



RAPPORT D'ÉTUDE

Finance & Pédagogie

Les jeunes et l'argent

À l'attention de : Patrice CROS, Yasmine RIBANI
& Nassia-Déli ROYO

De la part de : Elodie-Anne GANDELIN, et Ambre
GAGNADOUX

3 octobre 2025



01/ PRÉAMBULE : objectifs, méthode et état d'esprit des jeunes

Rappel de l'objectif et de l'approche méthodologique



Une étude **qualitative** menée auprès de **COLLÉGIENS** (de la 6^e à la 3^e) et de **LYCÉENS** (2nde à la Terminale) pour un regard croisé entre niveaux scolaires



Avec pour objectif de décrypter **leur relation à l'argent, leurs pratiques, aspirations et attentes en termes d'éducation financière**



France entière



Au travers d'un **focus group en présentiel à Paris** et de 4 **triades en visioconférence** entre le **29 mars** et le **8 avril 2025**



Triade n°1

3 garçons
Tous **COLLÉGIENS**
Âgés de 11 et 12 ans
En classe de 6^e et 5^e
Haut-de-France



Triade n°2

3 jeunes-filles
Toutes **COLLÉGIENNES**
Âgées de 13 ans
En classe de 5^e
Ile-de-France



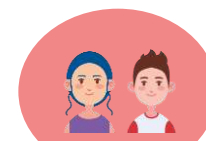
Triade n°3

3 jeunes-filles
Toutes **COLLÉGIENNES**
Âgées de 13 et 14 ans
En classe de 4^e
Haut-de-France



Triade n°4

3 garçons
Tous **COLLÉGIENS**
Âgés de 14 et 15 ans
En classe de 3^e
Nouvelle-Aquitaine



Focus Group

7 jeunes :

- Dont **3** jeunes-filles et **4** garçons
- Tous âgés de **15 ans à 18 ans**
- Tous **LYCÉENS**, de la classe de **seconde** à la **terminale**
- Ile-de-France

Préambule sur l'état d'esprit des jeunes rencontrés

Les jeunes interrogés ont une vie d'adolescents dans le sens traditionnel du terme avec tout ce que cela peut comporter de ludique et de léger....

→ À travers une **vie quotidienne et sociale épanouie** (loisirs, passions, sorties entre amis) certains s'engagent même à haut niveau : compétitions sportives, pratiques artistiques intensives au conservatoire. On ressent **une volonté de progression, d'investissement et de dépassement de soi.**



« J'aime le sport... l'athlétisme. Je fais un peu de tout, mais surtout du triple saut et du sprint »

« Je fais de la danse depuis très longtemps, (...) du modern jazz, j'en fais au conservatoire »



....sans pour autant être insouciant, et uniquement centrés sur eux-mêmes. On note un intérêt et une ouverture aux autres et au monde

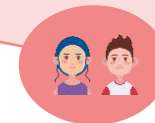
→ Ont **conscience du contexte économique et politique**, même si elle reste en arrière-plan.

→ Sont exposés à l'actualité et savent en situer les enjeux (pouvoir d'achat, inégalités, environnement, etc.).

Certains (++) **LYCÉENS** font preuve d'une « **maturité sociale** » : une réflexion sur la pauvreté, une attention aux sans-abris, une implication associative

« On passait à la boulangerie le matin pour en donner aux sans-abris donc dès le plus jeune âge j'ai appris qu'il fallait être généreux avec ceux qui ont moins d'argent »

« Des maraudes, on va discuter avec les sans-abris, leur donner des boissons chaudes de la nourriture »





02/ **CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES** SUR LES PERCEPTIONS ET LOGIQUES DES JEUNES EN MATIÈRE D'ARGENT

L'argent chez les COLLÉGIENS : entre curiosité passive et gestion non maîtrisée

- Une relation spontanée à l'argent, sans revenus propres ni cadre pédagogique freinant leur compréhension et leur autonomie -

UNE LOGIQUE D'USAGE IMMÉDIAT

- L'argent reste un outil de **plaisir immédiat** : son usage est rarement planifié.
- Sa gestion est **spontanée**, sans réelle stratégie ni projection.
- La notion « d'épargne » reste **floue** : la projection est rare (plus ancrée chez les 3^{ème}).

