



# OBSERVATOIRE DU SENS DE L'ARGENT

*VAGUE 3*

JUIN 2022

**Arnaud ZEGIERMAN**

Directeur associé

[az@institut-viavoice.com](mailto:az@institut-viavoice.com)

**Thomas GENTY**

Directeur de clientèle

[tg@institut-viavoice.com](mailto:tg@institut-viavoice.com)

**Margot HOCHÉ**

Chargée d'études

[mh@institut-viavoice.com](mailto:mh@institut-viavoice.com)

**1.**

MODALITÉS DE  
RÉALISATION

P.3

**I.**

COHÉRENCE  
ENTRE VALEURS ET  
ACTIONS

P.4

**II.**

USAGE ET RÔLE  
DE L'ARGENT

P.9

**III.**

LA CONNAISSANCE  
DU MONDE  
BANCAIRE

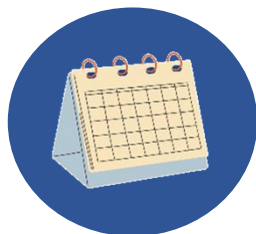
P.14

**IV.**

L'IMPACT DU  
CHOIX D'UNE  
BANQUE

P.19

Étude réalisée par l'institut Viavoice pour le



Enquête réalisée en ligne du **10 juin au 17 juin 2022**

Après d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population habitant en France métropolitaine âgée de 16 ans et plus.

Représentativité assurée par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession, région et catégorie d'agglomération.



# COHÉRENCE ENTRE VALEURS ET ACTIONS

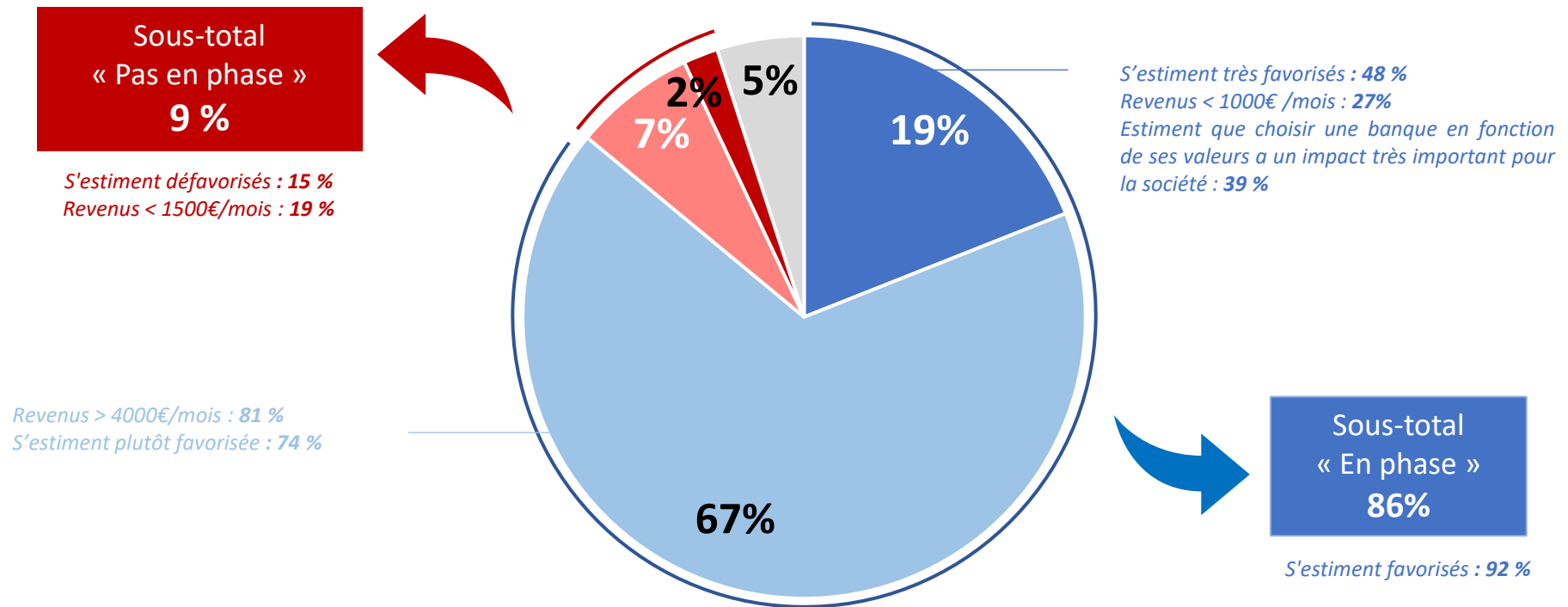
- 19 % des Français déclarent agir totalement en accord avec leurs valeurs
- 67% déclarent être plutôt en phase avec leur valeurs
- 9% indiquent que leurs actions sont en contradiction avec leurs valeurs, parmi lesquels 4% le vivent mal
- Le manque d'argent est le facteur qui conduit le plus à un non-alignement entre valeurs et actions; pour autant, parmi les plus en phase, la vision du monde est un facteur plus discriminant que les revenus



Diriez-vous que, dans votre vie, vous agissez en phase, plutôt, plutôt pas ou pas du tout en phase avec vos valeurs...

