

Paris, le 1^{er} octobre 2020

#BANQUE PRIVEE

6^e édition de l'Observatoire de la banque privée - Spécial Covid 19

Face à la crise, les Français aisés¹ replacent l'humain et le sens au cœur de leurs investissements

Swiss Life Banque Privée dévoile les résultats de la 6^e édition de l'Observatoire de la banque privée. Réalisée entre le 29 juin et le 13 juillet 2020 par Opinion Way², l'étude, menée depuis 2014, confirme des tendances de fond qui s'accroissent et révèle des comportements individuels atypiques.

Principaux enseignements 2020

Face à la crise, les Français les plus aisés :

- Optent pour la prudence. Ils favorisent l'épargne et les placements sûrs (immobilier à 63 %) mais aussi plus risqués (actions 43 %) pour saisir les opportunités offertes par la conjoncture. A noter que les « hauts patrimoines » clients de banques privées sont les plus sensibles à la réalisation de gains rapides ;
- Revoient leurs priorités d'investissement dans une logique plus humaine privilégiant les placements qui ont un impact réel sur l'économie (81 % des répondants).

Dans ce contexte incertain, **la perception des banques privées**, qui avait déjà tendance à s'améliorer ces six dernières années, ressort nettement renforcée. Ceux qui la pratiquent lui reconnaissent d'avoir su rassurer et délivrer expertise et accompagnement personnalisé.

Que ce soit en matière d'offres ou de services, **les banques privées demeurent mieux perçues que les banques de détail** : meilleure assistance en matière patrimoniale (70 % des PI), meilleure qualité de service et relationnel (67 % des PI), produits plus performants (62 % des PI), meilleure assistance aux entreprises en matière de financement (49 % des PI).

Le **cadre réglementaire MIFID II** continue de participer positivement à l'amélioration de la perception du secteur : une réglementation contraignante (46 % des PI), intrusive (60 % des PI) mais aussi pertinente (70 % des PI) et utile (65 % des PI) malgré une hausse ressentie de la tarification des services (46 % des PI).

Enfin, l'étude montre que la crise a servi d'accélérateur aux deux grandes tendances à l'œuvre dans

¹ Top 5 foyers aux revenus supérieurs à 72 000 € et au patrimoine financier supérieur à 100 000 €

² Pour plus de détails, consulter la note méthodologique à la fin du communiqué de presse.

le secteur depuis plusieurs années :

- Recours aux services digitalisés qui tend à s'inscrire dans la durée. Les clients accordent plus d'importance aux services de communication digitaux qui mêlent échange et immédiateté (accès aux données en ligne et visioconférences) ;
- Désir d'une autonomie dans la gestion (les modes de gestion libres ou conseillés sont privilégiés) mais sans remise en cause du modèle d'accompagnement « sur mesure » proposé par les banques privées.

Le digital devient un enjeu important pour les banques privées puisque pour la 1^{re} fois 12 % des PI déclarent avoir changé de banque privée car « la qualité des services et des outils digitaux n'était pas au rendez-vous ».

*Les conclusions d'Hervé Mercier Ythier,
président du directoire de Swiss Life Banque Privée*

L'Observatoire, conduit cette année juste après le confinement de la France et après un effondrement des marchés financiers, nous a donné une photo à chaud du comportement des clients de banque privée particulièrement intéressante.

Dans le monde incertain qui a émergé de la crise, la qualité et la personnalisation du conseil offert par les banques privées ont repris une grande valeur, tant auprès des clients privés que des entreprises. Les solutions standardisées ou packagées dites sûres mais aux rendements de plus en plus faibles sont délaissées, alors que des opportunités rares et exclusives, au profil de risque marqué mais appuyées par une expertise reconnue, sont vivement recherchées.

Autre enseignement, les textes relatifs à la protection des investisseurs, longtemps perçus comme créant de lourdes contraintes administratives, semblent compris dans leur finalité, ce qui soulage les banques chargées de les mettre en œuvre et de les communiquer. Par ailleurs, les outils et pratiques digitales ont trouvé leur place, notamment dans la simplification de l'accès à l'information et des interactions avec son banquier privé. C'est un véritable glissement des mentalités et habitudes qui s'est opéré en peu de temps et qui justifie les importants investissements réalisés par Swiss Life dans les outils digitaux.

Nous avons pu, chez Swiss Life Banque Privée, mesurer à quel point notre métier de conseil, bien exécuté au cours de la crise, était gratifiant et utile à nos clients. Rester à la hauteur de cette confiance est notre objectif premier.

Pour rappel, cet observatoire a pour objectif d'évaluer la perception, par les clients, du marché de la banque privée en France. L'objectif est aussi d'analyser l'évolution de cette perception ainsi que celle des attentes des clients, dans un environnement de marché très changeant et en profonde mutation réglementaire et technologique. L'Observatoire de la banque privée est reconduit régulièrement, de façon à mesurer les tendances.

Méthodologie

Réalisé en partenariat avec l'Institut Opinion Way, le sondage a été réalisé entre le 29 juin et le 13 juillet 2020. L'enquête a été conduite auprès de :

Comme pour les vagues précédentes

- un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, appartenant au TOP 5 foyers en termes de revenus (72 000 euros ou plus) et ayant un patrimoine financier de 100 000 euros : 376 individus
- un suréchantillon composé de client(e)s de banques privées : 261 individus

De façon inédite :

- un suréchantillon composé de client(e)s de banques privées ET détenteur d'un haut patrimoine financier (au moins 500 000 €) : 183 individus

De façon inédite :

- un suréchantillon composé de client(e)s de banques privées ET détenteur d'un haut patrimoine financier (au moins 500 000 €) : 183 individus

La méthodologie et les résultats complets sont disponibles sur demande.

A propos de Swiss Life Banque Privée - www.swisslifebanque.fr

Swiss Life Banque Privée, filiale commune des groupes Swiss Life et VIEL & Cie, se positionne comme un acteur de référence de la Banque Privée en France. S'appuyant sur ses pôles d'expertises, l'ingénierie patrimoniale, la gestion d'actifs et le corporate finance, elle accompagne ses clients investisseurs privés, chefs d'entreprise et institutionnels dans l'élaboration de solutions personnalisées. Elle gère près de 4,8 milliards d'euros d'actifs pour le compte de ses 5000 clients et totalise une conservation de plus de 39 milliards d'euros d'actifs (au 31/12/2018).

Contacts presse Hopscotch Capital:

Valérie Sicard – 01 58 65 00 72 – vsicard@hopscotchcapital.fr
Esteban Mayan-Torres – 01 41 34 20 20 – emayantorres@hopscotchcapital.fr