

3<sup>ème</sup> édition



asset  
management

# Les épargnants et l'Investissement Responsable

Quel regard les épargnants et les conseillers portent-ils  
sur l'Investissement Responsable en 2021?

Décembre 2021

INVESTIR,  
C'EST AUSSI AGIR





# AGENDA.



01



Périmètre et  
contexte de l'étude

02



Synthèse des  
résultats

03



Regard des  
épargnants

04



Regard des  
conseillers

05



Paroles de  
distributeurs

06



Conclusion et  
Vision CPR AM

Annexes

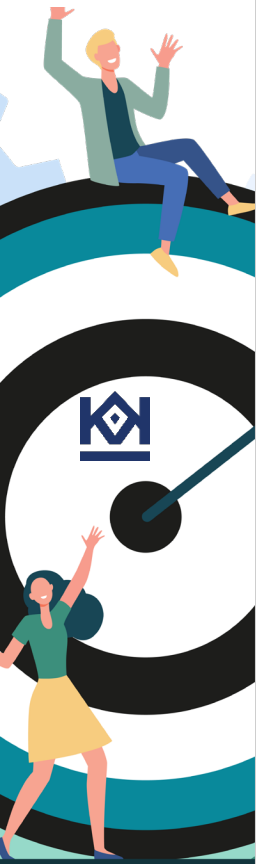


# 1 PÉRIMÈTRE & CONTEXTE DE L'ETUDE.





## Objectifs.



### Objectifs poursuivis...



**Mesurer**, pour la troisième année consécutive, l'appétence des épargnants français **aux produits financiers responsables**



**Evaluer** les perspectives et les conditions de développement de l'Investissement Responsable sur **le marché des particuliers**



**Identifier le profil des épargnants** aspirant à un Investissement Responsable, évaluer leur niveau de connaissance financière IR, identifier leurs préférences en matière d'enveloppe fiscale réceptacle, qualifier les freins à son développement, etc.



**Mesurer** les convictions des **conseillers financiers en** matière d'Investissement Responsable et **identifier** leurs réponses aux aspirations des clients retail



**Prendre en compte** et mesurer les évolutions **de l'Impact Investing** en perception auprès des épargnants et des conseillers



## Une méthodologie d'analyse double (Investisseurs finaux vs. Conseillers)...



Enquête portant sur un **panel large d'épargnants** réalisée par **OpinionWay** via une enquête **digitale** réalisée du **1 au 8 décembre 2021**.



Analyse portant sur **les Conseillers (421 CGP & BP)** via une **enquête digitale et par entretiens téléphoniques** réalisée par **Spoking Polls** sur la base de données Insight AM du **9 novembre au 16 décembre 2021**

# Etude Opinion Way



**1 132** personnes interrogées issues du Panel **OpinionWay** possédant **une assurance vie, un PEA ou un compte titres, et/ou ayant une épargne de plus de 10 000 euros**

Echantillon de personnes :

- représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus,
- constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Interrogation via un **questionnaire autoadministré en ligne** sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview)

(Application des procédures et règles de la norme ISO 20252)

Réalisation des entretiens du **1<sup>er</sup> au 8 décembre 2021**

# Etude Spoking Polls



Interrogation de **421** conseillers dont **75** en Banque Privée et **346** Conseillers en Gestion de Patrimoine (74 CGP de plus de 150 M€ d'actifs confiés)



Echantillon des conseillers en Gestion de Patrimoine issu de la base **Insight AM - Spoking Polls**



Réalisation de l'enquête en ligne et par entretiens téléphoniques via la plateforme **Spoking Polls**

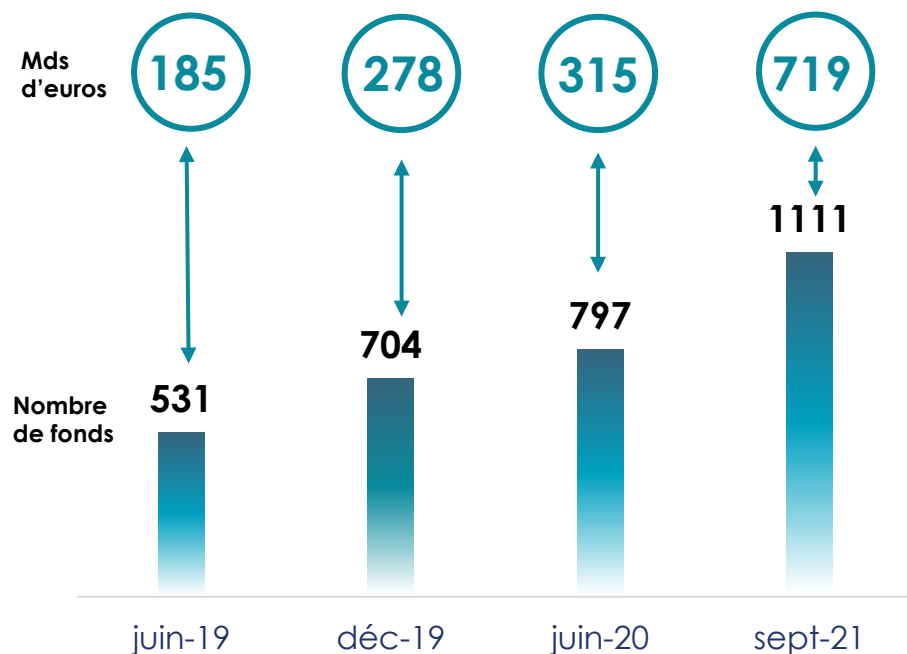


Réalisation des entretiens du **9 novembre au 16 décembre 2021**

## Contexte.

# Une très forte accélération de la dynamique de croissance des fonds Investissement Responsable en France

### EVOLUTION DES FONDS DURABLES



### Forte croissance des fonds labélisés ISR France\*



\* Sources : Novethic juin 2021 ; <https://www.lelabelisr.fr/comment-investir/fonds-labellises/> - liste à jour au 17/01/2022



## Contexte.

# Dynamique similaire et montée en puissance des auto-déclarations Art.8 et Art.9 SFDR en Europe



Fonds labels Europe\*

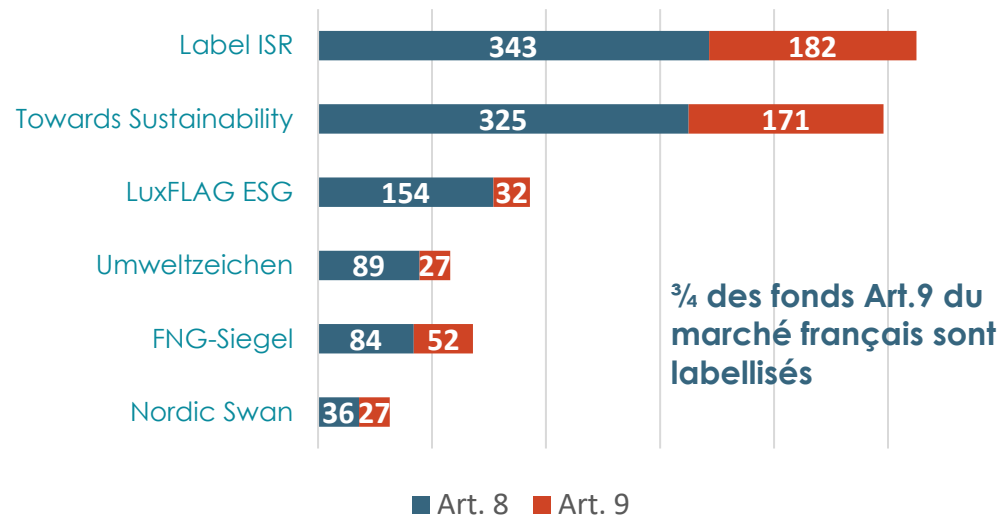


1600 fonds



1120 Mds Euros

## Répartition SFDR selon les principaux labels\*



\* Source : Novethic septembre 2021

# 2 SYNTHÈSE DES RÉSULTATS.



# Des épargnants toujours disposés à investir responsable

Pour **64%** <sup>22</sup>

des épargnants interrogés, la dimension **extra-financière** est au moins aussi importante que la performance financière

## Thématiques les plus recherchées

1. Respect de l'environnement, <sup>20</sup>
2. Réchauffement climatique
3. Education

L'investissement à impact reste encore méconnu

**56%** <sup>19</sup>

des épargnants n'en n'ont jamais entendu parler



**21%** <sup>24</sup>

des épargnants, se sont vus conseiller un produit d'IR vs **12% en 2020**

**46%**

des épargnants, souhaitent des **indicateurs explicites en matière d'environnement**

## L'investissement responsable est devenu un marché de l'offre

**71%** <sup>34</sup>

des conseillers sont pleinement à l'aise pour présenter l'IR à leurs clients (94% chez les banques privées)

**61%** <sup>38</sup>

des conseillers déclarent proposer des produits investissement responsable **à tous leurs clients (28% en 2019)**

**42%** <sup>43</sup>

des conseillers s'avèrent désormais convaincus par les qualités des produits IR **(30% en 2020)**

**84%** <sup>41</sup>

des conseillers investissent dans la recherche pour sélectionner les produits IR

**83%** <sup>44</sup>

des Conseillers font confiance aux **labels**

Mais **51%** <sup>25</sup>

des épargnants considèrent que la labellisation **ne les incite pas à investir dans des produits d'IR (40% en 2020)**

**43%** <sup>44</sup>

des conseillers considèrent que **le manque de preuves de l'impact réel des produits IR est le principal frein à son développement**

**47%** <sup>46</sup>

des conseillers souhaitent disposer **d'indicateurs utilisés dans la construction de portefeuille** plutôt que des reporting ex-post ou des notes moyenne ESG

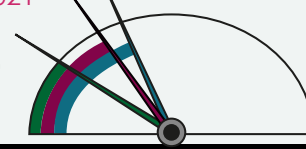
**53%** <sup>45</sup>

des distributeurs sont sans opinion sur l'apport de la réglementation **SFDR**

**28%** <sup>2021</sup>

**31%** <sup>2020</sup>

**21%** <sup>2019</sup>



## Conversion de la confiance des épargnants en investissements

**-3 pts**

**28 %** détiennent des produits IR en 2021, un niveau proche à N-1.

Pour **65 %**, les produits IR renforcent la confiance. L'indice reste inchangé depuis 2019.

## Autres enseignements marquants



# 3

## REGARD DES EPARGNANTS.





Profilage.



Photographie de l'épargnant  
Quatre profils analysés



### Les autonomes

Les «Autonomes» sont les épargnants faisant prioritairement confiance qu'à eux-mêmes ou leurs proches pour le choix de leur placement. Ils représentent **36 %** de l'échantillon.

14



### Les consommateurs durables

Les «Consommateurs durables» sont les épargnants qui privilégient la consommation durable comme mode de consommation. Ils représentent **41 %** de l'échantillon.

