

Les Français et l'Éducation Financière - Baromètre 2026 -

***Jamais les Français n'ont autant voulu comprendre.
Jamais ils ne se sont sentis aussi peu accompagnés.***

1 001 Français représentatifs de la population 18 ans et plus — Recueil du 2 au 6 février 2026

Pour la troisième année consécutive, la plateforme d'éducation financière [SPAK](#) publie son baromètre annuel réalisé avec OpinionWay. Il mesure la perception des Français sur leur rapport à l'information économique et financière, analyse leurs attentes vis-à-vis des professionnels et des institutions, et identifie les leviers pour favoriser leur autonomie et leur passage à l'action. Pour cette édition, l'UMR, assureur du Groupe VYV pour les activités d'épargne retraite individuelle, s'est associé à SPAK pour approfondir les usages et les attentes des Français en matière de préparation de la retraite.

- - -

Dans un contexte économique particulièrement chamboulé au niveau international et local, l'édition 2026 du baromètre révèle une contradiction saisissante : **jamais les Français n'ont autant voulu comprendre les questions d'argent et jamais ils ne se sont sentis aussi peu armés pour y parvenir. L'incompréhension massive de la réforme des retraites, sujet pourtant jugé crucial, en est un symptôme parmi d'autres.**

Les résultats de cette édition **confirment des écarts de genre persistants** en défaveur des femmes que seuls des biais de confiance masculine ou d'humilité féminine ne sauraient justifier et qui pèsent plus fortement notamment au moment de la préparation de la retraite ainsi qu'en cas de séparation ou de veuvage. De manière générale, le niveau de stress des femmes lié aux finances s'avère significativement plus élevé.

Aussi, **à rebours de la multiplication des fermetures d'agences bancaires, les Français confirment le rôle central du conseiller** et sont **en attente d'initiatives pédagogiques** de la part de leurs partenaires financiers : formations, ateliers, parcours pédagogiques en ligne... L'IA fait son entrée dans les canaux utilisés pour s'informer.

Alors que **les programmes scolaires ne sont toujours pas au rendez-vous**, les **18-34 ans attendent que l'école leur enseigne les bases** et, **une génération entière cherche ses repères financiers sur les réseaux sociaux**, assumant l'envie de s'enrichir parmi leurs principales motivations à développer leurs connaissances économiques et financières.

Dans le même temps, une large majorité des **actifs seraient heureux que leur employeur comble l'apprentissage** qui leur a manqué à l'école. **Enfin, le rapport montre que les arnaques financières restent à des niveaux élevés, touchant plus particulièrement les jeunes davantage exposés via les réseaux sociaux.** Elles atteignent toutefois un plateau par rapport à 2025, probablement freinées par les nombreux dispositifs d'alertes mis en œuvre par les médias et les professionnels.

LES CHIFFRES CLÉS

- **95%** des Français souhaitent mieux comprendre les questions économiques et financières
- **1 Français sur 3 seulement (34%)** estime savoir quoi faire en matière d'épargne et d'investissement contre 41% en 2025 (-7 points)
- **66%** déclarent avoir besoin d'informations de leur conseiller pour prendre les bonnes décisions en matière d'épargne et d'investissement - contre 59% en 2025
- **38%** estiment que leur conseiller ne les accompagne sur rien contre 30% en 2025
- **57%** des Français n'ont pas compris la réforme des retraites (66% des femmes) et **65%** des moins de 50 ans ne se sentent pas assez informés pour la préparer
- **Les femmes sont plus préoccupées par leur retraite (57% vs 45% pour les hommes) et se sentent moins informées** : 64% des femmes estiment ne pas avoir suffisamment d'informations contre 48% des hommes.
- En cas de séparation ou de décès du conjoint, **seulement la moitié des femmes (49%)** se déclarent tout à fait capables de gérer seules les finances du foyer contre 65 % des hommes
- **36% des 18-24 ans et 39% des 25-34 ans** ont été victimes d'une arnaque financière contre 1 Français sur 4 en moyenne, chiffre qui se stabilise
- **L'IA, mentionnée par 10% des Français** fait son entrée dans les canaux d'information financière, chiffre qui monte à **26% chez les moins de 25 ans.**

