

## LES DOSSIERS DU CERCLE DE L'ÉPARGNE

### *L'ÉPARGNE ET L'ASSURANCE VIE À L'HEURE DU DIGITAL*

Le Cercle de l'Épargne, de la Retraite  
14/16, Boulevard Malesherbes 75008 PARIS  
Tél. : 01 76 60 85 39 • 01 76 60 86 05  
[contact@cercledelepargne.fr](mailto:contact@cercledelepargne.fr)  
[www.cercledelepargne.com](http://www.cercledelepargne.com)



En partenariat avec **AG2R LA MONDIALE**  
et l'association d'assurés **AMPHITÉA**

# LES DOSSIERS DU CERCLE DE L'ÉPARGNE

## L'ÉPARGNE ET L'ASSURANCE VIE À L'HEURE DU DIGITAL

---

### SOMMAIRE

LES BANQUES EN LIGNE SONT DEVENUES DES ACTEURS MAJEURS DE LA BANQUE DE DETAIL GRÂCE NOTAMMENT À LA FAIBLESSE DE LEURS FRAIS	4
L'ASSURANCE VIE EN LIGNE EST EN PROGRESSION	4
ANALYSE DES NOUVEAUX USAGES DES UTILISATEURS DE CES ACTEURS BANCAIRES EN LIGNE	5
LE PROFIL DES NOUVEAUX UTILISATEURS DES BANQUES EN LIGNE	5
LES NOUVEAUX ACTEURS TÂCHENT DE RENDRE LE CLIENT AUSSI AUTONOME QUE POSSIBLE	5
LES FRANÇAIS SONT EN ATTENTE D'UNE COMPLÉMENTARITÉ ENTRE PHYSIQUE ET DIGITAL	6
LA RÉCENTE CRISE SANITAIRE A CONTRIBUÉ À RENFORCER LA GESTION 100 % EN LIGNE DE L'ÉPARGNE	7
DES BANQUES EN LIGNE EN QUÊTE DE RENTABILITÉ	7
QUELLES PERSPECTIVES POUR CES ACTEURS EN LIGNE ET PLUS GLOBALEMENT POUR L'ÉPARGNE EN LIGNE	8

## L'ÉPARGNE ET L'ASSURANCE VIE À L'HEURE DU DIGITAL

À partir du début des années 2000, de nouveaux acteurs bancaires ont émergé en parallèle des banques traditionnelles. Cette nouvelle offre ne cesse de gagner en importance. Lors de son émergence, ces « néobanques » ou banques en ligne s'adressaient surtout à des clients déjà bancarisés et cherchant un complément aux réseaux bancaires physiques.

Elles parviennent à fidéliser aujourd'hui une très large clientèle même si leur rôle reste très limité pour des opérations aussi structurantes que l'acquisition d'un bien immobilier.

Les produits d'épargne comme l'assurance vie ou le livret d'épargne ont été primordiaux dans un premier temps pour permettre aux banques en ligne de conquérir de nouveaux clients. Aujourd'hui, ce sont les stratégies commerciales reposant sur les services bancaires quotidiens (compte courant couplé à une carte de paiement) qui jouent pour eux un rôle décisif dans l'obtention et la fidélisation de nouveaux clients.

Ces nouvelles banques qui tâchent de rendre le client aussi autonome que possible, sont dans leur grande majorité rattachées au réseau bancaire classique étant donné qu'elles ont souvent été créées ou achetées par des banques traditionnelles. Boursorama, qui a été créée en 1998, est ainsi depuis 2002 une filiale de la Société Générale. Fortuneo appartient à 100 % au Crédit Mutuel Arkea et le compte Nickel est une filiale de BNP Paribas.

Le contexte sanitaire actuel joue en faveur de la poursuite de l'essor de l'e-commerce. Si la consultation en ligne de ses comptes bancaires est devenue la règle, l'assurance restait jusqu'à maintenant en retrait. Certes, au niveau des assurances habitation, automobile et santé, la grande majorité des acteurs proposent des solutions sur leurs sites ou applications ; mais pour l'assurance vie, la mutation est plus lente en raison de l'âge moyen des assurés, plus de 55 ans en moyenne, et de la technicité des produits. En matière d'assurance vie et plus largement d'épargne, la présence d'un conseiller bien réel est rassurante pour de nombreux usagers.



