

10 juillet 2023

## 3<sup>ème</sup> Baromètre LBP/Cashbee Opinion Way de l'Épargne Responsable : L'investissement responsable se heurte aux attentes financières des épargnants

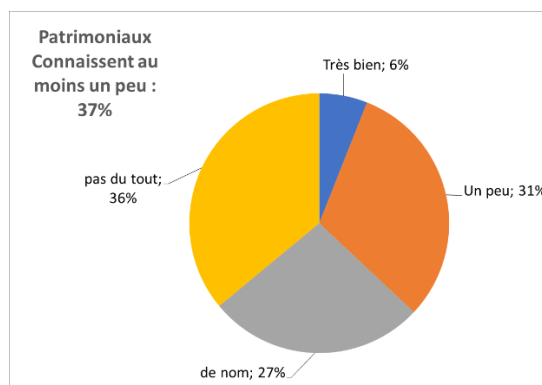
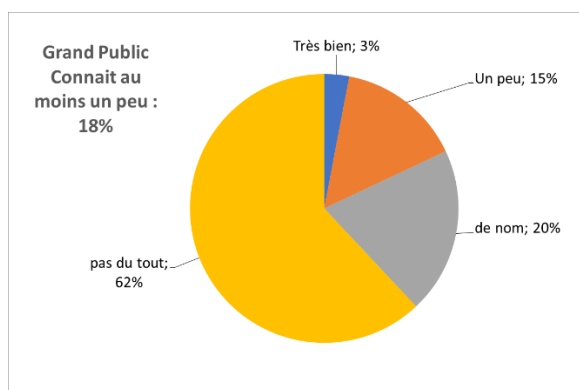
- ❖ *Le baromètre annuel de l'épargne responsable vise à suivre l'évolution des attitudes des épargnants au regard de l'épargne responsable. Lancé en 2021, le baromètre connaît sa 3<sup>ème</sup> vague en 2023. Les conclusions principales sont les suivantes.*
- ❖ *Contrairement à ce que pourrait laisser penser la large médiatisation de l'offre de produits responsables, l'épargne responsable est largement méconnue par le grand public, quoiqu'un peu moins par les clients patrimoniaux.*
- ❖ *Les personnes interrogées mettent en effet en avant que leurs principaux critères de sélection des produits d'épargne sont la sécurité puis la rentabilité et que leur nature « responsable » n'arrive qu'en bas de classement.*
- ❖ *En particulier, l'arbitrage de choix a priori entre rendement et ESG semble défavorable aux produits responsables. De plus, les performances relatives décevantes des produits responsables en 2022, celles-ci étant dus à leur moindre exposition aux industries fossiles, ont entraîné une déception des porteurs.*
- ❖ *D'autres freins apparaissent dans leurs réponses : complexité, méconnaissance des labels ou insuffisance de ceux-ci, jugement d'ambiguïté dans la constitution des portefeuilles.*
- ❖ *Paradoxalement, l'épargne responsable bénéficie toujours d'une bonne image globale, et intéresse toujours une part significative des épargnants notamment en termes de diversification. De plus, les épargnants sont sensibles dans cette matière aux conseils apportés par leurs conseillers financiers.*
- ❖ *En conclusion, si l'attractivité de ces produits s'est réduite en 2022, la bonne image de l'épargne responsable et l'importance accordée au conseiller ouvrent la porte à une démarche de pédagogie et de diffusion pour autant que l'offre réponde mieux à la demande : simplicité, cohérence, lisibilité et... rentabilité (probablement à positionner dans la durée).*

Philippe Aurain.