« Je sais que ce sera dur plus tard... mais je verrai »

« J'économise un peu, mais je sais pas trop pourquoi... sûrement pour les vacances »

→ L'argent est vécu comme un moyen de satisfaction immédiate sans anticipation ni organisation financière durable.

UNE EXPOSITION SANS RÉELLE APPROPRIATION

- L'argent est **encadré par des règles floues transmises** par les parents **sans réelle explication** « ne gaspille pas ».
- Leur **curiosité** vs l'argent est **déclenchée par des contenus sensationnels** vus sur les réseaux sociaux et à la télévision (fraude de personnalités politiques, hausse des prix...) mais sans réflexe d'approfondissement

« J'ai vu un TikTok sur ça, mais je ne comprends pas trop »

→ Ils manquent de cadre pédagogique pour transformer l'exposition en compréhension.

→ L'intérêt existe, mais la complexité du sujet les tient à distance.

UNE DÉPENDANCE AUX ADULTES

- Leur argent provient **majoritairement de leurs proches**, de façon **ponctuelle** (argent de poche, anniversaires...).
- Et souvent **sous conditions** (récompense à une bonne note, tâches ménagères...).
- **Majoritairement des espèces** pour une **première approche de la gestion financière en autonomie**
- En **mineur** : certains utilisent une carte bancaire mais **toujours très encadrée par les parents**.

→ Une dépendance importante aux adultes (++parents), que ce soit pour recevoir ou utiliser leur argent

L'argent chez les **LYCÉENS** : Réfléchir, gagner, gérer...une entrée dans une logique active

- Une curiosité de plus en plus structurée, un usage plus réfléchi, et une volonté d'indépendance en marche -

UNE LOGIQUE D'ANTICIPATION

- Ils développent progressivement **une réflexion structurée** sur l'argent, **à la fois à court terme** (épargne, stages) **et à long terme** (carrière, logement, indépendance).
- Ils **s'interrogent sur leur avenir économique**, envisageant l'argent comme un **levier d'autonomie**.
- Et parfois même comme **un moyen d'aider leur entourage** une fois dans la vie active.

*« Si je fais un métier qui me plaît, c'est bien.
Mais je veux aussi qu'il me permette de vivre »
« Je veux apprendre à investir, pas juste épargner »*

→ L'argent devient ainsi un repère structurant de leur avenir : un outil d'autonomie, de sécurité, mais aussi de responsabilité.

UNE CURIOSITÉ RATIONNELLE ET STRUCTURÉE

- L'argent devient progressivement un objet **d'analyse**, de **projection**, voire de **stratégie**.
- Certains connaissent déjà une variété de supports (compte courant, livret d'épargne, assurance-vie, ...) et ses concepts (inflation, investissement, actions boursières...)
- Sans être experts, quelques-uns (++) garçons) **utilisent les bons termes**, font des **liens** avec leur propre situation et **souhaitent en apprendre davantage**. Leurs discours est déjà orienté vers la **performance** ou la **rentabilité**, avec des **questions précises et réfléchies**.

→ Peu à peu, l'argent cesse d'être seulement un moyen de consommation pour devenir un levier de réflexion et parfois même de projection financière.

L'ENTRÉE AU LYCÉE, UN TOURNANT

- **Diversification des sources de revenus** : ils gagnent en **autonomie** et adoptent une **gestion plus responsable** (petits boulots, vente en ligne...).
- Même s'ils **restent partiellement dépendants** de leurs proches (anniversaires, Noël...), ils prennent **conscience de la valeur de l'argent** et de **l'effort nécessaire pour l'obtenir**.
- La moitié a une **carte bancaire**. Elle est **valorisée socialement**. Elle est pour autant encore **très (trop) encadrée par les parents**.
- Les **espèces** sont encore utilisées pour leur **simplicité**.

→ Ils construisent les premiers repères d'une autonomie financière.

Gagner, recevoir ou attendre ?

