

LA LETTRE DE L'OBSERVATOIRE DE L'ÉPARGNE DE L'AMF

SOMMAIRE :

Les canaux d'information, de souscription et de gestion des placements p. 2-3 ■ Actualités p. 4

EDITO

Le conseiller reste le référent clé

La digitalisation des services financiers est en marche. Afin de mesurer l'évolution des comportements d'information, de souscription et de gestion en matière d'épargne, l'AMF a conduit une enquête auprès des épargnants. Les principaux résultats sont présentés dans cette Lettre¹.

Si le numérique apporte d'indéniables bénéfices, les épargnants privilégient toujours, très majoritairement, le contact avec un conseiller. Certes, l'utilisation d'internet se banalise pour la recherche d'information. Mais pour la souscription d'un placement, le conseiller reste l'interlocuteur clé : il est présent du début à la fin du parcours client dans 80% des cas. Et pour 59% des épargnants, il demeure le canal le mieux adapté pour se faire conseiller, contre 6% seulement pour le canal internet.

Il ne faut pas en conclure que le tout numérique ne peut pas répondre au besoin de conseil des Français. La confiance en leurs compétences et en leurs connaissances conduit beaucoup d'épargnants à privilégier le numérique pour lequel ils expriment alors un niveau de satisfaction relativement élevé.

La directive Marchés d'instruments financiers révisée (dite « MIF 2 »), entrée en vigueur le 3 janvier 2018, renforce les obligations d'information et de qualité de conseil en matière de commercialisation des placements. Quel que soit le canal, en face à face ou à distance, la qualité du conseil doit reposer sur une découverte complète du client et doit permettre de répondre à ses besoins, notamment de diversification de ses placements. L'AMF sera attentive au respect de cette exigence et à la bonne prise en compte des intérêts des épargnants. ■

FOCUS

Les constats des visites mystère « en ligne »

L'AMF a testé les services de conseil en investissement et de souscription de placements sur internet des banques commerciales et des acteurs en ligne.

Cette campagne, menée fin 2017 auprès de 20 établissements (8 banques de réseau traditionnelles, 9 banques en ligne et 3 Fintech), a permis de vérifier si les règles de la directive MIF 1 sont appliquées par les établissements. Elle a constitué un point d'étape juste avant l'entrée en vigueur des nouvelles exigences de MIF 2, le 3 janvier 2018.

Des processus peu dématérialisés

Les modalités d'ouverture d'un compte-titres sur internet restent hétérogènes et peu dématérialisées. Les délais d'ouverture d'un compte-titres sont plus rapides dans une banque en ligne ou chez un nouvel acteur du conseil en ligne que dans une banque de réseau. Cependant, pour finaliser les souscriptions, les banques en ligne demandent l'envoi d'un courrier.

Des progrès insuffisants dans la découverte du client

Il s'agissait d'un scénario privilégiant la souscription sur internet en autonomie. Pourtant, dans 7 banques traditionnelles, le client a été orienté vers un rendez-vous en agence.

Qu'elle soit en ligne ou en face à face, la découverte du client, et notamment de ses connaissances financières, reste perfectible : elle repose encore souvent sur une auto-évaluation du client pouvant le conduire à une surestimation de ses connaissances ou à une mauvaise appréciation de son profil de risque.

Pour les banques 100% en ligne, 2 acteurs sur 9 ne posent toujours aucune question sur les connaissances ; parmi les 7 autres, 4 proposent au visiteur mystère de s'auto-évaluer.

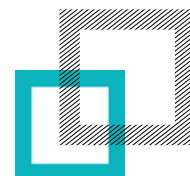
Pour les banques traditionnelles, le questionnement sur les connaissances a été réalisé par 5 établissements sur 8 ; 4 d'entre eux le font par auto-évaluation.

Trop souvent, le processus de découverte du client n'est pas finalisé par la remise et la signature par le client de la synthèse de son profil et du conseil prodigué.

Enfin, une nouvelle fois, une information insuffisante sur les frais a été constatée.

Ces résultats seront présentés aux établissements concernés et permettront un échange sur les points qui restent à améliorer. Ils seront également publiés sur le site de l'AMF. ■

1. Les résultats complets de cette étude sont disponibles sur le site de l'AMF (www.amf-france.org > Publications > Rapports, études & analyses > Epargne & prestataires)



Les canaux d'information, de souscription et de suivi des placements

Pour souscrire et gérer leurs placements, le contact avec un conseiller reste privilégié par la majorité des épargnants.

L'enquête conduite par l'AMF avait pour but de mieux connaître la manière dont les épargnants français s'informent sur les placements, y souscrivent et suivent leurs investissements².