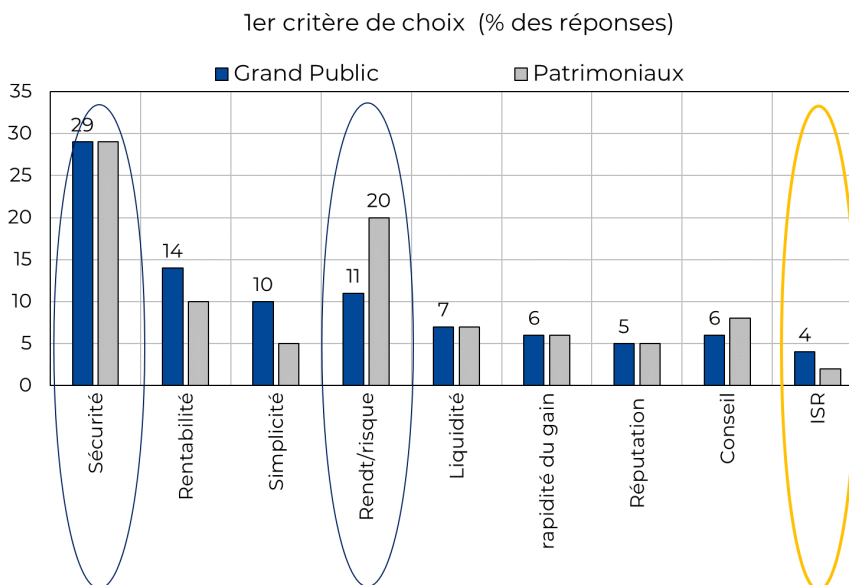
**Le baromètre annuel de l'épargne responsable vise à suivre l'évolution des attitudes des épargnants au regard de l'épargne responsable. Lancé en 2021, le baromètre connaît sa 3ème vague en 2023<sup>1</sup>.**

- ❖ **Contrairement à ce que pourrait laisser penser la médiatisation de l'offre de produits responsables, l'épargne responsable est largement méconnue par le grand public, quoiqu'un peu moins par les clients patrimoniaux.**

La connaissance des produits d'épargne responsable reste faible hors patrimoniaux : après rappel de la définition de l'épargne responsable, seuls 18% des répondants du grand public déclarent la connaître « au moins un peu », contre 37% pour les patrimoniaux.



- ❖ **Les personnes interrogées mettent en avant que leurs principaux critères de sélection des produits d'épargne sont la sécurité puis la rentabilité et que leur nature « responsable » n'arrive qu'en bas de classement (4% la cite en 1er critère contre 29% pour la sécurité).**



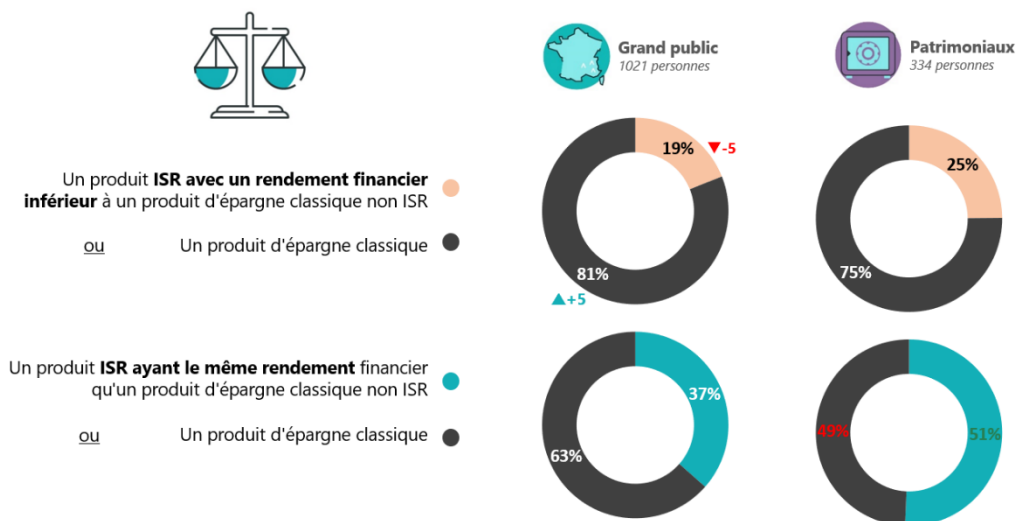
<sup>1</sup> L'étude est réalisée par Opinion Way sur un échantillon de 1021 personnes représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus, dont 334 Patrimoniaux qui constituent le sous-ensemble du Grand Public dont l'épargne dépasse 150 000 euros.

