



Les tendances du marché de l'épargne

Avril 2021

Cette étude sur les tendances du marché de l'épargne a été construite sur la base du modèle de catégorisation des innovations « 10 types of innovation » de Doblin



Le cadre de travail « 10 types of innovation » de Doblin, déposé par Deloitte, est utilisé dans l'ensemble des firmes mondiales Deloitte et permet de catégoriser les innovations selon un cadre structuré et éprouvé

Le modèle des « 10 types of innovation » permet de déterminer les modèles d'innovation au sein des secteurs, identifier des opportunités d'innovation et évaluer comment se comportent les entreprises face à la concurrence

L'ensemble des « 10 types of innovation » sont regroupés en trois groupes : fonctionnement de l'entreprise, offre de l'entreprise et expérience client proposée par l'entreprise

Modèle d'affaires <i>Comment gagner de l'argent ?</i>	Réseaux de partenaires <i>Quels partenariats pour créer de la valeur ?</i>	Organisation/ Humain <i>Quelle organisation ? Quel alignement pour les talents et atouts ?</i>	Processus <i>Quelles méthodes utilisées pour faciliter le travail ?</i>	Produits/ services cœur <i>Quelles caractéristiques et fonctionnalités différenciantes ?</i>	Produits/ services adjacents <i>Quels produits et services complémentaires ?</i>	Parcours client <i>Comment soutenir et amplifier les offres ?</i>	Canaux <i>Comment proposer les offres aux clients et utilisateurs ?</i>	Marque et raison d'être <i>Comment présenter les offres et l'entreprise ?</i>	Engagement client <i>Comment encourager des interactions convaincantes ?</i>
FONCTIONNEMENT				OFFRE		EXPERIENCE CLIENT			

Ces types d'innovation se concentrent sur le fonctionnement d'une entreprise et sur son business modèle

Ces types d'innovation sont axées sur les produits ou services d'une entreprise

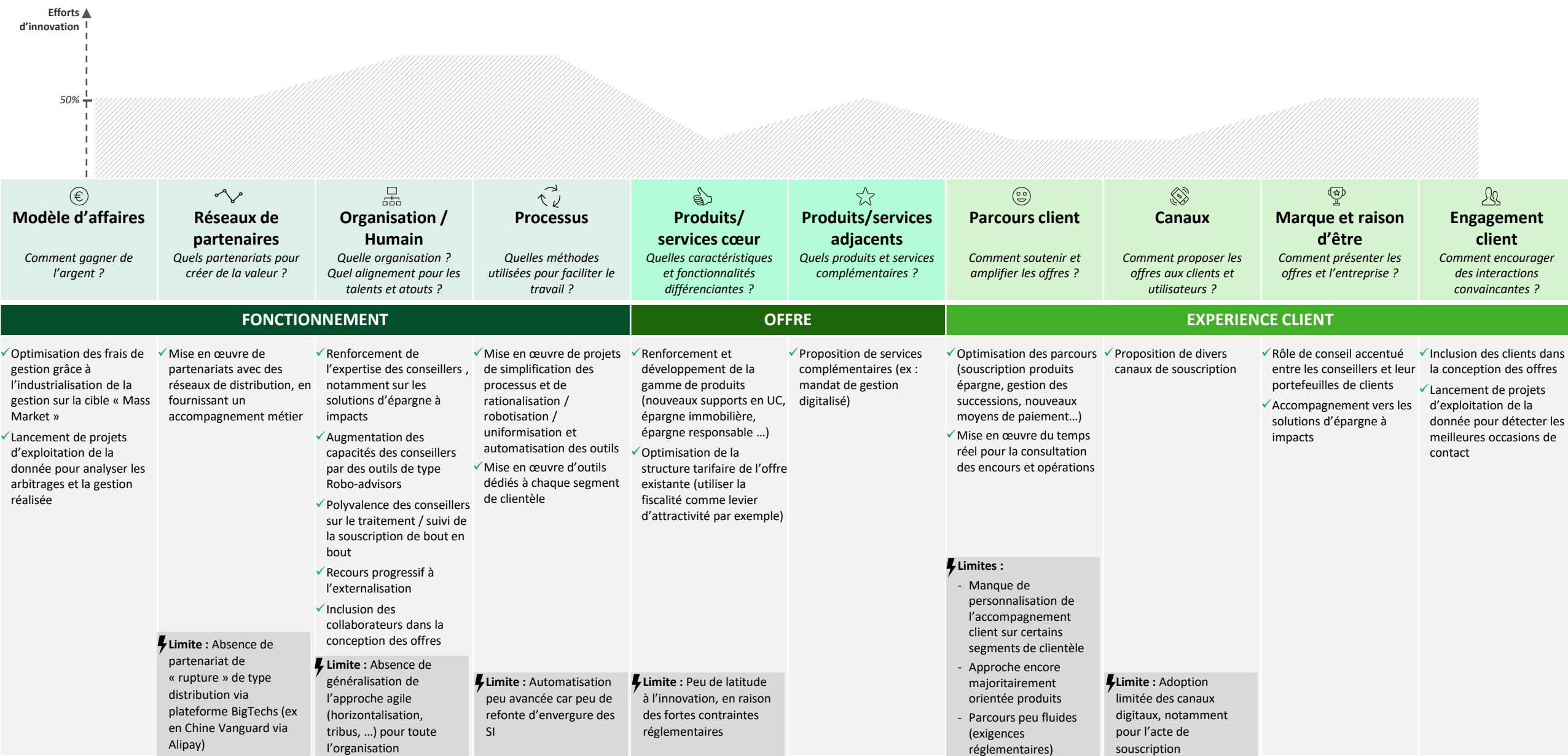
Ces types d'innovation concernent les éléments orientés client d'une entreprise