- Entre démarches actives et dépendance assumée, l'argent ne circule pas de la même manière chez les jeunes -

ZOOM SUR DIFFÉRENTES SITUATIONS CHEZ LES JEUNES ÉCOUTÉS

CERTAINS FONT DES TÂCHES / MISSIONS « QUOTIDIENNES » POUR GAGNER CET ARGENT, GÉNÉRALEMENT AUPRÈS DE LEUR FAMILLE

« Oui, en fait, quand j'aide mon père à ranger le jardin, à faire la tondeuse et tout, il me donne, je peux choisir vraiment un montant qui ne dépasse pas 10 euros »



« J'aide ma tante des fois elle demande à ce que je garde son petit-fils, elle me passe de l'argent et tout »



TANDIS QUE D'AUTRES REFUSENT LE MÉCANISME DE RÉCOMPENSE

NB : En tendance, participer aux tâches domestiques est normal pour les jeunes filles sans devoir faire l'objet d'une récompense financière, là où certains garçons demandent à être récompensés pour l'accomplissement de ces tâches.



« Pas pour ma part j'estime que faire le ménage, c'est... normal, on n'a pas besoin d'être payés pour faire ça. Nous aussi, on habite dans notre maison »

QUELQUES LYCÉENS SE TOURNENT VERS DES PETITS JOBS ou DE LA REVENTE D'OBJETS en C2C

« Pendant un moment je faisais de l'achat revente sur Vinted, sinon je vidais mes placards, ceux de mon frère et je prenais une comm' »



« Sinon quelquefois je fais de brocantes, j'aide mes oncles et tantes et ils me donnent une petite partie »

D'AUTRES NE FONT RIEN DE SPECIFIQUE ET REÇOIVENT DE L'ARGENT À L'OCCASION DE SORTIES



« Dès que je sors ma mère me donne toujours de l'argent pour manger. C'est eux qui savent que j'en ai besoin »



« Moi, c'est que quand je vais quelque part, par exemple, imaginons que je vais au cinéma, eh bien, ma mère, elle me met de l'argent sur ma carte et je peux m'acheter des trucs à manger »

Portrait Chinois

- Si l'argent était... -



...une COULEUR

VERT

et aussi Jaune



Couleur emblématique des billets américains ancrés dans la culture populaire à travers ses représentations dans les films et les jeux vidéo.

*« Les billets américains », « Les billets de 100 euros »,
« Les dessins animés, l'argent est représenté en vert »*



...une PERSONNE

ELON MUSK

et aussi Bernard Arnault
et aussi des personnalités télé-réalité



Elon Musk, homme le plus riche du monde possédant de nombreuses entreprises comme Tesla, SpaceX ou encore X (anciennement Twitter). Il est également très présent sur la scène médiatique ces derniers mois.

« Elon Musk a beaucoup d'argent, j'ai vu à la télé avec Tesla », « Elon Musk est riche »



...une MUSIQUE

RAP

et aussi Classique



L'argent dans le rap est un sujet important, qu'il soit absent, désiré, gagné ou gaspillé, c'est un thème central dans le discours des artistes.

« Je dirais le rap, c'est dans les paroles, ils parlent souvent d'argent », « Dans les clips de raps ils montrent beaucoup d'argent »



...un ENDROIT SUR TERRE

ETATS-UNIS et DUBAÏ



Les Etats-Unis, où la culture de la réussite est visible, et Dubaï, vitrine mondiale du luxe décomplexé.

*« Les Etats-Unis c'est représenté par des billets »,
« Les hommes les plus riches, c'est aux Etats-Unis »,
« Il y a beaucoup de riches là-bas à Dubaï »,
« Pour habiter à Dubaï, il faut être un petit peu aisé »*



03/ HABITUDES ET PRATIQUES DES JEUNES AUTOUR DE L'ARGENT

L'argent comme levier éducatif

- Encadrement parental pour développer la conscience des jeunes sur la valeur de l'argent -



1 LA FRÉQUENCE DE RÉCEPTION DE L'ARGENT DE POCHE

Tous les jeunes **ne reçoivent pas de l'argent de la même manière ni à la même fréquence** : il peut être **régulier** (argent de poche chaque semaine ou mois) ou **ponctuel** (sorties, anniversaires, besoins spécifiques).

Les parents restent les principaux décideurs ajustant les montants selon le contexte / le comportement.

