

RELATION CLIENT

LES SENIORS, PIVOTS DE LA FAMILLE ET POPULATION CLÉ POUR LES SERVICES FINANCIERS



Philippe Derambure

Associé

Exton Consulting



Philippe Gardes

Directeur

Exton Consulting

Comment les seniors utilisent-ils les services des banquiers et assureurs ? Qu'attendent-ils comme relation ? Une étude fait le point sur ce segment de population en forte progression.

Les seniors ont toujours constitué une ressource essentielle pour les banques et les assurances. Moteur majeur de l'économie, ils représentent la moitié des dépenses de consommation et un tiers des internautes. S'ils sont des clients patrimoniaux de première importance, ils comptent aussi parmi eux une part grandissante de populations fragiles ou pauvres. C'est un segment en forte progression, qui pèsera près de 50 % de la population française à l'horizon 2050. Une nouvelle étude [1] d'Exton Consulting apporte un éclairage sur la population des 50-74 ans et sur la nature de sa relation avec les fournisseurs de produits financiers.

[1] Enquête réalisée par téléphone en mai 2009 auprès de 501 seniors âgés de 50 à 74 ans (seniors actifs et « jeunes seniors ») représentatifs, selon la méthode des quotas, de cette tranche d'âge.



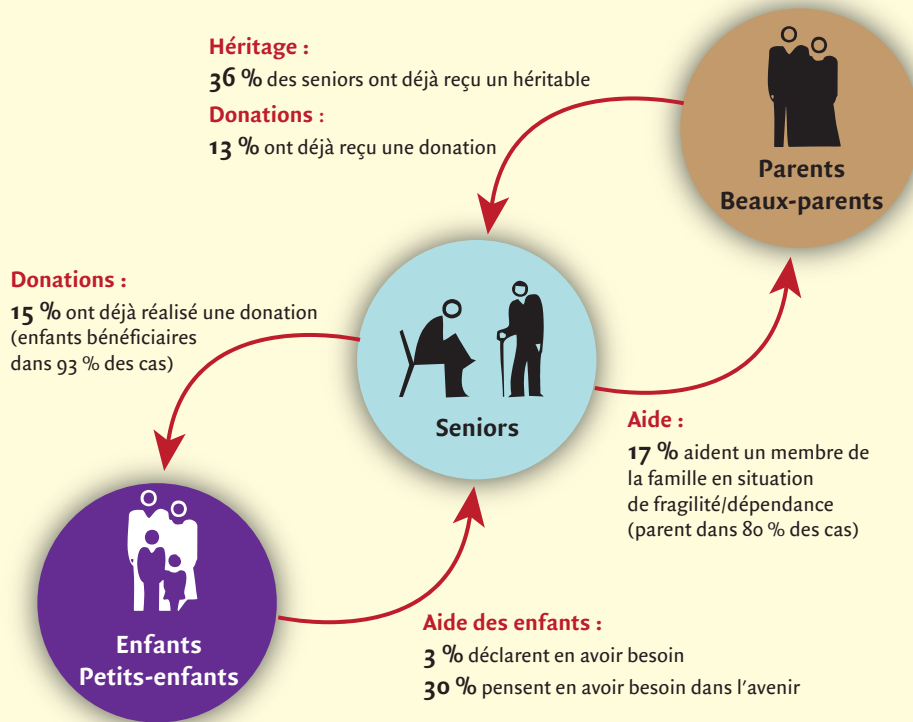
PRIME À LA BANQUE PRINCIPALE

Les seniors sont moins multibancarisés que la moyenne des Français. Ils épargnent très majoritairement dans leur banque principale, celle-ci gérant en moyenne 88 % de leurs placements. Parmi les seniors, les seniors aisés (25 % des 50-74 ans), se caractérisent plus par leur appartenance à la catégorie « seniors » que leur appartenance à la catégorie « aisés ». En effet, ils ont un taux

de multibancarisation relativement faible (30 %), proche de celui des seniors dans leur globalité (26 %), et très éloigné de celui des aisés de moins de 45 ans (74 %). L'enjeu pour les acteurs bancaires est donc d'être et rester l'établissement principal des seniors afin d'éviter de n'avoir à gérer que des « comptes dormants ». Les acteurs historiques du livret A sont d'ailleurs les principales banques secondaires des seniors.

