

• Semaine de l'Éducation Financière •

72% des jeunes de 18-29 ans stressent quotidiennement à cause de leur budget

Communiqué de presse
Croix, le 16 mars 2026

À l'occasion de la Semaine de l'Éducation Financière, **Oney, acteur majeur en Europe du financement de la consommation**, et **Crésus, association de référence dans la lutte contre le surendettement**, cosignent une étude exclusive « Gen Z, la génération qui compte » réalisée par CSA Research.

Première génération à avoir grandi avec le paiement instantané, les néo-banques et les applications de gestion budgétaire dans la poche, la Gen Z semble mieux armée que toutes les précédentes. 77% estiment avoir les connaissances nécessaires pour gérer leurs budgets et finances. Et pourtant, c'est tout l'inverse : entre peur de manquer d'argent, et lacunes criantes en éducation financière, cette génération hyperconnectée navigue paradoxalement à vue.

Les 10 chiffres clés sur la Gen Z et la gestion de leur dépense

- **87%** accordent de l'importance à la gestion de leur budget au quotidien
- **44%** qualifient leur situation financière de juste ou insuffisante
- **72%** stressent quotidiennement à cause de leur budget.
- **79%** ont le sentiment de bien maîtriser leurs dépenses mensuelles
- **65%** craignent de manquer d'argent pour couvrir leurs dépenses essentielles
- **64%** ont déjà dû prioriser une dépense fixe au détriment de dépenses variables essentielles (courses...).
- **58%** ont recours au crédit ou au paiement en plusieurs fois.
- **27%** citent l'IA comme source d'information pour gérer leur budget.
- **35%** déclarent s'être déjà trouvé dans l'incapacité de payer ses dettes.
- **23%** ont le sentiment de ne pas avoir les connaissances nécessaires pour bien gérer leurs finances.

Source : Étude La Gen Z, la génération qui compte – Oney x Crésus x CSA – Mars 2026

LA GEN Z, UNE GÉNÉRATION PLUTÔT FOURMI QUE CIGALE

L'argent est un véritable sujet pour les jeunes. Aujourd'hui, 87% d'entre eux accordent de l'importance à la gestion de leur budget au quotidien. Mais derrière les apparences d'une maîtrise budgétaire, se cache **une génération stressée par la gestion de son budget (72%)**. À parts égales, logement (47%), et alimentation (47%) absorbent l'essentiel des revenus – près d'un jeune sur deux (entre 18 et 29 ans) cite chacun de ces postes comme sa dépense principale, ne laissant que peu de marge pour faire face aux imprévus. Résultat : **64% ont déjà dû arbitrer entre payer une dépense fixe (factures, loyer...) et payer une dépense variable essentielle, comme acheter à manger**. Un arbitrage qui ne devrait pas exister.

Cette fragilité est d'autant plus préoccupante qu'elle se dégrade pour 19% d'entre eux. Si 74% des jeunes épargnent, c'est souvent de manière irrégulière et par petites touches – une épargne de précaution plus que de projet. Et un tiers d'entre eux avoue ne pas savoir à combien s'élèvent ses propres dépenses mensuelles. Non par désintérêt (**94% accordent une importance forte à l'argent**) mais par manque de maîtrise.

C'est là que réside l'enjeu central : la Gen Z est la première génération à souffrir non pas d'un manque d'accès à l'information financière, mais d'un manque de cadre pour la comprendre et la maîtriser. Plus d'un jeune sur 3 (35%) déclare s'être déjà trouvé dans l'incapacité de payer ses dettes.

DIFFICULTÉS FINANCIÈRES : MIEUX COMPRENDRE, MIEUX AGIR

65% de la Gen Z ont peur de manquer d'argent – une anxiété qui touche plus durement les femmes (71%), les étudiants et les foyers modestes, révélant des inégalités financières qui s'installent bien avant l'entrée dans la vie active. Cette charge mentale de la gestion financière nécessite de trouver des solutions pour assurer les fins de mois. C'est pourquoi le paiement fractionné est aujourd'hui pleinement intégré dans leurs pratiques budgétaires : **47% y ont eu recours ces 12 derniers mois**. Perçu comme un outil de flexibilité financière (78% le jugent utile, 71% estiment qu'il facilite la gestion de leur budget), il permet à une génération au pouvoir d'achat contraint de gérer ses dépenses sans renoncer à ses projets. Son usage responsable suppose néanmoins d'en maîtriser les mécanismes.

