

Close

THE CONVERSATION

Academic rigour, journalistic flair

L'argent en un clic : les jeunes Suisses inégaux devant leurs écrans

April 20, 2021 7.14pm BST



Depuis le début de la pandémie, l'activité économique des jeunes Suisses sur Internet est en constante augmentation. Mohamed Hassan / pixabay, CC BY-SA

Avec le confinement, les échanges financiers sur Internet se multiplient. Parmi ces derniers on retrouve la vente en ligne. Avec 16 millions d'abonnés en France, la plate-forme de revente en ligne Vinted en est la parfaite illustration. Si elle séduit toute la population, ce sont surtout les jeunes qui en sont le plus friands. Particulièrement connectée, cette population adopte divers comportements sur la toile.

À l'échelle européenne, les 16-29 ans ont mobilisé Internet en 2019 principalement pour consommer (62 %), gérer leur argent via l'e-banking (59 %) et, dans une moindre mesure, pour tenter de maximiser leurs revenus, par exemple en cherchant un emploi (29 %) ou en vendant des produits (21 %).

Authors



Sophie Baudat

Collaboratrice scientifique, Haute école spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO)



Caroline Henchoz

Professeure assistante, Haute école spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO)

En matière d'économie numérique, les jeunes Suisses sont dans le peloton de tête. À titre d'exemple, ils se placent en deuxième position en matière de consommation sur Internet, loin devant les Français du même âge (12^e place). En ce sens, cette population est particulièrement intéressante à étudier pour mieux comprendre comment les jeunes mobilisent Internet pour leurs activités financières du quotidien. La question se pose, car les discours autour de cette génération sont contradictoires : ils sont à la fois décrits comme étant experts et habiles sur la toile ou comme étant particulièrement naïfs et crédules.

Comprendre des comportements contradictoires

Notre recherche intitulée « Les jeunes et l'argent dématérialisé » vise à mieux comprendre cet apparent paradoxe.

Get news that's free, independent and evidence-based

Get newsletter

Le volet quantitatif de l'étude se fonde sur l'analyse statistique secondaire des réponses de 385 jeunes (18 à 29 ans) recueillies dans le cadre d'une enquête menée dans toute la Suisse par l'Office fédéral de la statistique. Il permet de cerner des profils types d'utilisatrices et d'utilisateurs à partir de leurs activités économiques en ligne et d'identifier les configurations les plus « à risque ».

Le volet qualitatif s'appuie sur 34 entretiens réalisés auprès d'hommes et de femmes de Suisse romande de la même tranche d'âge et de différents niveaux de formation et de revenu. Il cherche à mieux comprendre les processus d'apprentissage qui mènent à ces profils ainsi que la manière dont les jeunes perçoivent et expliquent leur usage d'Internet.

Une constellation de pratiques économiques numériques

Les pratiques économiques ont souvent été étudiées de manière distincte, ce qui ne permet pas de rendre compte de leur interdépendance. Or elle est essentielle à saisir car, comme l'a montré la sociologue américaine Viviana Zelizer, l'argent matériel n'a pas qu'une valeur pécuniaire ; il a aussi des connotations morales et sociales qui vont orienter la manière de le dépenser et le gérer. Par exemple, on peut chérir un argent reçu en héritage et le garder précautionneusement de côté en attendant une occasion spéciale, et de l'autre, dépenser très vite un gain remporté au jeu. Nos analyses statistiques confirment l'interdépendance des trois dimensions de l'activité financière (usage, gain et gestion d'argent) dans l'économie numérique. Elles mettent aussi en lumière une hétérogénéité des pratiques chez les 18-29 ans. Cela nous a permis de dégager différents profils d'utilisatrices et d'utilisateurs.



Profils types d'utilisatrices et d'utilisateurs.

La majorité des 18-29 ans recourt à Internet pour leur consommation privée, mais à des fréquences variées – souvent pour les « Consommateurs réguliers » et moins fréquemment pour les « Consommateurs occasionnels ». La consommation en ligne est toutefois généralement accompagnée d'activités de gestion au moyen des outils numériques (e-banking, carte de crédit, applications de paiement). Nos entretiens suggèrent que, pour ces deux profils, la gestion est surtout au service de la consommation : il s'agit de gérer son argent pour bien ou mieux consommer plutôt que pour épargner par exemple.