15



### Les conseillés

Les «Conseillés» sont les épargnants qui sont conseillés pour leur gestion patrimoniale par des Banquiers Privés ou des Conseillers en Gestion de Patrimoine. Ils représentent **23 %** de l'échantillon.

14



### Les sachants

Les «Sachants» sont les épargnants qui déclarent connaître au moins un peu l'Investissement Responsable. Ils représentent **43 %** de l'échantillon.

16

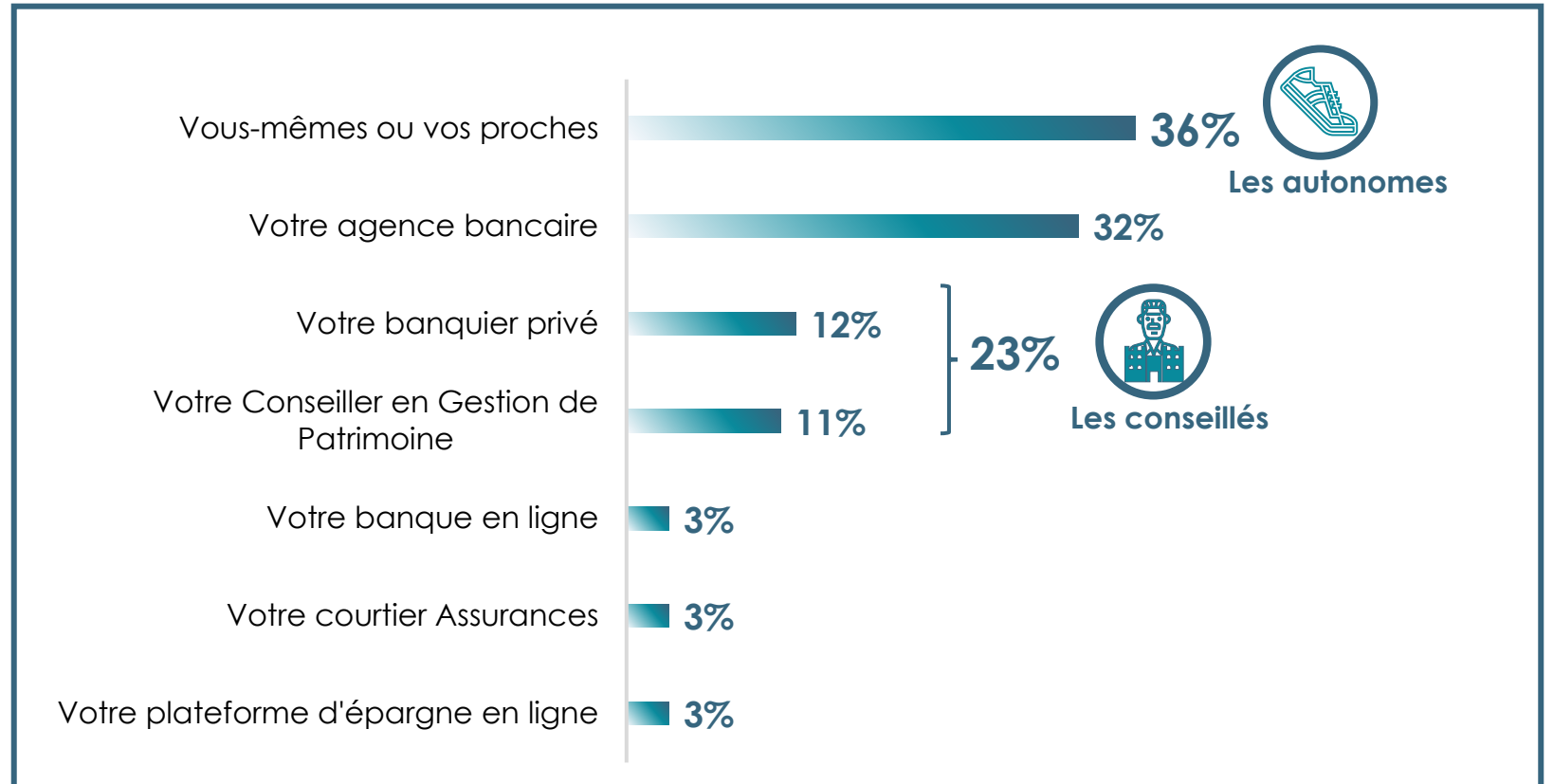
Résultats.



Photographie de l'épargnant

Des épargnants majoritairement autonomes dans leur choix de placement ?

Q1 : A qui faites-vous confiance en priorité aujourd'hui pour vous conseiller en matière d'épargne longue ? (en premier)



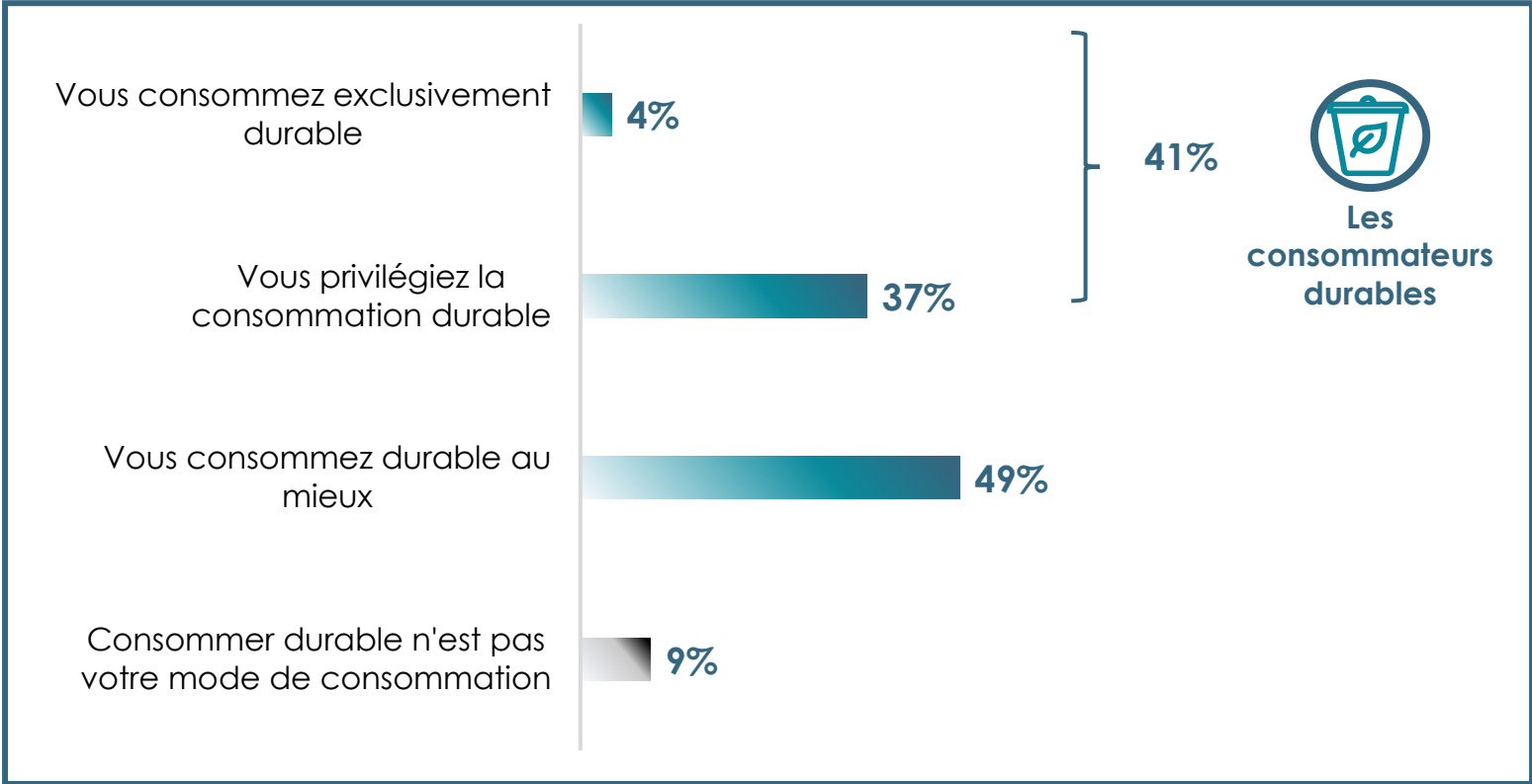
Résultats.



Photographie de l'épargnant

Une large proportion de notre panel opte pour une consommation durable. Un intérêt de se questionner si le consommateur durable est aussi un investisseur durable?

Q2 : Quelles sont vos habitudes en matière de consommation durable au quotidien ? (en premier)



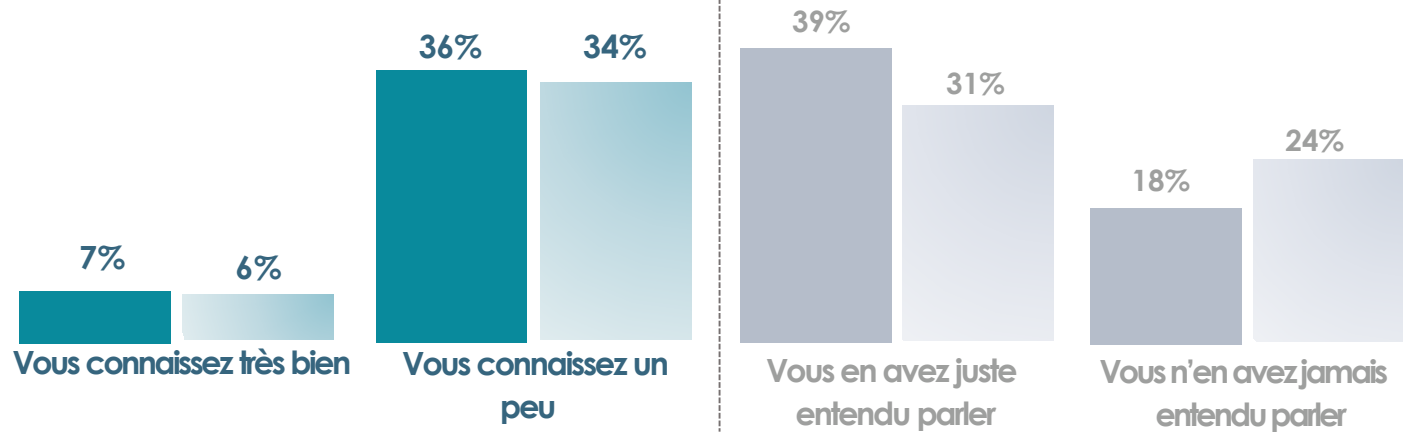
Résultats.