## **LES BANQUES EN LIGNE SONT DEVENUES DES ACTEURS MAJEURS DE LA BANQUE DE DÉTAIL GRÂCE NOTAMMENT À LA FAIBLESSE DE LEURS FRAIS**

Selon l'« Étude sur les modèles d'affaires des banques en lignes et des néobanques » publiée en 2018 par l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR), ces nouveaux acteurs bancaires en ligne disposaient fin 2017 de 4,4 millions de clients, dont 1,3 million conquis en 2017, soit potentiellement 6,5 % de la population française. En 2017, un tiers des nouveaux clients des banques ont été obtenus par ces nouveaux acteurs.

La faiblesse relative des frais courants exigés par les banques en ligne explique une partie de leur montée en puissance. L'une des forces des plateformes ou courtiers en ligne réside en effet dans leurs frais de gestion qui sont moins élevés de l'ordre de 0,6 % à 0,8 % de l'épargne, contre 0,7 % à plus de 1 % pour les intermédiaires classiques et dans l'absence de frais d'entrée alors qu'ils sont souvent d'une valeur comprise entre 2 et 5 % chez les acteurs historiques.

## **L'ASSURANCE VIE EN LIGNE EST EN PROGRESSION**

Les premiers distributeurs d'assurance vie sur Internet se sont manifestés à partir des années 2000. En 2000, Altaprofits a été le premier acteur qui a proposé un contrat d'assurance vie via Internet. Fortuneo s'est lancée en 2001, suivie de Boursorama Banque et d'ING Direct en 2004, puis de Binck en 2009. Le réel décollage du marché en ligne n'intervient plus tard, essentiellement au début des années 2010.

Afin d'attirer les épargnants, les assureurs et courtiers en ligne ont mis en avant, dans un premier temps, l'absence de frais sur les contrats en reprenant la logique de la gratuité relative en vigueur sur Internet. Ayant des frais de structures moindres et souhaitant atteindre une masse critique rapidement, cette pratique s'est imposée assez rapidement.

L'encours des contrats en ligne représente une quinzaine de milliards d'euros pour un encours total de 1 761 milliards d'euros fin août 2020. Les deux principaux acteurs sont Boursorama et Fortuneo avec un encours fin 2018 de 5,5 milliards d'euros, suivis par ING Direct (4,6 milliards d'euros), BforBank (532 millions d'euros). En 2018, les assureurs vie ayant la présence la plus forte en ligne étaient Suravenir (Crédit mutuel Arkéa), Spirica (Crédit Agricole Assurances) et Generali Vie.

Selon une étude publiée en 2017 et menée par CCM Benchmark, plus de 45 % des Français ne sont pas encore à l'aise avec l'idée de souscrire une assurance de façon online (tous types d'assurance). Toutefois, les freins sont peu à peu levés puisque 20 % des internautes hexagonaux indiquent avoir souscrit une assurance en ligne en 2016 contre seulement 12 % en 2015.

Le taux de souscription d'un contrat d'assurance vie par Internet est passé de 5 à 10 % entre 2017 et 2019. Les épargnants qui sont attirés par les investissements en ligne sont en majorité des personnes aisées.



## ANALYSE DES NOUVEAUX USAGES DES UTILISATEURS DE CES ACTEURS BANCAIRES EN LIGNE

Les acteurs sondés en 2018 par l'ACPR assurent que l'interface reste essentielle pour l'entrée en relation, la souscription de produits complémentaires et les opérations complexes comme les ordres en bourse. L'application mobile est fortement privilégiée pour les opérations quotidiennes et la consultation de l'espace en ligne. Les clients sollicitent le service clientèle en cas de difficultés et pour des renseignements ponctuels. Dans le cadre de leurs interactions avec le service clientèle, les clients passent par ordre de préférence par le téléphone, puis le courriel et enfin le tchat.