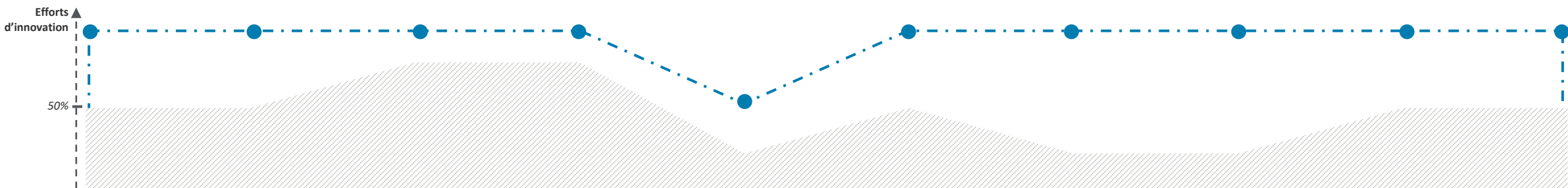
En fonction de la quantité d'innovations potentielles identifiées au sein de chacun des « 10 types of innovation », une courbe de densité d'innovation du secteur peut être déduite



Le positionnement du marché de l'épargne par rapport aux « 10 types of innovation »¹ apparaît aujourd'hui perfectible, malgré l'investissement réalisé sur les différents axes par les grands acteurs du marché



Afin d'optimiser ce positionnement, plusieurs leviers peuvent être activés par les acteurs du marché de l'épargne en vue d'être alignés avec les grandes tendances d'innovation des secteurs financiers



Modèle d'affaires <i>Comment gagner de l'argent ?</i>	Réseaux de partenaires <i>Quels partenariats pour créer de la valeur ?</i>	Organisation / Humain <i>Quelle organisation ? Quel alignement pour les talents et atouts ?</i>	Processus <i>Quelles méthodes utilisées pour faciliter le travail ?</i>	Produits/ services cœur <i>Quelles caractéristiques et fonctionnalités différenciantes ?</i>	Produits/ services adjacents <i>Quels produits et services complémentaires ?</i>	Parcours client <i>Comment soutenir et amplifier les offres ?</i>	Canaux <i>Comment proposer les offres aux clients et utilisateurs ?</i>	Marque et raison d'être <i>Comment présenter les offres et l'entreprise ?</i>	Engagement client <i>Comment encourager des interactions convaincantes ?</i>
---	--	---	---	--	--	---	---	---	--

FONCTIONNEMENT			OFFRE		EXPERIENCE CLIENT				
----------------	--	--	-------	--	-------------------	--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> • Monétisation des données • Meilleure monétisation du conseil • Marketplace et architecture ouverte 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribution via des BigTechs • Distribution via d'autres tiers en mettant en œuvre divers API 	<ul style="list-style-type: none"> • Horizontalisation des organisations • Mutualisation d'organisations et infrastructures • Collaborateur augmenté : <ul style="list-style-type: none"> - Culture multiproduits pour renforcer l'expertise métier et la polyvalence - Mise en œuvre et facilitation du travail (robo-advisors, travail à distance, ...) - Renforcement du rôle de conseiller - Actions et développement personnel - Investissement dans la formation 	<ul style="list-style-type: none"> • Robotisation et automatisation des processus • Sécurisation et fiabilisation des processus : <ul style="list-style-type: none"> - Utilisation de nouvelles technologies (IA, Blockchain) et CRM pour mieux capter et exploiter la donnée - Uniformisation et rationalisation du SI pour optimiser les parcours client et les processus opérationnels 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation des nouvelles technologies pour proposer de nouvelles fonctionnalités (ex : simplification du processus de collecte via le paiement digitalisé) 	<ul style="list-style-type: none"> • Création de produits/services adjacents et payants (ex : agrégateur de contrats d'assurance / conciergerie 2.0) 	<ul style="list-style-type: none"> • Simplification et fluidification de l'expérience client (logique « client centric », instantanéité des interactions) • Digitalisation de l'expérience client et promotion du selfcare • Personnalisation de l'expérience client 	<ul style="list-style-type: none"> • Création de nouveaux canaux (assistants conversationnels, réseaux sociaux, réalité virtuelle, ...) • Mise en œuvre de parcours multicanaux • Personnalisation des canaux au type de clientèle adressé (notamment sur la cible des moins de 35 ans à fort potentiel) 	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcement de l'adhésion des utilisateurs à la marque : <ul style="list-style-type: none"> - Amélioration de la transparence des offres - Accentuation de l'aspect sécuritaire de l'épargne 	<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration de l'analyse des données pour : <ul style="list-style-type: none"> - Identification des clients à fort potentiel (par exemple, intégrer une segmentation par âge démographique, permettant d'exploiter la cible des moins de 35 ans à fort potentiel) - Identification des clients avec une aversion au risque plus élevée - Identification des cas d'attrition - Dynamisation de la segmentation client
--	---	---	--	---	---	---	---	--	--