❖ **L'arbitrage de choix a priori entre rendement et ESG semble défavorable aux produits responsables.**

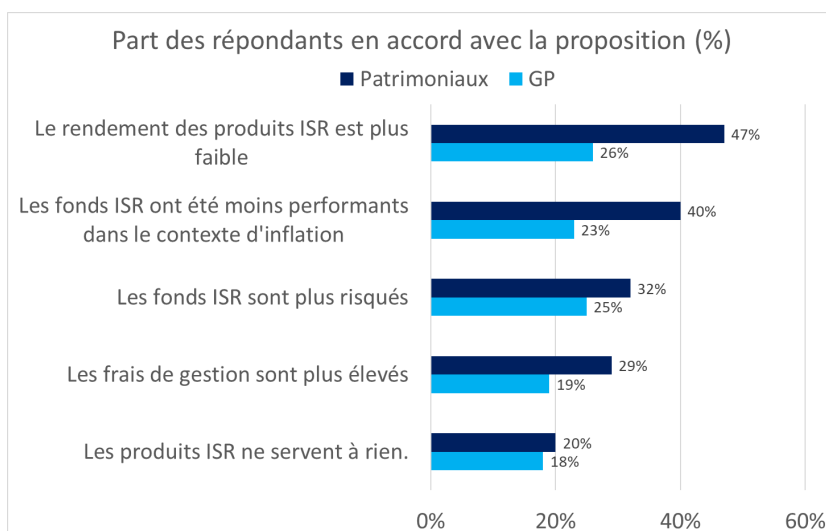
Plus de 75% des répondants préfèrent un investissement « classique » et plus rémunérateur qu'un produit responsable et moins rémunérateur.

Encore la moitié sont dans ce cas lorsque les rendements sont supposés égaux.

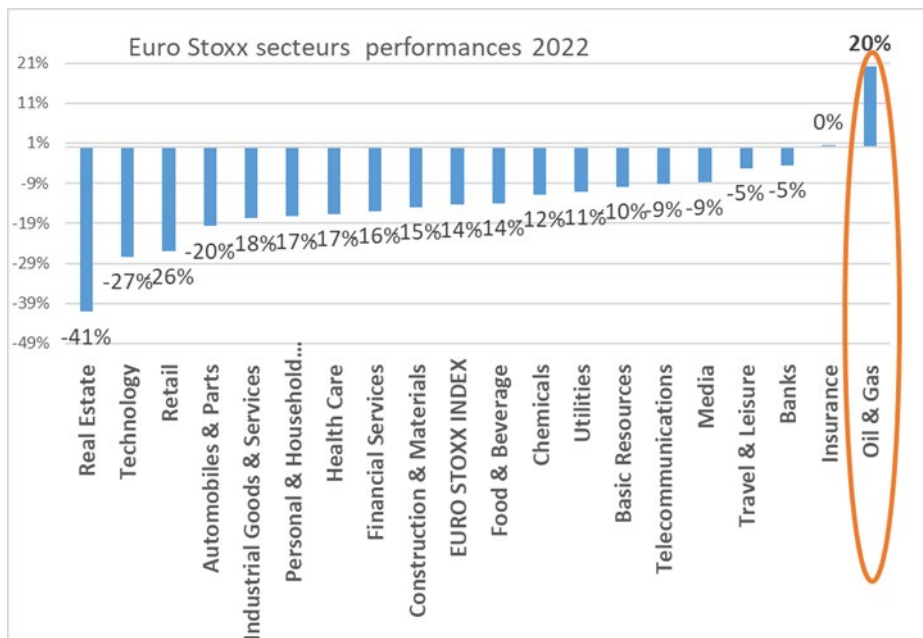
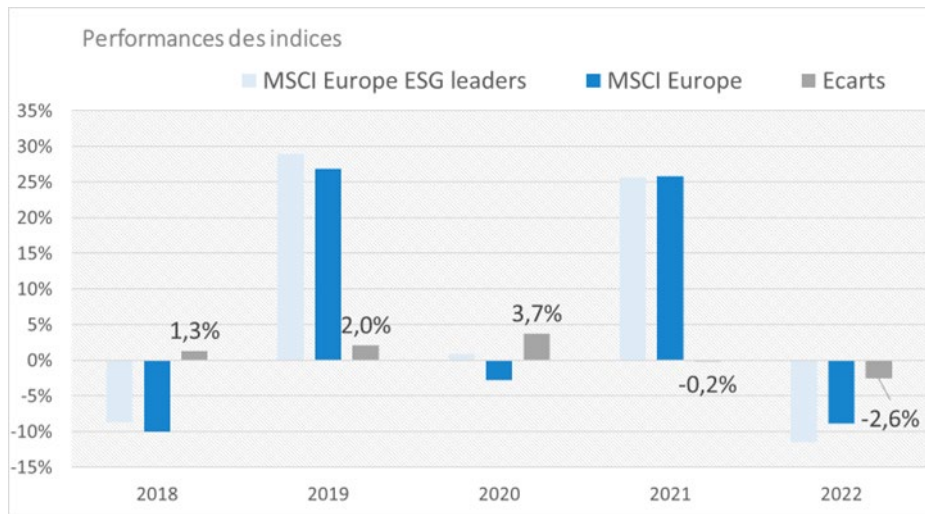
Une interprétation possible est que d'une part les répondants ne sont pas prêts à « payer » pour le caractère responsable de leurs investissements et, d'autres part, qu'il existe d'autres freins limitant le passage à l'acte.



