

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 25 mars 2019

5<sup>e</sup> édition « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe »

### Etude d'opinion : les enfants et l'éducation financière et budgétaire

Pour la cinquième année consécutive, à l'occasion de la Semaine européenne de l'argent, qui a lieu du 25 au 29 mars 2019, la Fédération bancaire française (FBF) renouvelle son opération « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe » auprès de classes de CM1 et CM2 dans toute la France.

La FBF dévoile également les résultats de son étude menée par l'institut Harris Interactive auprès de 1 010 enfants de 8 à 14 ans sur l'éducation financière et budgétaire<sup>1</sup>. Les résultats montrent que, dès l'âge de 9 ans en moyenne, les enfants sont amenés à gérer leur propre budget et intéressés par les notions élémentaires d'éducation financière.

#### Les enfants et la gestion de leur budget

Selon les résultats de l'étude, 96 % des enfants de 8 à 14 ans ont déjà effectué un achat avec leur argent. En moyenne, l'âge du premier achat est de 9 ans. La tranche 7-10 ans représente une période charnière durant laquelle 45 % des enfants ont effectué leur premier achat.

En moyenne, les enfants déclarent faire des achats 2 fois par mois avec leur argent, la fréquence des dépenses augmentant avec l'âge. Ces achats diffèrent selon l'âge et le sexe. En effet, avec l'âge, les enfants délaissent les jouets en faveur des jeux vidéo et des vêtements. Les garçons favorisent les jeux vidéo alors que les filles privilégient les vêtements et les livres.

Pour obtenir de l'argent, les « étrennes » données pour une occasion particulière (83 %) sont la première ressource des enfants, davantage que l'argent de poche (47 %) ou que l'argent gagné en échange d'un service rendu (31 %).

#### Connaissance et facteurs d'influence

Concernant les échanges autour de l'éducation budgétaire, 93 % des enfants parlent d'argent avec leurs parents, 76 % avec leurs amis, 73 % à l'école et 63 % avec les grands-parents. 61 % des enfants disent avoir besoin qu'on leur explique comment fonctionne un budget. Une proportion qui grimpe à 67 % chez les 8-10 ans.

Dans leur intention d'achat, les enfants sont plus influencés par ce que possèdent leurs amis (81 %) que par les publicités TV (66 %) ou les influenceurs (53 %).

Enfin, en ce qui concerne la valeur ressentie des objets, les enfants évaluent un produit « pas cher » à 10 € en moyenne. Le prix moyen d'un produit considéré comme cher est de 84 €. Les enfants disent avoir acheté quelque chose de cher à 10 ans en moyenne. Pour cet achat, les enfants ont principalement recours à l'argent qui leur est offert en cadeau ou à l'argent de poche.

<sup>1</sup> Etude réalisée en ligne par Harris Interactive du 8 au 15 mars 2019 pour la Fédération bancaire française, auprès de 1 010 enfants âgés de 8 à 14 ans et représentatifs de cette population. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : catégorie socioprofessionnelle et région des parents, ainsi que sexe et âge des enfants.

## **Lancement de la 5e édition « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe »**

A un âge où les enfants font face à leurs premières interrogations relatives à la gestion d'un budget, l'opération « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe » a pour ambition de les sensibiliser aux notions élémentaires d'éducation financière et budgétaire.

Un atelier ludo-pédagogique d'une heure, animé par l'enseignant autour d'un jeu plaçant les enfants de 8 à 11 ans dans des situations du quotidien, les encourage à réfléchir aux choix budgétaires à privilégier selon différentes situations. Accompagné d'un(e) banquier(e) invité(e), l'atelier, mené par l'enseignant, se déroule dans le cadre d'une charte éthique clairement définie, excluant toute démarche commerciale.

La FBF s'investit pleinement dans la recommandation de la stratégie nationale d'éducation financière, mise en place par les pouvoirs publics en décembre 2016, qui préconise l'éducation financière dès le plus jeune âge, à l'école et avec une mesure d'impact.

L'an dernier, la FBF, accompagnée par l'Ansa<sup>2</sup>, association indépendante, avait mené, en ce sens, une évaluation du dispositif<sup>3</sup> « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe ». Encouragée par les résultats positifs de cette évaluation, et voulant désormais mesurer la pertinence d'un programme d'éducation financière et budgétaire, la FBF, en partenariat avec l'institut d'études marketing et de sondage Harris Interactive, a mené cette année l'enquête quantitative auprès d'un échantillon national représentatif d'enfants âgés de 8 à 14 ans.

Pour Marie-Anne Barbat-Layani, Directrice générale de la FBF : « *La FBF est convaincue de la nécessité de l'éducation financière et budgétaire. Elle s'engage d'ailleurs dans cette mission depuis près de 15 ans, notamment par son programme « Les clés de la banque », largement reconnu par les acteurs associatifs. Il faut donner à chaque citoyen les moyens de faire des choix financiers autonomes et responsables. L'opération « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe » poursuit cette ambition en donnant aux enfants les premières clés en matière de gestion de budget. Le succès grandissant de cette opération, avec une mobilisation croissante des banquiers et des établissements scolaires, prouve à quel point l'éducation financière et budgétaire est aujourd'hui primordiale.* »

### **Pour en savoir plus sur cette opération :**

[unbanquierdansmaclasse.com](http://unbanquierdansmaclasse.com)

#1BDansMaClasse

### **Contacts service de presse**

Agence Entre nous soit dit

Claire MATHURIN : 01 40 29 15 54 – [cmathurin@entrenoussoitdit.fr](mailto:cmathurin@entrenoussoitdit.fr)

Sarah MAURIT : 01 40 29 15 53 – [smaurit@entrenoussoitdit.fr](mailto:smaurit@entrenoussoitdit.fr)

Fédération bancaire française

Jenny SENSIAU: 01 48 00 50 52 – [jsensiau@fbf.fr](mailto:jsensiau@fbf.fr)

Benoît DANTON : 01 48 00 50 70 – [bdanton@fbf.fr](mailto:bdanton@fbf.fr)

[FBFservicedepresse@fbf.fr](mailto:FBFservicedepresse@fbf.fr)

Suivez-nous sur Twitter



[@FBFFrance](https://twitter.com/FBFFrance)

[@clesdelabanque](https://twitter.com/clesdelabanque)

<sup>2</sup> Ansa : Agence nouvelle des solidarités actives – Association L1901 au service de la lutte contre la pauvreté et pour l'inclusion

<sup>3</sup> En 2016 déjà, les « labos » de l'Ansa avec le concours d'experts et d'acteurs de l'éducation financière (Banque de France, Ministère de l'Éducation nationale, etc.) avaient permis de dégager un consensus sur le principe et la pertinence du dispositif.