

3^{ème} édition de l'Observatoire des solidarités intergénérationnelles
IFOP pour ASAC-FAPES

Près de 4 Français sur 10 s'entraident financièrement en famille : une solidarité massive... mais improvisée

À l'occasion de la Journée nationale de la Solidarité (Lundi de Pentecôte), l'ASAC-FAPES publie les résultats de la 3^e édition de son Observatoire des solidarités intergénérationnelles, réalisé en partenariat avec l'Ifop. Cette nouvelle édition s'est enrichie d'un volet inédit consacré à la finance solidaire, révélant que les pratiques d'entraide familiale sont bien réelles, bien qu'encore largement informelles et peu structurées.

Loin d'être marginale, la solidarité financière intergénérationnelle s'impose comme un fait social majeur. Au cours des cinq dernières années, **38 % des Français déclarent avoir reçu une aide financière de la part d'un parent ou d'un grand-parent**, dont 18 % à plusieurs reprises. En miroir, **37 % des personnes ayant des enfants ou petits-enfants indiquent en avoir apporté une à leurs descendants**. Autrement dit, près de 4 Français sur 10 ont été, à un moment ou à un autre, aidés ou aidants financiers au sein de leur famille.

Si ces aides peuvent relever d'une volonté d'accompagner des projets de vie (études, acquisition immobilière ou lancement professionnel), **elles traduisent aussi, pour une part significative de la population, une réponse à des situations de fragilité économique**. Plus d'un tiers des Français (35 %) déclarent ainsi avoir soutenu un descendant en difficulté financière, tandis que 21 % ont apporté une aide à un parent ou un grand-parent dans le besoin, dont 10 % à plusieurs reprises. La solidarité familiale apparaît dès lors comme un véritable amortisseur social, venant pallier certaines insuffisances économiques.

De 500 à 20 000 € : une solidarité à deux vitesses

Les aides financières échangées au sein des familles restent majoritairement modestes : **plus d'une sur deux est inférieure à 2 500 €, que ce soit pour les sommes reçues (56 %) ou versées (54 %), et le montant médian s'établit à 2 000 € dans les deux cas**. Pourtant, la moyenne est nettement plus élevée — 6 514 € pour les aides reçues, 9 748 € pour les aides versées — témoignant de disparités dans la solidarité, reflet d'une France à deux vitesses.

D'un côté, les ménages les plus aisés disposent de marges de manœuvre importantes : **25 % des retraités CSP+ déclarent ainsi avoir versé 20 000 € ou plus** là où plus de la moitié des **catégories pauvres indiquent avoir donné moins de 500 € (54 %)**. Cette inégalité se retrouve également dans le sens des flux : **les moins de 35 ans et les catégories populaires** (employés et ouvriers) sont surreprésentés parmi ceux ayant dû aider financièrement un ascendant « dans le besoin »

(respectivement 31 % et 29 %, soit +10 et +8 points par rapport à la moyenne nationale). Autrement dit, les publics les plus fragiles sont aussi ceux qui contribuent le plus souvent à soutenir leurs proches, au prix d'un effort qui pèse directement sur leur capacité d'épargne et leur projection financière à long terme.

Près de 4 Français sur 10 ne savent pas décrire l'épargne solidaire

L'Observatoire s'est intéressé à la perception de l'épargne solidaire. Les résultats révèlent un paradoxe marquant : si les Français associent spontanément cette notion à des valeurs positives comme le financement de causes solidaires (22 %), l'aide à autrui (15 %) ou le partage (13 %), sa dimension financière reste largement méconnue.

Seuls **12 % des répondants identifient l'épargne solidaire comme un produit d'épargne ou un placement**. Plus préoccupant encore, près de **4 Français sur 10 ne sont pas en mesure d'en donner une définition** : 28 % déclarent ne pas connaître ce terme et 9 % n'y associent rien de précis.

« Ce décalage met en lumière un véritable déficit de culture financière, qui empêche encore aujourd'hui de transformer des pratiques d'entraide spontanées en solutions durables et structurées. En ce jour dédié à la solidarité, ces résultats rappellent que l'entraide entre générations est profondément ancrée dans le quotidien des Français mais reste trop souvent informelle, faute de repères et d'outils adaptés. L'enjeu est désormais clair : mieux informer pour permettre à chacun de structurer, sécuriser et optimiser ces élans de solidarité. », conclut **Nathalie Lejeune, Directrice Générale de FAPES Diffusion (ASAC-FAPES)**.

Méthodologie :

Les Français et la succession, Observatoire des solidarités intergénérationnelles, a été réalisé par l'Ifop (interviews par questionnaire auto-administré en ligne) du 26 mars au 31 mars 2026 auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Contacts presse - Agence FARGO

Yaëlle BESNAINOU : ybesnainou@fargo-sachinka.com - 06 16 83 45 18

Max CORDIER : mcordier@fargo-sachinka.com - 07 82 17 52 73

À propos d'ASAC-FAPES

L'ASAC-FAPES est un rassemblement d'associations d'épargnants bénévoles en quête de solutions de protection financières adaptées aux besoins de leurs adhérents. Ses contrats d'épargne, d'épargne handicap, de retraite et de prévoyance sont élaborés avec des assureurs de renom (Allianz, Generali, Spirica, CNP Assurances et MGPS) et qui sont, chaque année, récompensés par la presse économique et financière. Depuis plus de 70 ans, ASAC-FAPES accompagne 100 000 adhérents qui lui confient plus de 4,5 milliards d'€ d'encours.

Les produits sont distribués par le cabinet de courtage Fapes Diffusion, marque appartenant à la Fédération Fapes pour ses associations membres Asac, Audience, Appeir et Tégo, toutes les quatre engagées et animées pour défendre les intérêts de leurs adhérents en s'appuyant sur des valeurs de performance, de prévenance et de solidarité.

www.asac-fapes.fr

À propos de l'Ifop

Fondé en 1938 par le sociologue Jean Stoetzel, l'Ifop est le pionnier de la méthode des sondages et le premier à déployer en France des enquêtes d'opinion publique. Au fil des ans l'Ifop s'est développé à la fois en Europe, aux Etats-Unis et en Chine, comme spécialiste de la connaissance des consommateurs et des citoyens, pour devenir un groupe multi-expertises intégrant Sociovision, Occurrence, Deep Opinion et Brain Value.

Mû par la conviction que ce sont les gens qui font bouger le monde, et animé par la passion de l'humain, la culture de l'expertise, l'exigence d'objectivité et le sens de l'investigation, le groupe Ifop se donne la mission de se connecter aux gens et, en décryptant leurs attentes, attitudes et comportements, accompagne ses clients de façon globale pour trouver les ressorts leur permettant de créer de la valeur et tracer le chemin d'un futur positif.

www.ifop.com