle de leurs parents) et les habitants de Provence-Alpes-Côte d'Azur (46%).

B. Les Français abordent les contenus financiers sur internet avec ambivalence

- ▶ **Signe supplémentaire du fort intérêt pour ces sujets, de nombreux interviewés cherchent à s'auto-éduquer en consultant des contenus dédiés à l'argent sur Internet.** Cela se passe en premier lieu sur des sites/blogs spécialisés (52%, dont 19% chaque semaine) et 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 ces sujets et 45% le font au moins une fois par semaine.

Sur ces réseaux, les influenceurs spécialisés en finance personnelle sont la principale source d'information : **près d'un Français sur deux a déjà entendu parler d'influenceurs spécialisés en finance personne (47%)** et 23% seraient capables de citer au moins un nom.

- ▶ En pleine commission d'enquête parlementaire sur les effets psychologiques de TikTok sur les mineurs, la consultation des réseaux sociaux pour les contenus financiers apparaît massive chez les jeunes adultes de 18 à 24 ans (85% consultent des contenus à ce sujet au moins une fois par semaine), avec des pics sur YouTube (61%), Instagram (60%) et TikTok (56%). De plus, 61% des 18-24 ans connaissent des influenceurs financiers.
- ▶ Malgré leur manque de confiance dans leur culture les habitants du Grand-Est sont nombreux à s'informer sur les réseaux sociaux : 71% consultent des contenus dédiés à la finance, tout comme 74% des Franciliens ou encore 69% dans les Hauts-de-France.
- ▶ Malgré cette bonne notoriété globale des créateurs de contenus spécialisés dans la finance, **seuls 10% des Français en suivent sur les réseaux sociaux**. En cause, **une méfiance quasi unanime à l'encontre de ces influenceurs : 89% des interviewés redoutent qu'il ne s'agisse d'arnaques déguisées**. 87% des personnes interrogées estiment a minima que les conseils prodigués sur ces plateformes peuvent être peu fiables et induire en erreur.
Cependant, la perception de ces influenceurs n'est pas que négative. Bien que minoritaires, 33% des interviewés estiment que les influenceurs donnent en majorité des bons conseils. Enfin, **pour une majorité de Français (52%), les influenceurs spécialisés dans la finance ont tout de même le mérite de décomplexer certaines personnes** qui n'oseraient pas s'intéresser à ce sujet sans cela.
- ▶ Les jeunes âgés de 18 à 24 ans sont ceux qui portent le regard le plus positif sur les influenceurs spécialisés dans la finance : cette tranche d'âge est aussi celle qui est la plus encline à juger que les influenceurs aident à décomplexer sur ces sujets (73%) et plus d'un sur deux estiment que les créateurs de contenus prodiguent de bons conseils financiers (53%).
- ▶ Néanmoins, cette perception positive des influenceurs par les plus jeunes ne peut pas être confondue avec de la naïveté. 83% des interviewés âgés de 18 à 24 ans reconnaissent qu'il peut s'agir d'arnaques déguisées et qu'ils peuvent induire en erreur en diffusant des conseils non fiables (83% également).

- ▶ **Près d'un tiers des interviewés ont déjà suivi des conseils financiers obtenus sur les réseaux sociaux ou pourraient le faire (32%).** Le retour d'expérience de ceux qui sont passés à l'acte (15%) montre que la méfiance est légitime puisque seule la moitié d'entre eux estime qu'il s'agissait de bons conseils (8% contre 7% de mauvais conseils).
 - ▶ Les jeunes âgés de moins de 35 ans sont les plus nombreux à avoir déjà suivi des conseils financiers obtenus sur les réseaux sociaux (35%).
 - ▶ On note toutefois un écart de perception concernant le résultat de ces conseils entre les plus jeunes âgés de 18 à 24 ans et leurs aînés âgés de 25 à 34 ans. Les plus jeunes ayant suivi ces conseils estiment majoritairement qu'il s'agissait de bons conseils (26% contre 14% de mauvais conseils) alors que les plus âgés – bénéficiant probablement d'un recul plus important – jugent plutôt qu'il s'agissait de mauvais conseils (19% contre 13% de bons conseils).
 - ▶ Le suivi de conseils financiers obtenus en ligne, ainsi que la perception de la qualité de ces conseils varient d'une région à l'autre, allant du simple au double. Seuls 9% (dont 5% de satisfaits) des habitants de Bourgogne-Franche-Comté, 10% de ceux du Centre – dont seulement 3% de satisfaits – et 10% d'habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes – quasi-unaniment satisfaits pour leur part (8%).
 - ▶ A l'inverse, les adeptes des réseaux sociaux se montrent sans surprise les plus susceptibles de suivre ce type de conseils. Il s'agit des Franciliens (21%, dont seuls 9% de satisfaits) et des habitants du Grand-Est (20% dont 14% de satisfaits).
- ▶ **La méfiance des Français en ce qui concerne leur argent ne concerne pas que les influenceurs,** comme en témoigne la nette préférence pour un modèle de gestion libre (73%) où l'investisseur décide personnellement, par rapport à la gestion déléguée (25%) par un professionnel.
 - ▶ Les habitants du Grand-Est, du Sud-ouest et d'Auvergne-Rhône-Alpes montrent un intérêt particulièrement fort pour le modèle de gestion libre (respectivement 86%, 78% et 80%).

