



Communiqué de presse

Résultats du Baromètre de l'épargne responsable de La Banque Postale et Cashbee

- **Les dimensions responsables ne sont pas des priorités pour la majorité des épargnants**
- **Un paradoxe existe entre la prise de conscience écologique généralisée qui se traduit par une bonne image des produits d'épargne responsable et un faible intérêt des épargnants pour l'Investissement Socialement Responsable (ISR)**
- **Une plus forte adhésion à l'épargne responsable est observée chez les épargnants digitaux en comparaison avec les épargnants traditionnels**

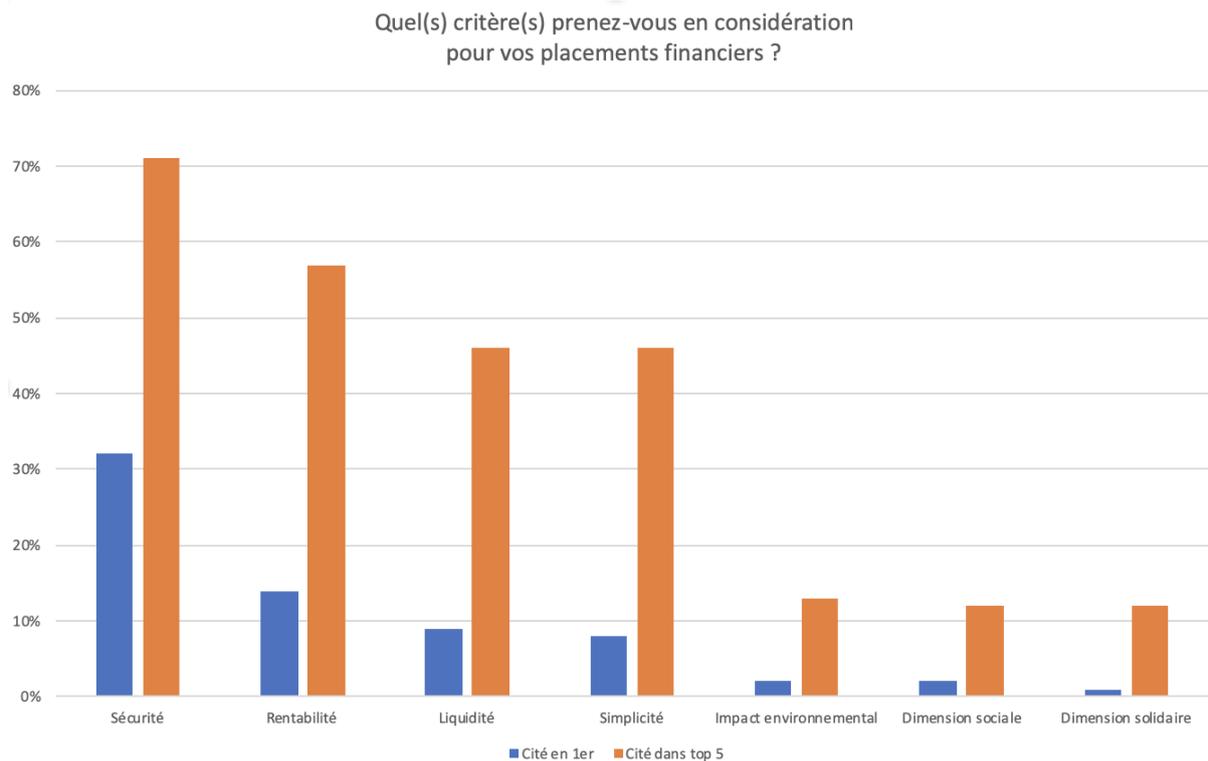
***Méthodologie** - Le Baromètre de l'épargne responsable mené par Opinion Way pour La Banque Postale et auquel s'est associé Cashbee a été réalisé en avril 2021, auprès d'un échantillon de 1001 personnes représentatif de la population française âgée de 18 à 79 ans.*

Paris, le 5 juillet 2021

Le Baromètre de l'épargne responsable établit un **état des lieux de la relation des Français à 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 en adéquation avec les enjeux de demain.