Il faut le **mériter**, le **demander**, le **justifier** ou bien **l'attendre**.

C'est dans ce cadre que **naissent les premières logiques d'épargne, même simples**.

2 DEMANDER DE L'ARGENT, UN ACTE CADRÉ

Chez les jeunes, **demander de l'argent** est **réfléchi** et **justifié**, rarement spontané ou impulsif.

*« je veux m'acheter un casque »
« je sors avec mes copines »
« j'ai besoin d'argent pour déjeuner »*

La tendance est à **éviter de demander sans raison valable** :

- Ils **s'auto-censurent par peur** d'une demande excessive ou un refus.
- Ils préfèrent **attendre des occasions spécifiques** (anniversaire, événement familiaux).

La **demande** est donc **stratégique** chez certains :

- Choix du **moment adapté**
- **Justification** claire
- **Négociation** douce, subtile

Une **certaine morale personnelle encadre la demande** :

- Elle est jugée **légitime seulement en cas de besoin réel**.
- Le simple désir ne suffit pas.

A RETENIR :



La gestion de l'argent chez les jeunes est encadrée par les parents, qui s'adaptent selon les situations. Ce cadre éducatif, fondé sur des « **bonnes raisons** » de **recevoir de l'argent**, encourage les jeunes à **se réguler** (anticiper, justifier)

Entre plaisir immédiat et épargne ciblée

- Dépenser pour se faire plaisir, ou économiser pour un achat de valeur -

2 grandes logiques d'utilisation de l'argent cohabitent

DES DÉPENSES IMMÉDIATES SPONTANÉES

Bonbons, snacks, petits jeux, sorties, accessoires tech ou objets liés à leurs centres d'intérêt du moment (vêtements, cartes Pokémon, coques de téléphone, maquillage, fast-food...).

Certains mettent de côté **sans but précis**, anticipant une occasion à venir.

→ C'est une forme intuitive d'**anticipation et de gestion**.

UNE FORME D'ÉPARGNE CIBLÉE

« Pour plus tard », pour un achat important, réfléchi, ou **symboliquement valorisant** : des chaussures « de marque », un parfum, un vêtement repéré, ou un futur voyage.

Chez d'autres, le rapport à l'épargne est plus clair.

→ Ils économisent dans une logique de s'offrir un objet/service précis de **qualité et cher**.

« pour m'acheter un bon casque »

« mettre un peu de côté pour mon permis »

CETTE DOUBLE LOGIQUE TRADUIT UN APPRENTISSAGE IMPLICITE DE LA GESTION FINANCIÈRE

Les jeunes ne fondent pas leurs choix budgétaires sur une réflexion théorique. Ils **développent une capacité à différencier les dépenses immédiates, d'achats réfléchis et symboliquement importants, réalisés en économisant avec patience**

Cela matérialise leur **réflexion sur la valeur perçue de l'argent**.

Acheter, c'est sortir (et pas cliquer)

- Le shopping, plus qu'un achat, un moment de socialisation entre amis -

L'achat en ligne n'est pas particulièrement recherché par les jeunes et **reste marginal**. Il se fait en majorité **en magasin** (++ vêtements, d'accessoires de sport ou de maquillage).

Zara, Sephora, Bershka, Décathlon, Fnac... ces enseignes sont des **marques de référence** et des **lieux familiers**.

La **SORTIE** et **L'EXPERIENCE SOCIALE** comptent davantage

Le shopping est une **activité sociale à part entière**, souvent liée aux **week-end/vacances**, permettant de **passer du temps entre amis** hors du cadre familial.

L'acte d'achat n'est **pas toujours indispensable** : observer et se projeter suffit pour vivre l'expérience.

→ Un phénomène particulièrement marqué **chez les jeunes filles interrogées**, pour qui la sortie shopping représente un **rituel d'amitié, de complicité, et de moment partagé**.

Une **LOGIQUE D'APPRENTISSAGE**

- Il permet d'évaluer les prix et de repérer une **bonne affaire**.
- Ils apprennent à « gérer » et être responsable de leur budget.