Le contact avec un conseiller privilégié

Interrogés sur leurs préférences, de façon générale, dans leur relation avec un établissement financier, 48 % des épargnants répondent privilégier le contact avec un conseiller³. C'est en particulier le cas des 65-74 ans (55 %) ou de ceux qui ont pour banque principale une banque traditionnelle (51 %).

Ils sont 20 % à préférer l'utilisation d'internet, en particulier les 18-34 ans (27 %), les professions libérales et les cadres (25 %) et ceux qui ont un patrimoine financier important (150 000 euros et plus, 28 %).

L'utilisation d'internet est également préférée chez ceux dont la banque principale est une banque en ligne (59 %).

Enfin, 32 % des épargnants préfèrent mixer le contact avec un conseiller et les services proposés sur internet.

Tableau 1 : De manière générale, dans la relation avec un établissement financier, quel canal privilégiez-vous ?

Le contact avec un conseiller	48 %
À la fois des contacts avec un conseiller et l'utilisation des services proposés sur internet	32 %
L'utilisation des services proposés sur internet	20 %

Source : CSA Research pour l'AMF, février 2018.

Par ailleurs, les épargnants sont 95 % à estimer que le contact avec un conseiller est adapté pour se faire conseiller (59 %, très adapté). Ils ne sont que 37 % à considérer que le canal internet est adapté pour le conseil (6 %, très adapté).

La recherche d'information : sur internet

Comment les épargnants recherchent-ils de l'information sur les placements ? Le plus souvent, à distance via internet. 75 % de ceux qui ont recherché de l'information sur les placements dans les 12 derniers mois (33 % des épargnants interrogés) l'ont fait via internet, dont 41 % sur le site de leur banque.

Le contact avec le conseiller reste toutefois important : 47 % des personnes interrogées ont répondu avoir sollicité leur conseiller, que ce soit en face à face, par téléphone ou par courriel.

Tableau 2 : Comment avez-vous procédé lorsque vous avez recherché des informations sur les produits d'épargne et les placements ? Plusieurs réponses possibles.

Vous vous renseignez sur Internet (moteur de recherche, sites d'information, comparateur, médias...)	60 %
Vous consultez le site internet de votre banque ou de votre intermédiaire financier	41 %
Vous rencontrez ou vous téléphonez à votre conseiller	36 %
Vous vous renseignez en lisant la presse magazine spécialisée	30 %
Vous communiquez par courriel avec votre conseiller	19 %
Vous vous renseignez auprès de personnes de votre entourage	24 %
Vous téléphonez à la plateforme de votre intermédiaire financier	5 %
Autre	2 %
<i>Uniquement le conseiller</i>	18 %
<i>Total conseiller (face à face, téléphone, courriel)</i>	47 %
<i>Uniquement internet</i>	47 %
<i>Total internet</i>	75 %

Base : ceux qui ont cherché de l'information, soient 33 % des épargnants.

Source : CSA Research pour l'AMF, février 2018.

Pour s'informer sur les placements, les épargnants de moins de 35 ans s'adressent plus souvent à des personnes de leur entourage (35 %).

Les 35-49 ans privilégient le canal internet (68 % contre 60 % en moyenne, hors site de la banque). Les 50-64 ans sont relativement plus nombreux à lire la presse spécialisée (38 %). C'est le cas également de ceux qui détiennent des actions ou des fonds (47 %), de ceux qui s'estiment « connaisseurs » (49 %) ou encore qui bénéficient de revenus relativement élevés (plus de 4 000 euros mensuels, 50 %).

Les plus de 65 ans, ainsi que les retraités, se tournent plus souvent uniquement vers leur conseiller (24 % contre 18 %).

2. Enquête réalisée par CSA Research auprès de 1 789 épargnants français, du 5 au 15 janvier 2018 par Internet. L'échantillon a été construit d'après la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socio professionnelle, de taille d'agglomération et de région de résidence.

3. Dans cette enquête, le « conseiller » est défini comme un interlocuteur connu et dédié qu'il est possible de contacter par téléphone ou de rencontrer au sein d'une agence.

7 Connaissance des placements

Près de la moitié (48%) des épargnants interrogés estiment bien connaître les produits d'épargne et de placement. Ils sont aussi 45% à répondre se tenir régulièrement informés de l'actualité financière.

Au total, 36% des épargnants répondent à la fois connaître les produits d'épargne et de placement et s'informer régulièrement (les « connaisseurs »), dont 6% qui se considèrent tout à fait connaisseurs (les « experts »).

Ces « experts » détiennent plus de produits et sont plus souvent clients de banques en ligne (39% d'entre eux, contre 18% en moyenne pour l'ensemble des épargnants) et privilégient plus souvent internet (29% contre 20%). ■

La souscription des placements : le conseiller prédominant

La souscription peut être décomposée en trois étapes : un premier contact, suivi d'un conseil, puis d'une finalisation (signature).