Base : ensemble (1000 personnes)

■ Totalemment en phase ■ Plutôt en phase ■ Plutôt pas en phase ■ Pas du tout en phase ■ Non réponse/Ne sait pas



### Pourquoi?

Base : ceux qui déclarent agir en phase avec leurs valeurs (857 personnes)

32 %	<b>PAR PRINCIPE</b> « Je tiens à mes convictions »; « Il faut garder ses valeurs quoi qu'il arrive »; « Totale honnêteté »...
18 %	<b>PAR CHOIX, PAR ENVIE</b> « Je fais ce que j'ai envie », « je veux vivre suivant le mode de vie qui me convient »
16 %	<b>ESSAYE, FAIT DE SON MIEUX POUR ÊTRE EN PHASE</b> J'essaie de vivre au mieux de mes souhaits et possibilités »; « Je fais ce que je peux »
6 %	<b>PAR ÉDUCATION</b> « Les valeurs que mes parents m'ont donné»; « Je respecte et m'identifie à l'éducation que j'ai reçue »...
6 %	<b>PAR ENGAGEMENTS...</b>
4 %	<b>...ÉCOLOGIQUES</b> « Activité professionnelle éco responsable orienté vers la préservation de l'environnement pour l'avenir de la planète » ...
2 %	<b>...POLITIQUES</b> « Je crois au peuple de gauche, j'essaie de le transmettre et je crois y parvenir... »; « En votant pour un candidat qui respecte les «électeurs »
1 %	<b>PARCE QU'ILS PEUVENT SE LE PERMETTRE</b>
1 %	<b>POUR ÊTRE EN ACCORD AVEC SA RELIGION</b>
6 %	<b>AUTRES</b>
28 %	<b>NSP</b>

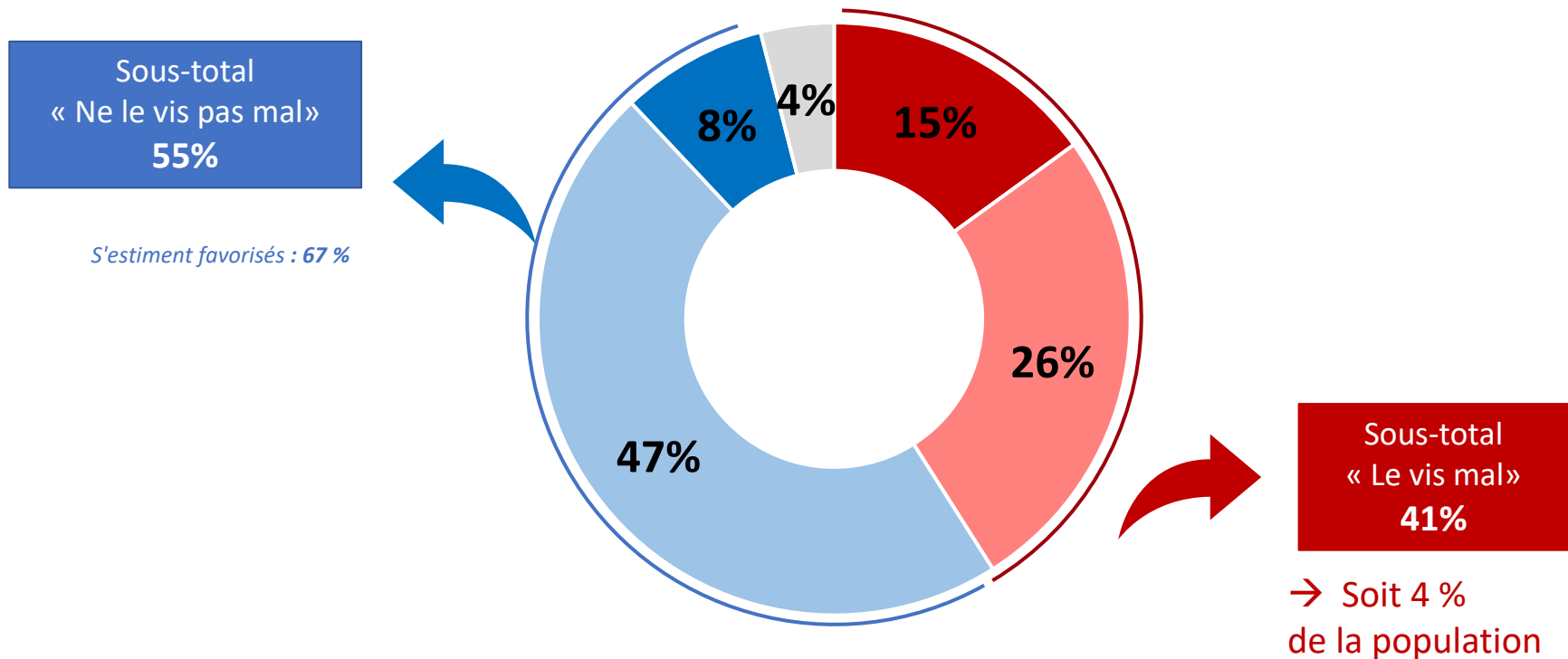
Base : ceux qui déclarent ne pas agir en phase avec leurs valeurs (96 personnes)

32 %	<b>ESTIMENT NE PAS AVOIR LE CHOIX</b> « La vie est dure »; Car la société est dure »; « On a jamais de chances »; « Je subis le système »
15 %	<b>PAR MANQUE D'ARGENT</b> « je ne peux pas faire ce que je voudrais à cause de soucis financiers»
11 %	<b>UN SENTIMENT DE CRISE</b> « On va droit dans le mur à tous les points de vue et on continue d'accélérer »; « Politique corrompue »...
4 %	<b>PAR ÉGOÏSME</b> « J'agis suivant mes choix »; « Je vis pour moi et ma famille »; « Parce que je m'écoute un peu trop »...
11 %	<b>AUTRES</b>
35 %	<b>NSP</b>

Est-ce que vous le vivez mal?

