

Éducation financière : une démocratisation de l'épargne en marche, mais encore incomplète

Paris, le lundi 16 mars 2026,

À l'occasion de la Semaine de l'Éducation Financière, La France Mutualiste, mutuelle d'épargne individuelle du groupe Malakoff Humanis, publie une étude réalisée avec l'institut Viavoice¹ sur le niveau d'éducation financière des Français. Si ces derniers indiquent avoir conscience de l'importance d'être bien informés financièrement, de nombreux freins persistent encore dans la démocratisation réelle des bonnes pratiques vis-à-vis de l'épargne. L'étude fait aussi un focus sur l'éducation financière des jeunes, une génération plus ouverte à l'épargne et à l'investissement mais plus exposée à ses nouveaux risques.

Un intérêt réel pour l'épargne, qui cache des disparités sociales et économiques

Si les Français sont 55% à déclarer s'intéresser aux sujets d'épargne, cette tendance est en réalité loin d'être homogène. La bonne connaissance de ces sujets reste en effet fortement corrélée au niveau de revenus et au profil socio-professionnel. Les thématiques liées à l'épargne s'avèrent logiquement investies par les profils les plus concernés par des enjeux de choix financiers du fait de leur moyens : 79% des personnes disposant de plus de 5 000 euros nets mensuels s'intéressent à l'épargne, tout comme 70% des CSP+.

À l'inverse, l'adoption de l'épargne semble atteindre un plafond de verre chez les personnes interrogées qui disposent de revenus plus modestes : 50% des personnes déclarant un revenu de moins de 2 000 euros nets mensuels ne s'intéressent pas à l'épargne. Par ailleurs, l'étude montre que l'adoption de l'épargne par les femmes reste un enjeu structurel : 50% d'entre-elles déclarent s'intéresser à l'épargne, contre 63% des hommes interrogés.

Au-delà de l'appétence pour ces sujets, une problématique de compétences financières et de rapport à l'information économique

Près d'un tiers des Français (32%) ne s'estiment pas suffisamment compétents pour prendre des décisions financières, une proportion qui atteint 41% chez les non-épargnants. À l'inverse, 67% des épargnants considèrent qu'ils disposent des compétences nécessaires pour arbitrer leurs choix financiers, preuve que la compétence financière engendre un cercle vertueux : la pratique nourrit la confiance, tandis que l'absence de pratique entretient le sentiment d'illégitimité et l'auto-censure. Ces données révèlent l'enjeu central de l'éducation financière : permettre à chacun de se sentir capable d'agir pour ses finances, quels que soient ses revenus et son patrimoine.

Ce besoin de légitimité et de compétence est étroitement lié à un enjeu de connaissance. Ainsi, 77% des Français admettent qu'il est nécessaire d'être renseigné pour commencer à épargner, mais ils entretiennent cependant une relation distante face à l'information économique. Si 64% déclarent s'y intéresser, 52% des personnes interrogées ne ressentent « *ni clarté ni maîtrise* » devant les

¹ Enquête réalisée par l'Institut de sondage Viavoice pour La France Mutualiste du 2 au 6 janvier 2026 auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 1 000 personnes, âgées de 18 ans et plus. La représentativité est assurée par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession, région et catégorie d'agglomération.

informations économiques ; 48% (53% pour les femmes) ressentent même de l'anxiété. Ces éléments mettent en évidence un obstacle concret à la démocratisation de l'épargne pour les Français.

Des idées reçues sur l'épargne persistantes qui entretiennent l'inaction

L'étude révèle également la persistance d'idées fausses qui freinent l'adoption de l'épargne :

- 53% des Français estiment qu'aucune forme d'épargne n'est réellement sûre.
- 37% considèrent que laisser son argent sur un compte bancaire constitue le placement le plus sûr.
- 46% pensent qu'il faut être expert pour bien épargner.
- 39% jugent qu'il faut être riche pour pouvoir commencer à épargner – une perception qui atteint 47% chez les ménages aux revenus inférieurs à 2 000 euros nets mensuels.
- Enfin, 29% estiment qu'épargner ne sert à rien car « *tout peut s'effondrer demain* ».

Ces perceptions traduisent une forte aversion au risque et une représentation parfois biaisée des mécanismes d'épargne, confirmant la responsabilité collective d'un travail pédagogique de la part de l'ensemble des acteurs concernés.

Des attentes concrètes en matière d'accompagnement

Lorsqu'on leur demande sur quels sujets ils aimeraient disposer de plus d'informations, les Français souhaitent en premier ex aequo comprendre les différents types de placement (32%) et connaître leur niveau de rémunération (32%).