Interrogés sur les canaux utilisés lors de leur dernière souscription d'un placement, 91% des épargnants répondent avoir été en contact avec un conseiller à l'une ou l'autre de ces trois étapes.

Le conseiller est présent du début à la fin de la souscription dans 80% des cas. L'usage d'internet, du téléphone ou du courrier pour au moins une des trois étapes représente 20% des cas.

La souscription intégralement à distance ne constitue que 9% des parcours des personnes interrogées.

7 Souscription : auprès de quels types d'établissements ?

3 possesseurs sur 4 de PEA ou de compte-titres le détiennent auprès d'une banque traditionnelle, 17% auprès d'une banque en ligne et 8% auprès d'un courtier en ligne spécialisé. Les détenteurs de PEA ou de compte-titres âgés de 25-34 ans sont 17% à le détenir auprès d'un intermédiaire en ligne spécialisé.

Au moment de leur dernière souscription de placement, 86% des épargnants étaient déjà clients de l'organisme auprès duquel ils ont souscrit ; 14% ont donc souscrit auprès d'un nouvel établissement. ■

Invités à évaluer leur satisfaction lors de leur dernière souscription, les personnes interrogées ont attribué une meilleure note à la souscription via internet (8,2 /10) que via un conseiller (7,3 /10).

Malgré tout, pour une prochaine souscription, les Français sont 78% à répondre privilégier le contact avec un conseiller.

Le suivi de ses placements : souvent via le conseiller

Quel que soit le placement détenu, le contact avec le conseiller reste important pour investir ou modifier la répartition de ses investissements.

Tableau 3 : Les canaux de gestion

	Contact avec un conseiller ⁽¹⁾	À distance ⁽²⁾	À distance, via internet
Consultation des avoirs	31 %	19 %	68 %
Investissement dans un fonds ou une SICAV	61 %	13 %	40 %
Arbitrage ⁽³⁾	56 %	16 %	47 %

Base : les détenteurs d'assurance vie, d'épargne retraite, de PEA, d'actions ou de fonds ou d'épargne salariale.

Source : CSA Research pour l'AMF, février 2018.

(1) Rendez-vous en face à face ou par téléphone.

(2) Via une plateforme téléphonique, par courrier et/ou courriel.

(3) Base : les détenteurs d'assurance vie en UC, de PEA ou d'épargne salariale.

Pour les produits d'investissement, le conseiller demeure également prédominant. Ainsi, pour investir dans un fonds ou une SICAV, 55% des détenteurs de PEA et de compte-titres (CT) passent encore par le conseiller, au moins de temps en temps. En revanche, ces mêmes détenteurs sont 68% à déclarer passer leurs ordres d'achat/vente d'actions sur internet.

Tableau 4 : Les canaux de gestion des détenteurs de PEA/CT

	Contact avec un conseiller ⁽¹⁾	À distance, via internet	Total à distance ⁽²⁾
Consultation des avoirs	28 %	68 %	77 %
Investissement dans un fonds ou une SICAV	55 %	39 %	48 %
Arbitrage	59 %	37 %	46 %
Achat/vente d'actions ⁽³⁾	32 %	68 %	72 %

Base : les détenteurs de PEA ou de compte-titres.

Source : CSA Research pour l'AMF, février 2018.

(1) Rendez-vous en face à face ou par téléphone.

(2) Internet ou plateforme téléphonique ou courrier ou courriel.

(3) Les détenteurs d'actions en direct.

En ce qui concerne la gestion des placements, le niveau de satisfaction exprimé est plus élevé quand les opérations sont réalisées via un contact avec un conseiller (7,5 /10). Via internet, ce niveau est de 6,7 /10. Il est de 5,9 /10 pour le téléphone, par courrier ou courriel. ■

7 Zoom sur les questionnaires en ligne

20% des Français détenteurs d'une assurance vie, d'une épargne retraite ou d'un PEA ont répondu à un questionnaire en ligne au moment de souscrire (9% pour un PEA et 15% pour une assurance vie ou une épargne retraite).

77% ont estimé que ce questionnaire a suffisamment détaillé leur situation et leur profil et 65% que ce questionnaire a permis de déboucher sur un conseil adapté à leur besoin d'épargne. ■



Toujours plus d'épargne vers les livrets et les dépôts à vue

En 2017, les Français ont placé la majeure partie de leur épargne sur des produits liquides et garantis.

Les estimations publiées par la Banque de France montrent qu'en 2017 les flux d'épargne sont restés élevés vers les livrets d'épargne (environ 25 milliards d'euros) et vers les dépôts à vue (environ 40 milliards). Ils ont également été importants vers l'assurance vie en unités de compte (environ 20 milliards). ■

Source : Stat Info Épargne et patrimoine des ménages, Banque de France, février 2018.