Base : Ceux qui ne sont pas en phase avec leurs valeurs (96 personnes)

- Je le vis très mal
- Je le vis assez mal
- Je ne le vis pas trop mal
- Je ne le vis pas mal du tout
- Ne savent pas / Non réponse



## 4. RÉCAPITULATIF DE LA COHÉRENCE ENTRE ACTIONS ET VALEURS

19 %

AGISSENT TOTALEMENT EN PHASE  
AVEC LEURS VALEURS

Moins de 25 ans : **24%**  
S'estiment très favorisés : **48 %**  
Revenus < 1000€/mois : **27%**  
Estiment que choisir une banque en fonction de ses valeurs  
a un impact très important pour la société : **39 %**

67 %

AGISSENT PLUTÔT EN PHASE AVEC LEURS VALEURS

Revenus > 4000€/mois : **81 %**  
S'estiment plutôt favorisée : **74 %**

5%

N'AGISSENT PAS EN PHASE AVEC LEURS VALEURS  
& NE LE VIVENT PAS MAL

Revenus < 1000€/mois : **10%**

4%

N'AGISSENT PAS EN PHASE AVEC LEURS VALEURS  
& LE VIVENT MAL

S'estiment très défavorisés : **23%**  
Revenus < 1000€/mois : **12%**



## USAGE ET RÔLE DE L'ARGENT

---

- Une majorité de Français croient qu'il est possible de changer ce qui ne va pas dans la société, surtout auprès des personnes qui se sentent favorisées, des CSP+, des revenus plus élevés, des personnes âgées...
- Plus de 8 Français sur 10 pensent que les individus et les entreprises peuvent contribuer à une utilisation plus juste de l'argent
- Les Français s'estiment plutôt cohérents avec leurs valeurs dans leur utilisation de l'argent, en particulier dans la manière qu'ils ont de le gagner



### Avez-vous le sentiment qu'...

Base : ensemble (1000 personnes)

Il est **possible** de  
changer ce qui ne va  
pas dans la société

#### Profil

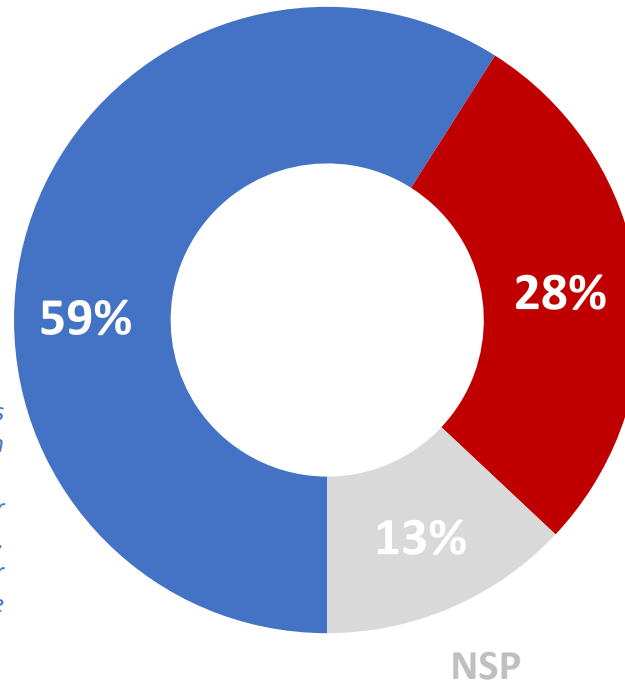
- S'estiment favorisés : **66 %**
- Au moins bac +5 : **66 %**
- 65 ans et plus : **67 %**
- Revenus > 3000€/mois : **71 %**

#### Perception du rôle de l'argent

- Estiment que choisir une banque en fonction des valeurs qu'elle défend est susceptible d'avoir un impact important sur la société : **68 %**
- Perçoivent l'argent comme important pour agir en faveur de la paix dans le monde (**64 %**), réduire les inégalités sociales (**63 %**), en faveur de l'environnement (**63 %**), favoriser le développement économique local (**62 %**)

#### Connaissance du monde bancaire

- Pensent qu'il est possible de savoir comment les banques utilisent l'argent que nous déposons chez elles : **70 %**



Il est **impossible** de  
changer ce qui ne va  
pas dans la société

#### Profil

- S'estiment défavorisés : **36 %**
- Revenus < 1500€/mois : **37 %**
- Commune rurale : **34 %**

#### Perception du rôle de l'argent

- Ne pensent pas que les individus et les entreprises peuvent contribuer à une utilisation plus juste de l'argent au sein de la société : **51 %**

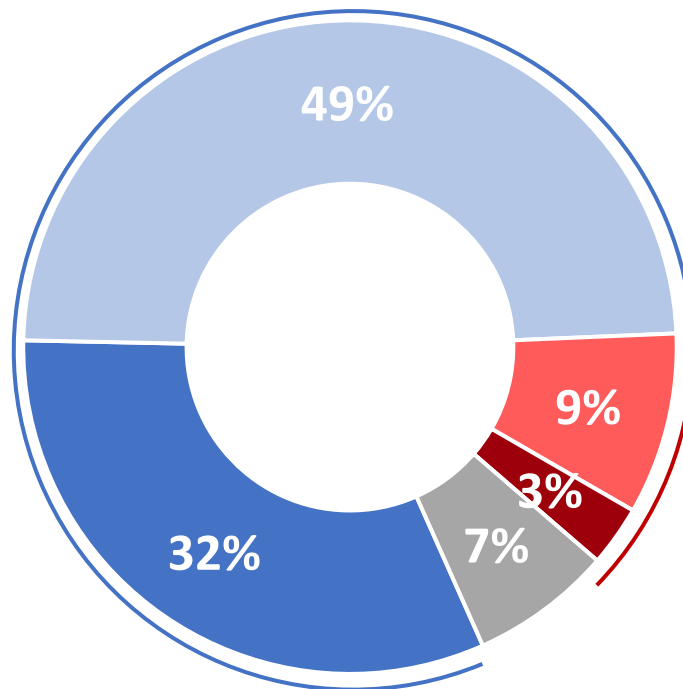
#### Connaissance du monde bancaire

- Pensent qu'il n'est pas possible de savoir comment les banques utilisent l'argent que nous déposons chez elles : **36 %**

Pensez-vous que les individus et les entreprises peuvent contribuer à une utilisation plus juste de l'argent au sein de la société?