❖ **De plus, les performances relatives décevantes des produits responsables en 2022, celles-ci étant dus à leur moindre exposition aux industries fossiles, ont probablement entraîné une déception des porteurs.** Notons que le niveau de frais est également pointé du doigt



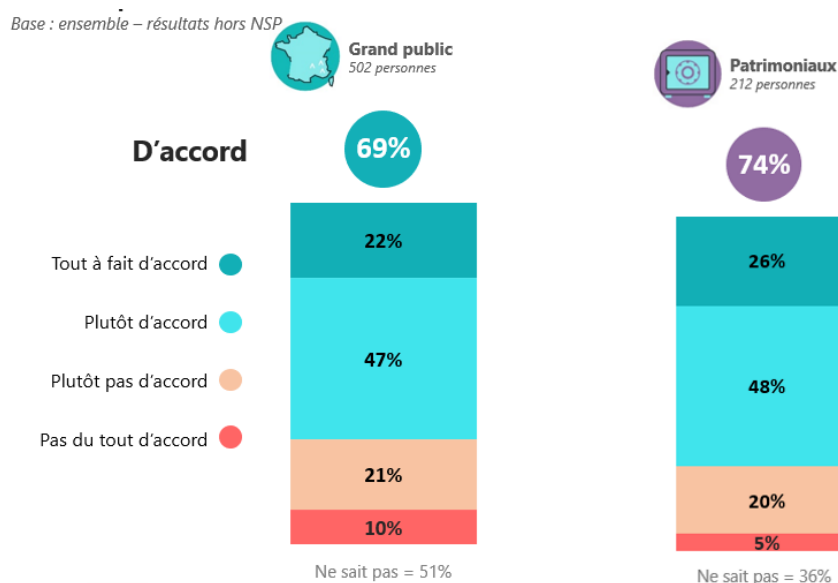
Rappel des performance relatives de certains indices en 2022 :



- ❖ D'autres freins apparaissent dans leurs réponses : complexité, méconnaissance des labels ou insuffisance de ceux-ci, ainsi qu'un jugement d'ambiguïté dans la constitution des portefeuilles.

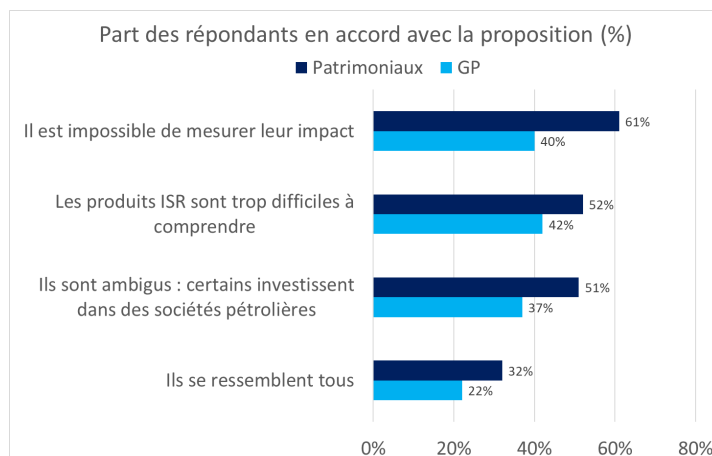
Seulement 18% du grand public et 30% des patrimoniaux connaissent au moins un label responsable. Parmi ceux-ci, 69% des répondants GP et 74% des répondants patrimoniaux considèrent que les labels ne sont pas assez contraignants.

## Part des répondants considérant les labels comme insuffisamment contraignants :



Plus de la moitié des patrimoniaux considèrent qu'il est impossible de mesurer l'impact « durable » des produits responsables, et qu'ils sont complexes ou ambigus<sup>2</sup>.

