

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

1ER OBSERVATOIRE DU SENS DE L'ARGENT CREDIT COOPERATIF & VIAVOICE

Pour 79 % des Français l'argent n'est pas un tabou à l'échelle individuelle mais le reste à celle de la société : les premiers enseignements de ce nouvel observatoire

En quelques années, les Français ont modifié leur perception de l'argent mais aussi du rôle sociétal de celui-ci. Si l'argent en France était, par tradition, un sujet tabou au sein de la sphère sociale, il est aujourd'hui devenu un marqueur de leurs valeurs, un moyen de concrétiser des souhaits.

Le Crédit Coopératif - en partenariat avec Viavoice - publie sa première édition de l'Observatoire du sens de l'argent qui répond à deux enjeux :

- analyser le rapport qu'entretiennent les Français avec leur argent, et leur perception quant à ce sujet au sein de la société, et
- comprendre leurs aspirations et leurs intentions en matière d'usage de leur argent, ainsi que les freins qui les empêchent de les concrétiser.

Les 3 principaux enseignements et chiffres clés :

L'argent, marqueur d'une vision du monde renouvelée ?

- 70 % des Français déclarent que l'utilisation de leur argent est d'abord liée à leurs valeurs personnelles.
- Seuls 5 % perçoivent l'argent comme une illustration de la réussite et l'atteinte d'un statut social.

L'argent tabou : un paradoxe ?

Parler d'argent n'a pas bonne presse auprès des Français ? Cette affirmation selon laquelle l'argent serait un tabou a la peau dure. Et pourtant les résultats sont plus mitigés :

- L'argent reste un sujet de discussion plus difficile dans la sphère professionnelle (58 % avec l'employeur et 51 % avec les collègues) que dans la sphère personnelle (38 % avec les amis et 18 % au sein du couple).

61 % des citoyens sondés déclarent qu'il l'est pour la société et apprécieraient un changement sur ce point.

- Toutefois, 79 % des personnes interrogées estiment que l'argent n'est pas un sujet tabou pour elles.

Une nouvelle ère, plus optimiste ?

Jusqu'ici, une économie responsable était considérée comme incompatible avec la notion de performance économique :

- Pour 69 % des Français, responsabilité et performance de l'économie sont compatibles.
- Mais la pédagogie se révèle nécessaire : 40 % des Français ne sauraient pas comment s'y prendre pour faire évoluer leurs comportements afin d'aller vers une économie plus responsable.

L'argent, un moyen pour les Français d'affirmer leurs convictions

Le premier constat relevé par cet observatoire est le suivant : l'argent devient davantage un marqueur de valeurs que de position sociale des individus. **Seuls 5 % des Français perçoivent désormais l'argent comme une illustration de la réussite.**

Si l'argent reste un « moyen » - pour faire face aux contraintes présentes, pour se faire plaisir et se projeter dans l'avenir – **la manière de percevoir l'utilisation de l'argent a changé.**

En effet, pour 70 % des Français, l'utilisation de leur argent est liée à leurs valeurs personnelles. Cet usage est donc pour les Français une façon d'exprimer leur conception de la société.

Evocation de l'argent : vers une libération de la parole ?

La conception de l'argent par les français évolue : **l'argent n'est plus un tabou pour soi (79 %).** Les personnes interrogées pensent cependant que ce tabou demeure dans la société française (70 %), un constat déploré par les Français qui entendent le faire évoluer.

En effet, l'Observatoire indique que **61 % des personnes interrogées pensent que cela devrait changer.** Parler de son argent n'est pas simplement parler de sa situation financière ou de son patrimoine ou encore de la manière de le faire fructifier. Parler d'argent aujourd'hui, c'est aussi s'interroger sur l'impact que l'on peut et que l'on souhaite avoir dans la société.

Dans le détail, l'argent est un sujet de discussion qui reste plus facile à aborder dans la sphère personnelle (38 % avec les amis et 18 % au sein du couple) que dans la sphère professionnelle (58 % avec l'employeur et 51 % avec les collègues).

Parler d'argent, c'est également l'occasion d'aborder des questions sur l'utilisation de l'argent déposé dans les banques. Cette idée semble s'installer progressivement dans l'opinion : que fait la banque de mon argent ? Cette utilisation est-elle en cohérence avec mes valeurs ? Ou encore, comment agir pour défendre et améliorer ma conception de la société à travers l'utilisation de mon argent ?