Les ménages recourent de plus en plus à des comparateurs pour choisir leurs produits d'assurance tout en doutant de la véracité des informations recueillies. La plupart des clients des néobanques (74 %) ont ouvert un compte dans une seule néobanque. Selon une étude menée par KPMG, « Panorama des néobanques en France : qui sont leurs clients ? » seulement 10 % des utilisateurs ont un compte dans trois néobanques ou plus.

## LE PROFIL DES NOUVEAUX UTILISATEURS DES BANQUES EN LIGNE

Les jeunes sont nombreux parmi les clients des banques en ligne. Les plus de 45 ans sont aussi des utilisateurs réguliers. Plus des trois quarts (à hauteur de 78 % selon l'étude de KPMG) des plus de 45 ans ont un attrait pour ces nouveaux acteurs s'appuyant sur un réseau physique.

L'étude de 2018 de l'ACPR note que « les établissements ayant volontairement conservé un positionnement de banque patrimoniale ont une clientèle plutôt aisée et urbaine et les 30-50 ans y sont majoritaires. Chez ces acteurs, les produits d'épargne restent les produits les plus rentables et stratégiques ».

Les banques en ligne les plus récentes misent davantage sur les nouvelles générations. D'autres établissements tentent de couvrir l'ensemble de la population afin de devenir des banques de premier ordre. L'âge moyen des clients des banques en ligne est ainsi amené à varier. En 2018, il était de 38 ans chez Boursorama, de 39 ans chez Monabanq et de 44 ans chez ING Direct.

Le revenu mensuel était par ailleurs de 2 500 euros par mois chez les usagers d'ING. Si le socle de banques en ligne repose pour beaucoup sur des classes supérieures urbaines, le nombre d'utilisateurs issus des classes moyennes est de plus en plus élevé chez ce type de banques.

## LES NOUVEAUX ACTEURS TÂCHENT DE RENDRE LE CLIENT AUSSI AUTONOME QUE POSSIBLE

Les banques en ligne étendent davantage que les banques classiques les plages horaires de leurs centres de relation clientèle. Les chargés de clientèle constituent généralement près de 30 % des effectifs. Ces nouveaux acteurs ont de plus en plus recours à des chatbots ou mailbot pour appuyer ou remplacer le téléconseiller. Ils donnent en effet la possibilité aux conseillers bancaires de se livrer à des tâches à plus forte valeur ajoutée. Ces chatbots sont bien entendu disponibles 24 heures sur 24 et



7 jours sur 7. Ils permettent une immédiateté de la réponse.

Un chatbot est un programme informatique qui a une intelligence artificielle lui permettant d'interagir avec un être humain. Un chatbot est en effet capable de comprendre des questions posées par une personne et de lui apporter des réponses. Il peut même réaliser certaines tâches comme dans certains cas des simulations de tarifs ou des virements d'un compte courant vers un compte épargne. Des chatbots bancaires proposent aussi des optimisations comme le ferait un conseiller bancaire.

À titre d'exemple, HelloiZ le Chatbot d'Hellobank, filiale de BNP Paribas est en mesure de répondre à 480 questions différentes concernant entre autres les modalités d'ouverture d'un compte ou de comprendre les démarches nécessaires pour faire opposition. Ce chatbot qui a été lancé fin 2018 gérait en 2019 plus de 35 000 conversations mensuelles.

La montée en puissance des chatbot est également illustrée par le développement de l'assistant intelligent de la start-up Bruno. Le principe est le suivant : la fintech Bruno se connecte au compte courant de ses utilisateurs via l'agrégateur de données bancaires, agréé par l'ACPR « Budget Insight » et racheté en 2019 par Arkéa. L'entité Bruno étudie alors les entrées et sorties d'argent par l'intermédiaire d'algorithmes afin de lui permettre de déterminer un montant optimal à épargner. Chaque semaine, le chatbot fait une suggestion de somme à mettre de côté sur l'application Messenger. Bruno se rémunère en prélevant une commission sur les intérêts versés.

À l'avenir, le développement de la blockchain permettra de réduire le nombre d'intervenants et même dans certains cas de diminuer les coûts opérationnels. Il devrait également engendrer d'importantes mutations pour le secteur. La blockchain a par exemple permis récemment de simplifier l'investissement dans le PEA pour la Caisse d'Épargne.