→ **A NOTER : des ARNAQUES EN LIGNE les ont rendus méfiants** (ex: commandes jamais reçues, peur des sites frauduleux, suspicions d'arnaques). Leur conscience des risques favorise l'achat en magasin. Les occasionnelles commandes en ligne (*Amazon, Shein*) passent par leurs parents.

Une éducation financière informelle

- Observer et écouter plus qu'apprendre et comprendre l'éducation financière à la maison -

Pour les **COLLÉGIENS** et **LYCÉENS**, l'éducation financière est rarement officielle et structurée. Elle repose sur de **grands principes et valeurs** transmis ponctuellement par les **parents**, parfois les frères et sœurs. La majorité des jeunes interrogés **n'ont jamais eu de cours /interventions à l'école sur la gestion de l'argent**.



« Le sujet de l'économie revient en géographie... mais pas sur comment gérer son argent aujourd'hui »

NB : Certains lycéens ont des cours de sciences économiques et sociales, mais n'en ressortent pas d'enseignements sur comment dépenser son argent, ni d'astuces, aides et conseils pour le faire fructifier...

LES JEUNES REÇOIVENT UNE ÉDUCATION MORALE PLUS QU'UNE ÉDUCATION FINANCIÈRE

- On leur apprend à **ne pas gaspiller, à faire attention**, mais rarement à **gérer, planifier, ou arbitrer concrètement**.
- Cette éducation reste **implicite, émotionnelle**, parfois **culpabilisante**. Les jeunes comprennent qu'il faut « faire attention », mais **sans forcément avoir les outils pour le faire → cela peut rester abstrait, ils ne savent pas encore concrètement ce que cela veut dire**.

« On m'a toujours dit de ne pas dépenser pour rien (...) Ma mère m'a dit d'acheter ce qui me sert maintenant et plus tard »



« Ma mère me dit souvent que si c'est pour acheter un vêtement juste parce qu'il est à la mode, et que je sais que je ne le porterai pas souvent en temps normal, ça ne servirait à rien. Ce serait comme jeter son argent »

Les **établissements scolaires** pourraient jouer un **RÔLE STRUCTURANT**, mais ils restent globalement absents sur ces sujets. Si quelques jeunes disent avoir eu une intervention, cela reste rare. Les jeunes, pourtant curieux d'en savoir plus, ont **un sentiment de flou/frustration**.

« Franchement oui, ça pourrait nous apprendre à éviter les arnaques mais une heure c'est trop court... une matinée entière, peut-être »





04/ RETOURS SUR LES COMMUNICATIONS TESTÉES :

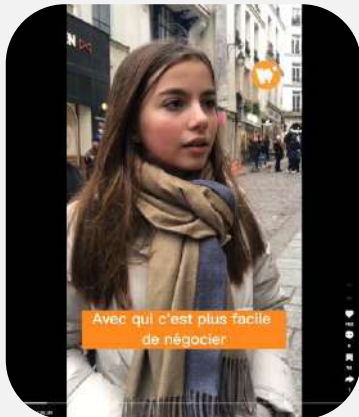
les pratiques auxquelles les jeunes sont sensibles

Les grandes réactions aux différentes communications montrées

- avec rappel des vidéos de communication par ordre d'apparition -



Vidéo promotionnelle sur le **Money Walkie** (vu par tous)



Vidéo **Micro-trottoir** (vu par les 5^{ème} et les 6^{ème})



Vidéo **Micro-trottoir** (vu par les 3^{ème}, 4^{ème} et lycée)



Vidéo « **5 astuces** » (vu par tous)



Vidéo « **En avoir pour son argent** » (vu par tous)

On aime...



- L'explication claire, efficace, précise
- Proximité par le fond familial
- Face caméra
- Ton joyeux

On aime...



- Avis multiples et différents permettant de se faire un avis
- Dynamique et vivant

On aime...



- Clair et structuré
- Environnement familial, simple, ton cool → proximité
- Sous-titres → capte l'attention et facilite la compréhension

On aime...



- Dynamisme du ton
- Touches d'humour appréciées...mais avec modération
- Sérieux apprécié par certains

On aime moins...



- Personne trop âgée, en décalage avec le produit → trompeur, manque de crédibilité
- Suspicion de partenariat rémunéré

On aime moins...