Des freins, pas toujours insurmontables

A l'avenir, les Français aspirent à plus de confort et à changer leurs modes de consommation (achat de produits bio et/ou issus des circuits courts). Des intentions et des actions individuelles, qui se traduisent davantage dans les actes du quotidien. **Si le manque d'argent est le premier frein à la concrétisation des aspirations des Français (65 %), un tiers d'entre eux (32 %) évoque aussi la contrainte du temps et un besoin de pédagogie (18 %).**

- C'est notamment le cas pour les plus jeunes : ils sont 45 % à évoquer le manque de temps comme un frein à leurs aspirations (soit 13 points de plus que la moyenne des Français).
- Quant aux seniors, ils pointent davantage le manque d'information puisqu'ils sont 25 % à pointer ce déficit de renseignements comme un frein à leurs aspirations (ils sont 18 % en moyenne).

Concilier performance et responsabilité

Également, la manière de penser des Français évolue. Désormais, pour 69 % des Français, économie responsable et performance économique sont compatibles. C'est un changement d'époque et de paradigme qui consacre l'idée que les indicateurs de performance doivent évoluer. Cette tendance s'illustre auprès de toutes les catégories d'âge des personnes interrogées.

Cependant, pour concrétiser cette conciliation attendue par les Français, **il existe un double enjeu : l'information et l'engagement collectif.**

Pour 51 % des Français, « le fait que certains ne se préoccupent pas de ces enjeux » constitue l'une des principales difficultés à aller vers une économie plus responsable, mais aussi « le fait que cela aille contre certains intérêts économiques ».

La pédagogie apparaît également comme nécessaire : **40 % des Français ne savent pas comment s'y prendre pour faire évoluer leurs comportements afin d'aller vers une économie plus responsable.** Seuls 8 % des Français interrogés affirment savoir totalement comment s'y prendre et 26 % aimeraient qu'on leur explique. Enfin,

38 % des Français estiment que « ne pas savoir comment faire » est l'une des principales difficultés pour passer à une économie plus responsable.

L'analyse du Crédit Coopératif

Pour que l'argent soit au service de la société, il est nécessaire de favoriser l'information, à la fois pour générer une sensibilisation encore plus importante, mais aussi de la pédagogie. Les Français ont besoin d'avoir accès à des solutions concrètes à un prix acceptable pour leur budget.

L'engagement des leaders d'opinion est clé pour voir naître un changement à grande échelle auprès des citoyens. Cette conscientisation et l'acculturation de l'opinion publique sont incontournables pour conjuguer « engagement d'idées » et « engagement d'action ».

« Nous sommes heureux de lancer ce premier Observatoire du sens de l'argent, car notre banque contribue depuis plus de trente ans à encourager ses clients à donner du sens à leur argent au travers de produits bancaires permettant d'une part de générer des dons à des associations et d'autre part de tracer l'utilisation que nous faisons de l'argent de nos clients. Ces résultats nous confirment que de nombreux Français sont prêts à s'engager pour une économie qui incarne leurs valeurs. Donnons-leurs les clés pour amplifier ce mouvement ! », affirme Benoît Catel, directeur général du Crédit Coopératif.

Méthodologie

Interviews effectuées en ligne du 29 mars au 7 avril 2021 auprès d'un échantillon de 1 030 personnes, représentatif de la population française âgée de 16 ans et plus.

Représentativité assurée par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession, région et catégorie d'agglomération.

La seconde édition de ce baromètre sera publiée au quatrième trimestre de cette année.

Si vous souhaitez avoir plus de précisions et obtenir les résultats détaillés de l'observatoire, n'hésitez pas à contacter l'agence MilleSoixanteQuatre.

A propos du Crédit Coopératif

Le Crédit Coopératif est une banque engagée au service des transitions environnementales et sociales. S'il exerce tous les métiers et expertises de banquier, sa vocation est de mettre ses compétences au service des acteurs de l'économie réelle. Historiquement banque coopérative de personnes morales, son capital est apporté à 100 % par ses clients : les coopératives, les PME-PMI, les mutuelles, les associations, les organismes d'intérêt général et les mouvements qui les représentent. Ils cumulent ainsi la double qualité de client et de sociétaire. Grâce à ses produits bancaires du quotidien, solidaires et tracés, les particuliers sont eux-aussi de plus en plus nombreux à faire le choix du Crédit Coopératif. www.credit-cooperatif.coop et www.lepouvoiridenousengager.fr



Contacts presse :

Agence MilleSoixanteQuatre
Olivia Passerieux et Julie Leplus
o.passerieux@millesoixantequatre.com
j.leplus@millesoixantequatre.com
06 29 13 40 01

Marie Riou
presse@credit-cooperatif.coop
06 99 95 82 84