

## « LES FEMMES ET L'ARGENT » Ce que (dé)pensent les femmes...

ViveS révèle son baromètre annuel réalisé par l'IFOP  
en partenariat avec La Financière de l'Échiquier et Boursorama.

- ✓ **82%** des femmes disent manquer de connaissances en matière de produits financiers (vs 70% des hommes) et **95%** des femmes n'ont pas envie de prendre de risque avec leur argent (vs 82% des hommes).
- ✓ Les femmes sont deux fois moins nombreuses que les hommes à investir en bourse (**15%** vs 32%).
- ✓ Seulement un tiers des Français épargne pour leur retraite : **33%** des femmes et 35% des hommes.
- ✓ Seulement **41%** des femmes (vs 58% des hommes) sont à l'aise avec le fait de négocier leur salaire pendant un entretien d'embauche.
- ✓ Dans **66%** des couples, les femmes gagnent moins que les hommes. **87%** d'entre elles et 85% des hommes estiment que cela ne génère pas de gêne au sein du couple.
- ✓ L'argent, pour **88%** des femmes, représente avant tout « une nécessité pour pouvoir vivre » (vs 80% des hommes) et pour **76%** d'entre elles, « la liberté de réaliser ses projets » (vs 67% des hommes).

Paris, le 20 mars 2023 – ViveS, le média en ligne lancé par Bayard en octobre 2021 pour accompagner les femmes vers l'indépendance économique et financière, publie pour la deuxième année consécutive son baromètre IFOP\*. Quels sont les comportements des Français vis-à-vis de l'argent ? Quelles similitudes, quelles divergences constate-t-on entre les hommes et les femmes ? Le baromètre lève les idées reçues et les tabous qui entourent souvent ce sujet. On y apprend que les femmes sont au fait de leur situation financière, mais s'intéressent moins aux produits financiers. Elles considèrent l'argent avant tout comme une nécessité et un moyen de concrétiser leurs projets. Le sujet est plutôt simple à aborder avec leur entourage personnel, mais difficile avec leur entourage professionnel. Et enfin, au sein du couple, la mise en commun des dépenses reste une dominante forte.

- **Les femmes sont au fait de leur situation financière, mais s'intéressent moins aux produits financiers**

Les femmes connaissent leurs finances au même titre que les hommes, qu'il s'agisse du montant de leurs rentrées d'argent mensuelles (90%), du montant de leurs impôts (81%), ou de leurs dépenses totales mensuelles (79%). Le montant d'argent disponible à placer fait figure d'exception : elles déclarent le connaître un peu moins que les hommes (75% vs 81%). 9 femmes sur 10 consultent leur compte au moins une fois par semaine (vs 86% des hommes).

**La volonté d'épargner est tout aussi forte chez les femmes que chez les hommes, mais les femmes semblent être moins en capacité de le faire.** La part de celles et ceux qui épargnent tous les mois une somme fixe est identique (31% vs 29% des hommes), en revanche les femmes sont plus nombreuses à épargner de manière irrégulière, c'est-à-dire seulement lorsqu'elles en ont les moyens (46% vs 41% des hommes). De même, **seules 33% des femmes épargnent en vue de leur retraite, les hommes ne faisant guère mieux puisqu'ils sont 35% à le faire.** Sur les 67% de femmes qui n'épargnent pas pour leur retraite, **29% ne le font pas par manque de moyens** (vs 21%). Les niveaux d'investissement que les Français consacrent à la préparation de leur retraite sont donc relativement faibles.

**Les femmes démontrent une connaissance moins fine que les hommes des produits d'épargne et d'investissement hormis pour l'assurance vie :** le PEA, 40% des femmes voient bien de quoi il s'agit (vs 49% des hommes), le PER (39% vs 44%), une SICAV (25% vs 35%). De façon générale, elles possèdent moins de comptes bancaires ou de titres financiers.

**Les femmes investissent moins** - 85% n'investissent pas en Bourse (vs 68% des hommes) et 82% ne possèdent ou pas ou n'envisagent pas d'investir dans des investissements socialement responsables - ce qu'elles justifient par des revenus insuffisants pour le faire, ou par un manque de connaissance.

**Si les femmes sont plus nombreuses à déclarer manquer d'information en matière de produits financiers (82% vs 70%), elles restent moins intéressées que les hommes par une formation destinée à mieux comprendre les sujets financiers et à mieux gérer son argent (34% vs 42%).** Les plus jeunes femmes sont toutefois plus intéressées que leurs aînées par ces formations (61% des femmes de 18-24 ans et 63% des 25-34 ans).

