

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Nanterre, 4 novembre 2025

7^{EME} EDITION DE L'OBSERVATOIRE DU SENS DE L'ARGENT CREDIT COOPERATIF & VIAVOICE, ESCP BUSINESS SCHOOL

39 % des Français considèrent que leur banque joue un rôle important dans la transition écologique

Dans un contexte de tensions économiques, écologiques et politiques, les Français expriment des aspirations claires en matière de consommation responsable, mais rencontrent encore des difficultés à les concrétiser. Selon l'Observatoire du Sens de l'Argent, réalisé par Viavoice pour le Crédit Coopératif en partenariat avec ESCP Business School, une majorité de citoyens adapte déjà ses habitudes d'achat pour des raisons écologiques. Mais le frein économique demeure un obstacle majeur à un engagement plus large. La question devient stratégique pour les banques : comment peuvent-elles accompagner et accélérer la transition écologique auprès de leurs clients ?

Des comportements qui évoluent, mais sous contrainte

59 % des Français déclarent modifier leurs choix de consommation pour limiter leur impact écologique. Pour autant, 87 % estiment que consommer responsable coûte plus cher, et seuls 32 % jugent ce surcoût justifié. Et seulement 34 % des Français sont prêts à payer plus cher.

Ce paradoxe traduit une tension profonde : la volonté d'agir, freinée par les contraintes économiques. Cette situation est particulièrement sensible chez les classes moyennes inférieures et les familles, dont la marge de manœuvre financière reste réduite.

Le rôle clé des banques dans la transition écologique : encore à affirmer

Alors que les entreprises sont de plus en plus évaluées sur leur responsabilité sociale et environnementale, les banques peinent encore à être identifiées comme des acteurs clés de la transition.

Seuls 39 % des Français considèrent que leur banque joue un rôle important dans la transition écologique, et un tiers estime que changer de banque pour des raisons écologiques « ne fait pas sens ».

Par ailleurs, seuls 20 % estiment facile de choisir une banque selon des critères écologiques. Les banques sont encore perçues comme un bloc homogène, alors qu'elles incarnent des modèles très différents.

« De plus en plus de Français veulent donner du sens à leur argent et agir pour l'écologie. Banque verte et, selon l'étude CLCV de janvier 2025, banque de réseau la moins chère, le Crédit Coopératif prouve qu'un autre modèle bancaire est possible : à la fois engagé, utile et accessible. », rappelle Pascal Pouyet, Directeur général du Crédit Coopératif.

Jérôme Saddier, Président du Conseil d'administration, du Crédit Coopératif, ajoute : « Notre rôle au Crédit Coopératif est de soutenir nos clients et sociétaires, l'écologie est majoritairement approuvée, mais elle peut être difficile à mettre en œuvre au quotidien. A nous de faire en sorte que l'argent aide à financer les projets de la transition en cours. C'est le cœur de notre plan stratégique « 100% engagés ».

D'ici 2030, le Crédit Coopératif s'est fixé des objectifs concrets et mesurables :

- maintenir l'empreinte carbone des financements la plus faible parmi les banques coopératives ;
- former 100 % des collaborateurs et administrateurs à l'ESG¹ ;
- porter la part des prêts verts à 30 % pour les particuliers et 35 % pour les personnes morales.

« Cette 7ème édition de l'Observatoire illustre combien la question du sens, appliquée à l'argent, est devenue centrale dans la manière dont les individus et les organisations envisagent leur avenir. Donner du sens à l'argent, c'est repenser la manière dont nous créons de la valeur pour construire un futur plus durable. À travers la recherche et la formation, ESCP s'engage à former des leaders capables de conjuguer responsabilité, impact et performance », souligne le Prof. Léon Laulusa, Directeur général de ESCP Business School.

« Réunir des experts, des chercheurs et des acteurs du changement permet d'interroger collectivement notre rapport à l'argent et à la durabilité. C'est ainsi que nous faisons vivre, à ESCP, la réflexion sur les transitions en cours », déclare Julien Schmitt, Professeur de Marketing et Sustainability à ESCP Business School.

Les principaux enseignements de ce 7ème Observatoire :

Les Français sont plus confiants pour eux-mêmes que pour la société

- 55% des Français pensent que le dérèglement climatique est principalement provoqué par les activités humaines, et 87 % trouvent les événements climatiques extrêmes (vagues de chaleur, incendies, inondations) inquiétantes.
- 57 % des Français ont confiance dans leur avenir personnel, tandis que seuls 15 % d'entre eux ont confiance dans l'avenir de la société française (-11 pts / 2024), et 19% dans l'avenir de la planète.