C. Les défis de la démocratisation de l'investissement : entre freins psychologiques et besoins d'accompagnement

- ▶ **Les principaux freins à l'investissement sont d'ordre psychologique et pratique** : la peur de perdre de l'argent (56%), le manque d'argent disponible (43%), et l'incertitude quant aux personnes de confiance (38%). À ces freins s'ajoutent des obstacles liés à la perception de la finance : la complexité perçue (30%), le manque d'informations fiables (30%) et le jargon incompréhensible (25%). Ainsi, au-delà des moyens financiers, l'investissement s'avère surtout être une affaire de confiance, de compréhension et de gestion du risque.
 - ▶ Les habitants du Grand-Est, qui manquent de confiance en leurs connaissances financières, déclarent davantage craindre de perdre de l'argent (61%). Il en va de même pour les habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes (60%) et de Bourgogne-Franche-Comté (59%).
- ▶ **Afin de les aider à franchir le pas, les interviewés soulignent une attente forte en matière d'outils pédagogiques et d'aide à la décision.** Les éléments les plus incitatifs cités par près d'un Français sur deux sont les outils en ligne (simulateurs, gestion de portefeuille - 50%) et les vidéos courtes et ludiques (46%). Viennent ensuite les témoignages d'investisseurs de tous niveaux (33%) et du coaching personnalisé (32%).
 - ▶ L'intérêt pour les outils en ligne est nettement plus élevé chez les jeunes âgés de 18 à 24 ans (73%).

En conclusion, cette étude révèle plusieurs grands enseignements :

- ▶ De nombreux Français estiment ne posséder qu'une culture financière limitée, alors qu'une minorité se juge très compétente, se considérant souvent plus à l'aise que leurs proches ou la population générale. Si l'épargne pour des objectifs à court terme intéresse une large majorité, l'attrait pour l'investissement financier, perçu comme risqué, est plus modéré.
- ▶ La principale réticence à investir est liée à la crainte de pertes financières, accentuée par le manque de fonds disponibles et la complexité perçue du domaine. Pour encourager l'investissement, les Français sont notamment attirés par des outils numériques d'aide à la gestion, ainsi que par des formats pédagogiques comme des vidéos ou des retours d'expérience d'autres investisseurs.
- ▶ Une dynamique positive est à l'œuvre, portée notamment par les jeunes et le développement d'Internet et des réseaux sociaux. Ces canaux d'information fréquemment utilisés pour apprendre à mieux comprendre les sujets financiers, et ce, malgré une méfiance générale envers les influenceurs due aux risques d'arnaques ou de conseils erronés. Les Français affichent une volonté réelle d'apprendre à mieux gérer leurs finances afin de pouvoir faire fructifier leur argent sereinement, en toute connaissance des risques et des enjeux.

Les analyses régionales

Provence Alpes Côte d'Azur :

- ▶ Les habitants de la région Provence Alpes Côte d'Azur ont une image de leurs connaissances financières plus positive que la moyenne, 42 % d'entre eux estiment avoir une bonne, voire excellente culture financière (contre 37% des Français).
- ▶ Malgré cet intérêt plus marqué, les habitants de la Région Provence Alpes Côte d'Azur sont un peu moins enclins à utiliser des ressources en ligne afin de se former à la gestion financière, 59 % d'entre eux consultent au moins un réseau social dédié à l'épargne et l'investissement (contre 63% en moyenne).
- ▶ Les provençaux redoutent davantage les formations et conseils donnés en ligne en matière de finance, 94% sont d'accord sur le fait que les influenceurs de finance personnelles peuvent être des arnaques déguisées (contre 89% en moyenne).
- ▶ En toutes connaissances des risques, les habitants de cette région sont curieux d'en apprendre davantage sur la finance. Plus de la moitié (52%) des habitants de la région Provence Alpes Côte d'Azur montrent un intérêt pour les investissements financiers.
- ▶ Cette dynamique positive est aussi portée par une progression intergénérationnelle, 46 % des habitants de la Région disent avoir une meilleure culture financière que leur parent au même âge.