Base : ensemble (1000 personnes)

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout
- Ne savent pas / Non réponse



Sous-total  
« Oui »  
81%

S'estiment favorisés : 88 %

Ont le sentiment qu'il est possible de changer ce qui va pas dans la société : 90 %

Estiment que choisir une banque en fonction des valeurs qu'elle défend est susceptible d'avoir un impact important pour la société : 90 %

Sous-total  
« Non »  
12%

S'estiment défavorisés : 18 %

Ont le sentiment qu'il est impossible de changer ce qui va pas dans la société : 21 %

Estiment que choisir une banque en fonction des valeurs qu'elle défend est n'a pas d'impact pour la société : 20 %

## 7. PERCEPTIONS DU RÔLE DE L'ARGENT

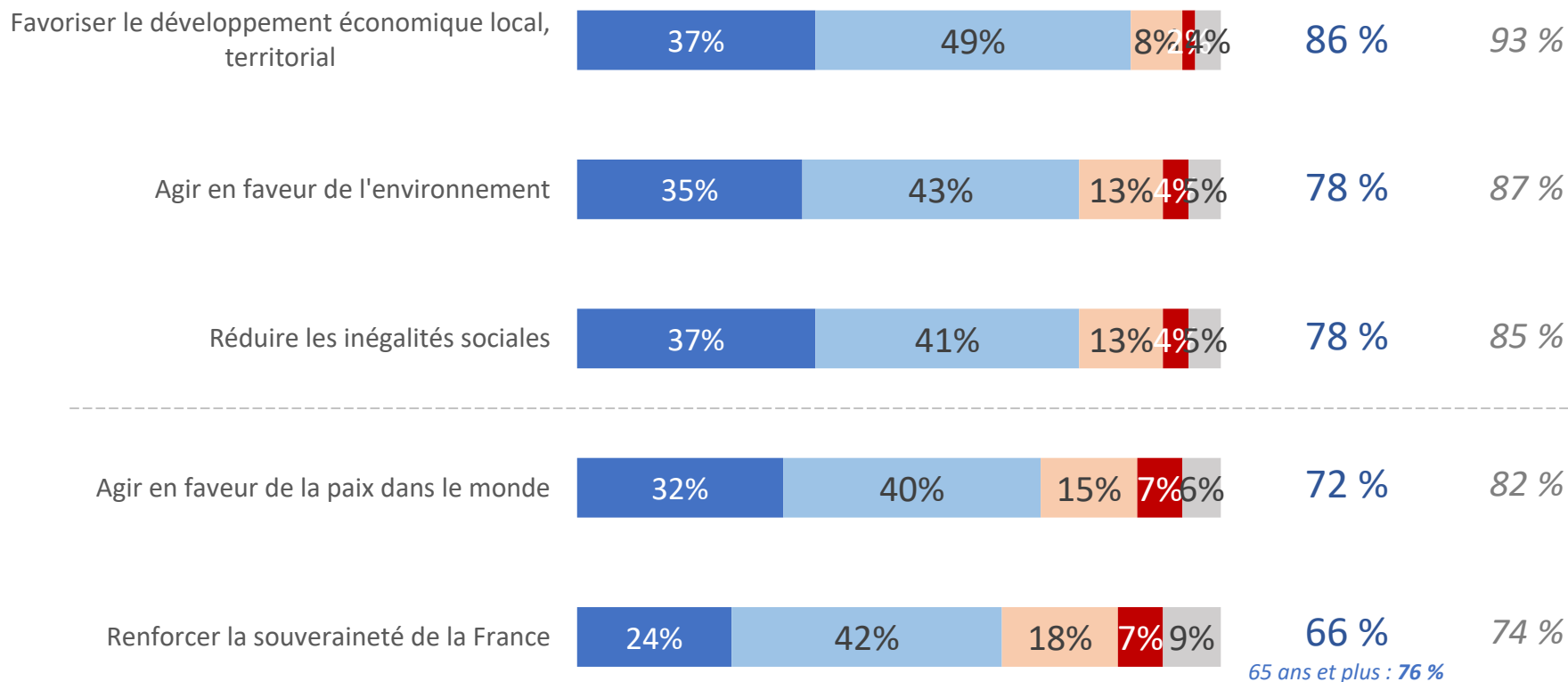
Diriez-vous que le rôle de l'argent est très important, assez important, peu important ou pas important du tout pour...

Base : ensemble (1000 personnes)

■ Très important ■ Assez important ■ Peu important ■ Pas important du tout ■ Ne savent pas / Non réponse

**Sous-  
Total  
« Oui »**

*Estiment que choisir une banque en fonction des valeurs qu'elle défend, est susceptible d'avoir un impact important pour la société*