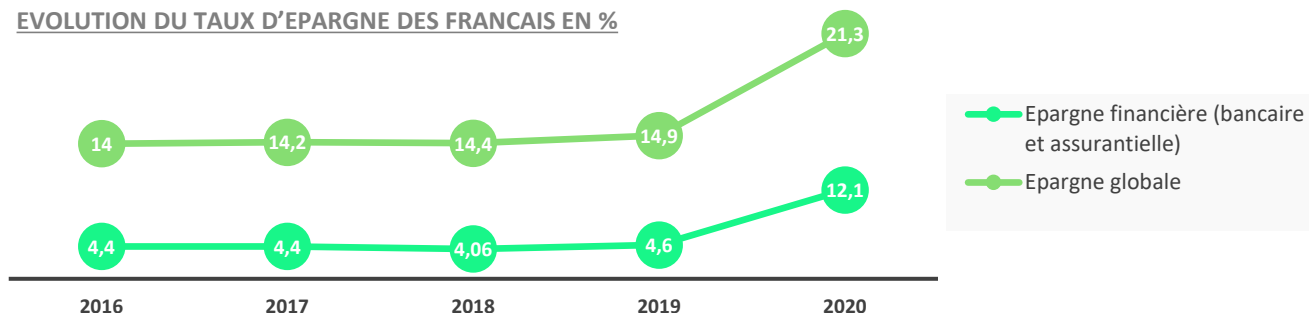
Ces deux axes apparaissent ainsi particulièrement intéressants à développer, au vu des tendances aujourd'hui observées sur le marché français (cf. slides suivantes).

Positionnement actuel du marché de l'épargne
 Positionnement estimé suite à activation des leviers d'innovation

En effet, les français dont la capacité d'épargne ne cesse de croître, développent une forte appétence au digital...

Le **taux d'épargne des Français a connu une croissance régulière** depuis 2016, avec un record enregistré en 2020 : les Français ont épargné 12,1% de leurs revenus bruts sur de l'épargne financière, soit 111 milliards d'euros (~36% investis en assurance vie).

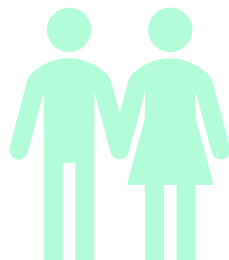
EVOLUTION DU TAUX D'EPARGNE DES FRANCAIS EN %



Une **appétence de plus en plus importante au digital** est observée, notamment grâce à l'arrivée de plateformes d'épargne digitale telles que **Wesave ou Yomoni**

79%

des Français pensent que les smartphones sont amenés à jouer un rôle de plus en plus important dans leur vie



71%

des Français consultent systématiquement Internet quand ils recherchent un produit, un service ou une assurance

76%

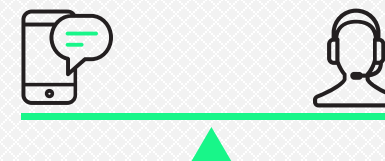
des Français pensent que les innovations technologiques leur rendent les tâches quotidiennes de plus en plus faciles

... et plus particulièrement les 18-34 ans, peu ciblés par les assureurs



31% des 18-24 ans et 32% des 25-34 ans déclarent mettre de l'argent de côté chaque mois, ce qui correspond à la moyenne observée chez les Français

80% des moins de 25 ans et 70% des représentants de la génération Y pensent que **l'investissement** constitue la nouvelle manière de construire leur avenir financier



37% des 18-34 ans privilégient le canal internet pour faire un investissement / placement

S'il leur était possible, **50% des 18-34 ans souscriraient avec confiance** à un produit d'épargne via des **solutions entièrement robotisées** et sans conseil humain

Dans ce contexte, les canaux de distribution doivent être développés et optimisés afin d'adresser ce segment à fort potentiel. Cette approche est par ailleurs adoptée par plusieurs acteurs du marché.