## LES FRANÇAIS SONT EN ATTENTE D'UNE COMPLÉMENTARITÉ ENTRE PHYSIQUE ET DIGITAL

Une étude « Les Français, leur banque, leurs attentes » réalisée fin 2018, par la Fédération bancaire française (FBF) et l'Institut français d'opinion publique (IFOP), a mis en évidence que les Français sont en attente pour les prochaines années d'une « complémentarité entre physique et digital, conjuguée à toujours plus de sécurisation des données personnelles ».

Les Français ont constaté les innovations portées par les banques (pour 86 % d'entre eux) et les approuvent à 78 %. Fin 2018, 55 % des Français avaient téléchargé au moins une application bancaire. Cette étude souligne que parmi ces personnes ayant téléchargé une application bancaire « 89 % d'entre eux la consultent au moins une fois par semaine et pour près de la moitié d'entre eux chaque jour, que ce soit pour suivre l'évolution de leurs comptes, gérer leur budget ou leurs transactions ». La fréquence d'utilisation des sites Internet des banques est aussi importante étant donné que plus de deux tiers des Français les consultent au moins une fois par semaine.



Les Français ont pour la plupart pleinement confiance dans le paiement sans contact et près de sept Français sur dix déclarent être confiants vis-à-vis de la sécurisation de leurs données personnelles par leur banque. Une majorité de Français affirme faire plus attention à ses données bancaires qu'à ses effets personnels (téléphone, papiers d'identité...). Une marge de progression existe toutefois, puisque près d'un Français sur cinq ne se prononce pas sur le sujet de la sécurité et de la protection des données personnelles bancaires.

Les clients bancaires accordent une grande importance à la disponibilité de leurs conseillers. Pour 82 % des Français, la banque idéale doit permettre d'alterner entre banque physique et banque digitale.

## **LA RÉCENTE CRISE SANITAIRE A CONTRIBUÉ À RENFORCER LA GESTION 100 % EN LIGNE DE L'ÉPARGNE**

Le confinement aurait permis d'accroître le recours aux techniques digitales de gestion de l'épargne. Selon une étude réalisée par Kantar en avril 2020 et intitulée « Les Français et leur épargne face à la crise du COVID-19 », 81 % des Français valident un modèle entièrement digital pour la gestion de leur épargne en ligne. Avant la crise, 61 % des Français étaient déjà familiers avec la gestion et la consultation de leur épargne en ligne.

## **DES BANQUES EN LIGNE EN QUÊTE DE RENTABILITÉ**

L'ACPR souligne dans son étude de 2018 que « *sauf quelques rares exceptions, ces nouveaux acteurs ne*

*sont pas parvenus à dégager un résultat net positif en 2017* ». Leur produit net bancaire est de seulement 138 euros par an et par client. Fortuneo était en 2018 la seule banque en ligne qui était parvenue à être rentable plusieurs années successives. Revolut et Boursorama étaient en déficit en 2017 de respectivement près de 15 et 49 millions d'euros (dont 20 millions hors éléments exceptionnels pour Boursorama). Orange Bank a également connu d'importantes pertes au cours de ces dernières années. Les pertes d'Orange Bank en 2019 étaient de 185 millions d'euros.

Plusieurs raisons expliquent ces difficultés budgétaires des banques non traditionnelles telles que la nécessité de réaliser d'importants investissements pour maintenir des avantages comparatifs, la jeunesse de leur clientèle, la forte proportion d'inactifs (estimée à 14 % en 2017) et le faible pourcentage de clients ayant choisi ce type d'établissement comme banque principale (près de 23 % en 2017). Comme le met en évidence l'étude de 2018 de l'ACPR, les revenus de ces nouveaux acteurs financiers sont répartis sur un nombre limité de clients car « 20 % des clients rapportent systématiquement plus de 80 % des revenus et pour beaucoup d'entre eux plus de 90 % ».

La gamme de produits moins large des acteurs bancaires non traditionnels contribue aussi à ces difficultés en matière de rentabilité tout comme le coût élevé d'acquisition de nouveaux clients. Ces banques sont soumises comme un établissement classique à une gestion des risques, qui est la source de coûts importants. Malgré le fait que le produit net bancaire de ces nouveaux acteurs reste faible, leur rentabilité globale s'améliore progressivement.