Pour être conseillés sur leur épargne, les Français tout âge confondu, conservent une confiance très forte envers les acteurs traditionnels de l'épargne. Ils sont 60% à privilégier le conseil humain, loin devant les réseaux sociaux (13%), les influenceurs spécialisés (23%) et l'intelligence artificielle (28%). Ces canaux progressent néanmoins largement auprès des moins de 35 ans.

Les moins de 35 ans : une génération qui se sent plus à l'aise, mais plus exposée aux risques

Les moins de 35 ans apparaissent comme une génération à part et inédite dans la culture d'investissement française. Elle est à la fois plus curieuse, plus connectée et plus ambivalente face à l'épargne.

Les jeunes manifestent un intérêt certain pour les sujets d'épargne et d'investissement et se sentent plus à l'aise (65%, contre 55% en population générale interrogée). Cet intérêt est marqué pour des sujets financiers spécifiques : 29% souhaitent avoir davantage d'informations sur le fonctionnement de la Bourse et des actions (contre 16% en population générale) et 24% sur les cryptomonnaies (contre 16%).

D'un autre côté, les moins de 35 ans expriment une forme de défiance vis-à-vis de l'avenir : 40% des moins de 35 ans estiment qu'« *épargner ne sert à rien car tout peut s'effondrer demain* », soit 11 points de plus que la moyenne (29%). C'est un témoignage de plus du contexte d'incertitudes dans lequel ils évoluent, qui illustre leur perception plus forte du risque. C'est aussi le signe de leurs craintes et vulnérabilités.

Le rapport des jeunes à l'information est également différent. Les réseaux sociaux constituent sans surprise un levier de compréhension des sujets d'épargne pour 34% des jeunes (contre 13% en population générale). 49% d'entre-eux estiment par ailleurs que les influenceurs spécialisés « *communiquent de manière claire* » sur ces thématiques (24% en moyenne). Ils sont également 44% à accorder du crédit aux outils d'intelligence artificielle (28% en moyenne).

Cette génération recherche des formats accessibles et immédiats. Pour les acteurs traditionnels de l'épargne, l'enjeu est important : expliquer simplement des informations parfois complexes et réglementées, créer de la confiance et capter l'attention de cette nouvelle génération tout en adaptant les modes de pédagogie aux nouveaux usages.

—

« L'éducation financière ne peut pas rester un privilège réservé à ceux qui disposent déjà des codes et des moyens. Si notre étude montre que la démocratisation de l'épargne progresse, elle révèle aussi qu'elle reste incomplète parce que le sentiment d'illégitimité ou la peur de se tromper freinent encore une partie des Français. Elle montre aussi qu'il est de notre devoir d'accompagner les jeunes, qui embrassent de nouveaux codes et de nouvelles pratiques d'investissement. Notre rôle, en tant qu'acteur mutualiste, est de remettre de la clarté là où il y a du doute et surtout, de donner des clés de compréhension pour accompagner les Français à passer du devoir épargner au vouloir épargner. »
déclare Isabelle Le Bot, Directrice générale de La France Mutualiste.

—

À propos de La France Mutualiste

La France Mutualiste est la mutuelle d'épargne individuelle du Groupe Malakoff Humanis. Forte d'une expérience acquise depuis plus de 130 ans, elle a l'ambition de permettre à tous les Français de se constituer une épargne solide et de construire leur retraite. Avec ses 491 collaborateurs, 240 bénévoles, et un réseau de 58 agences, La France Mutualiste conseille et accompagne 226 599 adhérents dans leur stratégie d'épargne.

En 2024, La France Mutualiste affiche un chiffre d'affaires de 665,6 millions d'euros et un taux de solvabilité de > 250%, reflétant sa solidité financière et la confiance de ses adhérents.

Ses valeurs de solidarité, de transparence et de proximité guident son engagement. De plus, sa politique ambitieuse d'investissement responsable vise à concilier performance financière et impact positif sur la société et l'environnement.

Plus d'informations sur la-france-mutualiste.fr

La France Mutualiste, Tour Pacific, 11-13 cours Valmy, 92977 PARIS LA DEFENSE CEDEX, Mutuelle nationale de retraite et d'épargne soumise aux dispositions du Livre II du Code de la mutualité, Immatriculée au répertoire SIRENE sous le n° SIREN 775 691 132.

Contacts presse : <https://presse.la-france-mutualiste.fr/>

Marine Lathuillière – La France Mutualiste – m.lathuilliere@la-france-mutualiste.fr – 06 65 12 56 08

Agathe Le Bars – Agence Taddeo – agathe.lebars@taddeo.fr – 06 73 12 28 24