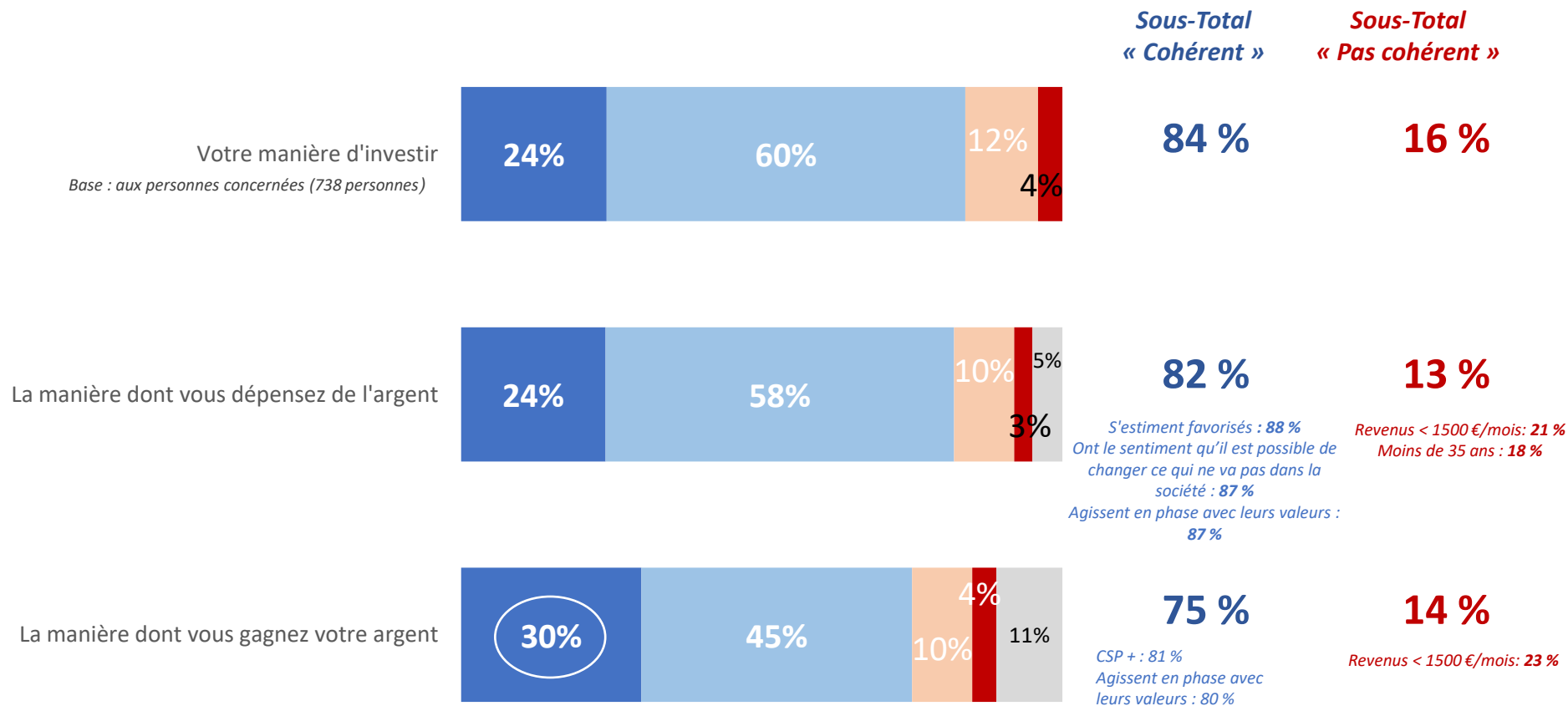


## 8. COHÉRENCE ENTRE USAGE DE L'ARGENT ET VALEURS

Avez-vous le sentiment que vos idées, vos valeurs, sont tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout cohérentes avec...

Base : ensemble (1000 personnes)

■ Tout à fait ■ Plutôt ■ Plutôt pas ■ Pas du tout ■ Ne savent pas / Non réponse



## **LA CONNAISSANCE DU MONDE BANCAIRE**

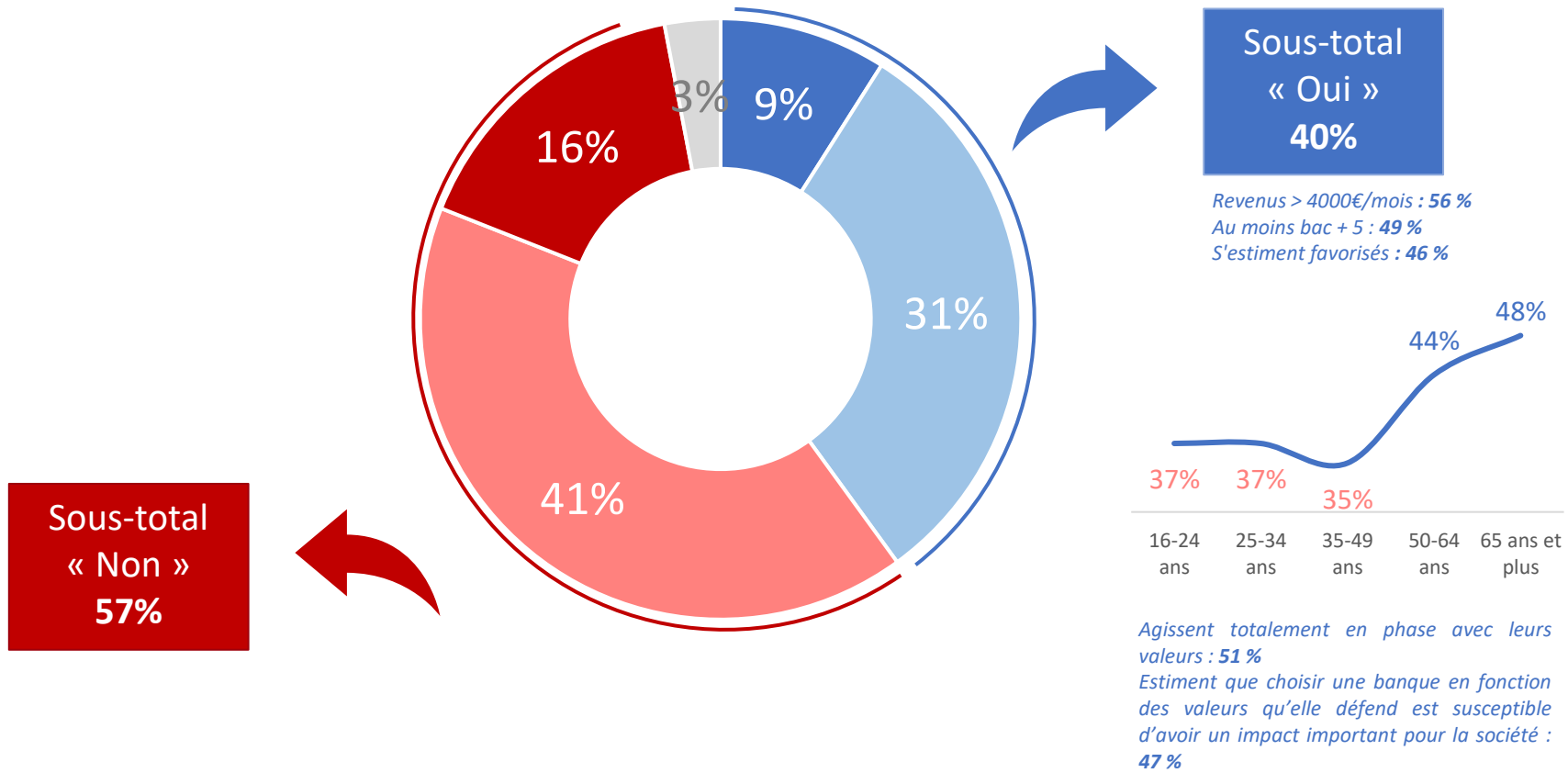
- S'ils s'estiment cohérents dans leur utilisation de l'argent avec leur valeurs, peut-être est-ce par méconnaissance...
- Seuls 40% déclarent savoir ce que les banques font de leur argent, une méconnaissance qui laisse la place aux fantasmes négatifs sur la banque :
- 38% pensent qu'il est impossible de savoir comment les banques utilisent l'argent et 28% croient qu'aucune banque ne se soucient de l'intérêt collectif
- La méconnaissance induit de la méfiance davantage que de l'optimisme, d'où l'importance de la pédagogie