L'épargne responsable, un thème d'investissement mal perçu

Selon le Baromètre, les dimensions environnementales, sociales et solidaires ne sont **pas des priorités pour la majorité des épargnants** lors du choix d'un placement. Ceux-ci considèrent en priorité (1) la sécurité, (2) la rentabilité, (3) la liquidité et (4) la simplicité du produit.



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

- 2 Français sur 3 ne connaissent pas la notion d'épargne responsable,
- 84% des sondés affirment que la crise sanitaire n'a pas renforcé leur intérêt pour l'ISR, et
- 4 Français sur 5 déclarent ne pas détenir de produits de type ISR.

Un 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 interrogés déclarent n'en avoir jamais entendu parler,
- Plus de 70% des interrogés ne savent pas ou pensent que le rendement financier d'un placement ISR est inférieur à celui d'un placement traditionnel,
- 33% pensent que l'ISR est un habillage marketing.

Perçus comme complexes, les produits ISR pourraient intéresser les Français à deux conditions :

- Une **pédagogie renforcée** sur ces produits ainsi que des mesures concrètes de l'impact de leur investissement : environ 40 % des personnes interrogées constatent

qu'il ne leur est pas possible d'évaluer l'impact social ou environnemental des produits ISR ; et

- Une **réassurance sur le rendement** : près du quart des personnes interrogées pensent que celui-ci est inférieur pour un produit ISR à celui d'un placement non-labellisé.

Un réel écart 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 a été observé chez les épargnants digitaux :

- 35% d'entre eux disent avoir déjà réalisé un investissement labellisé ISR contre 16% pour les épargnants traditionnels,
- 59% des épargnants digitaux déclarent être prêts à considérer ce type d'investissement à l'avenir, à condition de ne pas sacrifier le rendement contre 30% pour les épargnants traditionnels, et
- 25 % des épargnants digitaux considèrent aujourd'hui que placer une partie de son épargne sur des supports durables est une priorité.

Une différence qui peut s'expliquer par l'engagement de solutions digitales comme Cashbee, plateforme d'épargne mobile sécurisée¹ et liquide incubée par la Banque Postale, qui propose un accompagnement personnalisé vers des placements ISR.

A propos de La Banque Postale

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un bancassureur européen de premier plan leader de la finance durable, 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 7 600 bureaux de poste.

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 BPE, sa banque privée.

Fort de son identité citoyenne, La Banque Postale se positionne au service d'une transition juste, répondant aux enjeux environnementaux, sociétaux, territoriaux et numériques.

¹ Agréée par l'ACPR

La Banque Postale, c'est :

- la 11^{ème} banque de la zone Euro avec un total bilan de 737 Mds d'€ et un PNB de 7,7 Mds d'€
- un modèle d'affaires diversifié : 33,4% du PNB issu des activités d'assurance et 64,5% sur les activités bancaires
- 20 millions de clients
- 1,5 million de clients bénéficiaires de la Mission d'accessibilité bancaire et 1,4 million de clients fragiles
- plus de 630 000 clients patrimoniaux
- près de 340 000 clients personnes morales et acteurs publics locaux
- 100% des fonds éligibles de LBP AM labellisés ISR
- 1^{re} banque mondiale du secteur « banques de détail et spécialisées » (selon Vigeo Eiris – novembre 2020)
- un index égalité professionnelle de 97/100

Données à fin 2020

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 MyMoneyBank, 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.

Implantée dans les locaux de Platform58, l'incubateur de La Banque Postale, Cashbee a lancé son application d'épargne en 2019 pour atteindre aujourd'hui plus de 60 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 :**NewCap — Ambre Delval**

Relations presse
adelval@newcap.fr
[+33] 01 44 71 98 52

NewCap — Nicolas Merigeau

Relations presse
nmerigeau@newcap.fr
[+33] 01 44 71 94 98

Cashbee - Raphaël Ronot

Directeur Marketing
raphael.ronot@cashbee.fr
[+33] 06 86 76 36 91

La Banque Postale - Stéphanie NOEL

Stephanie.noel@laposte.fr
[+33] 06 38 27 32 91