- Suspicion de truquage → inspire peu confiance
- Format jugé biaisé : surjoué, influence de la caméra...
- Enchaînement entre les personnes trop rapide → dur à suivre et superficiel, on n'en retient pas grand chose

On aime moins...



- Trop dense → Risque de s'y perdre
- Voix monotone

On aime moins...



- Humour excessif et dépassé
- Impression d'être infantilisé
- Fond artificiel, et cadre trop sérieux → peut mettre à distance

Réactions aux différentes communications montrées

- Les bonnes pratiques en termes de ton, de posture et de lieu -

Le **TON** :

ni trop scolaire, ni excessivement humoristique

Les jeunes sont très sensibles au ton employé

- Un **ton joyeux / vivant** est apprécié mais pas infantilisant.
 - **L'humour** est bienvenu tant qu'il est **mesuré** :
 - Trop d'exagération, un ton dépassé ou des blagues mal amenées les perdent immédiatement : « *c'est un peu exagéré* », « *on dirait une blague* », « *ça fait pas sérieux* »
 - Un **ton trop formel/scolaire/professoral** les **ennuie** : recherche d'un équilibre entre authenticité et légèreté.
« *elle sait ce qu'elle dit* », « *elle parle calmement* », « *ça met en confiance* »
- Trouver le juste milieu entre légèreté et sérieux.
→ L'importance que ça fasse « vrai ».
→ Viser un ton « *cool neutre* », crédible et accessible.

La **POSTURE** et le **LIEU** :

un juste milieu entre familiarité et sérieux

- Appréciation des **vidéos tournées dans un environnement familial, soigné et chaleureux** (ex : chambre) : « *pas un fond bizarre* ».
 - Une **proximité** (être sur un lit, en face caméra) met en **confiance**. L'intervenant doit paraître **soigné/décontracté**.
- ⚠ **ATTENTION** : une mise en scène **excessive / caricaturale / décrédibilisante** rend le tout **artificiel** et est **rejeté**.
- Le cadre gêne que s'il nuit à la crédibilité du sujet. S'il est sobre/chaleureux, il s'efface au profit de l'authenticité du message.

Réactions aux différentes communications montrées

- Les formats préférés : simples, incarnés et séquencés -

LES FORMATS APPRÉCIÉS SONT CEUX QUI...

...Utilisent **un format séquencé**, avec des parties **identifiables** (astuce 1, astuce 2...) qui aident à **suivre le rythme** et **mémoriser les informations**.
Cela doit aller droit au but et être clair, au risque d'en perdre une partie.

→ Bonne pratique : un format structuré



...Utilisent le « **face caméra** » : le fait de voir quelqu'un s'exprimer en regardant la caméra crée une **proximité**, **implique** le spectateur et favorise la **confiance**.

→ Bonne pratique : un format clair et pleinement incarné



...Proposent **une démonstration concrète quand le sujet s'y prête** (comment utiliser l'objet, ce à quoi il sert...) ou **un contenu précis** : cela **rassure**, **donne envie** et rend le message **tangible**.

→ Bonne pratique : un sujet suffisamment creusé vs superficiel



Réactions aux différentes communications montrées

- Les formats les moins convaincants -

Les formats les moins convaincants sont...

Les **micros-trottoirs**, qui divisent les jeunes :

- **Apprécient** l'idée d'avoir **l'avis de différentes personnes**.
- **MAIS l'information délivrée n'est pas assez précise** : un sujet abordé qu'en surface.
- **L'enchaînement trop rapide** des interviews fait « fouillis ».
- **Doutent fortement de leur sincérité** :

« ça peut être truqué », « ils ont peut-être dit ce qu'on leur a demandé de dire »

→ Pratique à éviter : montage trop haché fait de plans qui s'enchaînent trop vite



L'humour « **forcé** » et les rôles joués (« *barman* », « *Money représentante* ») sont perçus comme **étranges**, **gênants**, voire **trop ciblés** « **enfants** » pour la grande majorité des adolescents.

→ Pratique à éviter : une impression de tentative de manipulation et trop de mise en scène



A RETENIR :



Ils sont en quête de messages simples, vrais, honnêtes.