## Savez-vous ce que les banques font de votre argent ?

Base : ensemble (1000 personnes)

- Oui, très bien
- Oui, mais pas suffisamment
- Non, pas vraiment
- Non pas du tout
- Non réponse



Parmi les propositions suivantes laquelle vous semble vraie?

Base : ensemble (1000 personnes)

Les banques utilisent et font travailler l'argent que nous déposons sur un livret d'épargne, **mais pas l'argent qui est sur notre compte courant**



*Moins de 35 ans : 36 %*

*Revenus < 1500€/mois : 35 %*

Les banques utilisent et font travailler l'argent que nous déposons sur tous nos comptes, **y compris notre compte courant**



*Diplômé des études supérieures : 73 %*

*65 ans et plus : 78 %*

*Revenus > 4000€/mois : 82 %*

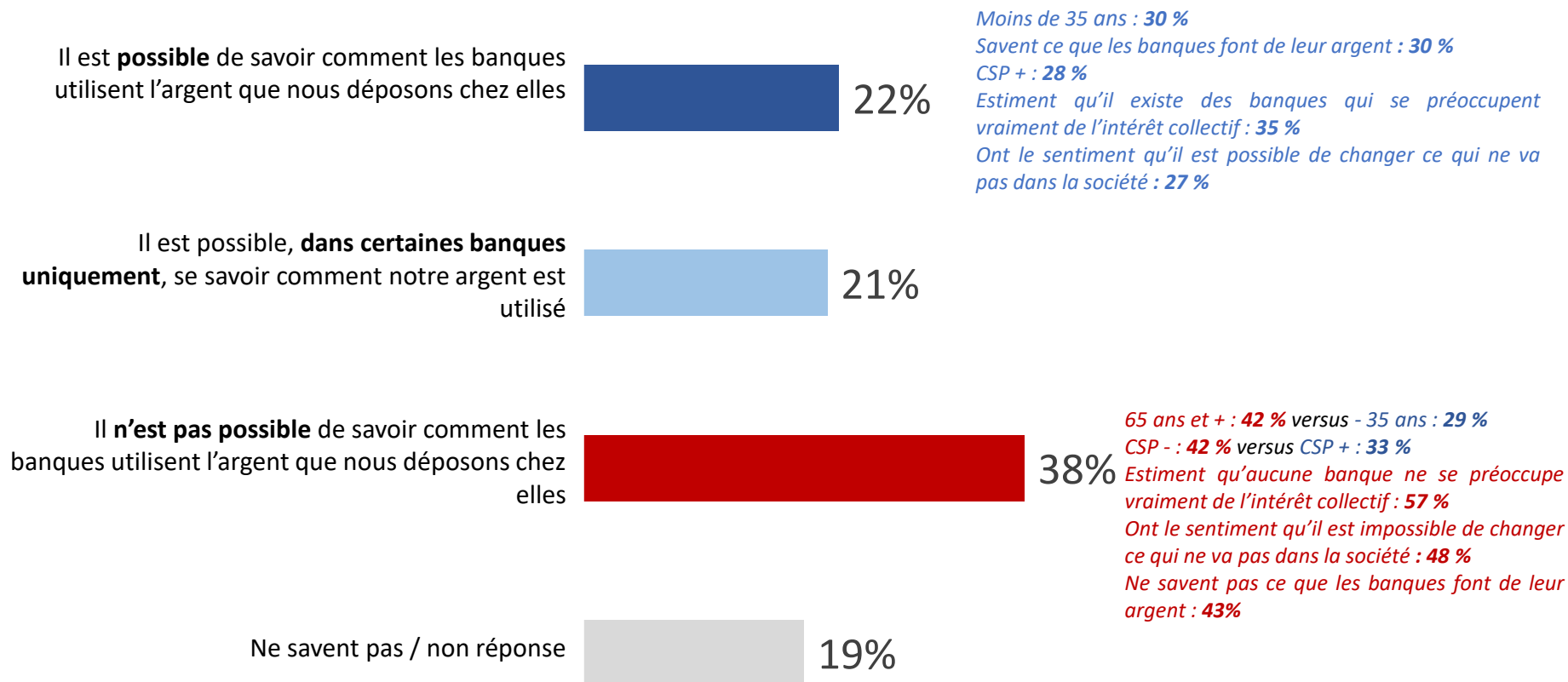
Ne savent pas /non réponse





Selon vous, quelle affirmation parmi les suivantes est vraie ?

