Communiqué 12 Mars 2024

SPAK

&

“opinionway”

Inclusion financière : seuls 24% des Français estiment très bien connaître les produits financiers à leur disposition et comprendre le contexte économique impactant leurs finances.

Plus de la moitié des Français souhaitent être acteurs de leurs finances mais estiment manquer d'informations nécessaires.

Des chiffres qui mettent en exergue une réelle attente d'accompagnement pour mieux comprendre les défis financiers du quotidien

Communiqué - Paris, le 12 mars 2024

SPAK, plateforme d'éducation financière, a réalisé un nouveau sondage avec OpinionWay¹ auprès de l'ensemble des Français afin d'évaluer leur niveau d'éducation financière et leurs attentes pour être mieux informés.

La gestion du budget du foyer

Pour aborder la question de l'éducation financière, il est essentiel de se pencher sur la façon dont les Français estiment gérer le budget de leur foyer. **Il en ressort que moins d'1/3 (27%) des répondants jugent maîtriser « très bien » le budget de leur foyer.**

Les Français interrogés ont aussi été invités à évaluer la perception de leur niveau de connaissances **des produits financiers à leur disposition et la compréhension du contexte économique impactant leurs finances et seulement ¼ d'entre eux (24%) estiment maîtriser « très bien »** ces sujets pour prendre les bonnes décisions en qui concerne la gestion de leurs finances.

Une proportion plus faible parmi les 18-24 ans (20%) et les employés / ouvriers (20%) mais plus importante parmi les Français âgés de 65 ans ou plus (31%) et les cadres, professions intermédiaires, artisans, commerçants ou professions indépendantes (28%).

En 2024, 55% des Français souhaitent renforcer leur culture financière de façon à mieux gérer l'argent de leur foyer

Un souhait beaucoup plus prononcé chez les moins de 35 ans (76%), les ouvriers ou des employés (64%) et les cadres, professions intermédiaires, artisans, commerçants ou professions indépendantes (63%).

1) Résultats issus d'une étude omnibus menée par OpinionWay auprès d'un échantillon de 1010 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 catégories socio-professionnelles, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Questionnaire administrée en ligne sur en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview) du 01 au 04 mars 2024. OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

Renforcer sa culture financière, les motivations

Les Français souhaitent renforcer leur culture financière avant tout pour...

- saisir toutes les opportunités financières qui s'offrent par le marché (29%)
- mieux comprendre les actualités économiques (25%)
- pallier l'insuffisance d'informations et de conseils fournies par leur banque (14%)

Mais aussi parce que cela leur aurait évité :

- de prendre de mauvaises décisions en matière d'investissement (10%)
- de se faire arnaquer financièrement (8%)
- d'être stressé par un sujet non maîtrisé (8%)

« Le risque, lorsque l'on maîtrise mal les outils financiers ou que l'on manque d'information, c'est de prendre des décisions qui ne correspondent pas à ses besoins réels voire, de tomber dans des pièges de plus en plus nombreux sur internet »

explique Anne-Claire Bennevault, fondatrice de SPAK

Un accompagnement par les banques qui pourrait être optimisé

Seuls 9% des Français estiment que le niveau d'accompagnement actuel de leur banque principale pour les conseiller et les aider à gérer au mieux leur argent et celui du foyer est parfaitement approprié. Une opinion homogène quel que soit le profil des interrogés.

Où s'informent les Français en matière de finances ?

Les canaux d'informations utilisés sont hétérogènes et varient nettement en fonction des âges. Pour s'informer sur les actualités économiques et financières, la moitié des Français (52%) s'informe auprès de leurs partenaires financiers et 14 % s'informent auprès des médias digitaux (vidéos et réseaux sociaux) et ce chiffre monte à 31% chez les moins de 35 ans ce qui n'est pas sans danger dans un contexte d'explosion des arnaques financières.

« En créant SPAK il y a 3 ans, j'ai souhaité agir pour une meilleure inclusion en proposant des solutions d'éducation financière destinées au public et aux acteurs du secteur. Les réseaux sociaux ne sont pas sans danger car leurs contenus ne sont pas toujours vérifiés. Pour autant, les jeunes sont en attente d'une information accessible et adaptée à leurs usages ; chez SPAK nous avons donc développé une pédagogie adaptée pour mieux intégrer des connaissances essentielles et parfois difficiles à assimiler »

conclue Anne-Claire Bennevault, fondatrice de SPAK

Contacts presse : Erika Nardeux – erika@bnvlt.com – 06.50.96.37.74

A propos de SPAK : Créée en 2021, SPAK agit pour une meilleure inclusion financière en proposant des solutions d'éducation financière destinées au public et aux acteurs du secteur. L'accessibilité étant un frein majeur à une bonne éducation financière, SPAK offre une newsletter et des contenus sur les réseaux sociaux qui décryptent l'actualité économique sur un ton décalé et pédagogique. En contribuant à rendre les informations économiques et financières vérifiées accessibles, SPAK participe à lutter contre les arnaques financières en ligne.

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. Une mission : rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, BtoC & BtoB, en intégrant notamment à ses méthodologies la Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires, le text mining et le storytelling. Le Groupe intervient sur les cinq continents depuis ses implantations en France (Paris, Bordeaux), au Maghreb (Algérie, Maroc, Tunisie), en Europe de l'Est (Pologne) et en Afrique Sub-saharienne (Côte d'Ivoire). Membre actif d'Esomar, le groupe est certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR.