

Les Français et la gestion de leurs finances personnelles 2026

Compréhension, arbitrages budgétaires, attitudes face aux outils et leviers d'accompagnement

*Présentation de l'étude
216 pages, mars 2026
1ère édition, France*

Entre arbitrages permanents, tension sur le pouvoir d'achat et instabilité des revenus, les Français doivent composer chaque mois avec un quotidien budgétaire sous pression. Dans ce contexte, la capacité à gérer ses finances personnelles devient un enjeu clé — mais aussi un facteur de différenciation majeur pour les banques.

Qui pilote vraiment son budget, avec quels outils, selon quelles logiques ? À quel moment l'accompagnement devient-il souhaité, accepté ou rejeté ?

Loin des postures culpabilisantes ou des injonctions technologiques, cette étude propose une lecture réaliste, segmentante et directement exploitable des usages, des attentes et des profils d'utilisateurs. Elle permet de mieux comprendre les ressorts d'adhésion ou de rupture à l'égard des banques, et d'identifier les leviers qui renforcent leur utilité perçue dans la gestion du quotidien.

Si l'étude s'adresse prioritairement aux banques, elle permet aussi d'éclairer les arbitrages face aux charges fixes, utiles aux acteurs de l'assurance et de la mutualité.

Cette étude fournit donc aux directions marketing, produit et relation client :

- une cartographie claire des profils d'attitude financière : autonomes, exposés, assistés, défiants ;
- une identification des moments de fragilité ou de bascule, en lien avec l'usage des outils ou services bancaires ;
- des leviers pour repositionner la banque comme un acteur de pilotage utile, non comme une interface distante ou une charge fixe.

Concrètement, les objectifs de l'étude sont :

- Comprendre les pratiques de gestion budgétaire au quotidien (outils, arbitrages, logiques personnelles).
- Évaluer l'usage et l'image des dispositifs d'aide proposés par les banques (applications, coaching, alertes...).
- Identifier les profils types selon le rapport à l'argent, aux banques et aux services digitaux
- Mesurer les attentes implicites vis-à-vis des acteurs bancaires en matière d'accompagnement
- Dégager des axes de travail opérationnels : segmentation, posture relationnelle, innovation servicielle.

Méthodologie

Echantillon : 3 801 clients des banques interrogés

Echantillon issu d'un envoi auprès de 4 005 Français parfaitement représentatifs en termes de sexe, d'âge (sur la tranche 18-79 ans), de CSP, de composition du foyer et de localisation (régions UDA5).

Dates de terrain : 05/02 au 11/03/26

Mode recueil : Internet.

Les répondants à l'enquête sont tous membres de notre communauté de 60 000 panélistes

<https://www.panelia.fr> propriété Arcane Research.





- Afin de connaître précisément l'ensemble des questions, items ou dimensions évaluées, n'hésitez pas à nous demander le questionnaire.
- L'ensemble des données de l'étude sont précisées au global et selon la tranche d'âge

Principaux enseignements et leviers d'actions

Décryptage des pratiques et attentes en matière de gestion budgétaire, avec une lecture segmentante des profils et des leviers d'accompagnement pertinents pour les marques bancaires

1. Santé financière et consultation bancaire

1.1. Situation financière perçue

- 1.1.1. Stabilité des revenus
- 1.1.2. Niveau de reste à vivre
- 1.1.3. Maîtrise financière
- 1.1.4. Situation financière récente
- 1.1.5. Auto-positionnement financier

1.2. Signaux d'alertes et consultation bancaire

- 1.2.1. Signaux d'alerte financiers
- 1.2.2. Fréquence de consultation des comptes
- 1.2.3. Moment pour parler budget avec banque

2. Pratiques de gestion budgétaire

2.1. Organisation et pilotage du budget

- 2.1.1. Organisation de la gestion du budget
- 2.1.2. Outils de gestion utilisés
- 2.1.3. Adaptation de la carte aux besoins

2.2. Usage des outils bancaires

- 2.2.1. Usage des fonctionnalités bancaires
- 2.2.2. Attentes de nouvelles fonctionnalités
- 2.2.3. Améliorations attendues des banques

3. Gestion des imprévus et moments de tension

3.1 Comportements face aux imprévus

- 3.1.1. Réaction face aux dépenses imprévues
- 3.1.2. Recours aux dispositifs financiers

3.2. Perception des solutions financières

- 3.2.1. Solutions rassurantes et solutions risquées
- 3.2.2. Moments de risque identifiés du recours au crédit
- 3.2.3. Soutien attendu de la banque

4. Image des banques et relation clients

4.1. Image et rôle de la banque

- 4.1.1. Image de la banque principale
- 4.1.2. Ouverture au coaching budgétaire par la banque
- 4.1.3. Ouverture aux notifications personnalisées
- 4.1.4. Freins aux notifications personnalisées
- 4.1.5. Facteurs d'accompagnement différenciants

4.2. Fidélité et engagement

- 4.2.1. Aisance digitale bancaire
- 4.2.2. Besoin principal dans la relation bancaire
- 4.2.3. Motifs de fidélité à l'organisme bancaire principal
- 4.2.4. Motifs de switch d'organisme bancaire principal

5. Attentes, services et typologie

5.1. Expérience et interactions

- 5.1.1. Réaction face aux dépenses imprévues
- 5.1.2. Canal privilégié en cas de difficulté financière
- 5.1.3. Délai d'alerte souhaité en cas d'incident
- 5.1.4. Attentes de présentation de l'application bancaire
- 5.1.5. Attentes vis à vis des frais bancaires
- 5.1.6. Intérêt vis-à-vis d'un outil de négociation frais
- 5.1.7. Conseils souhaités au sein de l'espace client
- 5.1.8. Proactivité souhaitée en cas de dépense inhabituelle
- 5.1.9. Solution utile en cas de fin de mois difficile
- 5.1.10. Attente prioritaire en cas de contact du conseiller
- 5.1.11. Service bancaire innovant le plus utile

5.2. Services budgétaires et valeur

- 5.2.1. Services attendus liés aux abonnements
- 5.2.2. Souhait de paramétrage d'objectifs budgétaires
- 5.2.3. Aide attendue en cas d'achat important
- 5.2.4. Propension à payer plus pour un service premium

5.3. Vie bancaire et parcours client

- 5.3.1. Facilitation au changement de banque
- 5.3.2. Perception d'alerte tardive de la banque
- 5.3.3. Canal préféré d'obtention des conseils budgétaires
- 5.3.4. Intérêt vis-à-vis des fonctionnalités collaboratives
- 5.3.5. Intérêt d'un compte partagé parents séparés
- 5.3.6. Moments nécessitant un accompagnement
- 5.3.7. Sources d'influence sur les conseils financiers

5.4. Typologie attitudinale des clients

5.4.1. Attitudes financières

5.4.2. Typologie attitudinale des clients vis-à-vis de leurs finances

Annexes

Identification et profil des clients des banques

Identification des clients des banques / Sexe, âge et composition du foyer / Catégorie socio-professionnelle et statut professionnel des actifs / Niveau de diplôme / Région (UDA5) et type de commune d'habitation / Revenus mensuels nets du foyer et revenus personnels

Relation bancaire

- Organismes bancaires et banque principale
- Produits détenus dans la banque principale

Tris croisés selon la typologie

L'ensemble du rapport est présenté selon la typologie

Livrables

Un rapport synthétique, quantifié, prêt pour vos présentations

- Un rapport synthétique : l'information essentielle est hiérarchisée.
- Un rapport chiffré et précis : l'information est systématiquement quantifiée.
- Un rapport directement exploitable pour vos présentations : format Power Point.

Accompagnement personnalisé :

Une fois les livrables restitués, notre équipe est disponible et cela sans aucune limite de temps pour faire les traitements complémentaires et apporter toutes les précisions que vous estimeriez utiles (présentation orale en option).



Expert en montage d'études multiclients et en études ad-hoc basées sur la réinterrogation de cibles.