UNE ENVIE DE MIEUX COMPRENDRE TOUJOURS INSATISFAITE

95 % des Français souhaitent mieux comprendre les questions économiques et financières. Leurs premières motivations révèlent avant tout une **anxiété financière** : éviter de prendre de mauvaises décisions (50%), ne pas se faire arnaquer (43%) ainsi qu'une **envie de gagner en autonomie (40%)**. **A la différence de leurs aînés, les plus jeunes assument l'envie de comprendre les questions économiques et financières pour s'enrichir** : 45% veulent apprendre pour gagner de l'argent (vs 35% en moyenne) et c'est même la première motivation des 25/35 ans (50%).

Seul 1/3 des Français (34%) estime savoir précisément quoi faire en matière d'épargne et d'investissement contre 41% en 2025, un recul de 7 points qui témoigne d'une inquiétude renforcée par un contexte économique incertain.

L'écart hommes/femmes est ici particulièrement marqué : 41% des hommes déclarent savoir quoi faire, contre seulement 29% des femmes. En miroir, 71% des femmes déclarent avoir besoin d'être guidées par leur conseiller, contre 59% des hommes.

“Ces écarts de genre ne sont pas le fruit de différences de capacité, mais le reflet d'un système qui ne s'est jamais véritablement adressé aux femmes. Les professionnels de la finance doivent mettre en place des accompagnements dédiés pour combler ce retard, et heureusement, certains acteurs commencent à s'en saisir.” - Anne Claire Bennevault, Présidente de SPAK et co-fondatrice de l'Observatoire SPAK x OpinionWay.

Le sentiment de compréhension des produits financiers détenus reste très majoritairement positif (80%) mais en recul de 9 points par rapport à 2025. Un recul qui frappe particulièrement les détenteurs d'ETF pour qui le sentiment de bien comprendre **chute de 24 points en un an à 74%**, plus forte baisse parmi tous les instruments financiers.

Ici l'enjeu générationnel est saisissant : seulement **49% des détenteurs de 18-24 ans disent comprendre les ETF** et **48% pour les actifs numériques** (crypto-monnaies, NFT...) alors même que ce sont les actifs financiers auxquels ils sont les plus exposés sur les réseaux sociaux.

Pendant ce temps, les conseillers bancaires semblent moins bien jouer leur rôle : 38% des Français estiment que leur conseiller ne les accompagne sur rien en matière d'épargne et d'investissement, contre 30% l'an dernier. La perception d'un accompagnement actif recule.

“Les agences ferment, les conseillers ne semblent plus pouvoir jouer leur rôle et personne ne prend le relais. Pour aider les Français à mieux appréhender les questions d'argent, l'éducation financière doit être intégrée à tous les points de contact avec le client qu'ils soient digitaux ou en agence” - Anne Claire Bennevault.

Les premiers freins mentionnés par les Français pour développer leurs connaissances financières sont : le manque d'argent, le manque d'accessibilité, la technicité, la complexité du vocabulaire, le sentiment que les règles changent sans cesse et l'absence d'éducation financière à l'école. Cette dernière est la première raison mentionnée par les 18/24 ans.

PRÉPARATION INDIVIDUELLE DE LA RETRAITE : UN ENJEU RECONNU PAR TOUS, UNE RÉFORME INCOMPRISE

82% des Français considèrent que l'éducation financière en matière de préparation à la retraite est un enjeu de société. Et pour cause : **57% ne sont pas sûrs d'avoir compris ou n'ont pas du tout compris (17%) la réforme des retraites** et 7% ignorent qu'une réforme était en cours.

65% aimeraient que la préparation de la retraite soit facilitée par une épargne individuelle obligatoire pour aider tous les individus à anticiper quelles que soient leurs connaissances ou leurs revenus.

Contrairement aux idées reçues, **la préparation de la retraite est aussi une préoccupation chez les plus jeunes** : dès 18-24 ans, 54% des jeunes se disent

préoccupés par leur retraite, un niveau équivalent aux 25-34 ans (55%). Ce taux monte à 67% chez les 35-49 ans avant d'atteindre logiquement son pic chez les 50-64 ans : 68%.