Habitudes et impressions face aux réseaux sociaux

- *Le canal ne fait pas tout, c'est l'interlocuteur qui compte* -

- Les jeunes **accordent leur confiance à une personne fiable**, non à un réseau social (ex : « *Instagram* », « *YouTube* »).
- Ils ont confiance en une personnalité « *qui prend pas parti* » et citant ses sources.
 - **HugoDécrypte** est cité à l'unanimité comme étant de confiance.

→ La **perception d'indépendance**, de **neutralité** du discours et de **cohérence** des **propos** et du **comportement** sur le long terme importe fortement.

A RETENIR :



- La **confiance** est accordée à un **individu** et non au canal utilisé.
- Ce qui compte avant tout c'est celui **qui prend la parole**.
- Les jeunes valorisent **l'indépendance**, la **neutralité** et la **transparence**.

Qui est HugoDécrypte ?

Créateur de contenu sur différentes plateformes (YouTube, Instagram, TikTok...), il rend l'actualité accessible aux jeunes. Il possède une audience cumulée de plusieurs millions d'abonnés et est devenu une source d'information incontournable pour la jeunesse française.

[Hugo Travers — Wikipédia](#)



05/ CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

En conclusion...

- Un intérêt certain sur le sujet de l'argent qui gagnerait à être (davantage) cadré et accompagné -

Les jeunes interrogés, collégiens comme lycéens, font preuve d'un **intérêt réel et croissant pour l'argent**, qui dépasse la seule dimension de l'achat et des dépenses au quotidien. Cependant leur rapport à ce sujet varie en fonction de l'âge et du niveau de maturité :

Les **LYCÉENS** montrent une **conscience plus construite de l'argent et le voient comme un levier d'autonomie et d'indépendance** : ils s'interrogent sur les moyens d'en gagner, les métiers qui rapportent, les formes d'épargne ou d'investissement.

→ Ils commencent à structurer leurs pratiques : budgétiser, comparer, anticiper



Les **COLLÉGIENS**, eux, sont dans une phase de première initiation à l'argent, une phase plus passive, où l'argent est reçu, rarement gagné et géré.

→ Ils développent des réflexes de prudence, d'attente, de justification. L'usage de l'argent est socialisé voire ritualisé (shopping entre amis)

Mais cette relative maturité reste **contrainte par leur dépendance** aux parents **et** par le **manque d'un cadre éducatif clair**

Pistes privilégiées pour mieux cibler les actions pédagogiques de Finances & Pédagogie

- Via des interventions intensifiées en établissements scolaires -

La majorité des **COLLÉGIENS** comme des **LYCÉENS** expriment une **envie réelle d'en savoir plus** sur l'argent : comment le gérer, le dépenser intelligemment, éviter les arnaques, comprendre les mécanismes de base → une appétence avérée à une éducation financière apportée par un tiers. Or à date tous s'accordent pour dire que ce sujet est **très peu abordé en établissement scolaire**— et surtout, qu'une seule intervention ne suffit pas.



CE QU'ILS ATTENDENT

- Une **éducation financière progressive dès le collège**, idéalement **dès la 6e ou la fin du primaire**, pour transmettre les bases sans surcharger
- Des formats **réguliers au lycée** : environ **3 fois par an**, pour créer des repères, faire des rappels, construire une logique d'évolution
- Des contenus **structurés par thématiques**.
Par exemple : un atelier sur la gestion d'un budget personnel, un autre sur les moyens de paiement, un autre sur les pièges du numérique, etc.



POURQUOI ?

- Des rendez-vous plus nombreux et réguliers leur semblent plus utiles qu'une session unique : on écoute sur le moment, mais **on ne sait pas quoi en faire après**, et on oublie
- Parce que la relation à l'argent **évolue vite avec l'âge** : les préoccupations d'un élève de 5e ne sont pas celles d'un lycéen de terminale. Plusieurs rendez-vous permettent d'adopter **une progression dans l'information**
- Et parce que certains (et notamment des **lycéens**) **auraient aimé qu'on leur explique certaines choses plus tôt** (intérêts des produits bancaires, fonctionnement de comptes en banques...)



