
4^{ème} édition du Baromètre de l'épargne responsable La Banque Postale – Cashbee

**Les patrimoniaux sont de plus en plus sensibles
à l'épargne responsable et un besoin notable de pédagogie est exprimé
pour une majorité d'épargnants**

- **En 2024, dans un contexte inflationniste encore marqué, les épargnants français restent globalement prudents et en quête de sécurité dans leurs placements, avec un intérêt croissant pour les produits ISR qui restent encore méconnus du grand public.**
- **L'intention d'investissement dans des placements dits ISR est en légère augmentation, avec une adoption plus marquée chez les investisseurs les plus actifs et les plus jeunes.**
- **Le besoin d'éducation financière et de pédagogie sur les impacts des labels ISR reste fort pour convaincre les investisseurs.**
- **La constitution d'une épargne de précaution constitue toujours un objectif prioritaire pour plus de 85% des Français.**
- **69% des Français estiment la préparation de la retraite comme une motivation principale d'épargne quand 52% sont également motivés par la transmission d'un patrimoine dans les 10 ans.**

Méthodologie - Le Baromètre de l'épargne responsable mené par Opinion Way pour La Banque Postale et auquel s'est associé Cashbee a été réalisé en mars 2024, auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Pour la 4^{ème} 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 qui progresse surtout chez les investisseurs les plus avertis

Selon l'édition 2024 de ce Baromètre, le contexte inflationniste encore marqué incite les épargnants à favoriser la prudence et la rentabilité comme les facteurs déterminants dans leurs investissements. Au plus bas en 2022, l'appétence pour l'épargne responsable attire aujourd'hui de plus en plus de Français, avec des dimensions environnementales, sociales ou solidaires considérées pour 29% des Français (+6 points par rapport à 2022) et 30% des profils patrimoniaux, soit les investisseurs les plus actifs (+ 12 points par rapport à 2022).

De plus, alors que le taux de détention reste constant pour les placements ISR pour le grand public depuis 2021 (17% en 2024), il a fortement progressé auprès des profils patrimoniaux sur 4 ans (40% ; +15 points en 4 ans). Cette segmentation de la considération de l'investissement responsable par profil d'investisseurs se reflète également dans les intentions de souscription à des produits ISR : les intentions des profils patrimoniaux sont les plus élevées, pour 44% d'entre eux en 2024, quand elles atteignent 29% pour l'ensemble des Français.

Un réel besoin d'éducation financière et de pédagogie sur les impacts des labels ISR pour convaincre les investisseurs

En 2024, la notoriété des Investissements Socialement Responsables (ISR) a progressé, avec 38% de connaissance qualifiée au sein de la population. Depuis la première édition du baromètre en 2022, cette connaissance connaît une légère progression pour le grand public (+ 3 points) quand elle augmente significativement pour les profils les plus avertis (+7 points en 4 ans).

Une majorité de Français considère la thématique de placement ISR encore trop opaque et floue, notamment sur le rendement et l'impact réel de ces placements, avec une remise en question persistante de leur preuve d'efficacité environnementale ou sociétale. Cette remise en cause de l'impact réel n'est pas dissipée par les labels qui restent, pour la plupart d'entre eux, peu connus et jugés peu contraignants. A ce titre, les nouvelles obligations à l'égard du label ISR, mises en place depuis le 1er mars 2024, seraient de nature à convaincre ou intéresser une part importante de Français à condition de les faire connaître et plus globalement de faire connaître les différents labels présents sur ce marché.

Une ouverture plus marquée pour l'ISR chez les plus jeunes

Les résultats du baromètre montrent que les jeunes sont plus ouverts à l'éducation sur les produits ISR et moins sceptiques quant à leur complexité, tandis que les groupes plus âgés, bien que plus conscients de l'importance de produits financiers plus responsables, sont plus sceptiques sur leur impact réel et les considèrent davantage comme des arguments marketing.

Ainsi, 47% des 18-24 ans seraient intéressés par l'ISR avec une meilleure compréhension des produits proposés, démontrant le besoin d'éducation financière sur cette thématique. Le pourcentage le plus élevé relatif à la méconnaissance des produits ISR concerne les 50-59 ans avec 62% rapportant ne pas être familiers avec ces placements, un pourcentage plus élevé que la moyenne

générale (58%). Pour cette même tranche d'âge, 43% estiment que l'ISR est un argument principalement marketing, argumentant notamment l'impossibilité de la mesure de l'impact environnemental ou social réel des fonds ISR, une proportion plus élevée que celle du grand public (38%).

« Les résultats de ce baromètre sont extrêmement instructifs car au-delà de la progression de l'intérêt de l'épargne responsable pour tous les épargnants, l'un des enseignements majeurs réside dans le fait que cette thématique d'investissement demeure souvent complexe, voire floue pour une majorité de Français. Il est donc primordial d'œuvrer pour plus d'éducation financière afin de contribuer à l'essor de ces investissements socialement responsables pour répondre au défi majeur de la préservation de notre planète » **concluent Marc Tempelman et Cyril Garbois, co-fondateurs de Cashbee.**

« La 4ème vague du baromètre confirme la divergence entre Grand Public et patrimoniaux. L'épargne responsable reste peu connue et investie par les premiers mais les seconds voient grandir leur intérêt. Les clients l'intègrent progressivement dans leurs objectifs d'épargne et sont prêts à la préférer aux produits standards lorsqu'ils en obtiennent un rendement équivalent. » **précise Philippe Aurain, directeur des études économiques de La Banque Postale.**

A propos de La Banque Postale :

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un grand groupe international de bancassurance, 11^{ème} de la zone euro par la taille du bilan. Son modèle d'affaires diversifié lui permet d'accompagner en France 20 millions de clients particuliers, entreprises et acteurs du secteur public local, 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 17 700 points de contacts dont 7 000 bureaux de poste.

Avec son plan stratégique « La Banque Postale 2030 », elle se fixe l'ambition de devenir la banque préférée des Français, avec une offre intégrée et omnicanal de services de bancassurance articulée autour de ses trois marques : La Banque Postale, sa banque au quotidien, Ma French Bank, sa banque 100% mobile et Louvre Banque Privée, sa banque patrimoniale.

La Banque Postale accélère sa stratégie de diversification et développe ses métiers d'expertise, notamment dans la gestion d'actifs, l'assurance, le crédit à la consommation et la banque de financement et d'investissement.

Forte de son identité citoyenne, La Banque Postale œuvre pour une transition juste en intégrant au cœur de sa gouvernance des objectifs en matière d'impact environnemental et social. Entreprise à mission depuis mars 2022 et leader de la finance à impact, La Banque Postale ambitionne d'atteindre zéro émission nette dès 2040. Elle figure aux 1^{ers} rangs des agences de notation extra-financière.

A propos de Cashbee :

Cashbee, fintech française spécialiste de l'épargne et de l'investissement, met l'argent au service de ses utilisateurs. Son application offre des produits d'épargne accessibles, complémentaires et engagés. Au total, ce sont plus d'une dizaine de produits d'épargne et d'investissement qui sont disponibles dans l'app. Le tout, dans une simplicité d'utilisation et des conditions commerciales rares.

Cashbee a lancé son application d'épargne en 2019. Elle compte aujourd'hui des milliers d'utilisateurs qui lui confient plus de 400 millions d'euros. 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

01 44 71 94 98

LA BANQUE POSTALE

Stéphanie Noel

stephanie.noel@laposte.fr

06 38 27 32 91