Photographie de l'épargnant

Seuls **18 %** des épargnants n'ont jamais entendu parler de l'Investissement Responsable contre **24 %** en 2020

Q3 : Quel est votre niveau de connaissance de l'Investissement Responsable ? (en premier)



Les sachants



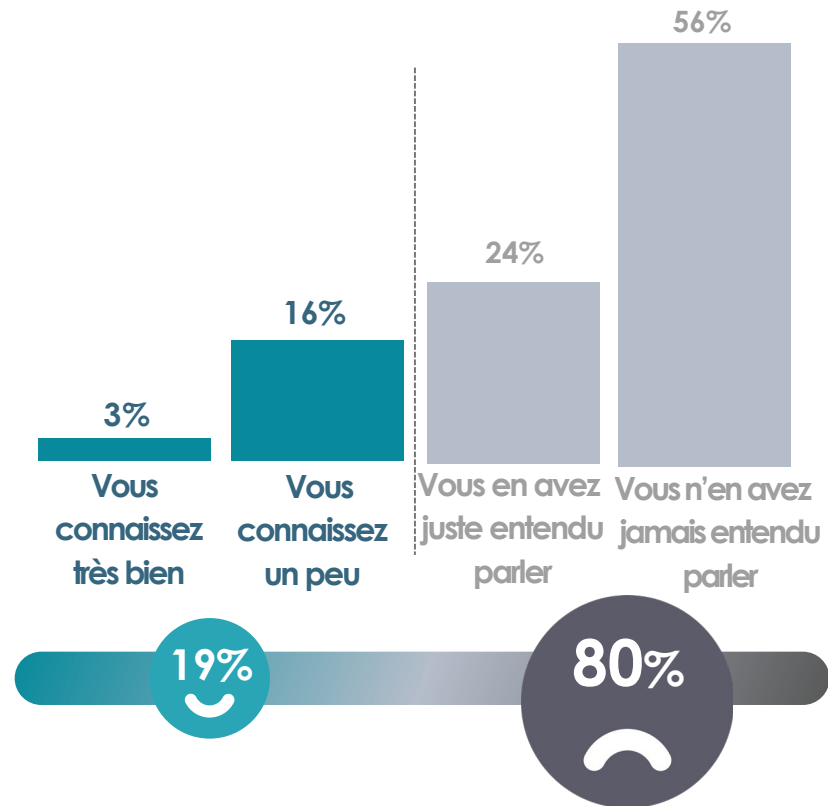
Résultats.



Photographie de l'épargnant

L'investissement à impact : des efforts d'éducation sur ce concept reste à faire (**56 %** des épargnants n'en n'ont jamais entendu parler)

Q3 : Quel est votre niveau de connaissance de l'investissement à impact ?  
(en premier)



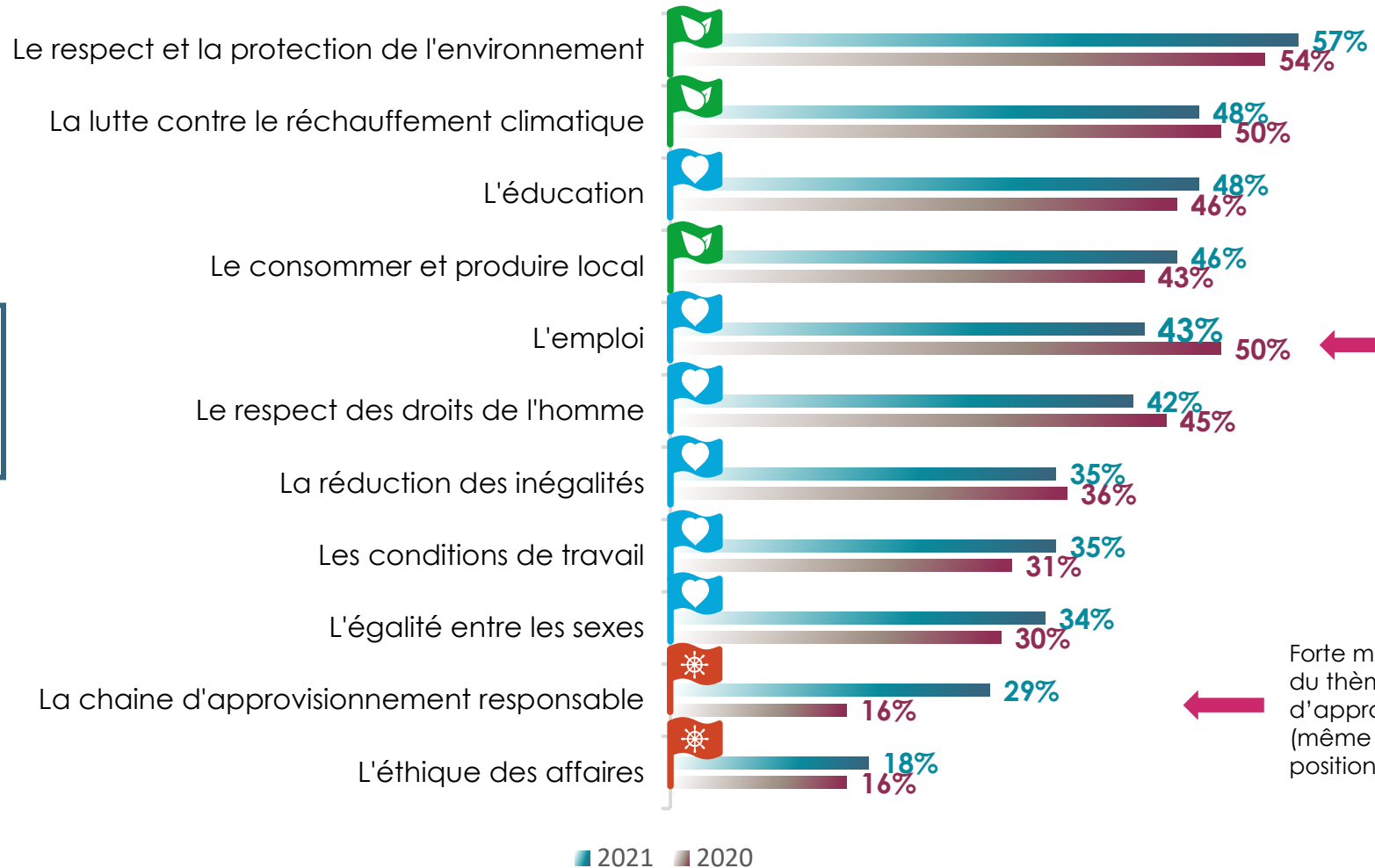
Résultats.



Perception

Les thématiques « vertes » toujours plébiscitées

Q4 : Quelles sont les thématiques prioritaires pour vous?



Le thème de l'emploi n'apparaît qu'en 5<sup>ème</sup> position (versus 2<sup>ème</sup> en N-1)

Forte montée en puissance du thème de la chaîne d'approvisionnement (même s'il reste à une position équivalente à N-1)

✓ Réponses multiples : 4,3 (4,1 en 2020) réponses en moyenne par épargnant

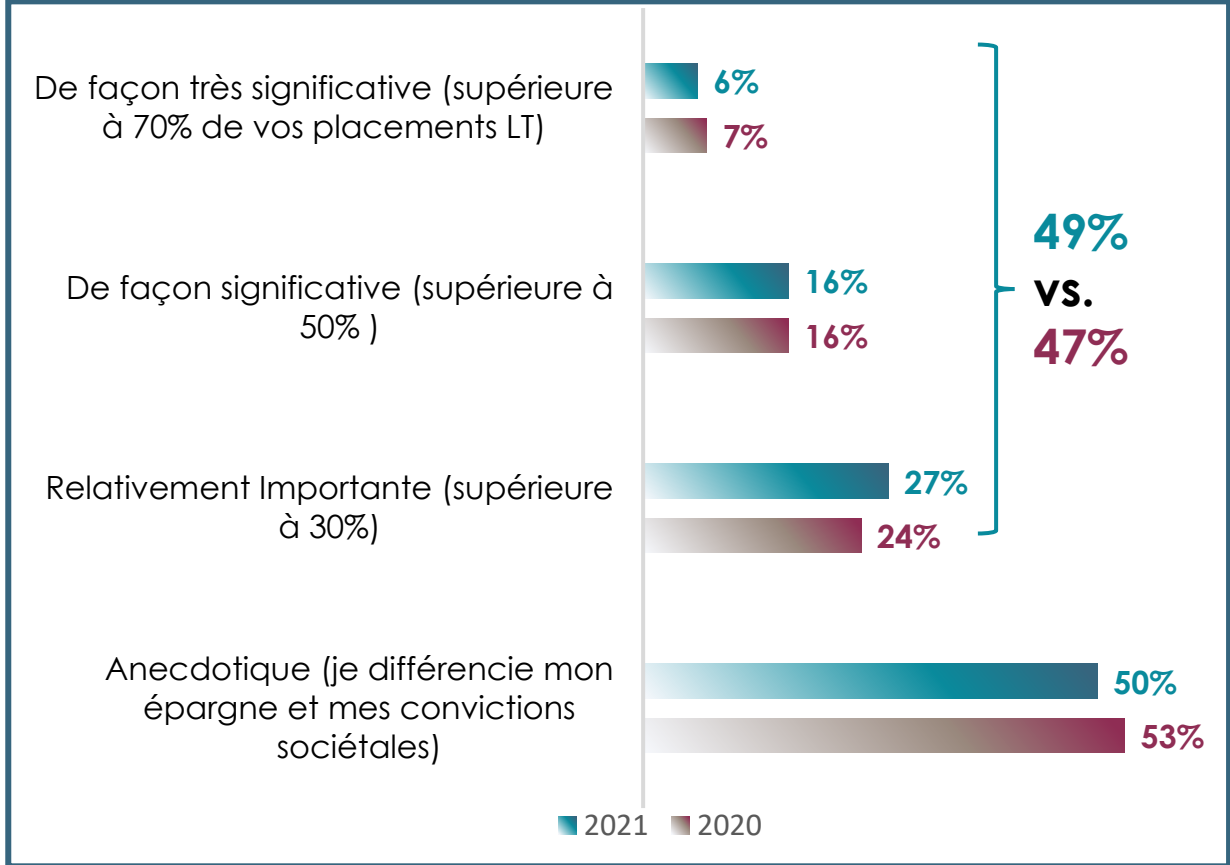
Résultats.



Perception

**49 %** des épargnants sont prêts à investir de façon significative dans des solutions qui répondent à des enjeux sociétaux – en progression de **2 %**

Q5 : Si une de ces thématiques constitue pour vous un des enjeux futurs sociétaux, seriez-vous disposé à investir une part de votre épargne dans des produits d'investissement recherchant l'atteinte de ces objectifs ?



