



Apprendre à gérer son argent : EDUCFI, une stratégie nationale

(enregistré le 31/03/2026)

Introduction

Si vous placez 100 euros pendant cinq ans sur un livret rémunéré à 2 % par an, quelle somme obtiendrez-vous ? Seuls 40% des Français et Françaises savaient répondre à cette question en 2023.

Alors que la 10^{ème} édition de la semaine de l'éducation financière vient de se terminer et que le score de culture financière de la France, basé sur un questionnaire de l'OCDE, progresse doucement, le monde économique et financier n'en finit pas d'évoluer et de se complexifier.

Les enjeux et les défis de la stratégie nationale EDUCFI, on en parle avec deux invités :

Marguerite Collignan. Bonjour. Vous êtes directrice de l'Éducation financière de la Banque de France, l'opérateur national d'EDUCFI. À ce titre, vous coordonnez des partenariats avec différents acteurs, dont l'Éducation nationale.

Ce qui m'amène à vous, Mathieu Labbouz. Bonjour. Vous êtes inspecteur général de l'Éducation, du sport et de la recherche au sein de l'Éducation nationale, un autre acteur majeur de cette stratégie EDUCFI puisque l'Éducation nationale sensibilise les enfants de l'élémentaire, du collège et du lycée aux questions économiques, budgétaires et financières dans l'objectif d'en faire des citoyens libres et autonomes.

Bienvenue dans Dialogue &co.

Accroche : où apprend-on à gérer son argent ?

Notre vie est jalonnée de décisions financières : Est-ce qu'on met son argent de poche dans sa tirelire ? Combien coûte un crédit pour financer ses études ? Comment partager les dépenses quand on est en couple ? Est-ce qu'on épargne de la même façon pour faire face à un coup dur ou pour financer sa retraite ? En 2021, 41% des Français et des Françaises jugeaient ne pas avoir accès à une information neutre et fiable pour prendre certaines décisions financières. Alors, en France, outre les actions EDUCFI, où apprend-on à gérer son argent, Marguerite ?

Marguerite Collignan : Je dirais que, hors actions EDUCFI, en France, on n'apprend pas vraiment à gérer son argent. Ou plutôt, on n'apprenait pas à le faire.

Il existe un vieux tabou français — plus généralement dans les pays latins, contrairement aux pays anglo-saxons ou nordiques — qui faisait que parler d'argent était, je vais le dire de manière assez radicale, quelque chose d'assez sale. On n'en parlait donc pas. Cela relevait de la plus stricte intimité.

À partir du moment où l'on ne parle pas d'argent, on n'apprend pas à le gérer, et c'est l'une des raisons pour lesquelles la stratégie EDUCFI a été mise en place.

On en parlait éventuellement avec son banquier, parfois avec son assureur — car on parle aussi d'assurance — et auprès de ses proches, quand ceux-ci savaient eux-mêmes en parler.

Aujourd'hui, on voit aussi la montée en puissance des réseaux sociaux et de l'intelligence artificielle, qui concernent plutôt les jeunes. Les adultes, eux, ne s'en sont pas encore pleinement saisis.

Mathieu Labbouz : On aimerait que l'apprentissage de la gestion de l'argent se fasse principalement à l'école. Or, quand on interroge les jeunes sur leurs canaux d'information, le premier qu'ils citent, ce sont les réseaux sociaux, puis de plus en plus l'intelligence artificielle générative, et enfin les proches.

Il existe pourtant de nombreux outils développés au sein de l'école, mais on sent qu'il reste un travail important à mener autour de ces autres canaux d'information, notamment à travers l'éducation aux médias et à l'information. L'enjeu est de pouvoir différencier les sources fiables des sources non fiables, et d'éviter de tomber dans ces vidéos promettant des solutions miracles du type : « Donnez-moi 100 euros, je vous en ferai gagner 1 000 ».

Parallèlement, au sein de l'école, à travers le dispositif EDUCFI, on apprend, de manière neutre, à gérer son argent, à éviter les arnaques, à gérer son budget, etc.

Il existe parfois un hiatus autour de l'éducation financière : on peut avoir tendance à confondre la gestion de son argent avec l'idée de s'enrichir ou de gagner davantage d'argent. Pour les jeunes,

dans des vidéos de conseils sur les réseaux sociaux, on voit que cette différence est parfois très faible et que derrière des pseudo-conseils d'éducation financière, il s'agit plutôt d'essayer de gagner de l'argent facilement. Or, il n'existe pas de solution miracle.