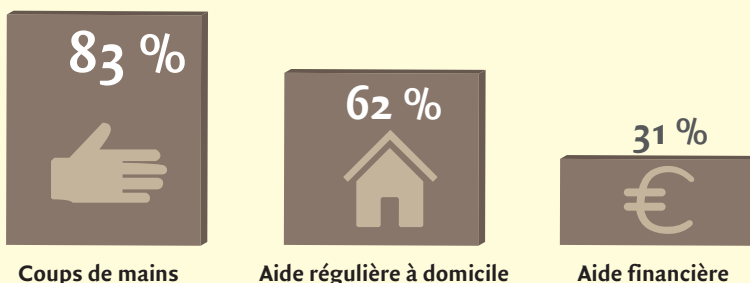
I. AIDES INTERGÉNÉRATIONNELLES

Une double relation familiale qui a des conséquences financières



Types d'aide apportée

Base : seniors aidant un membre de la famille



Source : Exton Consulting, mai 2010.

cette prise de conseil, puis aux caisses de retraite, à la famille, et à l'assureur. Mais, dans la réalité, plus d'un senior sur trois n'a pas pris conseil et les banquiers et assureurs réunis n'ont conseillé qu'à peine un senior sur deux... Pour les acteurs du marché, l'objectif réside donc moins dans une avancée en qualité de services que dans une meilleure anticipation de ce moment à fort enjeu chez les seniors actifs. Pour être leur conseiller privilégié au moment du passage à la retraite, il faut également trouver « les mots pour le dire ». En effet, les produits marqués « retraite » ne font pas recette auprès des seniors actifs ; ceux-ci, à 74 %, ne souhaitant pas recevoir d'informations de la part de leurs banquiers et assureurs sur ce type de produits. Les produits identifiés « retraite » sont paradoxalement mieux acceptés par les plus jeunes (voir l'étude Exton Consulting, « Les jeunes 16/29 ans et les services financiers », 2009), très sensibilisés désormais à cette problématique. Parler épargne plutôt que retraite aux seniors actifs paraît plus efficace pour les accompagner et les conseiller en matière de souscription de produits financiers.

LES SENIORS, PIVOT GÉNÉRATIONNEL

Les 50-74 ans sont le pivot financier de la famille, au centre de flux descendants et ascendants. Les seniors réalisent des donations (15 %) ; en parallèle, ils sont bénéficiaires d'héritages (36 %), et aident financièrement leurs parents en situation de fragilité (voir graphique 1). Or, les banquiers et assureurs ne connaissent pour ainsi dire pas les enfants ou parents des seniors : leur parcours client mériterait d'être enrichi d'événements avec leur famille (ascendants et descendants). Ceci pourrait notamment permettre d'améliorer le mauvais taux de « recyclage » des héritages, une majorité des seniors ne conservant pas l'argent de la personne dont ils ont hérité dans la banque d'ori-

LA RETRAITE : UNE PREMIÈRE RUPTURE

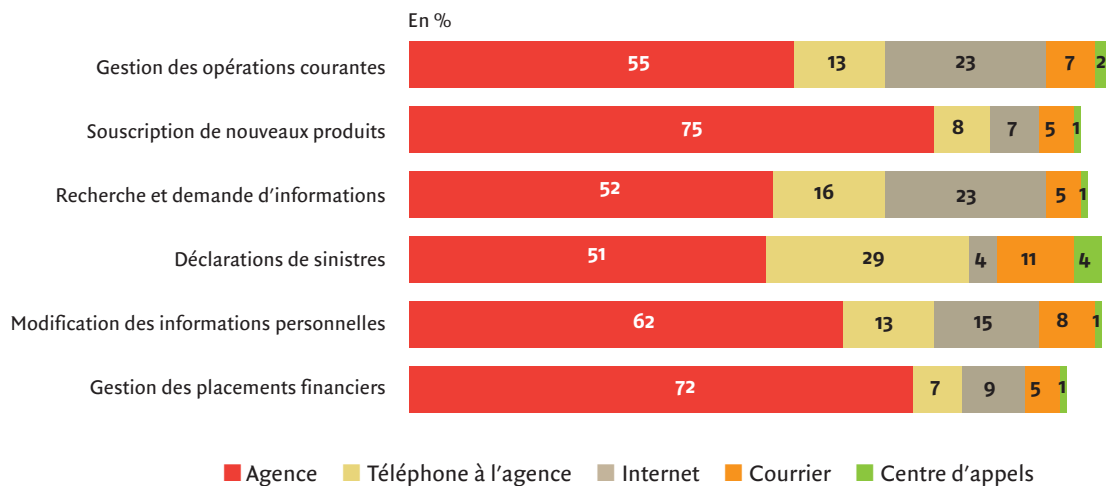
Un tiers des seniors arrivant à l'âge de la retraite remettent à plat leur situation en termes de fournisseurs de services financiers : ils réduisent leur nombre de produits de placements (de 3,5 à 2,8 en moyenne), ils terminent le remboursement de leurs crédits (le taux d'équipement en crédit immobilier passe de 34 à 13 %, en crédit auto de 15 à 7 %), et réduisent leurs nombres de comptes