Les Français jugent leurs connaissances écologiques suffisantes et considèrent que l'écologie est une priorité

- Les 2/3 des Français sont satisfaits de leurs connaissances écologiques. Ces connaissances sont jugées plus élevées chez les CSP+ (71%) et les retraités (72%) alors que les 18–24 ans (38%) et CSP- (38%) sont plus nombreux à les juger insuffisantes.
- L'écologie est une priorité pour les 2/3 des Français, et c'est même une priorité absolue pour 40% des jeunes et 31% des CSP+.
- 86% des Français considèrent que tout le monde peut être écolo à son niveau, indépendamment de ses revenus.
- 78% pensent qu'une entreprise peut être rentable et écologique.

L'écologie n'est plus opposée à l'économie, mais le coût reste un frein majeur

- 59% des Français déclarent modifier leurs habitudes d'achat pour des raisons écologiques. C'est plus fort chez les CSP+ (67%) et les habitants de l'agglomération parisienne (65%) vs les CSP- (46%).

¹ Environnemental, Social et de Gouvernance

- Mais 87 % estiment que consommer responsable coûte plus cher.
- Seuls 32 % jugent facile de concilier écologie et pouvoir d'achat, 57% pensent l'inverse (64% chez les 50-64 ans).

La prise en compte de critères écologiques dans le choix d'une banque est encore très minoritaire

- 39% des Français considèrent que le rôle de leur banque dans la transition écologique est important
- Lors du choix de leur banque, 51% des Français tiennent compte de critères uniquement financier. Seuls 7% tiennent compte de critères uniquement écologiques.
- 20 % des Français considèrent que changer de banque pour des raisons écologiques serait facile.

Étude complète disponible sur simple demande auprès du service presse.

À propos de l'Observatoire du sens de l'argent Crédit Coopératif-Viavoice

Né en 2021, cet observatoire régulier permet d'apporter des réponses à une série de questions qui se développent au sein de la société :

- Est-ce que l'argent peut avoir un sens ?
- Est-il un frein ou un levier pour améliorer la société ?
- Et comment aligner nos valeurs avec nos actes, c'est-à-dire avec nos manières de consommer ?

En se focalisant sur la thématique de l'argent, il identifie les aspirations de la population, ses incompréhensions, ses craintes, ses contradictions.

Une analyse sociologique au long cours : l'observatoire comprend au moins une édition par an et chacune vise à approfondir une partie de la précédente et/ou à explorer une autre facette de la problématique. Il s'agit donc d'un dispositif agile qui écoute la population et adapte les nouvelles questions en fonction des réponses obtenues lors des éditions précédentes.

Dispositif méthodologique :

Enquête réalisée en ligne par l'institut Viavoice du 29 août au 2 septembre 2025, auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 2 000 personnes âgées de 16 ans et plus.

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

A propos du Crédit Coopératif

Le Crédit Coopératif est une banque engagée au service des transitions environnementales et sociales. S'il exerce tous les métiers et expertises de banquier, sa vocation est de mettre ses compétences au service des acteurs de l'économie réelle. Historiquement banque coopérative de personnes morales, son capital est apporté à 100 % par ses clients : les coopératives, les PME-PMI, les mutuelles, les associations, les organismes d'intérêt général et les mouvements qui les représentent. Ils cumulent ainsi la double qualité de client et de sociétaire. Grâce à ses produits bancaires du quotidien, solidaires et tracés, les particuliers sont eux-aussi de plus en plus nombreux à faire le choix du Crédit Coopératif. www.credit-cooperatif.coop et www.lepouvoirdenousengager.fr

A propos de ESCP Business School



Fondée en 1819, ESCP Business School est la plus ancienne école de commerce au monde. Depuis plus de 200 ans, ESCP s'engage à former des leaders responsables, audacieux et créatifs qui lancent des tendances, apportent des solutions nouvelles et établissent les codes de demain.

Les six campus de ESCP situés à Berlin, Londres, Madrid, Paris, Turin et Varsovie offrent aux étudiants l'opportunité de découvrir une approche européenne du management, basée sur le multiculturalisme.

Chaque année, plus de 11 000 étudiants et 6 000 cadres de 140 nationalités rejoignent ESCP. La force de l'école réside dans la diversité des programmes de formation, qu'il s'agisse de management général ou spécialisé : Bachelor, Master, MBA, Executive MBA, Doctorat-PhD, et formation continue, tous intégrant une expérience multi-campus.

Avec l'innovation comme pierre angulaire, ESCP accélère la recherche académique et la formation en management pour tracer de nouvelles voies, vers un avenir meilleur pour tous.

Tout commence ici.

Site internet : www.escp.eu

Suivez-nous sur LinkedIn : @ESCP Business School

Contacts presse :

Paul Caillaud – 06 46 40 36 85 – paul.caillaud@petitlama.fr

Martine Savary – 06 64 25 66 59 – martine.savary@petitlama.fr

Fabienne Salagnac – 06 82 39 43 77 – fabienne.salagnac@petitlama.fr

Ilona Guillemot (ESCP) - 04 92 32 48 71 - iguillemot@escp.eu

Valentin Rodier (Open2Europe / ESCP) - 06 15 52 64 25 - v.rodier@open2europe.com