Marguerite Collignan : Effectivement, je rejoins Mathieu sur l'extrême neutralité d'EDUCFI. La mission des 30 partenaires de la stratégie nationale est de donner à toutes et tous les clés pour bien choisir, pour décider en connaissance de cause. EDUCFI cherche à délivrer des messages simples, concrets, pragmatiques pour que tout le monde puisse se les approprier. Il n'y a aucun parti pris ou conseils qui soient donnés.

Pourquoi une stratégie d'éducation financière ?

Lucile Rives : En 2016, la France s'est dotée d'une stratégie nationale d'éducation économique budgétaire et financière. Est-ce que vous pouvez nous dire pourquoi cette stratégie s'est mise en place ? Est-ce qu'il y avait des éléments particuliers qui ont fait ressortir un besoin spécifique d'éducation de la population sur ce sujet ?

Marguerite Collignan : À l'origine, c'est l'OCDE qui tire une sonnette d'alarme dès le début des années 2000, autour de 2002-2003, dans le cadre de la lutte contre la pauvreté – c'est très important. Cette sonnette d'alarme porte sur le fait que les citoyens prennent des décisions dont ils ne comprennent pas les mécanismes, ce qui ne fait qu'accentuer les inégalités.

L'inégalité en matière d'argent, c'est un peu la double peine : non seulement on n'a pas assez d'argent pour gérer sa vie quotidienne, mais en plus on ne sait pas bien le gérer. Il y a donc une spirale assez néfaste qui se met en route et qui peut aller jusqu'au surendettement.

Lorsque l'OCDE tire cette sonnette d'alarme, les pays s'interrogent et analysent la situation. Du point de vue français, deux facteurs-clés ont joué. En premier lieu, la première enquête sur la connaissance financière des Français n'était vraiment pas bonne du tout. L'idée reçue selon laquelle « les Français sont nuls en économie » s'est révélée assez juste lorsque les compétences ont été testées.

Ce premier facteur est évidemment lié au tabou de l'argent dans notre société. Le deuxième facteur, c'est que la France porte historiquement une attention particulière à l'inclusion financière. L'inclusion financière, c'est faire connaître l'information, faire connaître ses droits et s'assurer que tous les citoyens disposent du bon niveau d'information pour gérer leur argent de la meilleure manière possible.

Ces deux éléments combinés ont constitué une équation bénéfique au lancement de cette stratégie qui, au départ, ciblait en priorité les jeunes et les personnes en situation de fragilité.

Lucile Rives : Est-ce que c'est une démarche qui est portée uniquement par la France ou est-ce qu'il y a d'autres pays qui conduisent ce type de politique ?

Marguerite Collignan : La France est assez pionnière en la matière, et c'est une fierté française. Mais de nombreux pays ont également franchi le pas, en suivant les recommandations de l'OCDE.

Aujourd'hui, de manière structurée, 70 pays ont une stratégie nationale d'éducation économique, budgétaire et financière. En fonction des pays, l'ambition de la stratégie, le niveau de connaissances ou encore les acteurs impliqués varient. En revanche, un point commun existe : toutes ces stratégies visent l'autonomie financière des citoyens.

État des lieux et enjeux

Lucile Rives : Pour rebondir sur l'idée selon laquelle la France serait « nulle » en économie, les derniers chiffres de l'étude qui calcule le score de culture financière, basée sur des questions OCDE, montrent que la France est surtout moyenne. Concrètement, où est-ce que les Français sont bons, et où est-ce qu'il reste plus de marge de manœuvre ? J'imagine que les résultats ne sont pas les mêmes selon les catégories de population. On peut commencer par les jeunes, Matthieu Labbouz ?

Mathieu Labbouz : Effectivement, l'étude régulière conduite par l'OCDE et la Banque de France interroge trois grandes dimensions : l'attitude face aux problématiques monétaires et financières, les comportements et les connaissances.

J'ai davantage regardé les connaissances financières, qui sont davantage liées aux dispositifs pour les jeunes et à l'école. Et pour aller dans votre sens, globalement, on observe un score moyen de 4,3 sur 7 lors de la dernière étude, en légère augmentation et relativement proche de la moyenne.