Les consommateurs durables

- 81 % des répondants qui affichent l'exclusivité en matière de consommation durable se disent prêts à investir plus de 30 % de leur épargne dans des produits Investissement Responsable
- A contrario, 85 % des répondants pour qui consommer durable n'est pas leur mode de consommation considèrent anecdotique l'investissement de leur épargne dans du responsable



Les sachants

- 82 % des répondants qui affichent connaître très bien l'investissement durable se disent prêts à investir plus de 30 % de leur épargne dans des produits Investissement Responsable

Résultats.

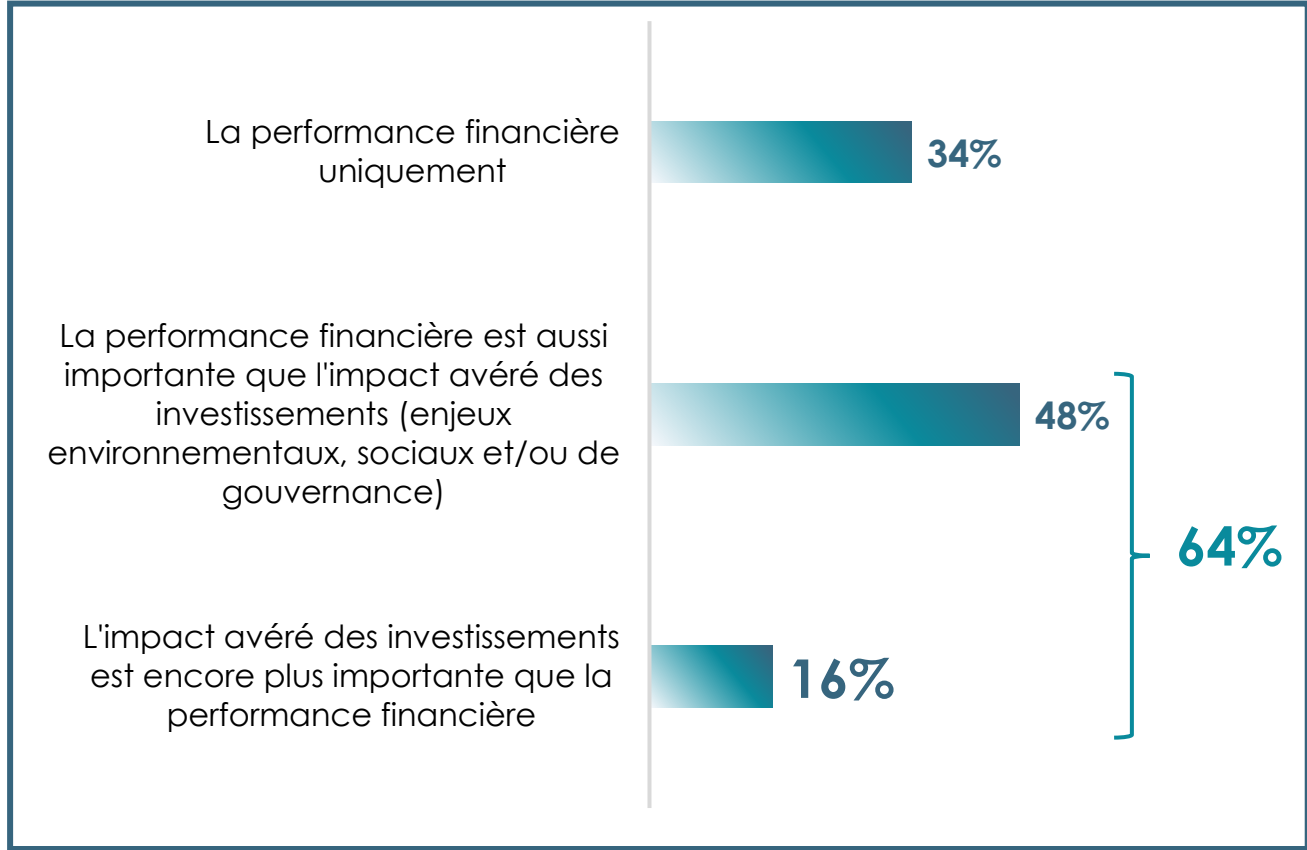


Perception

Pour **64 %** des répondants, la performance extra-financière s'avère au moins aussi importante que la performance financière



Q6 : A niveau de risque équivalent, quels sont les critères que vous privilégiez actuellement ?



Les consommateurs durables

- 55 % recherchent l'équilibre entre performance financière et performance extra-financière et 19 % s'attachent avant tout à l'impact avéré de leurs investissements
- Mis à part les répondants pour qui **consommer durable n'est pas leur mode de consommation**, parmi ces derniers 72 % d'entre eux recherchent uniquement la performance financière

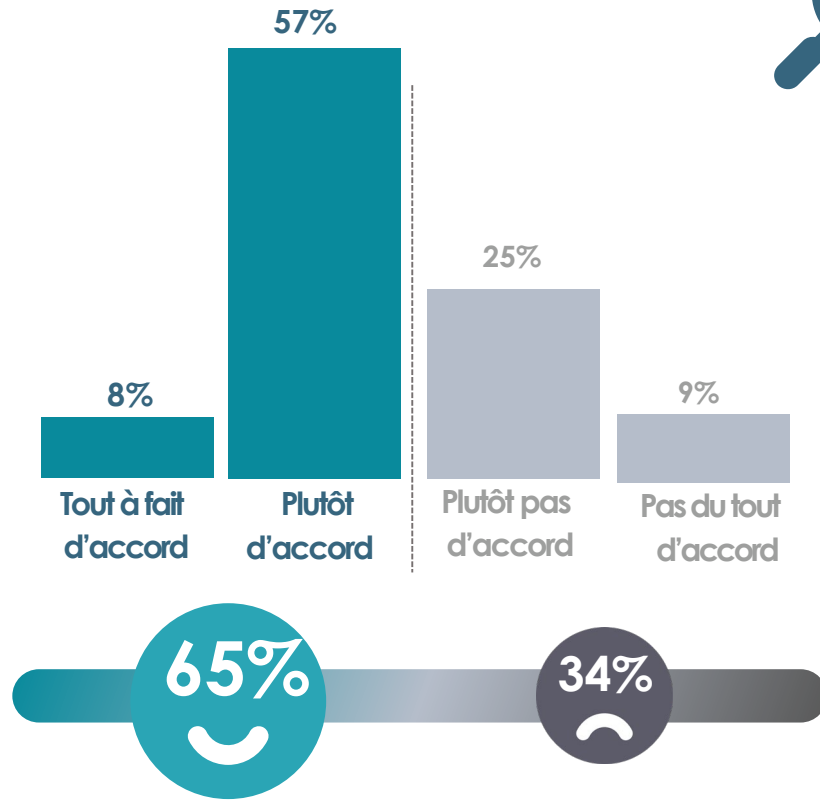
Résultats.



Perception

L'investissement en produits responsables continue de renforcer la confiance dans la gestion de leur épargne pour **65%** des répondants

Q7 : Des produits Investissement Responsable seraient-ils de nature à renforcer votre confiance dans la gestion de votre épargne ?



**80%** Les consommateurs durables

**73%** Les sachants

Résultats.

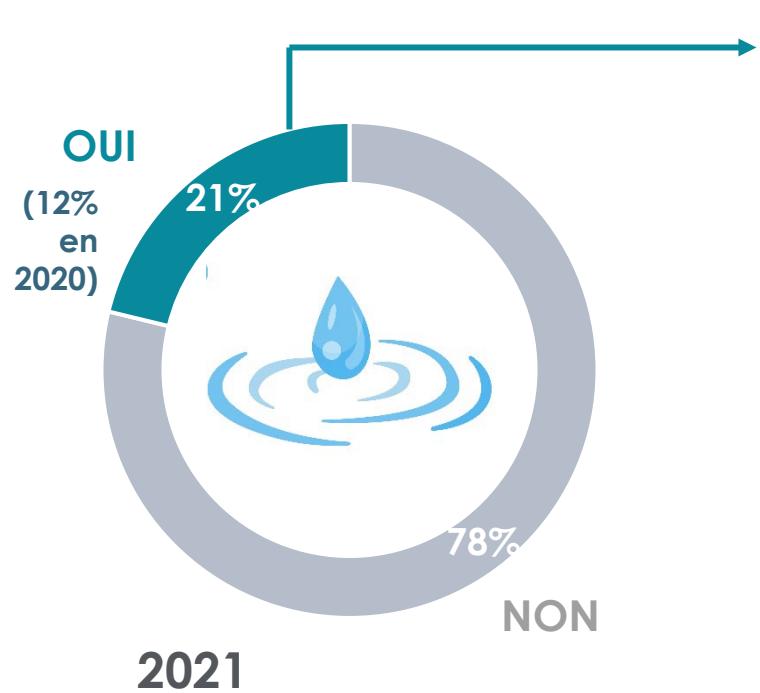


Perception

21% des répondants déclarent que leur Conseiller leur a proposé un produit IR contre seulement 12 % en 2020



Q8 : Votre conseiller vous a-t-il déjà proposé un produit d'Investissement Responsable ?



Les conseillés

- Les épargnants conseillés se sont vus proposer par leur conseiller (CGP + et BP) des produits IR à hauteur de 31 % (10 points de plus)

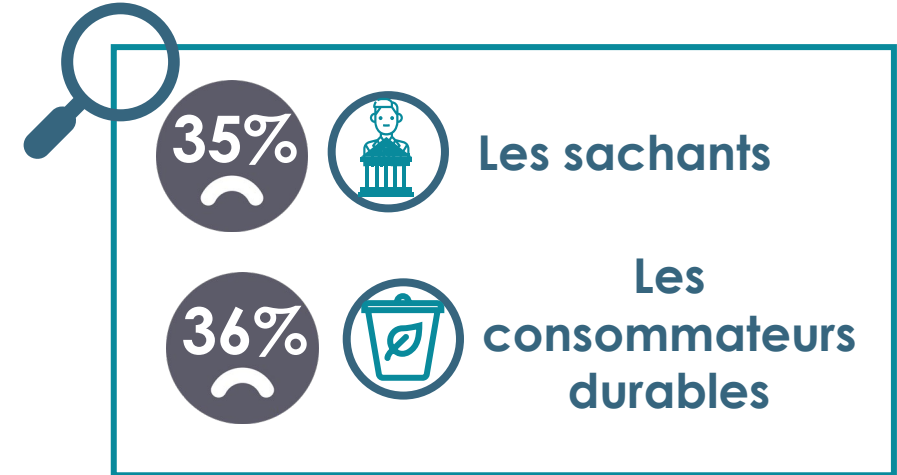
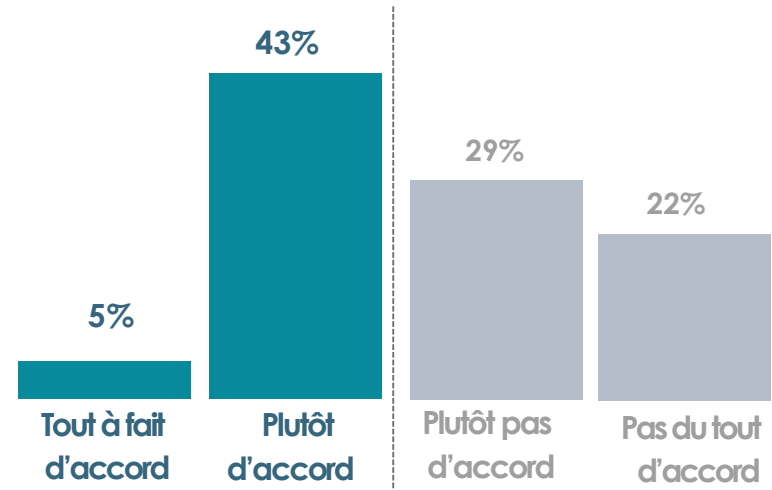
Résultats.



