

Communiqué de presse

Baromètre Vives Média 2026 *Focus : Le temps, c'est de l'argent*

réalisé avec Viavoice
en partenariat avec Natixis Wealth Management et Boursorama

L'édition 2026 du Baromètre ViveS « Les femmes et l'argent » révèle des inégalités persistantes entre les femmes et les hommes dans les trajectoires de carrière, la gestion des finances personnelles et la préparation de la retraite. Cette 5ème édition s'intéresse au cycle de vie des femmes et des hommes, depuis les études jusqu'à la retraite.

Bien que femmes et hommes entrent sur le marché du travail avec une connaissance tout aussi limitée des réalités salariales de leur futur métier, la capacité d'ajuster la trajectoire de carrière et de rémunération se révèle davantage compliquée pour les femmes au fil des années, jusqu'à générer une fragilité accrue à la retraite.

1. Des études au marché du travail, les trajectoires plus contraintes des femmes

Des choix de carrières décorrélés de la rémunération, source partagée de remords.

Durant leurs études, 73 % des Français n'avaient pas d'idée précise des salaires des secteurs visés (75 % des femmes, 72 % des hommes). La passion pour l'activité est le 1er critère pour le choix de leur futur métier (femmes 36 % ; hommes 35 %), alors que la rémunération arrive en 2ème position chez les hommes (31%) et seulement en 4^e position chez les femmes (22 %), derrière l'équilibre vie professionnelle/personnelle, et les opportunités du moment.

A posteriori, les remords sont au même niveau : 63 % des femmes et 64 % des hommes choisiraient un métier plus rémunérateur.

Les carrières des femmes plus impactées par la vie familiale

La capacité à faire progresser leur carrière en augmentant la rémunération et en changeant de poste est plus restreinte pour les femmes. Seule une femme sur trois se sent à l'aise pour demander une augmentation (contre un homme sur deux), 29 % pour négocier leur salaire à l'embauche (48 % des hommes) et 41 % pour obtenir une promotion (53 % des hommes). L'entrepreneuriat demeure moins accessible : 22% se sentent à l'aise pour se mettre en auto-entrepreneur (31% des hommes).

69 % des femmes estiment que la maternité pénalise davantage la carrière des femmes. Seuls 50 % des hommes partagent ce constat. Cet impact de la maternité n'est pas suffisamment considéré selon elles : 58 % des femmes jugent que le calcul des pensions ne tient pas assez compte de l'éducation des enfants (48 % des hommes).

2. Des femmes attentives à leur argent, moins bien armées pour le gérer

Les femmes ont la même volonté d'épargner, mais une moindre appétence au risque par rapport aux hommes.

Les deux tiers des femmes et des hommes affirment épargner. Mais seulement **11% des femmes déclarent privilégier le rendement, en acceptant le risque d'une perte en capital** (20 % des hommes). Elles sont trois fois moins nombreuses à investir directement en Bourse, invoquant un manque de connaissance (38 %), la peur de perdre de l'argent (35 %) et des revenus insuffisants (34 %).

Par conséquence, elles effectuent des choix d'investissement différents. Les femmes investissent moins que les hommes dans l'assurance-vie, le Plan Épargne Retraite (PER) et le Plan d'épargne en actions (PEA) ; plus dans l'immobilier. La pierre apparaît comme leur valeur refuge, d'abord pour sécuriser leur toit (45 %).

76% des femmes font le point sur leurs finances personnelles chaque mois (71% des hommes), mais **26% ne se sentent pas suffisamment informées ou outillées pour les gérer.** Elles parlent moins d'argent au travail (écart de 10 points avec les hommes), se tournent davantage vers leur conjoint et moins vers leurs amis, leur employeur ou la formation.

Si 59% font confiance à leur banquier au même niveau que les hommes, elles expriment une plus grande méfiance envers les assureurs, les médias ou les influenceurs ; un tiers des femmes ne fait confiance à aucun de ces canaux. **Cette réserve renforce la dépendance vis-à-vis de leur conjoint,** alors même que l'exposition aux difficultés en cas d'accidents de la vie **est plus durement ressentie par les femmes.** Elles sont majoritaires à estimer qu'il serait difficile, voire impossible, pour elles de faire face à : une maladie (77 % vs 71 % pour les hommes), une situation d'aidance (77 % vs 73 %), une séparation (72 % vs 64 %) ou une perte d'emploi (62 % vs 57 %).

3. Les femmes au défi de financer une vie plus longue

Les femmes vivent en moyenne 5 ans de plus que les hommes, mais elles sont moins nombreuses à en avoir pleinement conscience (74 % vs 83 % chez les hommes).

69% des femmes estiment que leur pension de retraite sera insuffisante (47 % des hommes). Pour compenser cet écart de revenus, elles envisagent davantage que les hommes de reprendre une activité (47 % vs 32 %) et d'utiliser leurs revenus du patrimoine (24 % vs 18 %).

Pour appréhender cette nouvelle étape de vie, elles manquent d'informations : **60% des femmes ne connaissent pas le montant de leur future retraite (52% des hommes),** citant comme raison principale l'instabilité des règles de calcul (52 %).

Alors que les femmes perçoivent environ **90% des pensions de réversion** en France, 53 % d'entre elles ne savent pas si elles en bénéficieront en cas de décès de leur conjoint. Ce complément de revenu non-négligeable au moment de la vieillesse reste mal connu.

Les résultats du 5^{ème} Baromètre ViveS appellent à renforcer l'éducation économique et financière des femmes, dès le plus jeune âge et tout au long de la vie, d'abord en brisant le tabou de l'argent, puis en informant régulièrement les femmes, enfin en leur proposant des ateliers de sensibilisation. Cet effort est essentiel pour réduire durablement les inégalités économiques entre les femmes et les hommes. C'est la mission que ViveS Média poursuit depuis sa création, en 2021. Les femmes sont en première ligne de la transition démographique, renforcer leurs compétences financières apparaît d'autant plus crucial que cela conditionne leur capacité à disposer de revenus suffisants, y compris dans les dernières années de leur vie.