On se rend compte que les jeunes connaissent à peu près les moyens de paiement : comment payer, l'utilisation de la carte bleue, les chèques, etc. En revanche, vous le disiez un peu dans l'introduction, les mécanismes liés à l'intérêt sont peu connus. Il y a aussi quelques signaux inquiétants. Par exemple seule la moitié des jeunes considère que les cryptoactifs sont des placements risqués, ce qui veut dire que l'autre moitié les considère complètement sans risque.

Or, dans le contexte du développement de ces cryptoactifs (avec souvent une confusion entretenue par le terme de crypto-monnaie au lieu de crypto-actifs) et de discours un peu simplistes autour d'un enrichissement simple grâce à ce type d'actifs, le fait que seule une partie des jeunes perçoive le risque constitue un véritable point de vigilance.

Enfin, comme c'est souvent le cas dans les champs éducatifs, l'environnement social des jeunes influe beaucoup sur les résultats, ce qui renforce l'objectif d'une stratégie nationale.

Lucile Rives : J'ai découvert que les jeunes étaient surreprésentés dans les victimes de fraudes et d'arnaques. Cette catégorie de population, de fait, se retrouve particulièrement vulnérable.

Marguerite Collignan : Il y a un lien avec la confiance de la jeunesse, pour ne pas dire parfois une forme de naïveté de la jeunesse, qu'il ne faudrait d'ailleurs surtout pas leur enlever sur un certain

nombre de points car la naïveté et la confiance de la jeunesse, c'est aussi toute leur énergie. Mais cela explique pourquoi les jeunes sont effectivement très ciblés par les fraudes. Cette confiance les conduit à cliquer plus facilement et la naïveté peut faire croire que devenir riche sans risque, c'est possible. Pour les fraudes aux moyens de paiement et à l'investissement, les escrocs ciblent les jeunes pour ces raisons.

Il existe une population d'adultes qui est également très ciblée par les arnaques : les seniors. Globalement, ce sont d'abord les jeunes, puis les seniors, puis le reste de la population. Chez les seniors, les escrocs s'appuient davantage sur un sentiment de vulnérabilité. Pour faire cliquer, les escrocs, jouent sur les peurs. Dans le cas des jeunes, ils jouent sur la conviction qu'on peut devenir riche sans risque. Pour les seniors, ils jouent sur les sentiments d'urgence, sur les émotions trop fortes. Ce sont des mécanismes psychologiques que l'on connaît depuis longtemps. Avec l'âge, on peut se sentir plus vulnérable face à certaines situations, on ne sait pas toujours vers qui se tourner et l'on peut agir trop vite.

Cela étant, le reste de la population n'est pas épargné. Les fraudes augmentent chaque année, notamment les fraudes à l'investissement. On observe peut-être un peu moins de naïveté.

Chez les jeunes, les escrocs jouent sur la promesse de richesse rapide et sans risque.

Lucile Rives : Pour ce qui est des inégalités, on voit déjà un décalage intergénérationnel mais est-ce qu'il y a d'autres formes d'inégalités qui émergent chez les adultes ?

Marguerite Collignan : Sur les connaissances et les comportements financiers, plus on est âgé, plus on est sachant. Les adultes connaissent globalement mieux que les jeunes la gestion de leur argent. C'est assez logique : l'expérience, les premières démarches, les situations de vie apprennent un certain nombre de choses.

Cependant, lorsque l'on regarde dans le détail, cela ne signifie pas que tous les adultes soient sachants de la même manière. Il existe de fortes différences selon les catégories socioprofessionnelles et le niveau d'études. Plus on est diplômé, plus on maîtrise ces sujets.

Il existe également une différence entre les femmes et les hommes. Elle tend à diminuer chez les plus jeunes générations, mais plus on avance en âge, plus les hommes sont sachants et moins les femmes le sont. C'est une différence réelle.

La stratégie vise donc à élever le niveau de tous les citoyens, mais aussi à réduire ces inégalités liées aux catégories socioprofessionnelles, au niveau de diplôme, au genre et à l'âge.

Lucile Rives : Est-ce que j'exagère si je dis qu'au-delà de l'enjeu d'égalité, l'éducation financière pose aussi un enjeu démocratique ? Comprendre les politiques économiques et financières, c'est aussi pouvoir apprécier, en connaissance de cause, les décisions prises par les élus et les institutions.

