



Communiqué de presse  
Le 5 juillet 2022

## Baromètre de l'épargne responsable La Banque Postale – Cashbee

### Résultats de la 2<sup>ème</sup> édition

- **En 2022, dans un contexte de marché plus volatil et incertain, les dimensions responsables (environnement, solidarité, social) sont moins prises en compte par les épargnants en matière de placements financiers par rapport à 2021 (-5%)**
- **La constitution d'une épargne de précaution constitue toujours un objectif prioritaire pour 82% des Français, en augmentation de +6% par rapport à l'année dernière**
- **Malgré un manque de notoriété des placements ISR, le taux de détention d'un ou plusieurs produits ISR semble en légère hausse : près de 1 Français sur 5 détient un produit ISR contre 16% en 2021**
- **Les épargnants digitaux adhèrent davantage à l'épargne responsable que les épargnants traditionnels**

*Méthodologie - Le Baromètre de l'épargne responsable mené par Opinion Way pour La Banque Postale et auquel s'est associé Cashbee a été réalisé du 26 avril au 9 mai 2022, auprès d'un échantillon de 1052 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.*

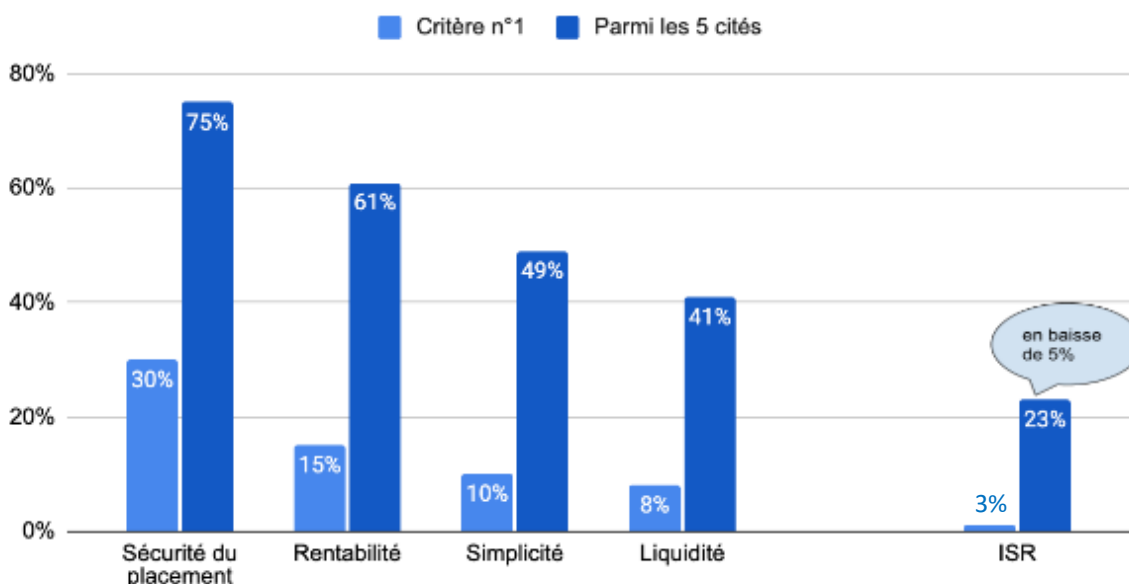
Pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive, le Baromètre de l'épargne responsable établit un **état des lieux de la relation des Français avec la finance responsable**. A travers celui-ci, La Banque Postale et la solution d'épargne 100% mobile Cashbee entendent approfondir leur compréhension de cette relation et accompagner leurs clients dans cette transition responsable, en proposant de nouvelles offres d'épargne et de placement en adéquation avec les enjeux de demain.

### **L'épargne responsable, un thème d'investissement toujours mal perçu**

Selon l'édition 2022 de ce Baromètre, les dimensions environnementales, sociales et solidaires ne sont **pas des priorités pour la majorité des épargnants** lors du choix d'un placement, seuls 3% les citent comme premier critère de sélection.

Comme en 2021, ceux-ci considèrent en priorité (1) la sécurité, (2) la rentabilité, (3) la simplicité et (4) la liquidité du produit.

## Principaux critères considérés pour un placement financier



De plus, alors que la conscience de l'urgence climatique se généralise, le Baromètre met en avant un manque évident de notoriété et d'intérêt pour les placements responsables :

- Près de 2 Français sur 3 ne connaissent pas la notion d'épargne responsable. Cependant, parmi les épargnants patrimoniaux, la notoriété des placements ISR s'est renforcée avec 3 patrimoniaux sur 5 connaissant l'investissement ISR au moins de nom,
- 84% des sondés affirment que la crise sanitaire n'a pas renforcé leur intérêt pour l'ISR,
- 1 Français sur 3 estime que les produits ISR sont réservés aux gens fortunés.

Néanmoins, la détention de produits ISR s'élargit tendanciuellement :

- 1 Français sur 5 détient au moins un produit ISR contre 16% en 2021. Cette progression est plus conséquente pour les épargnants patrimoniaux avec 1 personne sur 3, dont la moitié pourrait recourir à un investissement ISR dans le futur.

