



Enquête sur Les jeunes et l'argent

SYNTHÈSE

L'Institut pour l'Éducation Financière du Public a confié à l'institut CSA la réalisation d'une enquête sur le comportement des 15-20 ans vis-à-vis de l'argent.

Cette étude fait apparaître que, ressentant un besoin de sécurisation vis-à-vis de leur avenir financier, les adolescents et jeunes adultes attribuent une valeur importante au travail et ont une attitude très favorable à l'épargne. Elle souligne que les jeunes se sentent généralement insuffisamment préparés aux questions d'argent et que leurs connaissances proviennent essentiellement de leurs parents. Ils se montrent ouverts à une pédagogie de l'argent, avec une préférence pour les aspects pratiques.

UNE CERTAINE MATURITÉ FACE À L'ARGENT

L'argent, le travail et l'épargne, gages de sécurité



Les jeunes ont une perception frileuse de l'argent

L'argent leur apparaît comme un motif sous-jacent d'anxiété, d'où un besoin important de sécurisation



Ils sont conscients que l'argent ne tombe pas du ciel

Confrontés à cette perception (anxiété) et à l'incertitude de leur avenir (notamment de leur emploi futur), les jeunes attribuent une forte valeur au travail. Ils le considèrent comme un enjeu majeur et le moyen naturel pour obtenir de l'argent (pour 96 % des 15-20 ans). De façon surprenante, 40 % d'entre eux citent toutefois en 2ème position de moins nobles moyens pour acquérir de l'argent : le jeu pour 22 %, l'argent gris (vol, trafics,..) pour 8 %.

Si leurs revenus sont pour l'instant principalement constitués d'argent de poche, les revenus du travail apparaissent dès 15 ans pour près d'un jeune sur trois.



Ils reconnaissent, dès 15 ans, la nécessité de maîtriser leurs dépenses et de prévoir l'avenir

55 % d'entre eux établissent un budget et 80 % déclarent mettre de l'argent de côté (dont 31 % d'une façon régulière). S'ils ont une attitude positive vis-à-vis de l'épargne, vue comme un moyen de sécuriser l'avenir, ils sont en revanche réticents vis-à-vis du crédit : ils trouvent légitime de l'utiliser pour le logement ou l'achat d'une voiture, mais sont réticents à y avoir recours pour d'autres usages.



Une perception assez réaliste du coût de la vie

Les jeunes sont pleinement immergés dans la société de consommation. Ils savent y trouver du plaisir. Ils ont une idée assez juste des prix pour des biens qui les concernent directement (prix d'un PC portable, d'une baguette de pain, d'une soirée en boîte de nuit,...).

Les plus âgés estiment ne pas avoir assez d'argent pour vivre comme ils le souhaiteraient ; mais ils ne revendiquent pas l'autonomie.

UNE CULTURE FINANCIÈRE EN FAIT ASSEZ FAIBLE ET LES PARENTS COMME RÉFÉRENCE QUASI-UNIQUE EN MATIÈRE D'ARGENT

Des besoins souvent peu conscients

Les 15-20 ans ont souvent l'impression de maîtriser les questions d'argent et se jugent bien préparés pour l'avenir sur des thèmes tels que la gestion du budget quotidien ou les relations avec la banque. Mais ils ont très peu de connaissances sur ce qui ne les concerne pas dans l'immédiat (produits d'épargne, questions sur la retraite, les assurances,...). Interrogés plus précisément, ils s'avouent mal armés sur des sujets tels que préparer leur retraite ou choisir une offre de crédit.

D'une façon générale, les univers de l'économie et de la finance leur semblent lointains et ils ont du mal à les rattacher au quotidien.

Des sources de connaissance centrées sur les parents

- Les parents jouent un rôle fondamental dans l'approche que les jeunes ont de l'argent : ils sont la principale source de conseils dans ce domaine (81 % des 15-20 ans), et surtout l'exemple auquel le jeune se réfère pour aborder les questions financières.
- Les jeunes font en revanche montre d'une certaine frilosité vis-à-vis de la banque, même si, à 20 ans, 59 % d'entre eux prennent conseil auprès d'elle et qu'ils se déclarent satisfaits des conseils reçus. Ils sont nombreux à détenir des produits bancaires (près de 9 sur 10 ont au moins un livret d'épargne et près de la moitié une carte de retrait dès 16 ans) mais se posent peu de questions sur ce que sont ces produits et ce qu'ils veulent en faire. La banque peut aussi susciter de la méfiance dans la mesure où elle s'inscrit dans une relation commerciale.
- Internet est plus utilisé comme source d'information (41 % des 15-20 ans) que de conseil (16 %)
- Les enseignants ne sont cités que par 8 % comme source de conseils. Les jeunes considèrent que l'école contribue assez peu à leur apprentissage et ceux qui ont suivi des cours d'économie (51 % des 15-20 ans) jugent que les connaissances qu'ils y ont acquises sont trop théoriques et leur sont peu utiles dans la vie courante. 50 % des 18-20 ans disent ne pas avoir reçu d'enseignement sur les notions d'argent et de finance dans le cadre de leur scolarité et 70 % sur la gestion du budget et les finances personnelles.

L'APPRENTISSAGE DE L'ARGENT : UN DOMAINE OUVERT AUX INITIATIVES

Quand ils prennent conscience de leurs lacunes, les jeunes sont intéressés à en savoir plus, même s'ils n'expriment pas directement des besoins de formation.



Sur le fond

Leurs demandes d'information et de formation portent clairement sur des aspects très pratiques et concrets (ex : savoir lire une feuille de paie, savoir utiliser la banque, le crédit, les façons de placer son argent,...). Ils incluent souvent d'ailleurs des sujets sur lesquels ils se sont déclarés spontanément bien préparés, tels que la gestion du budget quotidien (bien préparés pour 84 %, mais 75 % intéressés par en savoir plus sur ce thème).



Sur la forme

Lorsqu'on leur soumet différentes initiatives d'information et de formation sur les questions d'argent, les jeunes indiquent leur intérêt pour des séances organisées au sein de l'école ou de l'université pour ceux qui sont scolarisés (73 % jugeraient intéressante l'organisation de séances d'information dans ce cadre, dont 30 % très intéressante), en entreprises pour ceux qui travaillent (initiative intéressante ou très intéressante pour 77 %). L'existence d'un site internet avec des conseils pratiques est par ailleurs plébiscité par 72 % d'entre eux.

Toujours guidés par le souci du concret, ils suggèrent pour les séances de formation ou d'information dans les écoles ou entreprises, le témoignage d'intervenants extérieurs venus faire partager leur expérience.



En conclusion

L'enquête conforte l'institut dans son sentiment que de réels besoins d'éducation existent et dans sa mobilisation pour contribuer à les combler. Elle lui donne des éléments de nature à orienter avec pertinence ses actions envers la cible des jeunes : initiatives de collaboration avec l'Education nationale, édition, mais aussi le site internet qui dédie une partie spécifique aux jeunes.

Fiche technique

Enquête réalisée par l'institut CSA pour l'Institut pour l'Education Financière du Public (IEFP), avec le soutien du Groupe Caisses d'Epargne et de la Caisse des Dépôts (4ème trimestre 2006). **Méthodologie** : enquête qualitative par animation de 5 groupes de personnes de 15 à 20 ans et enquête quantitative auprès de 803 personnes de 15 à 20 ans. **Représentativité** : méthode des quotas, redressement selon l'âge, le sexe, l'activité, la catégorie socio-professionnelle du chef de famille, la région, la taille de l'agglomération.