Marguerite Collignan : Vous n'exagérez pas du tout. C'était même le fondement de la stratégie. EDUCFI, c'est d'abord apprendre à gérer son argent. Il y a effectivement un enjeu d'égalité, mais plus encore un enjeu d'autonomie. À cela s'ajoute la pédagogie économique, qui constitue un véritable enjeu démocratique. Comprendre l'économie, c'est comprendre le débat politique, savoir de quoi l'on parle. Chaque citoyen est un agent économique, et un choix éclairé peut aussi servir l'ensemble de la société.

Si l'on prend l'exemple de l'épargne, on parle aujourd'hui beaucoup du taux d'épargne ou de l'orientation de l'épargne. Ce n'est pas le rôle d'EDUCFI, ce n'est pas le sujet. En revanche, la dernière étude de l'OCDE montre que la plupart des citoyens, au-delà de ne pas bien connaître les produits d'épargne eux-mêmes, ne savent pas du tout à quoi sert l'épargne. Ils ne perçoivent pas le lien entre l'épargne et le financement de l'économie réelle. Ce lien leur est largement étranger, et on est là sur un véritable sujet de compréhension économique.

Lucile Rives : C'est-à-dire que placer son argent sur un livret A ou placer son argent sur un plan épargne retraite ne sert pas à financer la même chose.

Marguerite Collignan : Exactement. Et cela, les citoyens ne le savent pas suffisamment. Il reste, autour de l'épargne, une représentation assez imagée, presque enfantine : celle de Picsou, avec un grand coffre dans lequel on entasse de l'argent qui ne servirait à rien. Il y a une incompréhension du fait que, dès lors que l'on dépose son argent à la banque, il est réutilisé.

Mathieu Labbouz : Je partage complètement cette analyse. Comprendre ces mécanismes économiques est un véritable enjeu démocratique. C'est une question qui traverse un peu EDUCFI, notamment parce qu'il n'existe pas de matière d'économie obligatoire au collège, et seulement un enseignement limité en classe de seconde. C'est peut-être un débat à ouvrir.

La question centrale que l'on s'est posée sur EDUCFI est la suivante : comment trouver une porte d'entrée personnelle pour toucher les élèves, puisque c'est ce qui les motive le plus, et, à partir de là, tirer des fils vers ces enjeux démocratiques ? Placer mon épargne ; à quoi cela sert-il concrètement ? Pourquoi l'État intervient-il dans l'économie ? Pourquoi il y a des allocations chômage ? Autant de questions assez cruciales. Il existe une sorte de tension entre l'individuel et le politique qui est au cœur d'EDUCFI et qui constitue un véritable enjeu démocratique.

L'idée est de donner à voir l'ensemble des possibles, d'explicitier tous les mécanismes, puis chacun fait ses choix en fonction de ses valeurs et croyances. Il existe une ligne de crête, mais l'ensemble des partenaires partagent cette exigence de neutralité, d'autant plus qu'il s'agit, pour la plupart, d'acteurs institutionnels rompus au débat public.

Marguerite Collignan : Cette ligne de crête, nous la tenons en traitant chaque sujet de manière exhaustive. S'il existe un débat, nous exposons l'ensemble des points de vue. S'il s'agit d'un produit financier, nous présentons tout ce qui existe et tout ce qui est possible. Notre objectif est la transmission de la connaissance, pas le conseil.

Lucile Rives : C'est le moment d'expliquer les actions d'EDUCFI. Est-ce que vous pouvez nous les présenter ?

Marguerite Collignan : La stratégie s'articule autour de trois grands volets : gérer ses finances personnelles, comprendre l'économie - ou décrypter l'économie - et gérer financièrement son entreprise.

Le volet « finances personnelles » concerne la gestion de son argent tout au long de la vie. C'est un volet majeur : c'est celui qui est explicitement demandé par l'OCDE et que l'on retrouve dans les stratégies des 70 pays que nous évoquions tout à l'heure. Les deux autres volets sont plus spécifiques au contexte français, j'y reviendrai.

Mais dans le volet « finances personnelles », l'idée centrale est de tenir compte des parcours de vie et d'intervenir à plusieurs moments : À l'école bien-sûr, avec une priorité évidente aux jeunes, mais je laisserai Mathieu développer. Mais aussi auprès des personnes en situation de fragilité financière, notamment lors des moments difficiles de leur vie, qui constituent la deuxième priorité de la stratégie.