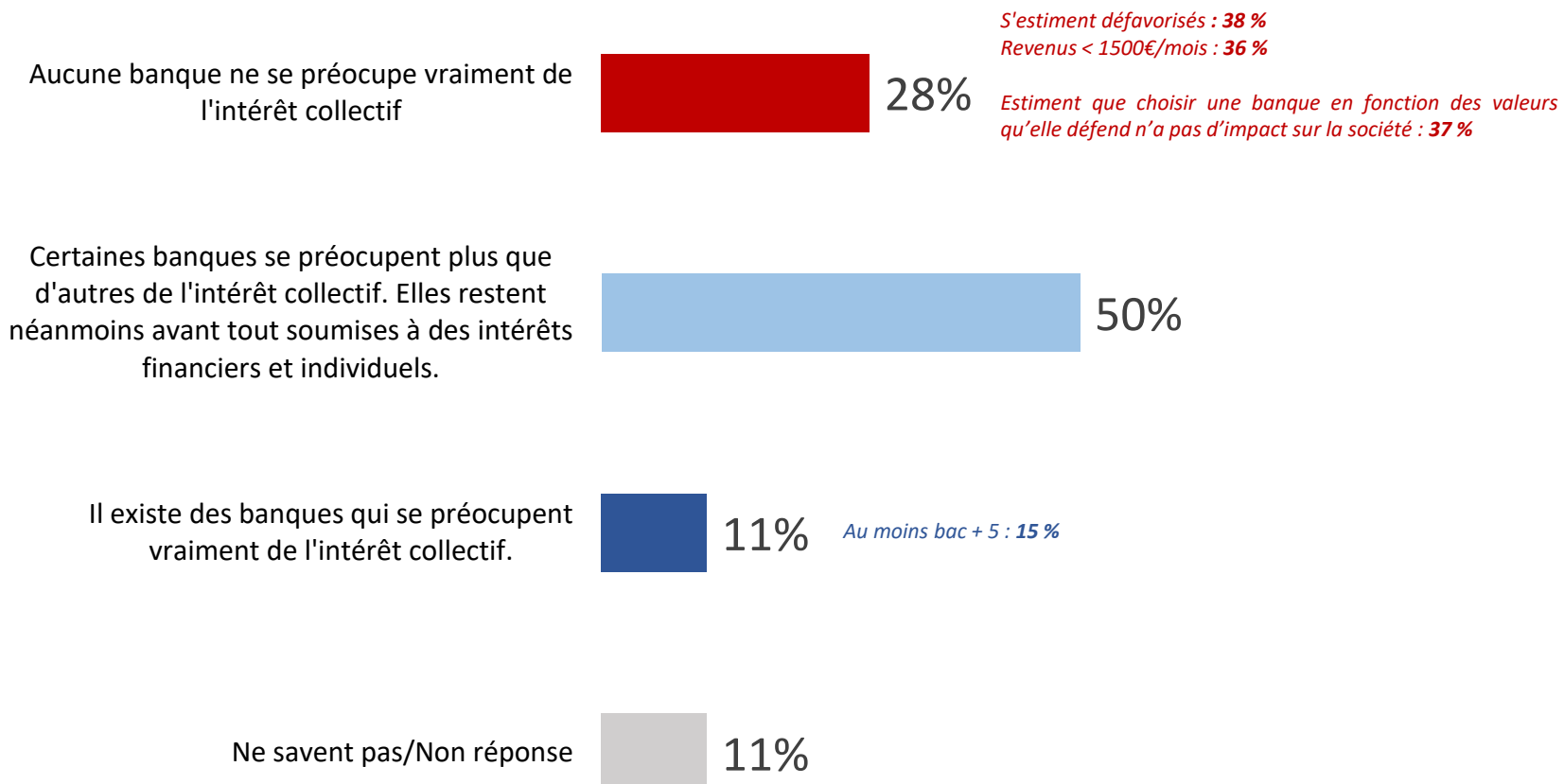
Base : ensemble (1000 personnes)



Parmi ces trois propositions, laquelle est la plus proche de ce que vous pensez ?

Base : ensemble (1000 personnes)