Conditions de réussite

Le scepticisme vis-à-vis du Label semble s'accroître fortement cette année (**51 %** vs. 40 %) et devient même majoritaire dans l'opinion des épargnants

Q9 : Les Labels (et notamment le label d'Etat ISR) sont-ils de nature à vous inciter à investir dans des fonds Investissement Responsable ?



Résultats.

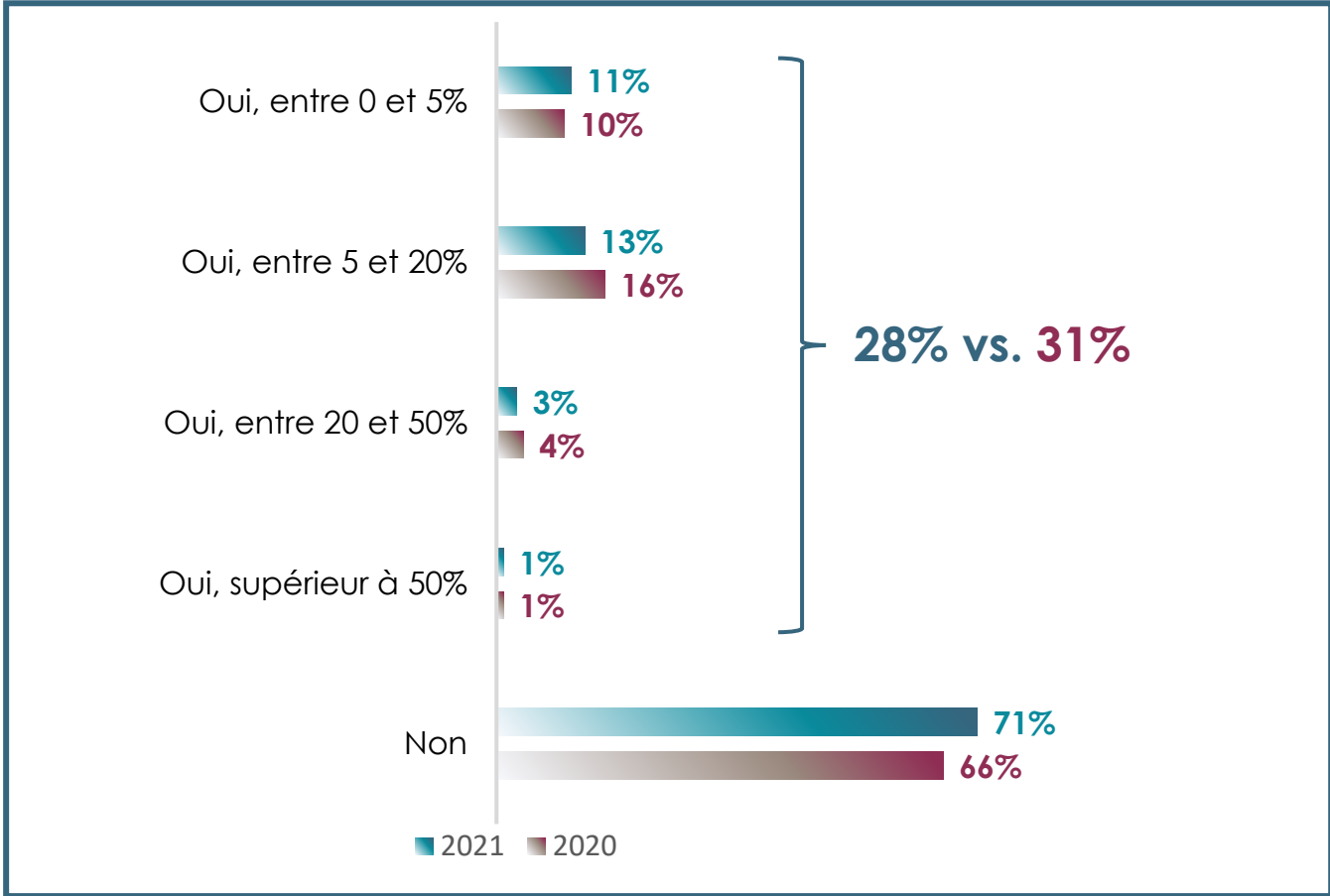


Perception

La part d'investissement responsable dans les portefeuilles des épargnants cesse de progresser



Q10 : Votre épargne contient-elle des fonds Investissement Responsable et si oui, quel pourcentage sur vos encours ?





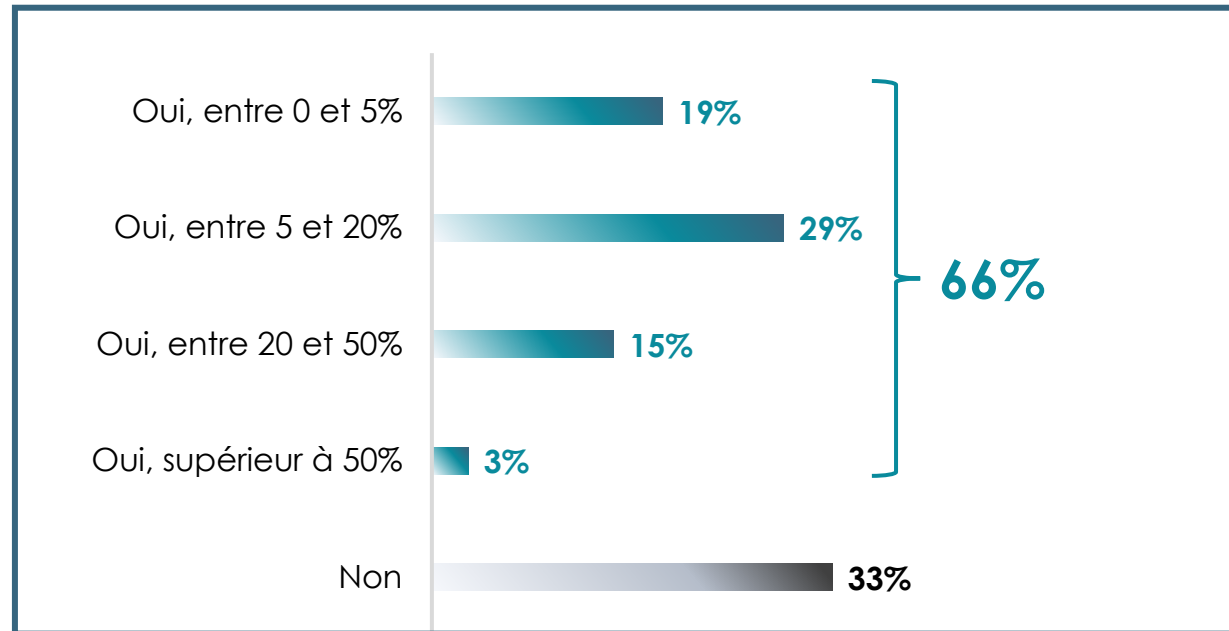
Résultats.



Perception

Les épargnants disposant d'un portefeuille constitué de produits Investissement Responsable seraient **66 %** à posséder des fonds à impact

Q10 bis : Vos fonds d'Investissement Responsable contiennent-ils des fonds à impact positif, et si oui, quel pourcentage de vos encours Investissement Responsable représentent-ils ?



\* Epargnants déclarant disposer de fonds d'Investissement Responsable au sein de leur portefeuille

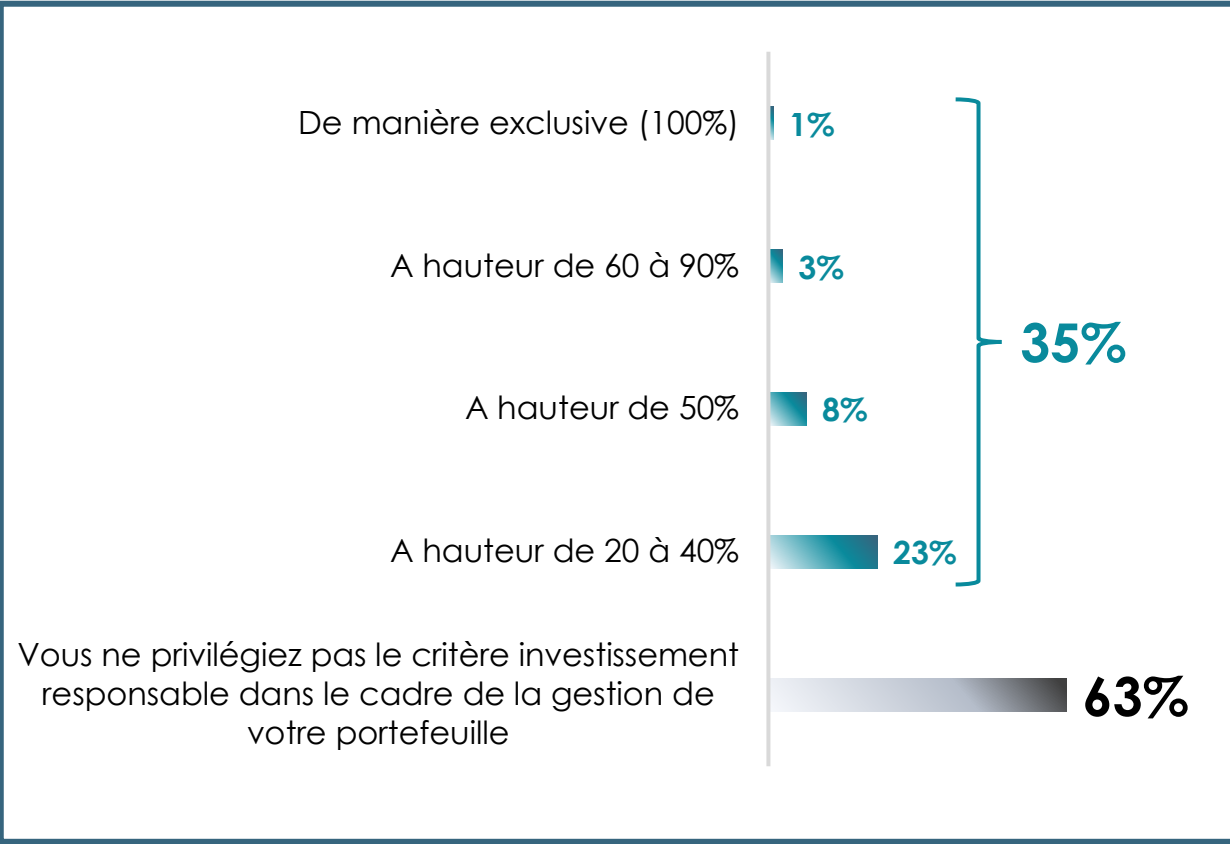
Résultats.