Au-delà de ces publics, EDUCFI s'adresse à tous les citoyens, lors de moments charnières : le premier crédit, la première assurance, l'arrivée d'un enfant, un déménagement, un accident de parcours, y compris lorsque l'on n'est pas en situation de fragilité financière. On dit parfois, au sein de l'équipe, « EDUCFI dans nos vies » : c'est l'idée de disposer des connaissances nécessaires pour faire les bons choix à différents moments clés de son existence.

La pédagogie économique constitue un volet plus spécifiquement français. Tous les pays ne l'intègrent pas dans leur stratégie nationale. Cela s'explique notamment par le fait que, jusqu'à 2019, l'enseignement de l'économie était assez limité à l'école. Aujourd'hui, il existe une heure d'économie par semaine au lycée général, mais cela n'a pas toujours été le cas et tous les élèves ne fréquentent pas le lycée général. L'enjeu est donc de donner à l'ensemble des citoyens des clés de compréhension des débats économiques et politiques, y compris à ceux qui n'ont pas été exposés à ces notions dans leur parcours scolaire.

Ces deux volets — finances personnelles et pédagogie économique — sont présents dès 2016, au lancement de la stratégie. En 2019, le comité stratégique d'EDUCFI, qui en assure la gouvernance et qui est présidé par le ministre de l'Économie, coprésidé par le ministre de l'Éducation nationale et le gouverneur de la Banque de France, a ajouté un troisième volet : la gestion financière des entreprises. Le diagnostic était le suivant : un nombre important de défaillances d'entreprises dans les cinq premières années est lié à une méconnaissance des bases de la gestion financière. Une entreprise qui fonctionne et se développe repose évidemment sur une idée et un projet, mais aussi sur une gestion financière solide.

Lucile Rives : Et pour les entrepreneurs, comment intervient EDUCFI ? Comment capter cette population ?

Marguerite Collignan : C'est une très bonne question, car, contrairement aux jeunes que l'on peut toucher de manière relativement homogène à l'école, les entrepreneurs constituent un public beaucoup plus hétérogène, voire hétéroclite.

Nous ciblons principalement les cinq premières années de la vie d'une entreprise, et plutôt les petites structures. Les grandes entreprises disposent, en général, d'autres moyens d'accompagnement, notamment en matière de conseil comptable et financier.

Nous développons donc différentes ressources et, pour les diffuser auprès des entrepreneurs, nous nous appuyons sur les partenaires de la stratégie. Nous signons très prochainement un partenariat avec France Travail, qui bénéficie d'un fort taux de pénétration auprès des créateurs d'entreprise. Nous travaillons également depuis longtemps avec les chambres consulaires, la Direction générale des entreprises à Bercy, ainsi qu'avec de nombreux réseaux d'accompagnateurs : centres de formation, associations d'aide à l'entrepreneuriat, etc. C'est grâce à cet écosystème que nous diffusons les ressources EDUCFI auprès des entrepreneurs.

Lucile Rives : Et le partenariat avec l'Éducation nationale. Dans l'étude de 2023, toujours basée sur le questionnaire OCDE, on observe que 8 Français sur 10 pensent que l'apprentissage de la gestion de l'argent doit commencer à l'école. Il y a donc une vraie demande pour ce type d'action. Ce n'est pas une démarche imposée par le haut. On l'a dit, l'éducation financière ne fait pas forcément partie des programmes scolaires. À défaut, quelles sont les actions qui sont mises en œuvre dans le milieu scolaire ?

Mathieu Labbouz : Peut-être d'abord souligner à quel point il est important d'avoir une stratégie nationale, à la fois pour répondre au manque d'éducation financière, mais aussi pour faire face à des initiatives privées, qui peuvent répondre à une vraie demande des jeunes, mais qui ne garantissent ni la qualité et ni la neutralité des contenus. L'intérêt d'une stratégie nationale portée par la Banque de France, c'est justement d'être un garant de neutralité et de qualité.

Le dispositif phare d'EDUCFI, qui est assez unique parmi les 70 pays engagés dans ce type de stratégie, repose sur l'idée de toucher une classe d'âge entière, en l'occurrence les élèves de quatrième. Cela représente environ 750 000 élèves. Par ce biais, l'an dernier, nous avons touché environ 250 000 élèves, soit 10 000 classes de quatrième, ce qui correspond à près d'un tiers de la population concernée. Cette approche globale et volontariste est assez singulière. Dans d'autres pays, les dispositifs reposent davantage sur le volontariat.