Notre offre multi-clients répond à 3 principes :

- Proposer des études thématiques sur des marchés connus et maîtrisés,
- Mutualiser les coûts (terrain partagé)
- Proposer une offre plus flexible, plus "ad hoc" et plus qualitative que les études en souscription traditionnelles

La maîtrise du principe de l'enquête mutualisée depuis 1993 :

- Une équipe impliquée et compétente sur les domaines.
- Plus de 30 observatoires réalisés chaque année.
- Une relation durable et de confiance avec les acteurs les plus significatifs des marchés étudiés.

www.arcane-research.com

arcane research est un institut d'études indépendant spécialisé depuis 1993 dans les études quantitatives.

Vos contacts



Hervé GUINGANT

Votre contact commercial

herv.guingant@arcane-research.com

Direct : 02.41.60.37.68



Coline LE BIHAN

Votre contact pour l'étude

coline.lebihan@arcane-research.com

Direct : 02.41.20.08.76

Références

Banques Assurances

ABELLE ASSURANCES, AG2R LA MONDIALE, ALLIANZ IARD, ALLIANZ VIE, APICIL, APREVA, APRIL, AXA, AXA DIRECT, BANQUE CASINO, BFORBANK, BNP PARIBAS, BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE, BOURSORAMA, BPCE ASSURANCES, BRED BANQUE POPULAIRE, CA CONSUMER FINANCE, CAISSE D'EPARGNE, CAISSE D'EPARGNE LANGUEDOC ROUSSILLON, CETELEM, CONFEDERATION NATIONALE DU CREDIT MUTUEL, COVEA, CREDIPAR, CREDIT AGRICOLE PACIFICA, CREDIT MUTUEL ARKEA, DELOITTE, DIAC, DIRECT ASSURANCE, EIVI-MCD, EUROP ASSISTANCE, FIDELIA, FNMF, GENERALI, GROUPAMA, HARMONIE MUTUELLE, HSBC, HUMANIS, IMA, ING, KALIXIA, LA BANQUE POSTALE FINANCEMENT, LCL, MAAF, MACIF, MACSF, MAIF, MALAKOFF MEDERIC, MATMUT, MERCEDES BENZ FINANCIAL SERVICES, METLIFE, MG, MGC, MGEN, MMA, MONDIAL ASSISTANCE, MUTEX, MUTUAIDE, MUTUELLE DE POITIERS ASSURANCES, OCIANE MATMUT, NATIXIS, OCIANE MATMUT, ONEY, PMP, PREVOIR, REUNICA, RMA, SANTECLAIR, SOCIETE GENERALE, SOGECAP, SURAVENIR, SWISS LIFE, VERTONE, VW BANK



Compréhension, arbitrages budgétaires, attitudes face aux outils et leviers d'accompagnement



[Retour 1ère page](#)

Bon de Commande

A retourner

De préférence scanné par mail

<input type="checkbox"/>	Je commande l'étude « Les Français et la gestion de leurs finances personnelles 2026 » mars 2026, 4900€ HT* (TVA 5,5% = 269,5€, soit 5169,5€ TTC)
<input type="checkbox"/>	Je souhaite une présentation orale personnalisée des résultats en distanciel. 600€ HT (TVA 20% : 120€), soit 720€ TTC.
<input type="checkbox"/>	Je commande la version simplifiée de l'étude (livrable Excel uniquement). 3000€ HT (TVA 5,5% = 165€), soit 3165€ TTC

**Les tarifs indiqués dans le présent bon de commande s'appliquent exclusivement aux entreprises et structures à usage individuel. Les fédérations, syndicats professionnels et autres organismes collectifs, en raison de la nature spécifique de leur usage (partage auprès de leurs adhérents ou membres), sont soumis à une tarification adaptée. Pour toute commande émanant de ces entités, un devis personnalisé devra être établi.*

Je règle à l'ordre d'ARCANE
Research à la livraison
(facture jointe à la livraison)

Cachet et signature obligatoires

Fait à : Le :

Coordonnées de livraison des livrables (papier, numérique)

Société - Organisme :
Nom, Prénom : Fonction :
Adresse :
Code postal : Ville :
Téléphone : Fax :
E-mail :

Coordonnées de facturation (si différente des coordonnées de livraison)

N° de commande (éventuellement) :
Société - Organisme :
Nom, Prénom : Fonction :
Adresse :
Code postal : Ville :
Téléphone : Fax :
E-mail :