\* Attention base faible



## L'IMPACT DU CHOIX D'UNE BANQUE

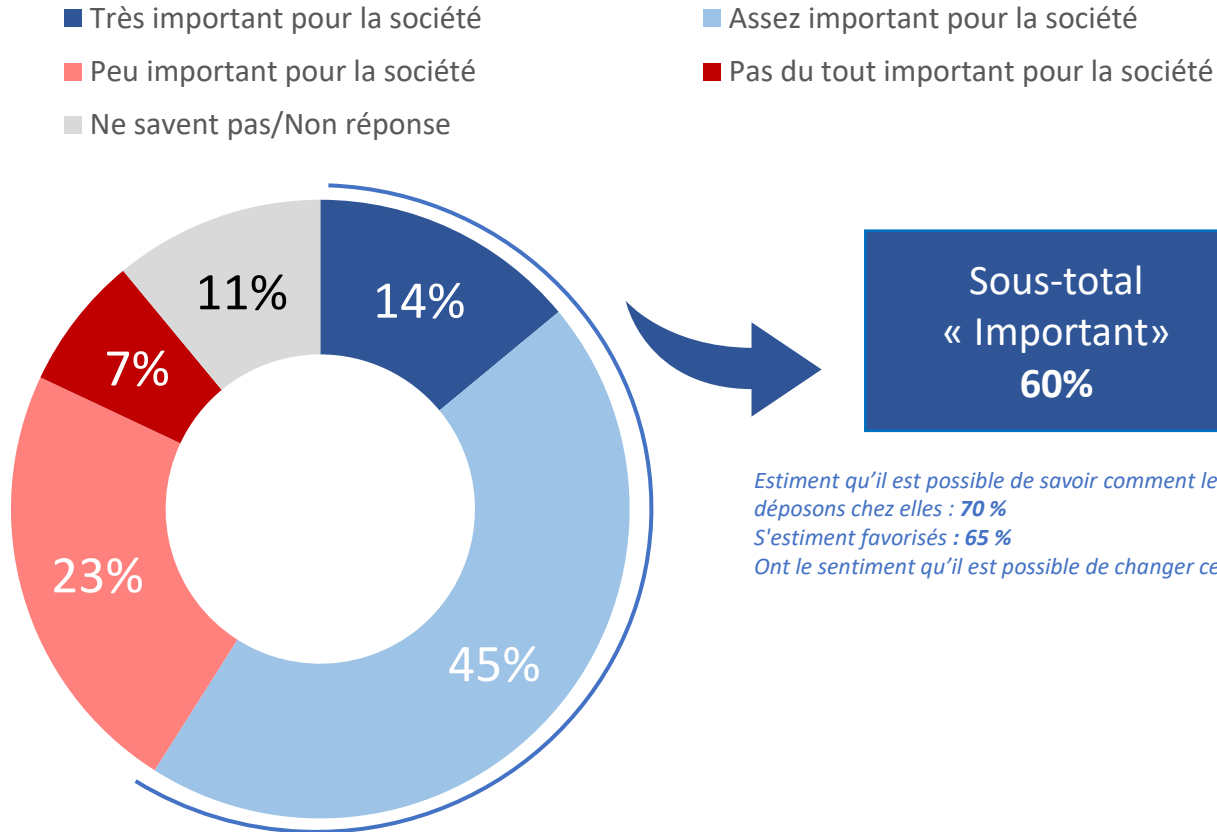
---

- Malgré la méfiance qui existe, les Français croient dans le rôle positif que peuvent jouer les banques
- Mais pour lever les doutes, les banques doivent d'abord rassurer les Français sur la relation client.
- Une banque responsable, aux pratiques durables est certes une banque qui fait des investissements liés à l'intérêt collectif, qui est éloignée des paradis fiscaux, mais c'est d'abord une entreprise qui ne cherche pas à exploiter ses clients



Diriez-vous que choisir une banque en fonction des valeurs qu'elle défend est susceptible d'avoir un impact...

Base : ensemble (1000 personnes)



## Pourquoi?

Base : Estiment que le choix d'une banque en fonction des valeurs qu'elles défend est susceptible d'avoir un impact important sur la société (597 personnes)

Base : Estiment que le choix d'une banque en fonction des valeurs qu'elles défend n'est pas susceptible d'avoir un impact important sur la société (296 personnes)

<b>20 %</b>	<b>UN IMPACT POSITIF POUR LES CLIENTS...</b>
11 %	<b>PERMET D'AVOIR UNE BANQUE AVEC QUI PARTAGER DES VALEURS COMMUNES</b> « Pour aller dans le même sens que nos valeurs »; « Question de principe »...
9 %	<b>PERMET AU CLIENT D'AVOIR PLUS CONFIANCE DANS SA BANQUE</b> « Partager des valeurs donnent plus confiance »; « C'est important pour établir une confiance entre la banque et ses clients »
<b>17 %</b>	<b>UN IMPACT POSITIF SUR LA SOCIÉTÉ...</b>
10 %	<b>L'ARGENT PEUT ÊTRE MIEUX INVESTI</b> « Utilisation de l'argent pour l'amélioration de la société »; « C'est important d'utiliser l'argent comme il se doit »
5 %	<b>POUR PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT</b> « Elle peut générer des solutions pour le changement climatique, aider les entreprises à développer des matières durables »
2 %	<b>POUR INVESTIR DANS L'ÉCONOMIE LOCALE</b> « Car l'argent permet de faire naître des entreprises et projets sur notre territoire »; « Si intérêt de l'argent est dépensé pour renforcer l'activité du territoire »
<b>17 %</b>	<b>LES BANQUES SONT INFLUENTES ET ONT UN IMPACT</b> « Parce que les banques sont essentielles elles peuvent donc avoir un impact »; « L'argent à un impact important dans de nombreux domaines »; « Parce que ce sont les banques en priorité qui investissent l'argent que nous leur donnons »...
<b>1 %</b>	<b>AGIR EN PHASE AVEC SES VALEURS PARCE QU'ON PEUT SE LE PERMETTRE</b>
<b>5 %</b>	<b>AUTRES</b>
<b>49 % !</b>	<b>NSP</b>

<b>36 %</b>	<b>INCOMPATIBILITÉ ENTRE VALEUR ET BANQUE</b>
27 %	<b>LES BANQUES NE PENSENT QU'À FAIRE DES BÉNÉFICES</b> « Une banque ne pense qu'a fructifier l'argent remis par ses client »
6 %	<b>ON NE PEUT PAS FAIRE CONFIANCE AUX BANQUES</b> Je ne leur fait pas confiance »; « C'est juste de la publicité »...
5 %	<b>MANQUE D'INFORMATION, DE CONTRÔLE QUANT À L'UTILISATION DE L'ARGENT</b> « Même si on choisit une banque qui dit être responsable on ne sait jamais si cela est vrai »; « L'usage des fonds dont elles disposent n'est pas connu »...
<b>16 %</b>	<b>ÇA NE CHANGE RIEN</b> « Peu de possibilité d'actions concrètes »; « Trop petite échelle »
<b>6 %</b>	<b>AUTRES</b>
<b>43 % !</b>	<b>NSP</b>

Parmi les arguments suivants, quels sont ceux qui ont le plus d'importance pour qu'une banque puisse être clairement présentée comme un acteur aux pratiques responsables et durables ?

Base : ensemble (1000 personnes)

■ *En premier* ■ *Au global*

Avoir une politique de tarifs responsables sans chercher à vouloir réaliser une marge très élevée sur ce qui est vendu aux clients



Que les collaborateurs ne vendent aux clients que ce qu'ils estiment être dans l'intérêt du client



Financer majoritairement des projets liés à l'intérêt collectif



Ne pas avoir recours aux paradis fiscaux



*65 ans et plus : 45 %*

Ne pas dépendre d'actionnaires



*65 ans et plus : 41 %*

*Estiment que le rôle de l'argent est important pour renforcer la souveraineté de la France : 34%*

Intégrer véritablement l'écologie dans sa politique et dans ses actes



*Moins de 25 ans : 42 %*

*Diplôme > bac : 35 %*

L'ancrage local, connaître son territoire



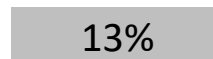
*Estiment qu'il existe des banques qui se préoccupent vraiment de l'intérêt collectif : 35%*

Avoir une organisation démocratique



*Moins de 25 ans : 19 %*

Ne savent pas/Non réponse



# VIAVOICE

**ÉTUDES CONSEIL STRATÉGIE  
POUR L'AVENIR DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS**

**[www.institut-viavoice.com](http://www.institut-viavoice.com)**

9, rue Huysmans, 75 006 Paris.

+ 33 (0)1 40 54 13 90.

Viavoice est une SAS indépendante.

**Retrouvez toutes nos actualités :**