## QUELLES PERSPECTIVES POUR CES ACTEURS EN LIGNE ET PLUS GLOBALEMENT POUR L'ÉPARGNE EN LIGNE ?

Les entreprises financières classiques ont acheté des fintechs pour contrôler le marché. L'offre et la clientèle des banques en ligne se sont beaucoup diversifiées au cours de ces dernières années. Les produits d'épargne comme l'assurance vie ou le livret d'épargne ont été décisifs dans un premier temps pour permettre aux banques en ligne de conquérir de nouveaux clients.

Leurs innovations sont scrutées de près par les banques physiques ; l'ACPR

considérant que ces nouveaux acteurs « se sont imposés comme des acteurs essentiels des transformations à venir de la banque de détail ». Malgré ces succès en matière d'innovation, la plupart de ces nouveaux acteurs ne parviennent pas être structurellement rentables en raison notamment d'un important environnement concurrentiel qui se matérialise dans le coût élevé de l'acquisition de nouveaux clients.

La récente crise sanitaire a permis une hausse conséquente du recours aux techniques digitales de gestion de l'épargne qui devrait aboutir de manière pérenne à une gestion 100 % en ligne de l'épargne pour de nombreux épargnants.



Retrouvez la lettre et toutes les informations concernant le Cercle sur notre site : [www.cercledelepargne.fr](http://www.cercledelepargne.fr)

Sur le site, vous pouvez accéder à :

- L'actualité du Cercle
- Les bases de données économiques et juridiques
- Les simulateurs épargnement/retraite du Cercle

**Le Cercle de l'Épargne**, de la Retraite et de la Prévoyance est un centre d'études et d'information présidé par Jean-Pierre Thomas et animé par Philippe Crevel.

Le Cercle a pour objet la réalisation d'études et de propositions sur toutes les questions concernant l'épargne, la retraite et la prévoyance. Il entend contribuer au débat public sur ces sujets.

Pour mener à bien sa mission, le Cercle est doté d'un Conseil Scientifique auquel participent des experts reconnus en matière économique, sociale, démographique, juridique, financière et d'étude de l'opinion.

**Le conseil scientifique du Cercle** comprend **Robert Baconnier**, ancien directeur général des impôts et ancien Président de l'Association Nationale des Sociétés par Actions, **Jacques Barthélémy**, avocat-conseil en droit social et ancien Professeur associé à la faculté de droit de Montpellier, **Philippe Brossard**, chef économiste d'AG2R LA MONDIALE, **Marie-Claire Carrère-Gée**, présidente du Conseil d'Orientation pour l'Emploi (COE), **Jean-Marie Colombani**, ancien directeur du Monde et fondateur de Slate.fr, **Jean-Paul Fitoussi**, professeur des universités à l'IEP de Paris, **Jean-Pierre Gaillard**, journaliste et chroniqueur boursier, Philippe Georges, président du conseil d'administration de la Caisse autonome nationale de la Sécurité sociale dans les mines (CANSSM), **Christian Gollier**, directeur de la Fondation Jean-Jacques Laffont - Toulouse Sciences Économiques, membre du Laboratoire d'Économie des Ressources Naturelles (LERNA) et directeur de recherche à l'Institut d'Économie Industrielle (IDEI) à Toulouse, **Serge Guérin**, sociologue, Directeur du Master « Directeur des établissements de santé » à l'Inseec Paris, **François Héran**, professeur au Collège de France, ancien directeur de l'INED, **Jérôme Jaffré**, directeur du CECOP, **Florence Legros**, directrice générale de l'ICN Business School ; **Jean-Marie Spaeth**, président honoraire de la CNAMTS et de l'EN3S et **Jean-Pierre Thomas**, ancien député et président de Thomas Vendôme Investment.

Comité de rédaction : Philippe Crevel, Sarah Le Gouez, Charles Citroën

**Contact relations presse, gestion du Mensuel :**

Charles Citroën, 0176608539, [ccitroen@cercledelepargne.fr](mailto:ccitroen@cercledelepargne.fr)



AG2R LA MONDIALE