"Le Baromètre ViveS 2026 le confirme : les inégalités financières entre les femmes et les hommes ne se résorbent pas avec le temps - elles s'installent dès l'orientation, s'ancrent dans les choix familiaux et professionnels, et atteignent leur point culminant à la retraite. Ce n'est pas une fatalité. C'est le résultat d'angles morts collectifs : dans l'éducation, dans les entreprises ou dans nos institutions. Au Club Landoy, nous agissons pour y remédier, avec ViveS, notre média dédié à l'indépendance économique des femmes, et la Tour de paye, un outil pour comprendre sa rémunération à travers sa fiche de paye."

Sibylle Le Maire,

directrice exécutive chez **Bayard**,

fondatrice de **ViveS Média** et du **Club Landoy**



"La gestion de fortune et l'éducation financière partagent une exigence commune : la transmission. C'est pourquoi Natixis Wealth Management est ravie de renouveler sa collaboration avec ViveS Média pour sa nouvelle édition du baromètre « Les femmes et l'argent ». Les conclusions de cette cinquième édition sont claires : pour briser les tabous autour de l'argent et réduire durablement les inégalités entre les femmes et les hommes, nous devons agir sur toutes les étapes de vie des femmes, en leur garantissant dès leur plus jeune âge un accès régulier et fiable à l'information économique. Nous sommes convaincus que la maîtrise des codes de la finance est un levier de liberté indispensable pour que chaque femme puisse bâtir son avenir et ses projets en toute indépendance."

Audrey Koenig,

directrice générale de **Natixis Wealth Management**,

la banque de gestion de fortune du Groupe **BPCE**



"Les enseignements du Baromètre ViveS 2026 confirment la nécessité d'agir pour faciliter l'accès aux solutions d'épargne avec plus de pédagogie, et des produits simples et pas chers. Leader de la banque et de l'épargne en ligne, BoursoBank se donne pour mission de donner à chacun les moyens d'agir en toute autonomie sur son argent de façon libre et éclairée. Chacun doit disposer des connaissances financières nécessaires pour choisir les solutions d'épargne les plus adaptées à ses objectifs pour chaque étape de sa vie. Renforcer la culture économique et faire en sorte que chacun prenne son destin financier en mains c'est aussi renforcer la résilience économique de l'ensemble de la société."

Benoit Grisoni

directeur général de **Boursorama**

Méthodologie

L'enquête a été réalisée par l'institut **Viavoice** pour **ViveS Média**, en partenariat avec **Natixis Wealth Management** et **BoursoBank**, auprès de 2 000 personnes, représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus. Femmes et hommes ont été interrogés afin d'offrir une vision globale et sociétale de ces enjeux.

VIA VOICE

Contacts presse

Agence Maarc- clublandoyteam@maarc.fr

Clémence Trouvé – 06 18 77 40 70

Iva Baytcheva – 06 28 59 07 03

ViveS Média / Club Landoy – melanie.voin@groupebayard.com

06 60 09 08 17

Agence Angie : pressenatixiswm@angie.fr

Kenza Debbi – 06 61 48 17 33

En savoir plus sur ViveS Média

Fondé en 2021 au sein du groupe Bayard, ViveS Média accompagne les femmes pour décomplexer leur rapport à l'argent, conduire leurs trajectoires professionnelles et prendre leur place pleine et entière dans les entreprises et l'économie. ViveS Média s'inscrit dans la mobilisation économique et financière portée par le Club Landoy.

ViveS propose :

- Une newsletter mensuelle gratuite qui décrypte la place des femmes dans l'économie et les entreprises, leur rapport à l'argent et au travail, et leur propose des solutions concrètes pour réaliser leur plein potentiel ;
- Plusieurs séries de podcasts « Osons l'oseille », « Osons investir pour agir » ;
- Des parcours vidéo pédagogiques conçus par la ViveS Académie (parcours « Investir », parcours « Aidants ») ;
- Un Baromètre annuel sur le rapport des Français et Françaises à l'argent ;
- Des conférences et événements en entreprises pour sensibiliser les salariés à l'éducation économique et financière.

À propos de Natixis Wealth Management

En France et au Luxembourg, Natixis Wealth Management est un acteur majeur de la gestion de fortune (près de 26 Md€ sous gestion au 31/12/25).

Adossée au Groupe BPCE, deuxième groupe bancaire en France, Natixis Wealth Management associe et met en perspective toute la diversité des solutions financières et patrimoniales pour celles et ceux qui veulent entreprendre, investir et transmettre.

Sa gamme de produits et services en gestion cotée et non cotée s'appuie sur les expertises complémentaires de ses filiales : Massena Partners – dédiée au conseil des groupes familiaux privés et family offices, principalement en private equity –, Dorval Asset Management – experte en gestion d'actifs flexibles et responsables, Teora by Natixis Wealth Management – spécialisée dans le courtage en assurance vie haut de gamme en architecture ouverte – ainsi que Vega Investment Solutions.

Ses collaborateurs et ses banquiers privés (plus de 390 personnes) accompagnent les chefs d'entreprises, les cadres dirigeants et les détenteurs d'un patrimoine familial. A chacun, ils apportent une expertise sectorielle et une possibilité d'élargir leurs univers. Avec tous, ils partagent une même ambition : accompagner leur réussite et amplifier l'impact qu'ils souhaitent donner à leur fortune.

Pour en savoir plus : <https://www.wealthmanagement.natixis.com/>