



ÉTUDE SUMUP 2026 - Les Français et l'argent

Argent, stress et fins de mois : les Français rattrapés par l'anxiété financière

Paris, le 10 juin 2026 - L'inflation n'est pas qu'une statistique : pour des millions de Français, elle est devenue une source d'angoisse quotidienne. Selon une étude inédite menée par YouGov pour SumUp auprès de 1 013 adultes représentatifs, 73 % des Français se déclarent préoccupés par la hausse des dépenses essentielles telles que l'alimentation, les transports. Derrière les chiffres se dessine une réalité plus intime : celle d'une anxiété financière diffuse, qui traverse les générations et pousse les Français à reprendre le contrôle de leur budget au quotidien.

Chiffres clés :

- 73 % des Français préoccupés par la hausse des dépenses essentielles
- 20 % déclarent avoir perdu le sommeil à cause de leurs finances (31 % chez les 18-24 ans)
- 26 % des femmes seulement se sentent financièrement confiantes, contre 41 % des hommes sondés
- 32 % ont reporté leurs vacances ou réduit leurs sorties au restaurant
- 78 % se déclarent consciencieux dans la gestion de leurs dépenses
- 57 % sont à l'aise avec le suivi automatique des abonnements mais 45 % se méfient de l'IA financière autonome

Quand les fins de mois pèsent aussi sur le sommeil

Le constat est sans appel, la pression financière est devenue une réalité quotidienne pour une très large majorité des Français. Plus d'un Français sur deux (56 %) se dit préoccupé par le poids des dépenses fixes comme le loyer, les factures ou les remboursements de crédit, atteignant même 61 % chez les 35-44 ans. Parmi

les sondés français, 73 % déclarent en être préoccupés dans l'Hexagone, un chiffre qui dépasse les clivages sociaux et générationnels.

En comparaison, le Royaume-Uni et l'Espagne affichent d'ailleurs les niveaux de préoccupation les plus élevés (78 % chacun), suivis de l'Italie (72 %), tandis que l'Allemagne apparaît légèrement moins concernée, avec 66 % des répondants partageant cette inquiétude. Mais ce qui frappe davantage dans l'Hexagone, c'est l'intensité de cette préoccupation, l'anxiété financière pesant même sur la qualité du sommeil de nombreux répondants.

En outre, 20 % des Français déclarent avoir perdu le sommeil à cause de leurs finances et ce chiffre monte à 31 % chez les 18-24 ans. Cette situation implique aussi des arbitrages budgétaires forts. L'étude met en lumière que 32 % ont reporté leurs vacances ou voyages pour des raisons financières ou réduit leurs sorties au restaurant, tandis que près d'une femme sur trois a renoncé à des dépenses de beauté ou d'entretien personnel (vs 11 % des hommes sondés).

Des fractures profondes selon le genre, l'âge, le territoire

Si l'anxiété financière est largement partagée, concernant respectivement 37 % des femmes françaises contre 24 % des hommes interrogés, elle ne s'exprime pas de façon uniforme. L'écart entre les femmes et les hommes est particulièrement saisissant, avec seulement 26 % d'entre elles qui se sentent financièrement confiantes, contre 41 % de leurs homologues masculins, soit un écart notable de 15 points, appelant à une attention renforcée aux réalités économiques genrées.

Les différences générationnelles sont tout aussi marquées. Si 32 % des plus de 55 ans déclarent ressentir de l'anxiété face à leur situation financière personnelle, juste derrière les 45-54 ans, qui sont 35 % dans ce cas, 32 % des 18-24 ans sondés expriment également cette inquiétude financière. Toutefois, les jeunes générations adoptent une approche plus pragmatique et digitalisée de la gestion de l'argent, accordant leur confiance à des outils et technologies que les générations plus âgées continuent largement de rejeter.

La dimension générationnelle est tout aussi marquée. Les 55 ans et plus apparaissent comme les plus exposés à l'anxiété financière, avec 56 % d'entre eux exprimant une méfiance ou une inquiétude prononcée vis-à-vis de leur situation. À l'inverse, les 18-24 ans, s'ils ne sont pas immunisés contre les difficultés, affichent une relation à l'argent plus pragmatique et numérique, quitte à faire confiance à des outils que leurs aînés rejettent encore.

Les 25-34 ans apparaissent quant à eux comme la génération la plus sous pression, alors que 63 % se disent préoccupés par leur épargne retraite, 62 % par leur épargne de précaution et 51 % par le coût des loisirs et des vacances.