Perception

**35 %** des répondants sont prêts à investir dans les prochains mois sur les produits Investissement Responsable

Q11 : Au cours des prochains mois, pensez-vous investir dans des produits Investissement Responsable...?



Les consommateurs durables

- Ceux qui **consomment exclusivement durable** envisagent d'investir sur des produits responsables (**66 %**) (**50 %** pour les consommateurs durables)



Les sachants

- **54%** envisagent d'investir dans des produits d'investissement durable

Résultats.



Conditions de réussite

**69%** des épargnants qui investissent durable souhaitent contribuer positivement à l'évolution de la société

Q12 : Pour quelles raisons souhaitez-vous renforcer les positions de votre portefeuille en produits Investissement Responsable ? (en premier)

Investir dans des produits qui ont un impact positif concret sur la planète, est compatible avec des objectifs purement financiers

37%

Participer à l'évolution nécessaire du monde qui nous entoure via la finance durable

32%

Bien que sceptique sur l'impact réel de ces produits, leur dimension "maîtrise des risques" et leur capacité de résilience en temps de crise s'avèrent digne d'intérêt

18%

Rechercher des thématiques d'investissement concrètes et différentes

13%

69%

\* Epargnants pensant investir dans des produits Investissement Responsable

Résultats.

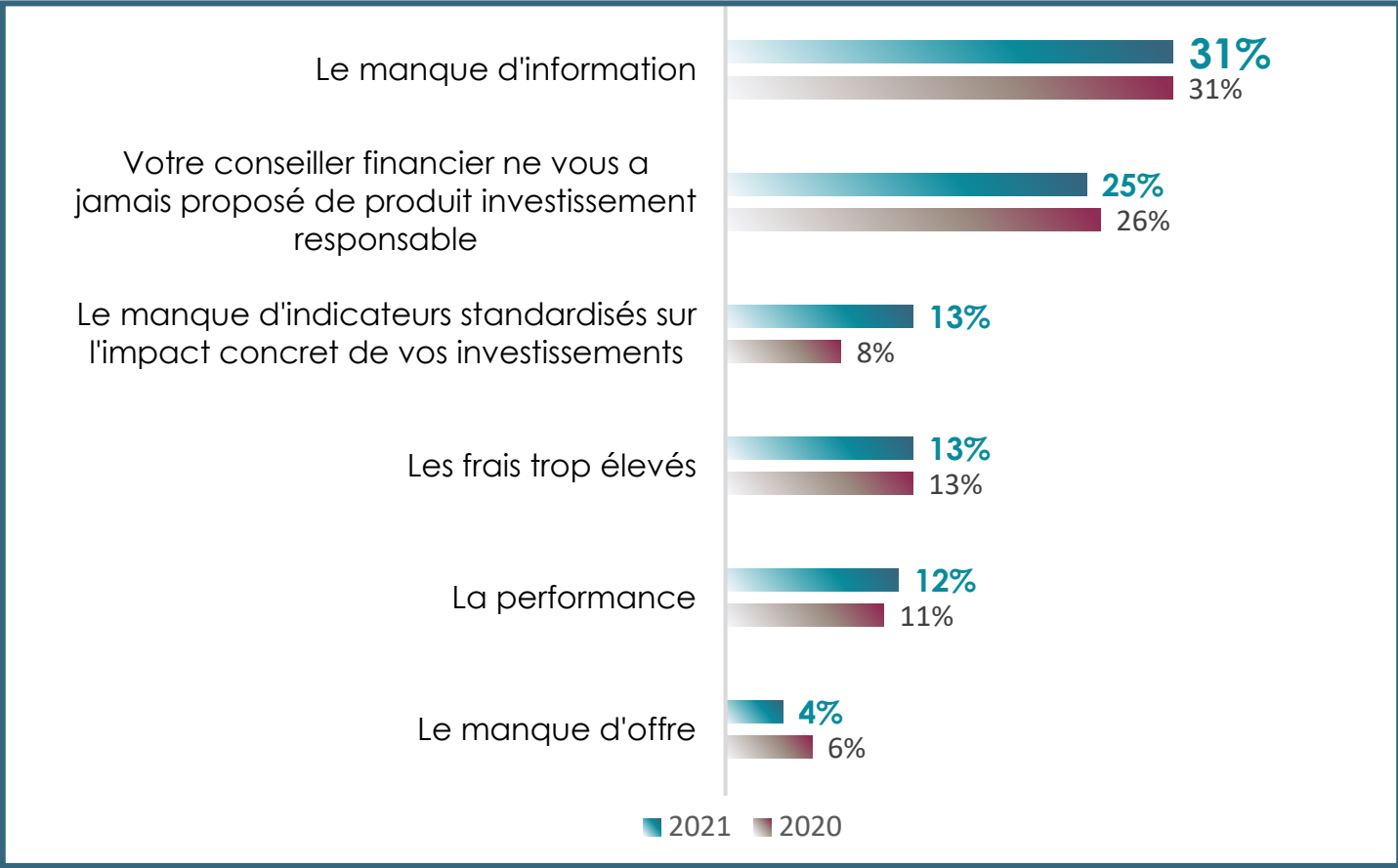


Freins

Si le manque d'information et l'absence de conseil priment, le manque d'indicateurs gagne deux places désormais



Q13 : Aujourd'hui quel est le frein principal à votre investissement dans un produit Investissement Responsable ?



Résultats.

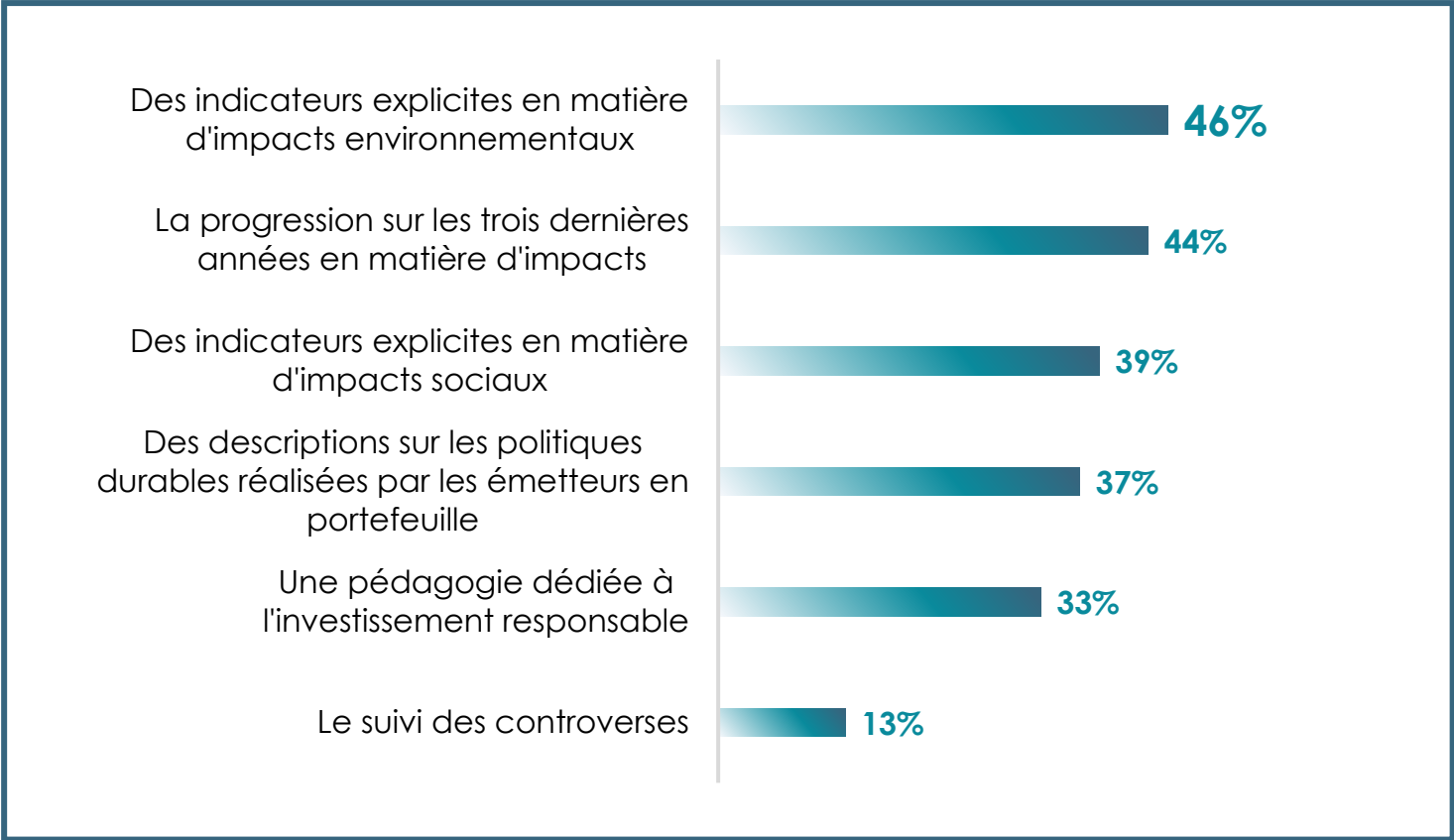


Freins

Les indicateurs d'impacts sont plébiscités



Q13 bis : Si vous considérez que le frein principal est le manque d'information, qu'aimeriez-vous obtenir en matière d'accompagnement ?



✓ Réponses multiples : 2,1 réponses en moyenne par épargnant

\*Epargnants pour lesquels le frein principal est le manque d'information

# 4

## REGARD DES CONSEILLERS.



Résultats.