LES BÉNÉFICES

- ✓ **Fixer durablement les bases** : avec des rendez-vous réguliers, le sujet devient un apprentissage à part entière.
- ✓ **Rattraper un retard pédagogique** : dans d'autres pays (ex. : États-Unis), l'éducation financière commence plus tôt, dans des formats clairs et appliqués à la vie réelle.
- ✓ **Compléter ce que disent les parents... avec des explications concrètes** : Les parents transmettent des valeurs ("faut pas gaspiller", "faut économiser"), mais pas toujours les **outils ou les définitions**.
Exemple : "Ma mère me dit de pas gaspiller... mais c'est quoi, gaspiller ? Comment je fais concrètement ?"
- ✓ **Apporter des repères objectifs dans un contexte d'incertitude** : entre inflation, prix en hausse et injonctions de consommation (réseaux sociaux, influenceurs), les jeunes veulent **distinguer le vrai du faux**

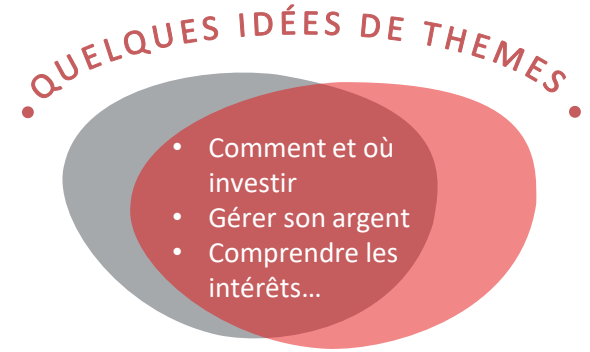
Pistes privilégiées pour mieux cibler les actions pédagogiques de Finances & Pédagogie (1)

- Les bonnes pratiques en communication -

Oui, ils veulent une éducation financière – mais à certaines conditions :

- 1 Des vidéos **claires, séquencées, face caméra**, avec de vraies démonstrations/exemples concrets
- 2 Des formats **incarnés**, avec **des personnes crédibles** qui parlent calmement, sans surjouer
- 3 Et une **authenticité sans mise en scène excessive**
- 4 Un **ton neutre mais vivant**, ni trop fun, ni trop professoral (infantilisant et/ou rébarbatif)

→ Ils sont attentifs **au fond comme à la forme**. Ce n'est pas le canal qui fait foi, mais **la sincérité perçue de la personne qui transmet**.



Pistes privilégiées pour mieux cibler les actions pédagogiques de Finances & Pédagogie (2)

- Les bonnes pratiques en communication -

QUELQUES SUGGESTIONS by AUDIREP :

E
X
E
M
P
L
E
S

TYPE	 TALK EN LIVE	 MINI-DOCUMENTAIRE TÉMOIGNAGE FACE CAMÉRA	 VIDÉO LUDO-PÉDAGOGIQUE FACE CAMÉRA
CANAL	Twitch / Insta live	YouTube, Réels Instagram, TikTok	YouTube, Réels Instagram, TikTok
TON	Convivial, spontané, interactif	Authentique, intime, incarné	Pédagogique, sérieux, visuel
CONTENU PRINCIPAL	Un live d'1h maximum animé par un·e host (influenceur·se ou expert·e), avec des jeunes qui partagent leur expérience personnelle sur un thème lié à l'argent (ex : "mon premier salaire", "galères de début de mois"), ponctué d'interventions d'un expert (banquier, conseillère d'orientation), et de sondages ou quiz en direct pour faire réagir la communauté	Une série de vidéos courtes (1 à 2 min) centrées sur un·e jeune qui raconte son expérience face caméra dans un cadre familial (chez lui, dans la rue, dans son quartier). Chaque épisode aborde un angle spécifique : "Ce que mes parents ne m'ont (pas) transmis sur l'argent". Filmé avec sobriété, mais émotionnel	Une vidéo de 1 à 2 min où une personne explique de manière très claire une notion financière (ex : "Pourquoi l'inflation te grignote ton livret A ?", "C'est quoi un budget prévisionnel ?" « on te décrypte les cryptomonnaies »), avec appui d'animations simples ou objets du quotidien. L'objectif est de vulgariser sans infantiliser