ASSISTANTS CONVERSATIONNELS

La gestion d'actifs de BNP Paribas adopte Alexa. Les clients pourront accéder à des **synthèses d'actualité** (un briefing de perspectives et de tendances le lundi matin et un résumé de la semaine le vendredi, complétés d'un flash quotidien) et aux **principales données sur les actions et fonds indiciels**.

ROBOTS ADVISORS ET CHATBOT

Avaloq est une société suisse qui propose une **solution aux gestionnaires de patrimoine**, qui permet notamment d'interagir avec les investisseurs via un **chatbot**.

La banque canadienne TD a lancé son robo-advisor, **AppuiObjectifs**, qui est conçue pour aider les Canadiens à **fixer des objectifs financiers** et à **investir facilement et rapidement** depuis une simple application mobile.

Telmi est le **chatbot** de BNPP qui est intégré sur le site et l'application mobile BNP Paribas, et également sur les réseaux sociaux (Facebook Messenger, Twitter), et est capable de **répondre à 480 questions courantes**.

SOLUTIONS CIBLEES

Comment, dans le monde de 2020, enseigner aux adolescents les fondements de la gestion de finances personnelles ? Telle est la mission que se donne depuis un an la jeune pousse américaine Zogo avec son **application** mobile destinée à toutes les institutions désireuses de se reconnecter avec une **génération entière de futurs clients**.

SOUSCRIPTION SIMPLIFIÉE « ONE CLIC »

La joint-venture de Vanguard Group et Ant Group déploie un nouveau **robo-advisor** pour cibler les 900M d'utilisateurs du géant fintech chinois, qui propose un **service automatisé** appelé « **Bang Ni Tou** » (aide à l'investissement) pour capter les prospects disposant de plus de 800 yuans (\$113) à placer dans des fonds communs de placement.

ACCÈS ÉLARGI ET FACILITÉ AUX PRODUITS

LU Global propose à la **clientèle des particuliers** des produits financiers précédemment réservés aux institutionnels par le biais d'une **application**.

Cashbee est une **application d'épargne intelligente** permettant de mettre de l'argent de côté le plus **rapidement** possible, sur un livret facturé à 1% la première année.



Le développement de ces nouveaux canaux devra intégrer un principe clé : **la multicanalité**. Afin de s'adapter aux besoins des clients, pouvant être évolutifs, différents types de canaux digitaux et physiques devront pouvoir être proposés, et ce tout le long des parcours (souscription / vie du contrat)

C'est par ailleurs le modèle adopté par la fintech **Wesave**, service hybride (automatique et humain) de conseil en gestion patrimoine en ligne, qui permet d'agréger l'épargne, d'analyser les contrats d'épargne, de faire des recommandations, et de contacter un conseiller en gestion de patrimoine Wesave à distance

Contact



Julien Maldonato
Associé Conseil
Innovation



A propos de Deloitte

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (« DTTL »), à son réseau mondial de cabinets membres et à leurs entités liées (collectivement dénommés « l'organisation Deloitte »). DTTL (également désigné « Deloitte Global ») et chacun de ses cabinets membres et entités liées sont constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes, qui ne peuvent pas s'engager ou se lier les uns aux autres à l'égard des tiers. DTTL et chacun de ses cabinets membres et entités liées sont uniquement responsables de leurs propres actes et manquements, et aucunement de ceux des autres. DTTL ne fournit aucun service aux clients. Pour en savoir plus, consulter www.deloitte.com/about. En France, Deloitte SAS est le cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, et les services professionnels sont rendus par ses filiales et ses affiliés.

Deloitte est l'un des principaux cabinets mondiaux de services en audit et assurance, consulting, *financial advisory*, *risk advisory* et *tax*, et services connexes. Nous collaborons avec quatre entreprises sur cinq du Fortune Global 500® grâce à notre réseau mondial de cabinets membres et d'entités liées (collectivement dénommés « l'organisation Deloitte ») dans plus de 150 pays et territoires. Pour en savoir plus sur la manière dont nos 330 000 professionnels *make an impact that matters* (agissent pour ce qui compte), consultez www.deloitte.com.

Deloitte France regroupe un ensemble de compétences diversifiées pour répondre aux enjeux de ses clients, de toutes tailles et de tous secteurs. Fort des expertises de ses 7 000 associés et collaborateurs et d'une offre multidisciplinaire, Deloitte France est un acteur de référence. Soucieux d'avoir un impact positif sur notre société, Deloitte a mis en place un plan d'actions ambitieux en matière de développement durable et d'engagement citoyen.