Plus d'un jeune sur trois déclare avoir du mal à parler de ses difficultés financières avec ses proches. L'IA s'impose aujourd'hui comme une nouvelle source d'information financière pour la Gen Z : 27% y ont recours, devançant influenceurs et conseillers bancaires. Cette tendance traduit une attente forte de cette génération pour des réponses accessibles et personnalisées, et confirme la nécessité d'avoir accès à des contenus fiables et pédagogiques. Pour renforcer l'éducation financière, les jeunes souhaitent avoir en priorité : des cours d'éducation financière et budgétaire à l'école (35%), des applications bancaires plus performantes (34%), et des contenus dédiés au sujet sur les réseaux sociaux (29%).

Oney, aux côtés de Crésus, affirme une ambition claire : faire de l'éducation financière un levier concret d'autonomie pour la Gen Z.

Jean-Louis Kiehl, Président Fondateur de Crésus : « L'éducation financière ne doit pas se limiter à l'apprentissage des outils. Elle doit intégrer la dimension psychologique, aider les jeunes à anticiper les chocs, à gérer le stress lié à l'argent et à bâtir une résilience financière. C'est un enjeu majeur pour le bien-être futur. C'est précisément ce que nous portons depuis 13 ans aux côtés de Oney. »

Julien Cailleau, Directeur Général Adjoint de Oney : « La Gen Z nous montre un réel désir de maîtriser ses dépenses et excelle dans l'usage digital de son budget, intégrant l'IA comme une aide à la décision. Pourtant, cette maîtrise reste fragile face aux aléas de la vie. C'est pourquoi, chez Oney, nous considérons que l'éducation financière doit intégrer la connaissance des mécanismes de crédit et de paiement : notre ambition est d'accompagner chaque client pour transformer cette maîtrise en réelle sérénité financière. »

Méthodologie

Étude réalisée par CSA Research pour Oney et Crésus auprès d'un échantillon national représentatif de 1 011 Français âgés de 18 à 29 ans. Interviews réalisées en ligne du 2 au 6 mars 2026. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas sur les critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de région et de catégorie d'agglomération.

À propos de Oney

Oney est une banque différente, unique, issue du commerce. Partenaire de la transformation du commerce depuis plus de 40 ans, Oney conçoit des solutions de paiement, de financement de la consommation, d'assurances et de lutte contre la fraude. Créateur du paiement fractionné en 2008, Oney est leader sur le marché du BNPL (Buy Now Pay Later) en France. Allié stratégique de plus de 37 000 commerçants, Oney accompagne les achats et la réalisation des projets de plus de 8.6 millions de clients en Europe en leur proposant des expériences d'achats digitales, simples et rapides. Chaque jour, nos 1900 talents, dans 10 pays, animent l'ambition d'être une banque plus humaine et responsable, acteur majeur en Europe du financement de la consommation dans le commerce.

Avec le soutien de ses deux actionnaires, BPCE (50,1%) et de ELO (ex-Auchan Holding à 49,9%), Oney réunit le meilleur de la banque et du commerce.

Dans le Groupe BPCE, Oney évolue au sein de BPCE Digital & Payments, pôle regroupant les expertises paiement, digital et data.

Pour plus d'informations : www.oney.com

Suivez toutes les actualités de Oney : [LinkedIn](#)

À propos de Crésus

Crésus est une association reconnue d'utilité publique pour son rôle d'accompagnement des personnes en difficulté financière, et sa mission de prévention du surendettement. Actrice de la stratégie nationale d'éducation financière, l'association déploie des innovations et des programmes pédagogiques d'éducation budgétaire afin de libérer le dialogue autour de l'argent et de former des citoyens responsables avec les outils et connaissances nécessaires pour gagner en autonomie.

Contacts Presse

ONEY – Agence Burson

Dounia TIDJINI – dounia.tidjini@bursonglobal.com – 06 29 76 07 59