

Paris, le 18 mars 2024

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Résultats de l'étude sur l'éducation financière et budgétaire des enfants¹ et lancement de la 9^e édition « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe »

À l'occasion de la semaine de l'éducation financière qui se déroule du 18 au 22 mars 2024, la Fédération bancaire française (FBF) révèle les résultats de son baromètre mené depuis 6 ans avec Harris Interactive sur l'éducation financière et budgétaire auprès de 1 004 enfants âgés de 8 à 14 ans. Ils dévoilent les habitudes d'achat des enfants, leur rapport à l'argent et l'évolution de leurs comportements. Cette semaine s'accompagne également du lancement de l'opération « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe » auprès des classes de CM1 et CM2 dans toute la France.

Les enfants, l'argent de poche et leurs habitudes d'achat

Moins d'1 enfant sur 2 (44 %) de 8 à 14 ans reçoit de l'argent de poche (56 % chez les 13-14 ans). Cet argent est le plus souvent obtenu sous forme de liquide (89 %). En moyenne, les enfants reçoivent 29 euros par mois, un montant qui augmente avec l'âge, allant de 24 euros pour les plus jeunes (8-10 ans) à 32 euros chez les 13-14 ans.

Alors que le premier achat est réalisé en moyenne à 9 ans, les enfants indiquent réaliser en moyenne un peu plus de 2 achats par mois (2,4). Avec leur argent, ils privilégient l'achat de livres, BD ou mangas (38 %), de jouets (37 %) et de bonbons (36 %). Viennent ensuite les vêtements (27 %) et les jeux vidéo (26 %).

Pour la première fois depuis 5 ans, le réflexe de dépenser dépasse celui d'épargner (52 % contre 45 %), confirmant une tendance émergente depuis quelques années. Une évolution particulièrement marquée chez les 11-12 ans qui sont 56 % à favoriser les dépenses (+ 14 points en 1 an).

L'évolution des comportements d'achat

Les enfants semblent avoir gagné en autonomie en ce qui concerne leurs premiers achats. Ainsi, 57 % des enfants déclarent avoir déjà fait des achats sans l'aide d'un adulte (+ 10 points en 5 ans) alors que les achats accompagnés sont moins fréquents (59 %, - 10 points en 5 ans).

Les achats digitaux se font en premier lieu via un smartphone et connaissent un léger recul : 51 % des enfants qui ont déjà acheté quelque chose avec leur argent l'ont fait en ligne (- 4 points vs 2023). Une baisse particulièrement marquée chez les 13-14 ans (- 10 points). Sur cette dernière tranche d'âge, les adultes accompagnent davantage leurs enfants qu'auparavant (+ 4 points). Cela peut notamment s'expliquer par la recrudescence des tentatives de fraude en ligne, alors qu'un quart des enfants indique avoir déjà reçu un message d'arnaque par SMS et 22 % via un réseau social.

Quel rapport à l'argent ?

Le sujet de l'argent est naturellement évoqué par les enfants puisque 93 % d'entre eux disent en parler avec leurs parents, 76 % avec leurs amis, 66 % à l'école et 65 % avec leurs grands-parents.

Lorsqu'ils parlent d'argent, les enfants abordent en tout premier lieu le prix des choses pour 59 % d'entre eux (le prix des courses, des vêtements, des loisirs ou encore des vacances). Viennent ensuite les dépenses du quotidien (26 %), puis l'épargne (12 %).

¹ Enquête réalisée pour la FBF par Harris Interactive en ligne du 19 au 29 février 2024 auprès d'un échantillon de 1 004 enfants âgés de 8 à 14 ans et représentatifs de cette population.

Les enfants sont de plus en plus familiers avec les notions financières de base : alors qu'il y a 5 ans, 61 % avaient besoin qu'on leur explique ce qu'est un budget, ils ne sont plus que 52 % aujourd'hui. 44 % seulement ont besoin d'explications sur le fonctionnement d'un compte bancaire et 36 % sur celui d'un salaire. Toutefois, certaines notions restent plus abstraites pour les enfants : 71 % sont peu familiers avec la bourse et les actions et 69 % avec les placements financiers.

Au global, les premiers vecteurs d'influence des enfants restent les amis et les publicités vues à la télévision. Néanmoins, plus les enfants avancent en âge, plus les contenus des réseaux sociaux orientent leurs achats. 61 % des 11-14 ans se disent influencés par des youtubeurs, chanteurs ou sportifs sur les réseaux sociaux (un chiffre en hausse par rapport à l'an dernier) alors que l'influence des publicités à la télévision recule chez cette tranche d'âge.

L'économie circulaire : une tendance qui se confirme chez les enfants

La revente d'objets semble de plus en plus répandue chez les enfants. Ils sont ainsi 48 % à indiquer préférer revendre des objets qui ne sont plus de leur âge plutôt que de les donner ou les jeter, une tendance en légère hausse (+ 3 points depuis 2022).

L'achat d'occasion est également de plus en plus plébiscité : 68 % l'envisagent pour économiser de l'argent (+ 8 points en 5 ans).

L'étude montre enfin que les enfants sont de plus en plus sensibles à l'inflation. 71 % ont ainsi l'impression que les choses qu'ils achètent coûtent plus cher qu'avant (+ 2 points vs 2023).

9^e édition de l'opération « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe »

À l'occasion de la semaine de l'éducation financière, la Fédération bancaire française lance l'opération « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe ». Ces ateliers ludiques et pédagogiques sont l'occasion de sensibiliser les élèves de CM1-CM2 aux concepts d'achat, de budget, de moyen de paiement, de sécurité ou encore d'épargne grâce à un jeu de plateau animé par l'enseignant avec la participation d'un banquier qui répond aux questions des enfants. Ce programme, qui a déjà sensibilisé plus de 100 000 élèves, est placé sous le Haut patronage du ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse et labellisé EducFi par la Banque de France.

Pour Maya Atig, Directrice générale de la FBF : « *Les enfants sont de plus en plus au fait des notions d'argent, comme nous le rappellent les résultats de notre baromètre. Ils réalisent des achats seuls assez tôt, y compris en ligne, ce qui justifie un besoin croissant de les accompagner. Chaque année, dans le cadre de la stratégie nationale d'éducation financière, nous les sensibilisons, avec des banquiers de terrain et grâce à des professeurs des écoles volontaires, aux bonnes pratiques et à la vigilance, surtout en ligne. Dans un monde complexe, une éducation budgétaire solide dès le plus jeune âge, est la clé de l'autonomie.* »

Pour en savoir plus sur cette opération :

unbanquierdansmaclasse.com

#1BDansMaClasse

Contacts service de presse :

Agence Entre nous soit dit

Claire MATHURIN : 06 30 10 92 22 – cmathurin@entrenoussoitdit.fr

Florine LIETIN : 06 95 59 21 62 – flietin@entrenoussoitdit.fr

Fédération bancaire française

Benoît DANTON : 06 73 48 80 40 – bdanton@fbf.fr

Clara DELMOTE : 06 31 06 60 39 – cdelmote@fbf.fr

FBFservicepresse@fbf.fr

[@FBFFrance](https://www.facebook.com/FBFFrance) [@clesdelabanque](https://www.linkedin.com/company/clesdelabanque)