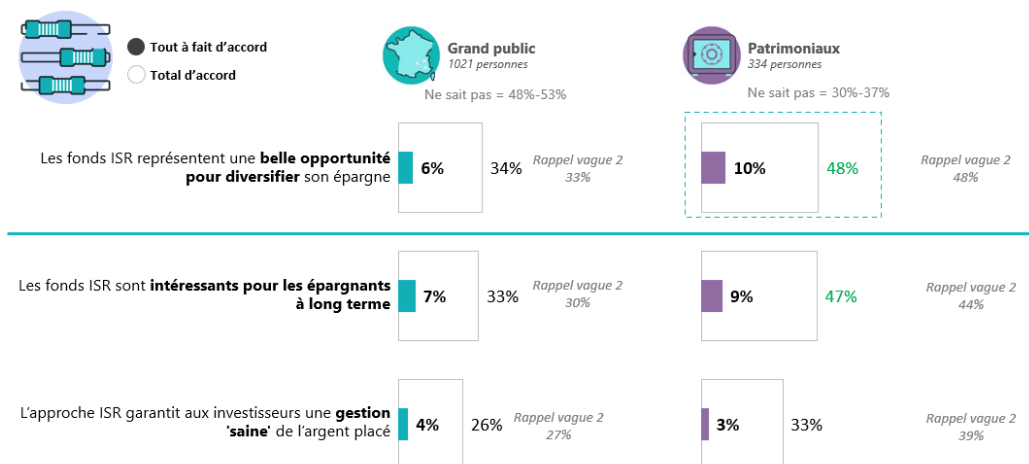
## Part des répondants considérant les produits responsables comme ambigus ou complexes



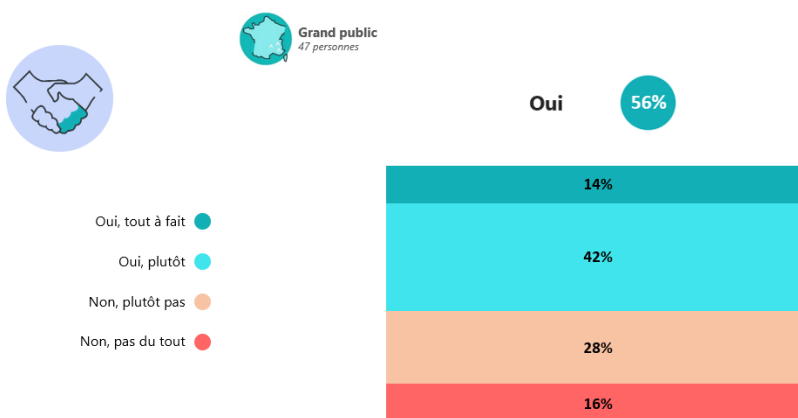
- ❖ **Paradoxalement, l'épargne responsable bénéficie toujours d'une bonne image globale, et intéresse toujours une part significative des épargnants notamment en termes de diversification. De plus, les épargnants sont sensibles dans cette matière aux conseils apportés par leurs conseillers financiers.**

<sup>2</sup> Ces éléments raisonnent avec les controverses récentes sur « l'écoblanchiment des fonds ISR » ; [Finance verte - Il est urgent de mettre fin à l'écoblanchiment - Action UFC-Que Choisir - UFC-Que Choisir](#)

48% des patrimoniaux sont d'accord avec l'idée que les fonds ISR présentent une opportunité de diversification et 47% qu'ils sont « intéressants » à long terme.



56% des répondants du grand public qui se sont vus proposer un fonds ISR ont été influencés par cette discussion dans leur choix d'allocation.



❖ **En conclusion, si l'attractivité de ces produits s'est réduite en 2022, la bonne image de l'épargne responsable et la confiance accordée au conseil ouvrent la porte à une démarche de pédagogie et de diffusion pour autant que l'offre réponde mieux à la demande : simplicité, cohérence, lisibilité et... rentabilité (probablement à positionner dans la durée).**

Ω Ω Ω

Direction finance et stratégie – Direction des études économiques :

[Ouvrir ce lien pour s'abonner](#)

Les analyses et prévisions qui figurent dans ce document sont celles du service des Etudes Economiques de La Banque Postale. Bien que ces informations soient établies à partir de sources considérées comme fiables, elles ne sont toutefois communiquées qu'à titre indicatif. La Banque Postale ne saurait donc encourir aucune responsabilité du fait de l'utilisation de ces informations ou des décisions qui pourraient être prises sur la base de celles-ci. Il vous appartient de vérifier la pertinence de ces informations et d'en faire un usage adéquat.