*“La retraite n'est pas un sujet réservé aux seniors : plus d'un jeune sur deux s'y intéresse déjà. Pourtant, face à l'essor du digital, l'accompagnement humain reste central — près d'un Français sur deux privilégie un rendez-vous avec son conseiller, contre seulement 5 % qui se tourneraient vers une IA. Ces résultats soulignent l'importance d'associer pédagogie et conseil personnalisé pour accompagner les Français, quel que soit leur âge.” - **Éric Chancy**, Directeur Général de l'UMR – Groupe VYV.*

DES ÉCARTS DE GENRE PERSISTANTS QU'IL FAUT COMBLER

Les femmes expriment un plus haut niveau de **stress financier** (21% vs 13%) ainsi qu'une envie plus forte de **gagner en autonomie** (42% vs 38%). Elles se distinguent sur un frein spécifique : **la peur de mal comprendre, citée par 32% d'entre elles contre 24% des hommes.**

Concernant la retraite, l'écart de genre est ici particulièrement frappant :

- **66% des femmes n'ont pas bien ou pas du tout (22%) compris la réforme** contre 47 % des hommes
- **64% des femmes estiment ne pas avoir suffisamment d'informations** pour préparer leur retraite contre 48 % des hommes.
- **Elles sont plus préoccupées par leur retraite (57% vs 45% pour les hommes)** et expriment plus fortement le besoin de comprendre les solutions disponibles pour la préparer (30% vs 23% pour les hommes).

En couple, les femmes restent plus nombreuses à prendre des décisions financières en consultant leur conjoint (73% vs 66%) et, bien que les Français déclarent majoritairement qu'il est facile d'aborder les questions d'argent à deux, les femmes sont moins positives sur le sujet (86% vs 91%).

Enfin, en cas de séparation ou de décès du conjoint, **seulement la moitié des femmes** (49%) se déclarent tout à fait capables de gérer seules les finances du foyer contre 65% des hommes.

*“Ces chiffres révèlent un biais d'humilité féminin bien documenté : les femmes tendent à douter de leur compréhension là où les hommes ont tendance à surestimer la leur. Mais réduire ces écarts à de simples biais comportementaux serait une erreur : ce n'est pas un manque de capacité, c'est un manque d'exposition et de confiance construite dès l'école. C'est précisément ce que l'éducation financière doit corriger.” - **Anne-Claire Bennevault.***

EDUCATION FINANCIÈRE : USAGES ET ATTENTES DES FRANÇAIS

Le conseiller bancaire reste la première source d'information financière des Français (38%) devant les proches (26%). En revanche, il est moins plébiscité par les plus jeunes : seulement 27 % des 18-24 ans y recourent (26 % des 25-34 ans), ces derniers privilégiant leurs proches et les réseaux sociaux. **Pour l'accompagnement, le RDV physique avec le**

conseiller reste le format plébiscité (63%). Chez les jeunes, 70% des 18-24 ans souhaitent plutôt un accompagnement en ligne (vs 54% en moyenne).

L'IA s'installe comme nouveau réflexe informationnel : 10% des Français déclarent utiliser une IA (ChatGPT, Le Chat, Perplexity...) pour s'informer sur les questions financières. L'écart générationnel est saisissant : **26% des 18-24 ans utilisent déjà l'IA**. Cette proportion reste élevée chez les 25-34 ans (18%). **Les réseaux sociaux suivent la même logique** : 35% des 18-24 ans s'y informent (25% des 25-34 ans, vs 11% en moyenne). Les influenceurs finance ou "finfluenceurs" restent marginaux (3% en moyenne, 10% des 18-24 ans).

La responsabilité de l'éducation financière divise les générations. Les plus de 35 ans considèrent que c'est d'abord à chacun de s'informer en matière d'économie et de finance, quand les moins de 35 ans estiment que c'est d'abord à l'école de donner les bases en matière d'éducation financière : 59% des 25-34 ans et 55% des 18-24 ans.

