

FLASH PRESSE

Pouvoir d'achat : les 18-24 ans, rois de la débrouille pour préserver leur budget

Paris, le 15 septembre 2026

À l'occasion de la rentrée, Caisse d'Épargne dévoile les résultats d'une étude réalisée avec OpinionWay sur les stratégies mises en œuvre par les jeunes pour préserver leur pouvoir d'achat. Contraints d'arbitrer davantage que leurs aînés, les 18-24 ans font preuve d'une remarquable capacité d'adaptation, multipliant les solutions pour préserver leur budget au quotidien.

Chiffres utiles Caisse d'Épargne & OpinionWay, les points clés

- Les moins de 25 ans adoptent massivement deux stratégies pour préserver leur pouvoir d'achat :
 - **69 % comparent systématiquement les prix avant d'acheter** et
 - **94 % réduisent leurs dépenses pour faire des économies, en premier lieu** sur les loisirs (60 %) et l'habillement (57 %).
- Ils mettent en œuvre plus de stratégies que la moyenne des Français : les trois-quarts en cumulent 3 contre la moitié des Français.
- Pour préserver leur budget, **les jeunes attendent prioritairement de leur banque : une carte bancaire gratuite (51 %) et des bons plans**, réductions ou cashback sur des dépenses courantes (**41 %**).

Les 18-24 ans, une génération qui transforme chaque euro en opportunité

69 % des moins de 25 ans comparent les prix avant d'acheter.

Au-delà de ce réflexe partagé par toute la population, **ils se distinguent par le nombre et la diversité des stratégies mobilisées : 92 % adoptent systématiquement au moins un réflexe de préservation de leur pouvoir d'achat et 75 % cumulent au moins 3 réflexes** (vs 51 % de la population générale) :

- **59 % cherchent des réductions, des avantages, des offres de fidélité ou du cashback**, contre 47 % des Français ;
- **55 % privilégient les transports en commun ou le vélo**, contre 27 % des Français ;
- **46 % achètent en seconde main et 43 % revendent des produits qu'ils n'utilisent plus**, contre respectivement 17 % et 29 % des Français ;
- **36 % sollicitent leur entourage pour de l'entraide et 23 % partagent certains frais**, contre respectivement 16 % et 11 % des Français.

94 % des moins de 25 ans ont réduit au moins une dépense sur l'année passée (vs 87 % des Français) : 60 % rognent d'abord sur leurs loisirs, 57 % sur leurs vêtements, 45 % sur leurs vacances et 28 % sur leurs dépenses alimentaires.



Carte bancaire gratuite, bons plans et services financiers qui aident à agir : les coups de pouce bancaires attendus en priorité par les jeunes

Pour préserver leur budget, **les jeunes attendent prioritairement de leur banque une carte bancaire gratuite (51 %) et des bons plans**, réductions ou cashback sur des dépenses courantes (41 %).

90 % des moins de 25 ans attendent aussi des services financiers qui les aident à agir concrètement :

- **31 % sont intéressés par l'absence de frais sur les paiements à l'étranger** contre 23 % des Français ;
- **29 % retiennent les financements adaptés à leur situation** (ex : études, premier emploi, projet immobilier) contre 13 % des Français ;
- **24 % citent l'épargne automatique à l'arrondi supérieur**, contre 21 % des Français ;
- **9 % citent l'accès simplifié à l'investissement de long terme comme les ETF ou les crypto-monnaies**, contre 8 % des Français.

Simon Cascarano, directeur du développement particuliers Caisse d'Epargne, commente :

« Les jeunes ne se contentent pas de réduire leurs dépenses : ils réorganisent leurs usages et activent plusieurs leviers à la fois, de la seconde main aux mobilités alternatives, en passant par le partage.

Pour les accompagner, la banque doit proposer des solutions immédiatement utiles au quotidien, mais aussi leur permettre d'épargner progressivement et de financer leurs projets selon leur situation. C'est le sens de l'offre gratuite et complète dédiée aux 11-28 ans que nous avons lancée avant l'été : en plus de la carte de paiement, du compte bancaire et de l'application, elle intègre gratuitement une palette d'avantages inédits, pensés pour répondre aux besoins spécifiques de cette génération connectée et dynamique, notamment en matière de réductions et de cashbacks. »

Vous trouverez ci-joint la présentation complète des résultats de cette étude menée en ligne du 3 au 7 juillet 2026 auprès d'un échantillon représentatif de 1 011 Français âgés de 18 ans et plus.

Toute utilisation de ces données doit s'accompagner de la mention « Sondage OpinionWay pour Caisse d'Epargne ».

Dans le cadre de son Contrat d'Utilité, Caisse d'Epargne entend être 100% utile au développement économique, social et environnemental des territoires, et apporter des réponses adaptées aux besoins des Français.

À propos de Caisse d'Epargne

Les 15 Caisses d'Epargne sont des banques coopératives au service de leur région. Avec 16,9 millions de clients (dont 4,5 millions de sociétaires), elles accompagnent toutes les clientèles : particuliers, professionnels, entreprises, acteurs de l'économie sociale, institutions et collectivités locales. Elles privilégient le meilleur niveau de service dans tous les domaines : collecte et gestion de l'épargne, versement des crédits, équipements en moyens de paiement, gestion de patrimoine, projets immobiliers, assurances. Les Caisses d'Epargne font partie du Groupe BPCE, 2^e groupe bancaire en France et 4^e de la zone euro par les fonds propres.



caisse-epargne.fr

Contacts presse Caisse d'Epargne

Matthieu Meunier : 06 26 59 49 05
Emilie de Chezelles : 07 77 26 24 60
caissedepargne@clai2.com

Contact presse Groupe BPCE - Caisse d'Epargne

Mélissa Bourguignon : 06 17 56 95 37
melissa.bourguignon@bpce.fr
groupebpce.com