actifs (après 70 ans, 40 % des seniors possèdent au moins un compte dormant). Le passage à la retraite apporte donc une rationalisation en matière de services financiers, entraînant une fidélité accrue à la banque principale choisie et une cristallisation des positions des différents acteurs. En termes de conquête pure, tout se joue donc avant 60 ans !

Les seniors actifs souhaitent se faire conseiller pour préparer leur retraite, avec une prime au banquier dans

2. SENIORS : CANAUX UTILISÉS PAR TYPES D'OPÉRATIONS

La place de l'agence toujours centrale



Source : Exton Consulting, mai 2010.

« Le passage à la retraite apporte donc une rationalisation en matière de services financiers, entraînant une fidélité accrue à la banque principale choisie. »

gine. Sur ce marché à fort potentiel, un meilleur accompagnement permettrait aux banques de conserver significativement plus de PNB.

LA PRÉPARATION DE LA FIN DE VIE

Happy consumers et se sentant en bonne santé, les 50-74 ans ont de nombreux projets et manifestent une attention à leur bien-être. En matière d'assurances, ils choisissent, plus que les autres segments de la population, des couvertures tous risques : ils sont plus de 80 % d'entre eux à posséder une assurance auto tous risques (contre 65 % des Français) ; en complémentaire santé, ils choisissent à 44 % une couverture maximale (contre 30 % pour le reste de la population). Néanmoins, les seniors ne préparent pas ou peu leur fin de vie : les trois quarts d'entre

eux n'ont pas envisagé la dépendance, l'aide à domicile ou la maison de retraite, pour eux-mêmes ou pour leur conjoint. Un fort enjeu, là encore, pour les assureurs et les banquiers, qui pourraient jouer un rôle clé dans l'anticipation et la meilleure préparation des années à venir pour cette clientèle.

DES SENIORS FAVORABLES À DES CANAUX DÉDIÉS

Contrairement à la population française dans son ensemble (taux de satisfaction : 40 %), les deux tiers des seniors sont satisfaits de leurs services financiers et n'ont aucune intention de changer de banques ou d'assurances. Cette opinion favorable ne fait d'ailleurs que s'accroître avec l'âge. Les seniors ont en outre appris à bien appréhender les services financiers et leurs coûts – à titre de comparaison, la connaissance du coût des services financiers par les seniors est deux fois plus élevée que celle des jeunes de moins de 30 ans. S'ils restent, à l'instar des autres segments de la population, globalement sévères concernant l'adéquation entre qualité et prix des services proposés, les tarifs financiers

ne sont pourtant pas un facteur qui les inciterait à changer de banques et assurances (près de 70 % d'entre eux ne remettraient pas en cause leur relation avec leurs établissements financiers pour cause de tarifs).

L'agence (visite ou appel téléphonique) reste le lieu privilégié pour toutes les actions effectuées par les seniors, mais Internet est un canal de plus en plus utilisé, notamment pour la gestion des opérations courantes ou la recherche et demande d'informations (23 %). Notons qu'environ 30 % des seniors seraient favorables à des canaux dédiés : services téléphoniques, agences et site Internet. Un tiers aimerait même recevoir la visite de leur banquier ou assureur à domicile. À l'inverse, 17 % des seniors se disent prêts à effectuer toutes leurs opérations bancaires sans rencontrer en face à face leur conseiller (voir le graphique 2). Les seniors ont donc encore globalement besoin d'une relation forte avec les acteurs des services financiers et notamment leurs conseillers, même si certains (utilisateurs plus fréquents du canal Internet et seniors aisés) revendiquent leur désir d'autonomie. ■