- **L'argent : une nécessité et un moyen de concrétiser ses projets, un sujet plutôt simple à aborder avec son entourage personnel, mais difficile avec son entourage professionnel.**

**L'argent pour les femmes représente avant tout « une nécessité pour pouvoir vivre » (88% vs 80% des hommes) et « la liberté de réaliser ses projets » (76% vs 67%). Les femmes se montrent plus craintives que les hommes en déclarant ne pas vouloir prendre de risques avec leur argent (95% vs 82%),** ce qui est à mettre en rapport avec leur éducation financière : elles disent avoir été plus sensibilisées sur le prix des choses, les dépenses, les économies (54% vs 46%). Lorsqu'elles perçoivent une forte somme d'argent, elles souhaitent la placer dans l'immobilier à 49% (vs 40%), la partager avec leurs proches à 46% (vs 39%) ou la mettre sur un compte épargne à 46% (vs 39%).

Parler d'argent avec son conjoint, ses enfants n'est pas un tabou pour les femmes qui en parlent tout autant que les hommes, voire plus, notamment au sein de leur couple. Néanmoins, elles se révèlent moins à l'aise qu'eux dans la plupart des situations ayant un impact sur leur salaire : obtenir une promotion (62% sont à l'aise vs 70% des hommes), demander une augmentation (44% vs 57%), négocier son salaire pendant un entretien d'embauche (41% vs 58%) ou encore créer son entreprise (27% vs 35%).

- **Au sein du couple, une gestion financière caractérisée par la mise en commun des dépenses**

Au sein du couple, **les femmes ont la plupart du temps des revenus inférieurs à leur conjoint.** Dans 66% des couples, les hommes gagnent davantage. La gêne et les tensions que pourraient occasionner cette situation sont minimales. Ce sentiment de gêne varie selon les générations, il est ressenti par 40% des femmes en couple de 25-34 ans qui sont concernées (vs 7% des 50-64 ans).

**Le compte commun reste un must.** La possession de deux comptes, un compte personnel et un compte commun partagé avec son conjoint est très courante puisque plus de la moitié des femmes et des hommes en couple déclare en disposer – les femmes étant encore plus nombreuses que les hommes à posséder un compte personnel (75% vs 68%). Toutefois, si les organisations pour dépenser en couple sont multiples et variées, la plus partagée (et la plus déclarée par les femmes en couple) reste « 100% dans un compte commun pour toutes les opérations » (4 femmes en couple sur 10 vs 33% des hommes en couple). Notons que l'organisation dépend aussi de l'âge. Les plus jeunes prônent le partage 50/50 et la contribution proportionnelle en fonction du salaire.

**La répartition des dépenses au sein du couple se révèle genrée, les femmes déclarent davantage s'occuper des dépenses courantes** (57% vs 33%), tandis que les hommes montrent plus d'appétence pour des dépenses plus conséquentes ou qui concernent une forte somme d'argent - les placements financiers ou d'épargne (54% des hommes vs 37% des femmes), les gros achats d'équipement (voiture, ameublement) (37% vs 24%), les achats ou les décisions relatives à l'immobilier (35% vs 23%).

**Enfin, la transparence sur les dépenses au sein du couple apparaît comme une pratique admise.** Les dépenses effectuées et particulièrement celles concernant une grosse somme d'argent sont communiquées au conjoint, et ce quel que soit le sexe : 90% des femmes en couple n'ont jamais engagé une forte somme d'argent ou contracté un crédit sans en informer leur conjoint (vs 89% des hommes).

**Pour Bettina Ducat, Directrice Générale de La Financière de l'Échiquier :** « 82% des femmes et 70% des hommes estiment manquer de connaissance en matière de produits financiers : une nouvelle fois, cette étude met en lumière la nécessité de l'éducation financière. La démocratisation de ce sujet, clé de l'émancipation notamment des femmes, est un sujet de société majeur que l'industrie de la gestion d'actifs - et LFDE en particulier - a la responsabilité de faire mieux connaître et surtout évoluer. »

**Pour Caroline Zanaret-Giros, Directrice Générale adjointe de Boursorama :**

*« Chacun doit pouvoir comprendre comment agir sur son argent de façon autonome en fonction de ses besoins et de ses attentes. Nous sommes persuadés, chez Boursorama que nous avons un rôle important à jouer en matière de pédagogie et d'accompagnement. C'est pourquoi nous offrons à nos clients toute l'information, les conseils et les outils utiles pour prendre des décisions libres et éclairées concernant leur argent. Cette connaissance est essentielle pour briser les tabous qui entourent encore le sujet de l'argent. »*

**Pour Sibylle Le Maire, Directrice Exécutive du groupe Bayard, membre et fondatrice de ViveS :**

*« Le tabou de l'argent a un prix pour les Français, et pour les Françaises en particulier. Les femmes se font davantage avoir en matière de salaires, de retraite, d'accès à l'investissement et à la constitution d'un patrimoine. Ceci conduit au paradoxe que le pays avec la protection sociale la plus élevée est aussi celui où l'épargne des ménages est majoritairement investie sans risque, à rentabilité très faible. Nombreux sont ceux qui peuvent changer la donne : école, entreprises, médias et institutions financières. Le média ViveS s'est emparé de cet enjeu et apporte des contenus accessibles pour aider les femmes à gagner en autonomie financière. »*