Hauts-de-France :

- ▶ Les résidents de la Région Hauts-de-France ont un rapport à la finance proche de celui des Français en général : lorsqu'ils auto-évaluent leur culture financière, 34% la qualifie de bonne ou excellente et 37% de faibles ou inexistantes (contre respectivement 37% et 34% de la moyenne). Néanmoins, 22% s'estiment plus cultivé que l'ensemble des Français en matière de finance.
- ▶ De même, 51% des habitants des Hauts-de-France expriment un intérêt pour les investissements financiers et 85% quant au fonctionnement de leur épargne. Ces chiffres sont en ligne avec la moyenne de la population française (respectivement 49% et 85%).

- ▶ Pour les habitants des Hauts de France les freins à l'investissement sont sensiblement les mêmes que la population générale : les risques de perte d'argent (56%), le manque de fond nécessaire pour investir (37%), ou encore le manque de compréhension du milieu (30%) et le manque d'informations fiables et de personnes de confiance (respectivement 35% et 36%).
- ▶ Mais les habitants des Hauts de France cherchent tout de même à pallier ces réticences 34% des résidents de la Région ont déjà, ou seraient prêts, à suivre des conseils financiers obtenus sur les réseaux sociaux et/ou sur Internet. Les habitants des Hauts de France sont nombreux à s'informer sur les réseaux sociaux, 69% consultent des contenus dédiés à la finance au moins une fois par semaine.

Sud-ouest :

- ▶ Tout comme la moyenne des Français les habitants du Sud-Ouest ont peu confiance en leur compétences financières. Le tiers des résidents (33%) du Sud-ouest estiment que leur culture financière est faible ou inexistante, pour 34% de l'ensemble des Français.
- ▶ Les résidents du Sud-Ouest sont légèrement moins intéressés par les investissements financiers que les Français (44% contre 49%). On note toutefois un intérêt encore moins fort chez les Néo-Aquitains (41% d'intéressés contre 46% des Occitans).
- ▶ Même si les intérêts des différents habitants de la Région diffèrent légèrement. Les habitants du Sud-Ouest partagent les mêmes craintes que la majorité des Français lorsqu'il s'agit d'investir son argent.
- ▶ Malgré un intérêt légèrement plus faible et des craintes aussi importantes que la moyenne les résidents du Sud-Ouest sont presque aussi nombreux que les Français en général à consulter des contenus dédiés à la finance sur les réseaux sociaux (59% contre 63% des Français). C'est particulièrement le cas des habitants de l'Occitanie qui sont en ligne avec la moyenne : 62 %.
- ▶ Les Occitans sont également les plus nombreux à estimer que les influenceurs finance sont de bon conseil (31% contre 25% des habitants de la Nouvelle Aquitaine et 33% des Français). Ainsi, 32% des résidents d'Occitanie sont prêts à se fier ou ont déjà suivi des conseils financiers obtenus en ligne (contre 24% des Néo-Aquitains).

Grand ouest :

- ▶ Les habitants du Grand Ouest se conforment au reste de la France lorsqu'ils auto-évaluent leur culture financière. Le tiers des résidents de la région estime avoir une culture faible ou inexistante pour 34% des Français. Les habitants du Grand Ouest sont 34% à considérer que leur culture est moyenne, alors que c'est un sentiment partagé par 29% des Français. Au pays de Loire cette perception est même dégradée, 27% déclarent que leur culture en matière de finance est moindre que celle de l'ensemble des Français, un sentiment partagé par seulement 18% des Bretons.
- ▶ Si les habitants de la région sont aussi intéressés par l'épargne que la moyenne des Français : 85% dans les deux cas ; l'investissement intéresse légèrement moins dans le Grand-Ouest que dans le reste de la France (45% contre 49%). Dans le détail, les Bretons sont particulièrement peu nombreux à s'intéresser à leurs placements financiers (43% contre 54% des habitants du Pays de la Loire).
- ▶ Les résidents de la région consultent légèrement moins les contenus financiers sur les réseaux sociaux que la moyenne des Français (57% vs 63%). Dans le détail, près de la moitié des résidents de Bretagne et de Normandie (55%) font appel aux réseaux sociaux pour des questions de finance, contre 62% des habitants des Pays de la Loire. Ils connaissent également moins les influenceurs (42% vs 47%).
- ▶ Afin d'en apprendre davantage en la matière les habitants du Grand Ouest, comme la moyenne des Français, apprécient la mise à disposition d'outils en ligne pour concrétiser des projets financiers. Ces outils sont incitatifs pour 47% des habitants du Grand Ouest (et 50% des Français).