Les placements en assurance vie en 2017

En 2017, l'encours placé en unités de compte dans les contrats d'assurance vie a augmenté de 10%.

Les unités de compte (UC) représentaient, à fin 2017, 20% de l'encours de l'assurance vie (18,6% fin 2016), soit 336 milliards sur les 1 676 milliards d'euros d'encours totaux. Cette hausse de la part des UC s'explique par une forte collecte et par la hausse des marchés sur lesquels les UC investissent.

La collecte brute en UC (37 milliards) a représenté 28% de la collecte totale, contre 20% en 2016.

La collecte nette totale a baissé du fait de la décollecte des fonds en euros : elle a été de 7 milliards en 2017 (17 en 2016 et 23 en 2015). ■

Source : Fédération française de l'assurance, Bilan de l'année 2017, mars 2018.

L'épargne salariale continue sa progression

En 2017, l'encours placé en épargne salariale a augmenté de 7%.

À fin 2017, les encours d'épargne salariale se sont établis à 132 milliards d'euros. La progression est de 7% par rapport à fin 2016. Cet encours se répartit entre les fonds d'actionariat salarié (39% du total) et les fonds « diversifiés », investis eux-mêmes largement en actions (61%). Les versements (15 milliards) ont augmenté de plus de 5% par rapport à 2016.

La progression des encours du PERCO (16 milliards) a été de 15%, grâce à près de 3 milliard de versements. ■

Source : Association française de la gestion financière (AFG), mars 2018.

Les actifs sont préoccupés par leur retraite

68% des Français, et même 78% des actifs, disent qu'ils sont préoccupés par la retraite.

Pour 94% des Français, il est nécessaire d'épargner pour sa retraite et 44% dès les premières années de leur vie professionnelle. Ils craignent en particulier la baisse de leur niveau de vie (79%).

46% des actifs se sentent bien informés concernant les solutions d'épargne visant à préparer leur avenir (retraite, santé, vieillissement, etc.). ■

Source : Harris Interactive pour AG2R-La Mondiale, 3000 personnes de 18 ans et plus interrogées, mars 2018.

Épargne salariale : une maîtrise à améliorer

À l'occasion de la semaine de l'épargne salariale, qui s'est tenue du 26 au 30 mars 2018, l'AMF a interrogé des détenteurs d'épargne salariale pour évaluer leurs opinions et leurs attitudes face à ce dispositif.

Un bon placement

7 détenteurs sur 10 (72%) estiment que l'épargne salariale est un bon placement, en particulier les 35-49 ans (75%).

Le motif de détention le plus souvent choisi est la préparation de la retraite (42%), et même 61% pour les 50-64 ans. 26% des détenteurs ont répondu simplement profiter de l'abondement et de la fiscalité.

Connaissance et maîtrise

Si la plupart des détenteurs estiment connaître les caractéristiques de leur épargne salariale (mode d'alimentation et cas de déblocage), ils sont moins nombreux à en connaître la dimension financière (les fonds, le risque). Seuls 48% d'entre eux ont le sentiment de connaître les fonds sur lesquels investir et seuls 54% s'estiment capables de choisir les placements au sein de leur épargne salariale.

Les choix d'investissement

Dans le cadre de son épargne salariale, 1 détenteur sur 8 (13%) opte pour des placements « dynamiques dont la valeur peut fluctuer mais qui peuvent procurer un meilleur rendement ». Ils sont 56% à choisir des placements « sans risque » et 40% des placements « prudents dont la valeur peut fluctuer un peu ». ■

Source : Kantar TNS pour l'AMF, questions posées à 135 détenteurs de PEE (12,2% des actifs), 82 de Perco (7,5%) et 37 d'actions de leur employeur (3,4%), janvier 2018.

Le conseiller, première solution pour se former à l'épargne

8 Français sur 10 feraient appel à leur conseiller financier pour mieux comprendre leur épargne.

85% des Français jugent les marchés financiers complexes. Pour être conseillés, 48% d'entre eux privilégient un conseiller physique. Seuls 12% préfèrent l'autonomie, pour être libre et utiliser le plus possible les outils numériques.

82% des Français voient le conseiller comme le bon interlocuteur pour comprendre et pour se former à la gestion de leur épargne.

Ils sont par ailleurs 59% à souhaiter pouvoir bénéficier d'outils permettant de comprendre la façon dont est gérée leur épargne. ■

Source : Les Français et l'épargne digitale, Harris Interactive pour Deloitte et WeSave, 2000 Français de 25 à 75 ans interrogés en octobre 2017.

LE CHIFFRE DU BAROMÈTRE DE L'AMF

47% des Français s'estiment à l'aise pour évaluer le niveau de risque des placements. ■

Source : Baromètre de l'AMF de l'épargne et de l'investissement, janvier 2018.