## [A propos de ViveS |www.vivesmedia.fr](http://www.vivesmedia.fr)

Lancé en octobre 2021, ViveS est le nouveau média en ligne du groupe Bayard qui accompagne les femmes dans leur indépendance économique et financière. ViveS est animé par un collectif composé de femmes et d'hommes, journalistes, sociologues, économistes et propose plusieurs formats de contenus :

- Une newsletter hebdomadaire gratuite chaque jeudi qui décrypte la place des femmes dans l'économie, le travail, les inégalités qu'elles subissent, et leur rapport à l'argent (l'orientation et la formation, les trajectoires professionnelles, les enjeux de rémunération, les métiers genrés, la préparation à la retraite, la question de l'aide ...). La newsletter propose aux femmes des solutions concrètes pour leur permettre de réaliser leur plein potentiel économique.
- Un podcast « Osons l'oseille » en 6 épisodes sur la relation des femmes à l'argent et l'éducation financière co-produit avec Louie Média, disponible sur toutes les plateformes d'écoute
- Un forum annuel : prochaine édition le mercredi 19 avril à Paris
- Un baromètre annuel sur les femmes et l'argent réalisé par l'IFOP, 2<sup>e</sup> édition en 2023

## [À propos de La Financière de l'Échiquier |www.lfde.com](http://www.lfde.com)

Créée en 1991, La Financière de l'Échiquier (LFDE) est l'une des principales sociétés de gestion entrepreneuriales de France. LFDE s'appuie sur son savoir-faire de gestion de conviction pour offrir à ses clients institutionnels, distributeurs et privés, les produits et solutions responsables dont ils ont besoin pour valoriser leurs investissements. LFDE, dont les encours s'élèvent à 11,5 milliards d'euros (31.12.2022), compte plus de 140 salariés et est implantée en Allemagne, Autriche, Espagne, Italie, Suisse, ainsi qu'au Benelux.

## [À propos de Boursorama |www.boursorama.com](http://www.boursorama.com)



Boursorama, filiale de Société Générale, est un acteur pionnier et leader sur ses trois activités principales : la banque en ligne, le courtage en ligne et l'information financière sur Internet. Depuis 20 ans, la promesse de Boursorama reste la même : simplifier la vie de ses clients au meilleur prix et avec la meilleure qualité de service.

Avec un développement centré sur les nouvelles attentes des clients, simplicité et efficacité, mais aussi sécurité et frais réduits, Boursorama conforte chaque année sa position d'acteur bancaire majeur en France. Banque la moins chère de France depuis quinze années consécutives, Boursorama a quadruplé le nombre de ses clients depuis 2016 et en compte aujourd'hui 4,7 millions, tout en affichant un taux de recommandation toujours aussi élevé, près de 85% (OpinionWay - décembre 2022). Accessible à tous sans conditions de revenus ou de patrimoine, Boursorama intéresse une population de plus en plus large, de l'offre Freedom pour les mineurs jusqu'à Boursorama Pro pour les entrepreneurs individuels. Boursorama offre une large gamme de produits et services pour répondre aux besoins bancaires des clients : Banque au quotidien, crédits (immobilier, à la consommation, lombard, renouvelable), épargne de précaution, Assurance-Vie, bourse, assurances et bons plans, Boursorama offre un catalogue de 43 produits et services, plus de 1000 fonctionnalités et plus de 100 notifications personnalisées pour simplifier la vie de ses clients au quotidien, en s'appuyant notamment sur les nouvelles technologies.

Employeur engagé dans le développement durable et la RSE, Boursorama compte plus de 900 collaborateurs dont près de 20% en régions, et a été désignée parmi les Meilleurs Employeurs 2023 en France par Capital et Statista.

**Pour découvrir toute l'offre Boursorama Banque, cliquez [ici](#).**

Boursorama c'est aussi un portail en ligne, [www.boursorama.com](http://www.boursorama.com). Il est classé n°1 des sites nationaux d'informations financières et économiques en ligne avec 47 millions de visites chaque mois (Source ACPM - Moyenne 2022).



[Page LinkedIn Boursorama](#)

Retrouvez l'actualité de Boursorama sur le site Internet :

<http://groupe.boursorama.fr>

**Contacts presse :**  
**Publicis Consultants**

Stéphanie Tabouis

06 03 84 05 03

[stephanie.tabouis@publicisconsultants.com](mailto:stephanie.tabouis@publicisconsultants.com)

Theresa Vu

01.44.82.46.13 / 06.60.38.86.38

[theresa.vu@publicisconsultants.com](mailto:theresa.vu@publicisconsultants.com)

Contact presse

Image Sept – Amalia Casado & Roxane Planas

[acasado@image7.fr](mailto:acasado@image7.fr)

[rplanas@image7.fr](mailto:rplanas@image7.fr)

***\* Enquête réalisée en février 2023, menée sur un échantillon représentatif de 1004 femmes et 504 hommes de 18 ans et plus.***