Profils atypiques

D'autres jeunes moins nombreux, les « Gestionnaires modérés », vont faire appel à Internet occasionnellement, mais presque exclusivement pour gérer leurs finances. Nos entretiens montrent toutefois que l'argent matériel reste préféré par les plus précaires, car ils s'estiment plus aptes à gérer leur revenu en ayant affaire à des pièces et des billets plutôt qu'à des chiffres sur un écran. Enfin, les « Utilisateurs actifs », plus minoritaires encore, tirent parti de l'ensemble des offres monétaires en ligne pour dépenser de l'argent, le gérer ou en générer (sous forme de ventes, mais aussi de crédits ou d'emprunts).

Les entretiens ont révélé d'autres profils sans doute trop peu fréquents ou trop spécifiques pour être identifiés au moyen des données statistiques à disposition.

Certains jeunes rencontrés ont plutôt un profil d'« Entrepreneurs » du Net. Contrairement aux Utilisateurs actifs qui tirent parti de l'ensemble des opportunités sur Internet, ils se focalisent surtout sur la recherche active de profits sur la toile, que ce soit en œuvrant pour en obtenir un gain direct (vente d'objets, concours, jeu en ligne) ou indirect (faire le plus d'économie possible sur une dépense en recherchant le meilleur prix). L'accès au crédit ou les achats par acompte qui constituent un moyen d'obtenir de l'argent immédiat (même si les sommes doivent être remboursées par la suite) sont toutefois peu fréquents chez eux. Cette observation fait écho au contexte particulier de la Suisse où l'accès au crédit à la consommation est contrôlé et limité sur le plan légal.

Enfin, une proportion non négligeable de jeunes – les « Désintéressés » – se disent réfractaires à la digitalisation de l'économie : ils évitent autant que possible les activités financières en ligne en raison de leurs valeurs personnelles anticonsuméristes ou écologistes ou par manque de goût pour les nouvelles technologies.

Des entrées différentes dans le monde de l'économie numérique

Le volet qualitatif de notre étude montre que ces profils se construisent progressivement et par différentes voies. Contrairement à ce qu'on peut observer avec l'argent matériel où les parents jouent un rôle central dans l'apprentissage des jeunes, notamment par le biais de l'argent de poche, ils ont un rôle plus limité en ce qui concerne les pratiques économiques sur Internet. Si ce sont eux qui initient généralement les jeunes à l'e-banking, ils sont moins impliqués (parfois par méconnaissance) en ce qui concerne les dépenses et gains en ligne. Leur fonction se cantonne alors à des mises en garde des dangers potentiels. Les jeunes apprennent par conséquent essentiellement en expérimentant eux-mêmes et en se référant aux expériences de leurs pairs ou d'autres usagers du Net.

Cet apprentissage implique un accès inégal à l'économie numérique et une capacité différente à faire face aux risques inhérents à l'expérimentation. Les jeunes issus des milieux les plus favorisés, qui disposent d'outils informatiques, d'un réseau de personnes expérimentées ou encore de ressources pour les sortir du pétrin en cas de nécessité, sont avantagés.

Des expériences formatrices

On observe toutefois que les expériences accumulées sur la toile vont contribuer à orienter et modifier les pratiques des jeunes. Certains vont s'engager dans les activités économiques numériques de manière spontanée, sans trop y réfléchir, par curiosité, envie, habitude ou en raison d'un état émotionnel particulier.

D'autres, au contraire, font preuve de réflexivité, à savoir qu'ils remettent en question et adaptent leurs propres pratiques en fonction de leurs (bonnes ou mauvaises) expériences ou encore des conseils, informations et connaissances accumulés. Contrairement au mythe du jeune insouciant dans son utilisation d'Internet, cette enquête met en lumière un usage prudent et réfléchi de l'argent en ligne.

De nombreux jeunes se renseignent, comparent les produits et les services, évaluent les risques, questionnent leurs pratiques économiques numériques et n'hésitent pas à les ajuster s'ils le jugent nécessaire. La période d'insouciance et de spontanéité décrite précédemment n'est ainsi souvent qu'une première étape rattachée à l'exploration et à la découverte d'Internet.