Géographiquement, des contrastes nets apparaissent également. La capitale française apparaît comme la région la plus confiante financièrement (38 % de confiance nette) tandis que le Nord-Est concentre le plus haut niveau d'anxiété (35

%). Les Parisiens se disent toutefois moins préoccupés par la hausse des dépenses essentielles que le reste du pays (66 %, contre 78 % dans le Nord-Ouest). Enfin, la Ville lumière se distingue par une relative résilience financière et une ouverture plus grande aux solutions digitales. À l'inverse, le Nord-Est affiche une plus forte méfiance à l'égard des nouvelles technologies financières, comme l'agentic banking, et une anxiété plus marquée face aux arbitrages financiers du quotidien.

Applications, alertes, suivi des dépenses : les nouveaux réflexes budgétaires

Face à la pression, les Français prennent leur budget en main. Si les comportements d'arbitrage se sont intensifiés entre les reports d'achats, la comparaison systématique des prix, la chasse aux abonnements superflus, une partie croissante de la population se tourne vers les outils numériques pour mieux piloter ses finances. Au global, 75 % des répondants utilisent au moins un service digital pour gérer leurs dépenses, soulignant un fort besoin de contrôle et de visibilité sur leurs finances.

Le principe d'une intelligence artificielle gérant de manière autonome l'identité et les décisions financières ne suscite pas l'adhésion : 45 % des Français déclarent s'en méfier et seuls 25% des répondants disent lui faire confiance. Seuls les 18-24 ans constituent une exception notable, avec 47 % de confiance exprimée envers ces modèles.

À l'inverse, les outils jugés les plus utiles sont ceux qui accompagnent l'utilisateur sans prendre de décisions à sa place, comme le suivi automatique des abonnements via l'IA (57 % des répondants français se disent à l'aise avec cette fonctionnalité), les rappels de paiement automatisés (56 %) et la catégorisation des dépenses (47 %). Ces fonctionnalités répondent à un besoin précis, celui de les aider à reprendre le contrôle sur des budgets parfois perçus comme difficiles à gérer, sans déléguer entièrement la prise de décision à l'IA. Une nuance essentielle que les acteurs du secteur auraient tort de négliger.

« Ces chiffres révèlent une réalité que nous observons également chaque jour auprès des commerçants et des consommateurs : la pression financière est bien réelle, profonde et n'affecte pas tout le monde de la même façon. Pendant des années, les outils financiers promettaient avant tout davantage de performance. Aujourd'hui, les Français recherchent surtout plus de contrôle et une plus grande tranquillité d'esprit. Chez SumUp, nous pensons que la technologie doit d'abord répondre à des besoins concrets : simplifier, sécuriser et rassurer avant de prétendre transformer les comportements. La confiance se construit progressivement, cas d'usage après cas d'usage. » - **Pierre Lion, Directeur Global des Ventes Entreprises, SumUp.**

À propos de l'étude

Cette étude a été réalisée par YouGov pour le compte de SumUp. Le terrain s'est déroulé du 23 au 28 avril 2026 auprès d'un échantillon de 1 013 adultes français âgés de 18 ans et plus, représentatif de la population française en termes d'âge, de genre et de région. Les données ont été pondérées pour refléter la structure

démographique nationale. L'étude s'inscrit dans un programme européen plus large, mené simultanément au Royaume-Uni et dans d'autres pays européens sous l'appellation « State of European Personal Economy ».

À propos de SumUp

SumUp est une fintech mondiale de premier plan, animée par la volonté d'offrir à toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, les mêmes chances de réussir. Sa vision : bâtir un monde où chacun peut développer une activité florissante.

Fondée en 2012, SumUp est aujourd'hui le partenaire de confiance de plus de 4 millions de commerçants dans 37 pays. Historiquement ancrée dans l'écosystème des paiements, l'entreprise accompagne désormais ses clients autour de trois piliers : les paiements, les solutions d'encaissement et les services de compte professionnel et de carte bancaire.

Grâce à son application mobile, SumUp propose un compte professionnel gratuit, des solutions de financement, une boutique en ligne, un outil de facturation, ainsi que des solutions d'encaissement en magasin ou sur mobiles, entièrement intégrées avec son écosystème de terminaux de paiement et ses caisses enregistreuses.

Engagée pour un impact positif, SumUp consacre 1% de son chiffre d'affaires, avec son terminal de paiement Solo, à des projets environnementaux et soutient des initiatives éducatives et entrepreneuriales à travers le monde. Elle a été reconnue comme l'un des meilleurs employeurs mondiaux en matière d'inclusion par le Stonewall Workplace Equality Index.