### Un réel besoin d'éléments tangibles pour accompagner les épargnants vers des placements plus responsables.

Une certaine méfiance demeure sur l'efficacité, la sincérité et la rentabilité de ce type d'investissement. Le **manque d'information et de connaissance** des produits ISR apparaît comme un **important frein à une transition** vers des placements plus responsables :

- 63% des personnes interrogées déclarent n'en avoir jamais entendu parler (comme en 2021),
- Plus des deux tiers des sondés n'ont jamais reçu de proposition de placement ISR de la part de leurs conseillers bancaires ou CGP,
- Concernant la perception du rendement financier d'un placement ISR, 16% des personnes interrogées pensent qu'il est inférieur à celui d'un placement traditionnel contre 8% pensant qu'il peut être supérieur (59% n'ont pas d'idée sur la question), et
- 39% pensent qu'il est impossible de mesurer le véritable impact d'un placement ISR.

**Comme le précise Philippe Aurain, Directeur des Etudes Économiques de La Banque Postale :** *« La deuxième vague du baromètre de l'épargne responsable montre peu de progression en termes de détention de ces produits par les épargnants « grand public ». Le contexte particulier post covid et inflationniste a sûrement joué un rôle dans la hiérarchisation des priorités et amplifié le souhait de sécurisation avant tout. Au regard des enjeux de société associés à ce type d'épargne, les banques ont une responsabilité particulière dans l'effort de pédagogie et de simplification de l'offre qui pourrait faciliter à l'avenir une plus large détention de ces produits ».*

### **Un écart toujours présent entre les épargnants digitaux et les épargnants traditionnels**

Cashbee, qui a étendu l'étude sur le champ de ses clients digitaux, a pu observer un attrait plus important pour des produits labellisés ISR chez les épargnants digitaux :

- 37% d'entre eux disent avoir déjà réalisé un investissement labellisé ISR contre 20% pour les épargnants traditionnels,
- 52% des épargnants digitaux déclarent être prêts à considérer ce type d'investissement à l'avenir, à condition de ne pas sacrifier le rendement, et
- 29 % des épargnants digitaux considèrent aujourd'hui que placer une partie de son épargne sur des supports durables est une priorité (en hausse de 4% par rapport à 2021).

Une différence qui peut s'expliquer par l'engagement de solutions digitales comme Cashbee, plateforme d'épargne mobile sécurisée et liquide incubée par La Banque Postale, qui propose un accompagnement personnalisé vers des placements ISR.

**Cyril Garbois et Marc Tempelman, cofondateurs de Cashbee soulignent :** *“Nous observons que la démocratisation de l'investissement responsable progresse, mais lentement. Nous devons continuer nos efforts pédagogiques et technologiques afin de toujours simplifier l'accès à ce type de placement vertueux, qui peuvent être tout aussi rentables que des placements classiques.”*

## **A propos de La Banque Postale :**

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un bancassureur européen de premier plan, 11ème de la zone euro par la taille du bilan. Son modèle d'affaires diversifié lui permet d'accompagner 20 millions de clients personnes physiques et morales avec une gamme complète accessible à tous. Filiale du Groupe La Poste, La Banque Postale est une banque de proximité, présente sur tout le territoire avec 17 000 points de contacts dont 7 300 bureaux de poste. Leader de la finance durable, elle figure aux 1ers rangs des agences de notation extra-financière. Avec son plan stratégique « La Banque Postale 2030 », La Banque Postale se fixe l'ambition de devenir la banque préférée des Français, avec une offre intégrée et omnicanale de services de bancassurance articulée autour de trois marques distinctes : La Banque Postale, sa banque au quotidien, Ma French Bank, sa banque 100% mobile et Louvre Banque Privée, sa banque patrimoniale. Forte de son identité citoyenne, La Banque Postale se positionne au service d'une transition juste, répondant aux enjeux environnementaux, sociétaux, territoriaux et numériques.

## **A propos de Cashbee :**

Cashbee, fintech française spécialiste de l'épargne mobile, met l'argent au service de ses utilisateurs. Son application offre des produits d'épargne simples, intelligents, engagés et optimisés. À commencer par un livret rémunéré parmi les plus compétitifs du marché avec My Money Bank, et une offre d'épargne longue en partenariat avec Generali Vie, Cashbee+, le premier contrat d'assurance-vie responsable et entièrement pilotable depuis son smartphone.

Incubé par Platform58, l'incubateur de La Banque Postale, Cashbee a lancé son application d'épargne en 2019 pour atteindre aujourd'hui plus de 150 millions d'euros épargnés par ses utilisateurs.

Cashbee est un établissement de paiement, agréé par l'ACPR et soumis à ce titre aux plus hautes exigences de sécurité.

## **Contacts Presse :**

### **CASHBEE**

Agence NewCap - Nicolas Merigeau

[nmerigeau@newcap.fr](mailto:nmerigeau@newcap.fr)

01 44 71 94 98

### **LA BANQUE POSTALE**

Stéphanie Noel

[stephanie.noel@laposte.fr](mailto:stephanie.noel@laposte.fr)

06 38 27 32 91