Des inégalités qui perdurent

Selon l'OCDE, la digitalisation de l'économie offre la possibilité d'intégrer les populations les plus démunies et autrefois exclues financièrement en leur permettant d'accéder à des services bon marché, sûrs et rapides. Néanmoins, elle implique aussi des difficultés d'accès pour les plus précarisés et des risques en matière d'endettement et de surconsommation.



Inégalités économiques et inégalités d'usages du Net. Yamil Lage/AFP

Nos analyses statistiques montrent que tous les jeunes ne sont pas égaux face aux activités financières numériques, ce qui peut refléter un maintien voire même un renforcement des inégalités découlant de la digitalisation de la vie économique. En effet, les jeunes n'utilisant qu'occasionnellement ou partiellement l'économie numérique (Consommateurs occasionnels et Gestionnaires modérés) font preuve de plus faibles compétences numériques et rapportent davantage de problèmes lors de leurs expériences d'achats sur Internet que les autres (Consommateurs réguliers et Utilisateurs actifs). Or les utilisateurs occasionnels ou partiels de l'économie numériques ne sont pas répartis également dans la population. Ils sont plus susceptibles d'être de sexe féminin, plus jeunes, moins formés, sans emploi et dans une situation financière précaire.

Alors que le raisonnement intuitif voudrait que les risques soient proportionnels à la fréquence d'utilisation d'Internet, on observe plutôt le contraire : celles et ceux qui s'y engagent de manière occasionnelle ou partielle semblent avoir un besoin accru d'accompagnement, car ce sont eux qui courent le plus de risques et rencontrent le plus de difficultés.

Coronavirus et économie numérique : une photographie instantanée

En plus d'avoir révélé des inégalités sociales face au numérique, la crise sanitaire liée à la Covid-19 a eu un impact considérable sur l'emploi des jeunes et les habitudes de consommation. Hasard du calendrier, la première vague d'entretiens a été réalisée au début du premier semi-confinement (printemps 2020). Elle nous a permis d'en mesurer les conséquences immédiates sur les pratiques économiques en ligne des jeunes.

Covid et emploi : "Les jeunes sont les premiers impactés par le r...



Antoine Dulin, membre du CESE (Conseil économique social et environnemental), explique l'impact qu'a la Covid-19 sur l'emploi des jeunes.

Le début de crise sanitaire a conduit les jeunes à repenser leur rapport à la consommation. La majorité de ceux que nous avons rencontrés ont déclaré avoir diminué leurs achats en ligne : involontairement en cas de perte d'emploi et de réduction contrainte de leurs dépenses, ou volontairement par souci de favoriser l'économie locale ou par solidarité pour les travailleuses et travailleurs prenant des risques en préparant et en livrant les commandes. Celles et ceux qui cédaient habituellement à l'achat compulsif en magasin ont vu les tentations diminuer drastiquement à la suite de la fermeture des commerces non essentiels. Pour d'autres, la consommation sur Internet a au contraire été mobilisée pour pallier l'ennui ou le stress suscité par le semi-confinement. Enfin, les plus désintéressés de l'économie numérique n'ont eu d'autres choix que d'employer le paiement sans contact dans les commerces restés ouverts ou de recourir à Internet lorsque les autres magasins étaient fermés, quitte à emprunter la carte de crédit de leurs proches.

Si nos entretiens laissent penser qu'en réponse à la crise sanitaire, les jeunes ont réduit leur consommation en ligne, cette pratique semble avoir été de courte durée et être peu représentative. La consommation sur Internet a en effet augmenté dans l'ensemble des pays de l'OCDE durant la crise de la Covid-19. Lors de la seconde série d'entretiens effectuée en automne 2020, on note la

différence : les réticences à consommer en ligne sont moins nombreuses. Les jeunes qui ne l'étaient pas encore se sont habitués aux achats et à la gestion sur Internet et ont pu en apprécier les avantages. Ce constat rejoint la croissance constante du E-commerce observée en Suisse depuis la pandémie.

finance inégalités Internet jeunes économie Suisse **You might also like**



Technologies digitales : qu'en pensent vraiment les jeunes ?

