

Paris, le 22 mars 2021

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Etude sur l'éducation financière et budgétaire des enfants¹ et lancement de la 6^e édition « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe »

Dans le cadre de la semaine de l'éducation financière, qui se déroule du 22 au 28 mars 2021, la Fédération bancaire française (FBF) dévoile les résultats de sa troisième étude menée avec Harris Interactive sur l'éducation financière et budgétaire, auprès des 8 à 14 ans¹. Réalisée dans un contexte de crise sanitaire, cette étude permet de voir l'impact de cette crise sur l'évolution des pratiques.

Cette semaine marque également le lancement de la 6^e édition de l'opération « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe » auprès de classes de CM1 et CM2 dans toute la France.

Des enfants concernés par les questions budgétaires

Le sujet de l'argent et de sa gestion intéresse les enfants. En effet, le sujet est largement évoqué, 92% des enfants déclarant en parler avec leurs parents, 76% avec leurs amis, 67% à l'école et 64% avec les grands-parents. Si 73% des enfants perçoivent la gestion de leur budget comme facile, ils évoquent cependant un besoin d'accompagnement sur certaines notions.

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, un chiffre stable depuis 2018, 42% des enfants ayant effectué leur premier achat entre 7 et 10 ans.

Un produit « pas cher » est estimé à 11€ en moyenne et un objet cher à 88 euros. Les enfants sont sensibles à la question du prix, 74% déclarant pouvoir attendre les soldes pour payer moins cher, 64 % comparer les points de vente et 60% acheter d'occasion.

Moins d'argent, davantage d'épargne, nouveaux types de dépenses : l'impact de la crise sur le budget des enfants

Les résultats de cette étude permettent de constater une évolution des comportements financiers et budgétaires des enfants avec la crise de la Covid-19 :

- Si 95 % des enfants déclarent toujours recevoir « un peu d'argent », 19% disent en avoir reçu moins depuis le premier confinement ; cet argent est reçu lors d'occasions particulières (76%), par l'argent de poche (48%), ou en rendant des services (28%).
- Les enfants ont par ailleurs davantage épargné : 53% ont mis l'argent reçu de côté, quand 44% l'ont dépensé, tandis que la fréquence des achats des enfants a également diminué : 1,6 achat mensuel en moyenne contre 1,9 dans l'étude de début 2020.
- Enfin, les objets de dépenses ont évolué. Alors que les bonbons étaient le principal achat, ils sont aujourd'hui à égalité avec les jouets. Les jeux vidéos constituent désormais l'achat privilégié des enfants (36%, soit une hausse de 4 points vs. 2020).

¹ Enquête réalisée pour la FBF par Harris Interactive en ligne du 2 au 10 mars 2021 auprès d'un échantillon de 1 000 enfants âgés de 8 à 14 ans et représentatifs de cette population.

L'influence croissante d'Internet

Dans leur intention d'achat, les enfants sont principalement influencés par ce que possèdent leurs amis (77%). L'impact des publicités vues à la télévision est en recul même si elles influencent toujours les plus jeunes (71% parmi les 8-10 ans).

L'étude montre également le rôle croissant d'Internet auprès des enfants : 56% disent être impactés dans leurs achats par les influenceurs (+3 points par rapport à 2019) et 55% par les publicités en ligne (+8 points). 51% des enfants ont déjà effectué des achats en ligne et l'âge moyen du premier achat sur Internet est de 10 ans et demi.

Ces résultats sont aussi à mettre en relation avec la présence des enfants sur les réseaux sociaux qui ne cesse de progresser. 80% des enfants déclarent ainsi utiliser un réseau social. Parmi ces réseaux, deux sont d'ailleurs liés aux jeux en ligne.

Lancement de la 6^e édition « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe »

A l'occasion de la semaine de l'éducation financière, la Fédération bancaire française mène depuis plusieurs années l'opération « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe », un atelier ludopédagogique qui sensibilise des élèves de CM1-CM2 aux notions de budget, de moyens de paiement, d'épargne et de sécurité notamment. Ce programme s'appuie sur un jeu de plateau collaboratif. Il est placé sous le Haut patronage du Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse et a reçu le label EducFi par la Banque de France en septembre 2020.

Pour tenir compte du contexte sanitaire, cette 6^e édition s'adapte et propose cette année de nouvelles activités numériques et la participation à distance des banquiers et banquières.

Pour Maya Atig, Directrice générale de la FBF : *« Cette étude souligne à quel point l'éducation financière et budgétaire des plus jeunes est importante : leurs comportements d'achats ou d'épargne s'affirment tôt. L'objectif de l'opération « J'invite 1 banquier(e) dans ma classe » est d'apporter dès le plus jeune âge des outils pour faire des choix raisonnés et responsables. Filles et garçons auront tout à gagner, une fois adultes, d'une meilleure autonomie financière. La FBF continue de s'engager auprès de tous les publics, notamment par son programme "les clés de la banque" ».*

Pour en savoir plus sur cette opération :

unbanquierdansmaclasse.com

[#1BDansMaClasse](https://twitter.com/1BDansMaClasse)

Contacts service de presse

Agence Entre nous soit dit

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

Sarah MAURIT : 06 18 39 45 83 – smaurit@entrenousoitdit.fr

Fédération bancaire française

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

Jenny SENSIAU : 06 31 06 60 39 – jsensiau@fbf.fr

FBFservicepresse@fbf.fr

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