Il y a un vrai enjeu de généralisation. L'idée aussi a été d'étendre petit à petit la cible : nous intervenons désormais en classe de seconde au lycée professionnel, notamment en lien avec les périodes de stage. Chaque jeune qui entre en stage en lycée professionnel touche une gratification, et il y avait un enjeu très concret de gestion de l'argent à 16 ans. Un projet est également en réflexion pour étendre encore la cible au lycée général et technologique, sans doute en classe de seconde.

Sur le contenu, le passeport EDUCFI vise à transmettre des connaissances de base sur la gestion des finances personnelles et du budget, sur un temps relativement court, de l'ordre de quelques heures, parfois deux heures seulement. L'objectif est de proposer un dispositif simple, facilement appropriable par les enseignants, avec des liens établis avec les programmes existants — en mathématiques, en histoire-géographie ou en économie, lorsqu'il y en a.

Lucile Rives : J'ai une question sur la formation des professeurs. Aujourd'hui c'est une démarche basée sur le volontariat. Chaque professeur se saisit ou non de ce dispositif, c'est bien cela ?

Mathieu Labbouz : Oui, pour le passeport EDUCFI, tout repose sur le volontariat. Il n'y a aucune obligation. En revanche, il existe de fortes incitations au niveau des académies. Dans chaque académie, un binôme de référents EDUCFI est en place : une personne de l'Éducation nationale et une personne de la Banque de France. Il y a donc beaucoup d'accompagnement pour inciter les enseignants à s'emparer du dispositif.

Par ailleurs, EDUCFI vise aussi à outiller les enseignants grâce à des ressources pédagogiques variées : vidéos, sites internet, supports éducatifs. Il y a notamment le site « [Mes questions d'argent](#) ». Tout un travail a également été mené autour du jeu *Aventure entrepreneur*, qui permet de comprendre les mécanismes fondamentaux de la gestion et de l'entrepreneuriat. Des conférences thématiques sont également organisées. À titre d'exemple, les dernières conférences ont rassemblé environ 200 à 250 enseignants, en dehors du temps scolaire et sur la base du volontariat. C'est une audience dont nous sommes globalement satisfaits, même si elle peut sembler limitée en valeur absolue. On observe par ailleurs que les enseignants, en particulier en économie-gestion, se saisissent réellement de ces ressources.

Mesurer l'impact et chantiers à venir

Lucile Rives : Est-ce que l'on sait mesurer l'impact de cette stratégie nationale, déployée depuis 10 ans maintenant ?

Marguerite Collignan : L'OCDE fournit une matrice commune à tous les pays, qui permet à la fois un suivi dans le temps et des comparaisons internationales. C'est notre principal baromètre. On parle souvent d'une note synthétique, mais cette étude est beaucoup plus riche : elle compte environ 140 diapositives, avec plusieurs indicateurs par slide. Elle permet donc un suivi très fin de l'évolution des connaissances et des comportements. Pour rappeler quelques chiffres : en 2021, la note globale de la France était de 12,17. Elle est passée à 12,45 en 2023, puis à 12,82 en janvier 2026. C'est une moyenne, mais elle nous apprend deux choses importantes et qui orientent les principales mesures que l'on va suivre.

D'une part, les jeunes progressent proportionnellement davantage que les adultes. Cela fait écho à ce que nous disions plus tôt : l'étude de 2026 est la première à concerner des jeunes ayant bénéficié d'EDUCFI à l'école. Ils restent encore en dessous des adultes en niveau absolu, mais leur progression est de l'ordre de +6 %, bien supérieure à la moyenne.

D'autre part, l'étude distingue trois grands volets. Le premier concerne les connaissances fondamentales : savoir définir l'inflation, comprendre ce qu'est un taux, savoir le calculer. Cette étude est intéressante car elle n'est pas uniquement déclarative : lorsque l'on affirme savoir, on doit réaliser l'exercice. Cela le rend plus robuste. Ce premier volet évolue peu.