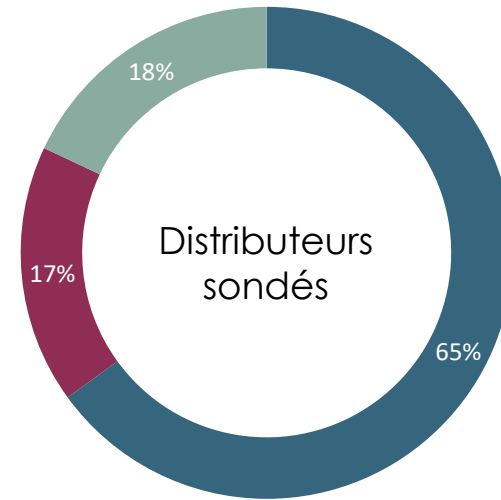


Photographie des distributeurs

Trois profils analysés dans l'étude pour affiner les résultats

“ Nos clients sont davantage sensibilisés aux notions d'ESG, notamment de par leur activité professionnelle et les préoccupations de RSE. Ils sont donc plus enclins à nous écouter et à partager sur l'Investissement Responsable.

Frédéric Collorafi



■ CGP (hors CGP+)



■ CGP + (actifs confiés > à 150 millions d'€)



■ Banquiers privés

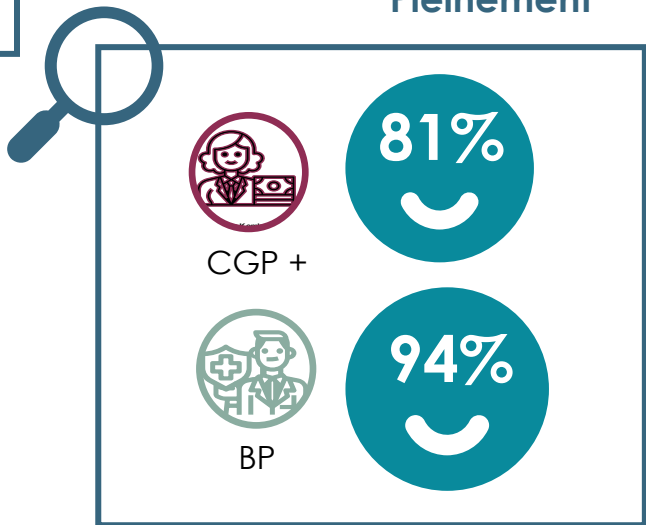
Résultats.



Photographie des distributeurs

Les conseillers disposent d'une parfaite connaissance de l'Investissement Responsable (**71 % sont pleinement à l'aise pour évoquer ce sujet avec leurs clients**), d'autant plus vrai, chez les Conseillers en Gestion de Patrimoine Plus (**81 %**) et les banquiers privés (**94 %**)

Q1 : Vous sentez-vous aujourd'hui à l'aise pour évoquer avec vos clients l'Investissement Responsable?



“ En matière de compréhension réglementaire, notre fournisseur société de gestion est la locomotive et nous en tant que distributeurs, nous sommes de simples wagons.

Alexandre Neuvy



Résultats.

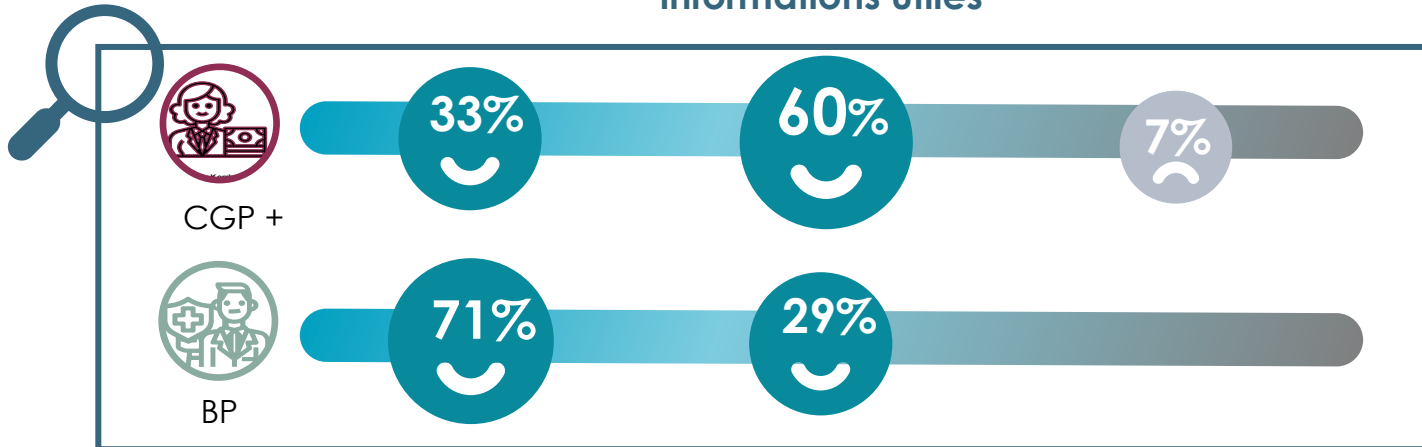


Photographie des distributeurs

Concernant l'investissement à Impact, des efforts nécessitent encore d'être consentis en matière de pédagogie (près de 20 % peu à l'aise avec ces concepts), hors banquiers privés (71 % pleinement à l'aise)



Q1 : Vous sentez-vous aujourd'hui à l'aise pour évoquer avec vos clients l'Investissement à impact ?



Résultats.



Perception

# Les thématiques « vertes » toujours plébiscitées tout comme chez les épargnants

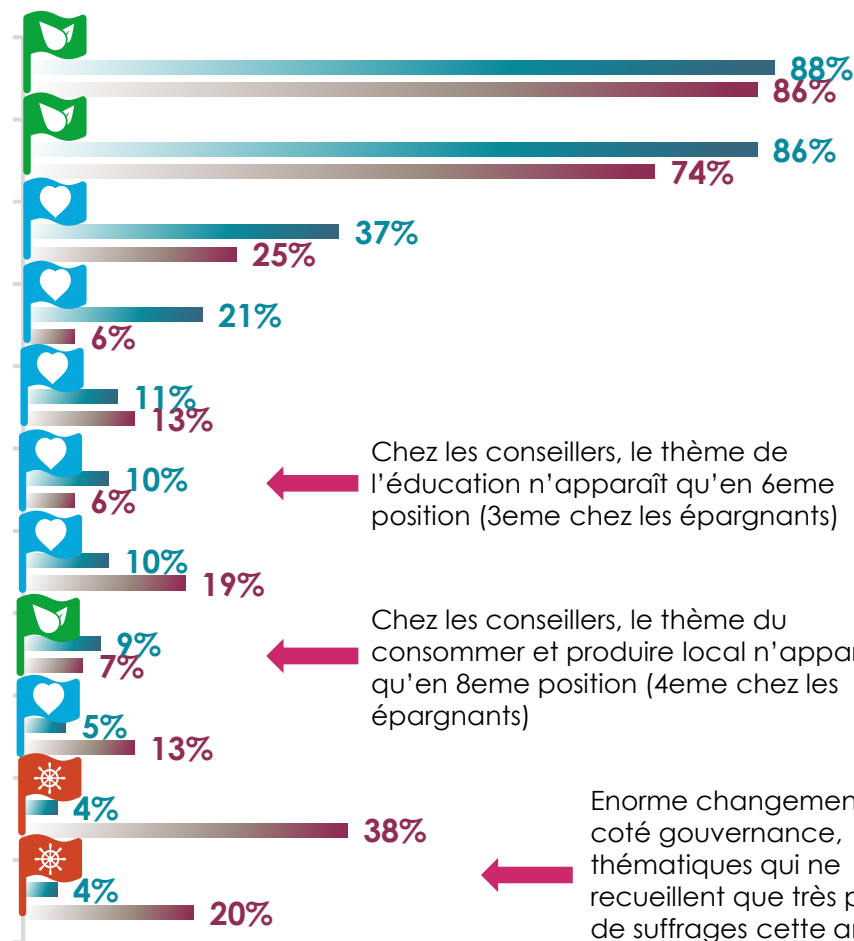
Q2 : Quelles sont les thématiques prioritaires pour vous?

“ Pour faire la différence auprès de nos clients, la thématique poursuivie doit être lisible.”

Marie-Anne Jacquier

✓ Réponses multiples : 2,9 (3,1 en 2020) réponses en moyenne par conseiller

- Le respect et la protection de l'environnement
- La lutte contre le réchauffement climatique
- Le respect des droits de l'homme
- L'emploi
- Les conditions de travail
- L'éducation
- L'égalité entre les sexes
- Le consommer et produire local
- La réduction des inégalités
- La chaîne d'approvisionnement responsable
- L'éthique des affaires



Chez les conseillers, le thème de l'éducation n'apparaît qu'en 6ème position (3ème chez les épargnants)

Chez les conseillers, le thème du consommer et produire local n'apparaît qu'en 8ème position (4ème chez les épargnants)

Enorme changement coté gouvernance, thématiques qui ne recueillent que très peu de suffrages cette année (vs. N-1)

■ 2021 ■ 2020

Résultats.



Perception

Les critères E et S connaissent une forte progression aux dépens de la gouvernance qui semblait sur-représentée les années précédentes

“ Bien évidemment, le climat est un thème clef pour nos clients, et nous leur devons une juste information. D’ailleurs, à ce titre, nous avons organisé dernièrement pour notre clientèle une soirée « Impact Climat » au cours de laquelle intervenait Monsieur Jean Jouzel, climatologue et Vice-président du GIEC, sur le réchauffement climatique.

