

Communiqué de presse – Novembre 2015

Les Stratégies sur le marché de l'épargne

Quels produits d'épargne pour les banques et les assurances dans un contexte de taux bas et de digitalisation de l'économie ?

Une étude pour :

- Disposer des données clés du marché de l'épargne : produits, acteurs, tendances
- Décrypter les mutations en cours dans les banques et les assurances dans un contexte de taux bas
- Anticiper les conséquences des dernières réglementations et de la digitalisation sur la structure des produits d'épargne et la relation client

Une structure du marché de l'épargne héritée du contexte économique des années 2000 et de ses crises financières

Largement dominé par les fonds d'assurance vie en Euro, les livrets et les comptes à terme, le marché de l'épargne des ménages a souffert ces 15 dernières années de 3 crises financières successives qui ont durablement entaché l'image et la perception client des produits plus risqués.

Une conjoncture économique marquée par des taux historiquement bas et des réglementations très contraignantes

Avec des taux longs structurellement et durablement bas, les produits d'épargne à inertie, représentant près de 50 % du portefeuille d'épargne des français, peinent à maintenir des rémunérations au-dessus de 2,5 % net. Face à ce constat, les produits risqués sont largement contraints par des réglementations (SII, MIF2, PRIIPS...) qui aujourd'hui amènent certains conseillers à refuser des opérations demandées par des clients en recherche de rentabilité.

Une rupture stratégique sur le marché de l'épargne est en cours

Dans un contexte difficile, une stratégie émerge et consiste à entrer dans la relation client par le risque toléré par l'épargnant plus que par le rendement historique des produits. Autour de cette stratégie, s'articulent des solutions de gestion concrètes :

- Gestion intégrée et transversale du passif
- Accroissement de la liquidité (taux progressifs, exceptionnels ou différenciant pour les entreprises, offres servicielles, etc.)
- Renforcement de l'ALM et développement de nouvelles stratégies d'optimisation du passif

Des innovations au secours d'un marché en recherche de solutions nouvelles

En à peine 3 ans, la clientèle des banques et des assurances a profondément modifié son comportement : multi-bancarisation, hausse du taux d'attrition, forte utilisation des technologies digitales et demande de personnalisation. Face à cette nouvelle donne, une série d'innovations majeures est en train de bouleverser la gestion de l'épargne des ménages avec des objets connectés de « Personal Finance Management » par exemple. Ces innovations bousculent également l'épargne des entreprises que certains acteurs se proposent aujourd'hui de collecter par des produits attractifs (livrets boostés, CAT progressif, etc.) pour faire face : aux exigences bâloises de liquidité, aux enjeux de diversification du refinancement (équilibre emploi-ressources) et pour préserver leur statut d'établissement de crédit.

Fiche technique de l'étude :

« Les stratégies sur le marché de l'épargne », à partir de 2 950 € HT - 160 pages – Novembre 2015

Pour en savoir plus sur l'étude : [cliquez ici](#)

Contacts

Hector TOUBON

Tél : 01.49.53.66.03

htoubon@lesechos.fr

Relations presse Groupe Les Echos

Sarah KROICHVILI

Tél : 01.49.53.22.80

skroichvili@lesechos.fr

Qui sommes-nous ?

Les Echos Etudes est le pôle d'expertise sectorielle du groupe Les Echos.

Les Echos Etudes est le leader français des études sectorielles. Ses consultants publient chaque année une centaine d'études de marché. **Les secteurs couverts sont les suivants** : agroalimentaire, assurance, automobile, banque, biens de consommation, cosmétique, distribution, énergie, logistique, luxe, management, médico-social, pharmacie, tourisme, transport, sport. Chaque consultant est spécialisé par secteur.

Retrouver l'ensemble de nos études sur notre site Internet (www.lesechos-etudes.fr) et notre application mobile (www.m.lesechos-etudes.fr).