Le deuxième volet porte sur les attitudes financières : est-ce que l'on se sent plus à l'aise avec l'épargne ou avec la dépense ? Pour le dire simplement, est-on plutôt cigale ou plutôt fourmi ? Là, les courbes sont presque parfaitement plates. Ces attitudes semblent très ancrées, indépendamment du niveau de revenu ou de la catégorie socioprofessionnelle. C'est comme si on naissait cigale ou fourmi et qu'on le restait toute sa vie. J'écarte tout de suite des idées reçues qui voudraient que si on a plus d'argent, on n'est plus enclin à dépenser. Non, ce n'est pas lié. Ce sont vraiment des choses individuelles, quasiment des traits de caractère.

Le troisième volet, en revanche, progresse nettement : ce sont les comportements financiers. Comparer des produits financiers avant d'investir, projeter une épargne dans le temps pour financer un projet, vérifier sa capacité d'endettement avant de contracter un crédit. C'est le cœur d'EDUCFI, et encore une fois c'est lié à l'autonomie, et c'est là que l'on observe les évolutions les plus positives.

Le progrès est réel et mesuré. Il devra être confirmé lors de la prochaine étude, dans deux ans notamment, pour vérifier que les jeunes continuent à progresser et tendent à rattraper les adultes.

Lucile Rives : Pour conclure, quels sont les grands défis et les projets à venir pour EDUCFI ? Qu'est-ce qui doit être adapté, renforcé ou élargi ?

Mathieu Labbouz : Pour l'école, le premier défi reste de convaincre l'ensemble des enseignants de l'utilité du dispositif et de son enjeu démocratique. Il existe encore des confusions, notamment entre la Banque de France et les banques commerciales, et parfois une assimilation erronée du programme à une incitation à investir dans des produits financiers risqués, ce qui n'est absolument pas le cas.

Un travail de pédagogie, de communication et de conviction doit donc se poursuivre, avec l'objectif de toucher davantage de jeunes. Un tiers des élèves de quatrième, c'est déjà significatif, mais il reste deux tiers à atteindre.

Il y a aussi la question de l'élargissement de la cible : vers le lycée général et technologique, voire vers le primaire, comme cela existe dans certains pays européens. Enfin, des réflexions sont en cours autour du contenu, notamment sur l'entrepreneuriat au lycée professionnel et sur la compréhension des mécanismes économiques fondamentaux pour l'ensemble d'une classe d'âge.

Lucile Rives : Et pour le public adulte ?

Marguerite Collignan : Pour tous les citoyens, je voudrais rappeler que l'ensemble des contenus produits par les partenaires de la stratégie nationale EDUCFI sont neutres, gratuits, fiables et accessibles. Je tiens à rappeler les critères qui nous démarquent largement de contenus qu'on voit circuler ailleurs. Il existe évidemment aussi de bons créateurs de contenus sur les réseaux sociaux, et nous le reconnaissons. C'est même une opportunité que nous souhaitons accompagner et encadrer. Mais la neutralité reste un enjeu central et un chantier majeur pour les mois et les années à venir.

EDUCFI est à la fois une stratégie et un label. Ce label garantit la qualité et la neutralité des contenus. Nous souhaitons le développer, le faire mieux connaître et labelliser davantage de dispositifs, y compris en dialoguant avec des acteurs privés, dans un cadre clair, au service des citoyens.

L'accessibilité est également un enjeu important. Certaines populations restent difficiles à toucher : les seniors isolés, les personnes en situation d'illettrisme. Lorsqu'on ne sait pas lire, bien souvent, on ne sait pas non plus compter. Il faut donc continuer à adapter les supports et les modes de diffusion.

La stratégie progresse, mais elle reste en construction. Nous touchons beaucoup mieux les jeunes qu'avant, notamment grâce au partenariat avec l'Éducation nationale, mais nous devons encore renforcer notre action sur l'ensemble du territoire et auprès de toutes les catégories de population.

Lucile Rives : **Merci beaucoup à tous les deux d'être venus dans Dialogue &co.**

En savoir davantage :

- Le portail EDUCFI : « [Mes questions d'argent](#) »
- Retour sur la semaine de l'Éducation financière 2026 : [Retour sur la Semaine de l'Éducation Financière 2026](#) ».
- Le Numéro Hors-série de la Newsletter LinkedIn de la Banque de France consacré à EDUCFI : [Banque de France Actu - Numéro Spécial "Les enjeux de l'éducation financière"](#)