Ce chiffre éclaire un autre résultat du baromètre sous un angle nouveau : **à défaut d'avoir été formés à l'école, 65 % des actifs aimeraient que leur employeur leur propose des formations financières** — et ce chiffre monte à 79% chez les 25-34 ans.

"Ce que nous disent les jeunes est sans ambiguïté : ils savent que l'école aurait dû leur apprendre à gérer leur argent, et elle ne l'a pas fait. C'est le combat que nous menons avec l'Association Ensemble pour l'Éducation Financière. L'éducation financière doit entrer dans les programmes scolaires." - Anne-Claire Bennevault.

CONTACT PRESSE

Benjamin Sasu
benjamin@bnvlt.com

MÉTHODOLOGIE

Étude réalisée par OpinionWay pour SPAK auprès d'un échantillon de 1 001 personnes représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus (méthode des quotas : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, agglomération, région). Recueil en ligne du 2 au 6 février 2026.

A PROPOS DE L'OBSERVATOIRE SPAK x OpinionWay :

L'Observatoire SPAK x OpinionWay mesure la perception des Français sur leurs connaissances et leurs usages en matière d'information économique et financière. Il analyse leurs attentes vis-à-vis des professionnels et des institutions, et identifie les meilleures solutions d'accompagnement pour faciliter l'acquisition de connaissances, l'autonomie et le passage à l'action en vue d'améliorer leur bien-être financier.

À PROPOS DE SPAK

Lancée en 2021, la plateforme d'éducation financière [SPAK](#) a conçu une offre destinée aux acteurs du secteur désireux de contribuer à l'éducation financière de leurs clients et de leurs collaborateurs : outils adaptés à l'apprentissage de l'économie et de la finance, contenus pour les non initiés comme les personnes en quête de perfectionnement, formats en phase avec les nouveaux usages. Via son observatoire de l'éducation financière, SPAK analyse les comportements et les attentes des Français en matière d'éducation financière. SPAK offre aussi gratuitement des contenus décryptant l'actualité économique et financière sur un ton décalé et accessible pour tous via son site et ses réseaux sociaux et a publié le Petit Manuel de l'éducation financière en septembre 2024. <https://spak.fr/>

A PROPOS DU GROUPE OpinionWay

Fondé en 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Reflète de notre engagement profond envers un avenir durable et responsable, nous sommes depuis janvier 2025 "[Entreprise à mission](#)" avec pour ambition de "Conjuguer l'humain et l'innovation pour accompagner marques et organisations dans leurs prises de décisions vers un futur souhaitable". Une mission qui se traduit par trois objectifs statutaires essentiels : éclairer nos clients sur les enjeux de développement durable et sociétaux, cultiver les liens, l'agilité et l'enthousiasme au sein de notre entreprise, et questionner en continu la pertinence de nos approches.

Nous intervenons sur les cinq continents depuis nos implantations en France (Paris, Bordeaux), en [Afrique](#) (Casablanca, Abidjan), en [Europe de l'Est](#) (Varsovie), en Chine (Shanghai) et en Europe avec notre filiale pan-européenne [Polling Europe](#) (Bruxelles).

Membre du [réseau WIN](#) en tant que partenaire exclusif pour la France et membre actif d'[Esomar](#), nous sommes certifiés ISO 20252 depuis 2009 par l'AFNOR.

À PROPOS DE L'UMR

L'UMR développe des PER – Plans d'épargne retraite – accessibles à tous : particuliers et professionnels (salariés du secteur privé ou public, indépendants) ainsi que des PER dédiés pour ses partenaires distributeurs. L'UMR a évolué début 2023 en société à mission à capitaux 100% mutualistes, avant d'intégrer le Groupe VYV en mai 2023. Œuvrant dans un environnement fortement ancré dans l'Économie Sociale et Solidaire, l'UMR a inscrit le respect de ses valeurs de responsabilité, de sincérité et d'engagement dans toutes ses activités : réponse aux besoins des adhérents, conseil, investissement, mécénat, RSE... En tant qu'investisseur institutionnel, l'UMR s'est engagée dès 2014 dans l'investissement socialement responsable pour financer un monde dans lequel ses adhérents pourront mieux vivre leur retraite.

umr-retraite.fr