Frédéric Collorafi

ENVIRONNEMENT



+ 10%

SOCIAL et  
HUMAIN



+ 15%

GOVERNANCE



- 86%

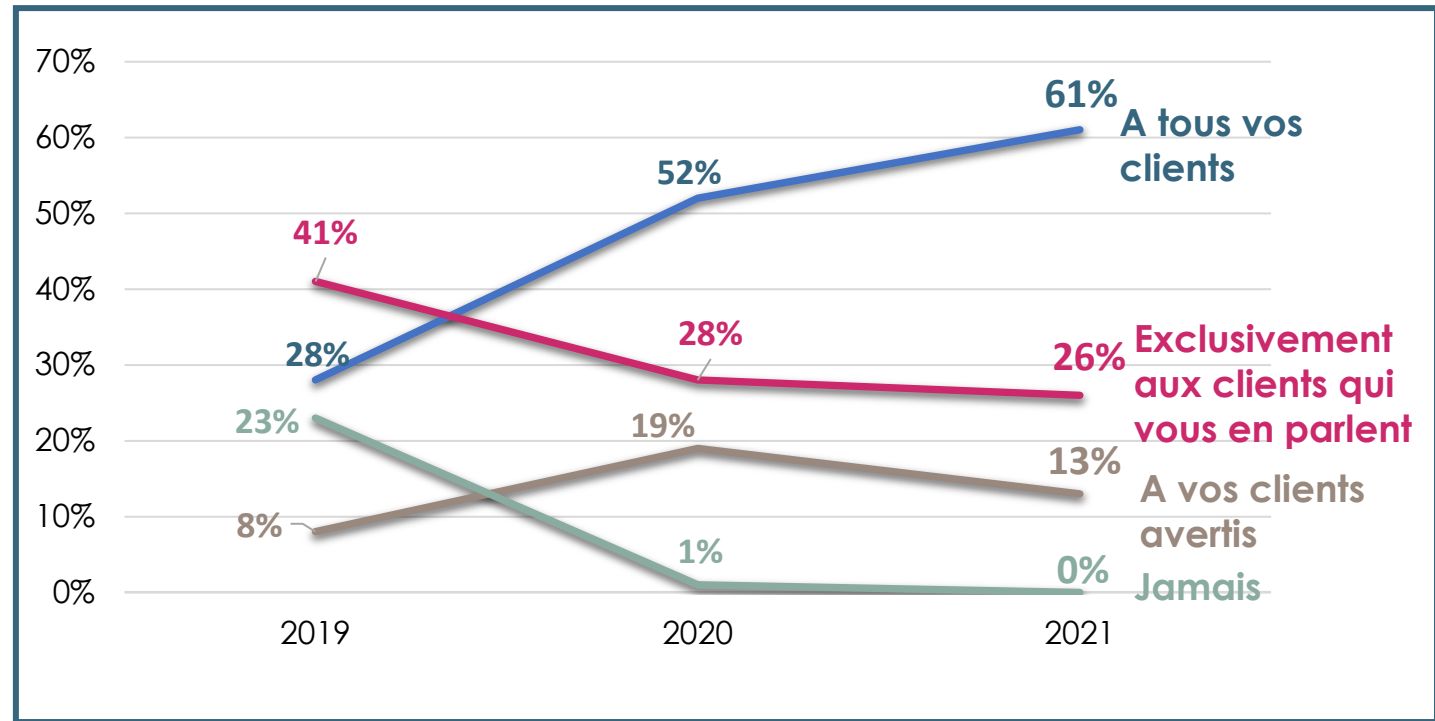
Résultats.



Photographie des distributeurs

**61%** des Conseillers proposent désormais des solutions IR à tous leurs clients

Q3 : Proposez-vous des produits Investissement Responsable à vos clients ?



CGP +

84%



BP

91%

9%

3%

7%

7%

0%

0%

Résultats.

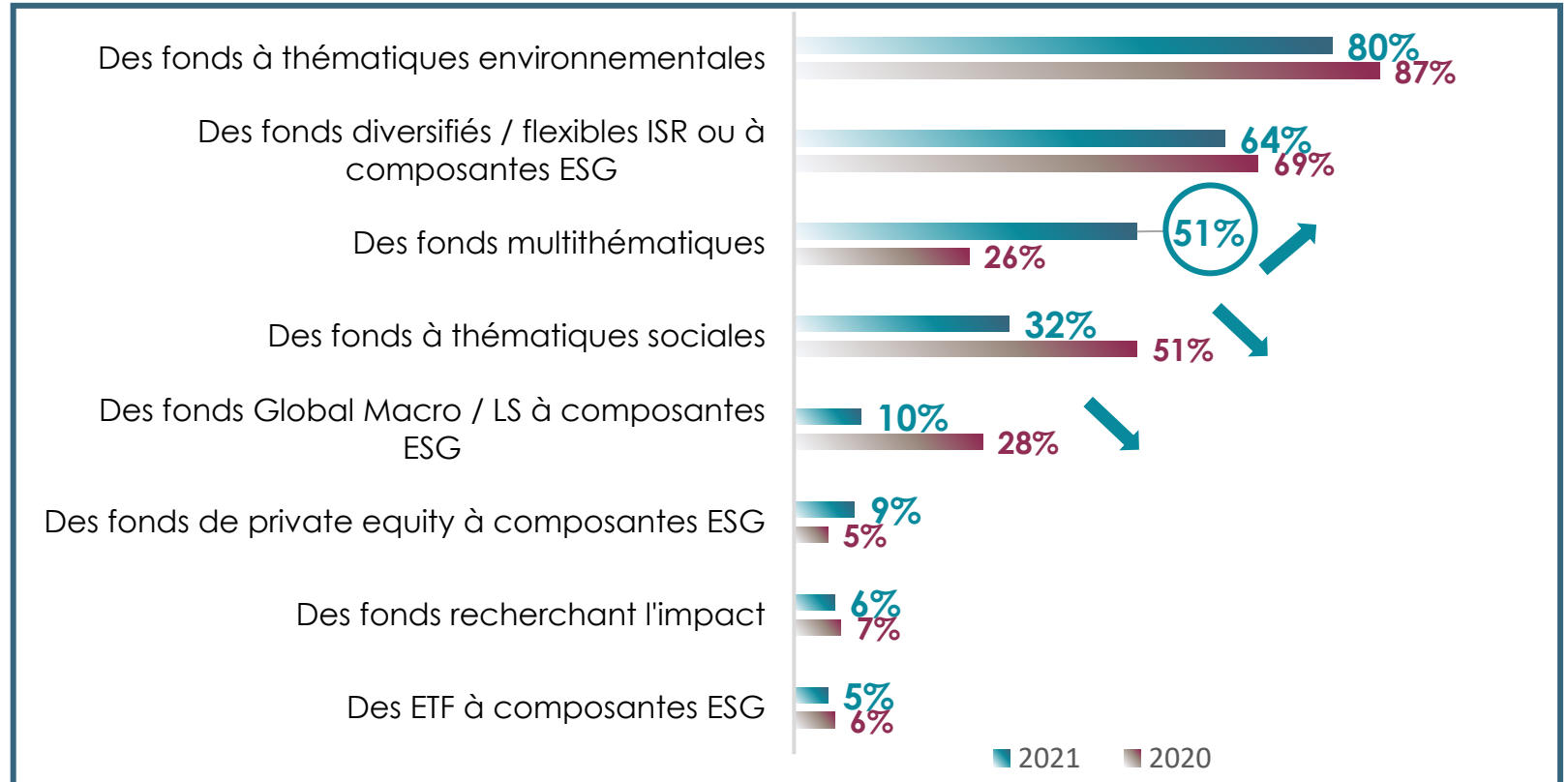


Photographie des distributeurs

Des évolutions tendancielle peu marquées (hors mis la montée en puissance des fonds multi-thématiques)

Q4 : Quels types de fonds Investissement Responsable avez-vous proposé à vos clients ?

✓ Réponses multiples : 2,4 réponses en moyenne par conseiller



Résultats.



Photographie des distributeurs

Les banquiers privés et les CGP + proposent les produits Investissement Responsables dans des ordres similaires



“ Nous utilisons les fonds à thème explicite (lisible pour le client) mais nous recherchons aussi des fonds patrimoniaux globaux qui constituent de bonnes portes d’entrée.

Pascale Baussant



CGP +



BP



- 1 Des fonds à thématiques environnementales
- 2 Des fonds flexibles ISR ou à composantes ESG
- 3 Des fonds multif thématiques
- 4 Des fonds à thématiques sociales

Résultats.



Perception

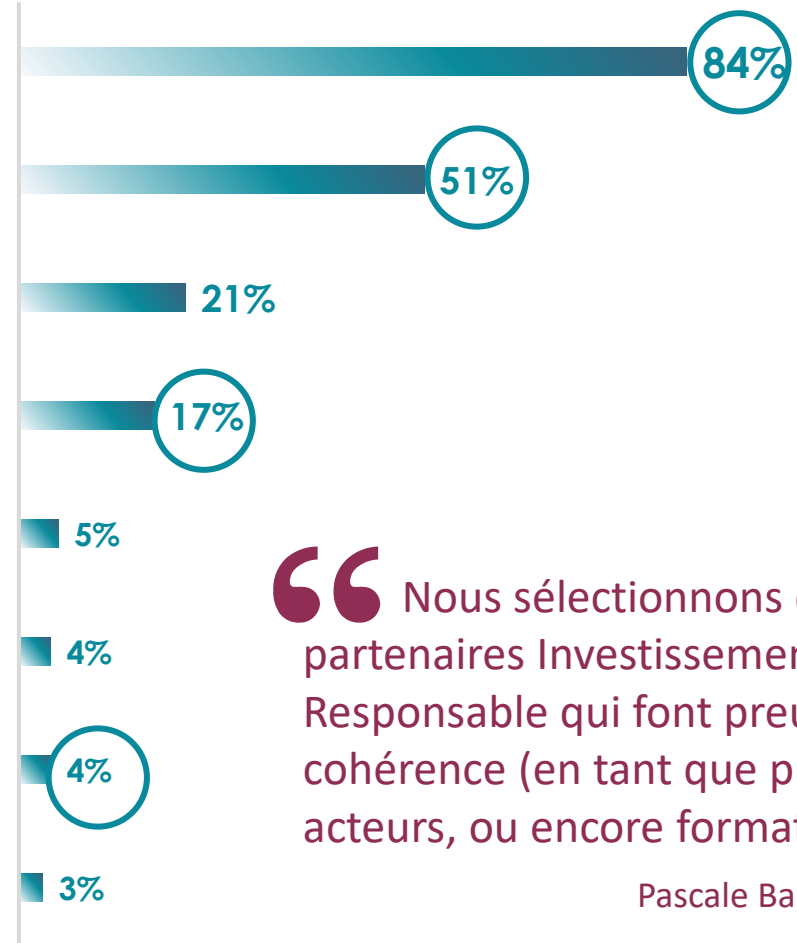
Fort investissement des distributeurs dans la recherche, besoin de leurs partenaires SGP et faible recours aux labels



Q5 : Comment sélectionnez-vous aujourd'hui vos produits Investissement Responsable?

✓ Réponses multiples : 1,8 réponses en moyenne par conseiller

- En vous appuyant sur votre recherche ou celle de votre établissement
- En faisant appel à vos sociétés de gestion partenaires
- En sélectionnant les fonds dans la liste de produits référencés par votre partenaire assureur
- En faisant appel à des bases de données de marché proposant une notation des fonds sur base de critères ESG
- En ne proposant que des mandats investissement responsable proposés par votre partenaire assureur / société de gestion
- En ne sélectionnant que des fonds répondant à la catégorie « Art 9 » du règlement SFDR
- En ne sélectionnant que des fonds disposant d'un label
- En ne sélectionnant que des fonds répondant à la catégorie « Art 8 » du règlement SFDR



“ Nous sélectionnons des partenaires Investissement Responsable qui font preuve de cohérence (en tant que pionniers, acteurs, ou encore formateurs).

Pascale Baussant

Résultats.



Perception

Deux différences notables entre CGP + et BP :

- La montée en puissance des bases de données coté CGP +
- L'utilisation de l'auto-déclaration SFDR

“ Les indicateurs quantitatifs, les labels ne sont pas discriminants pour notre sélection de gérants externes, nos choix s'appuient essentiellement sur la sincérité du gérant.

Alexandre Neuvy





Résultats.

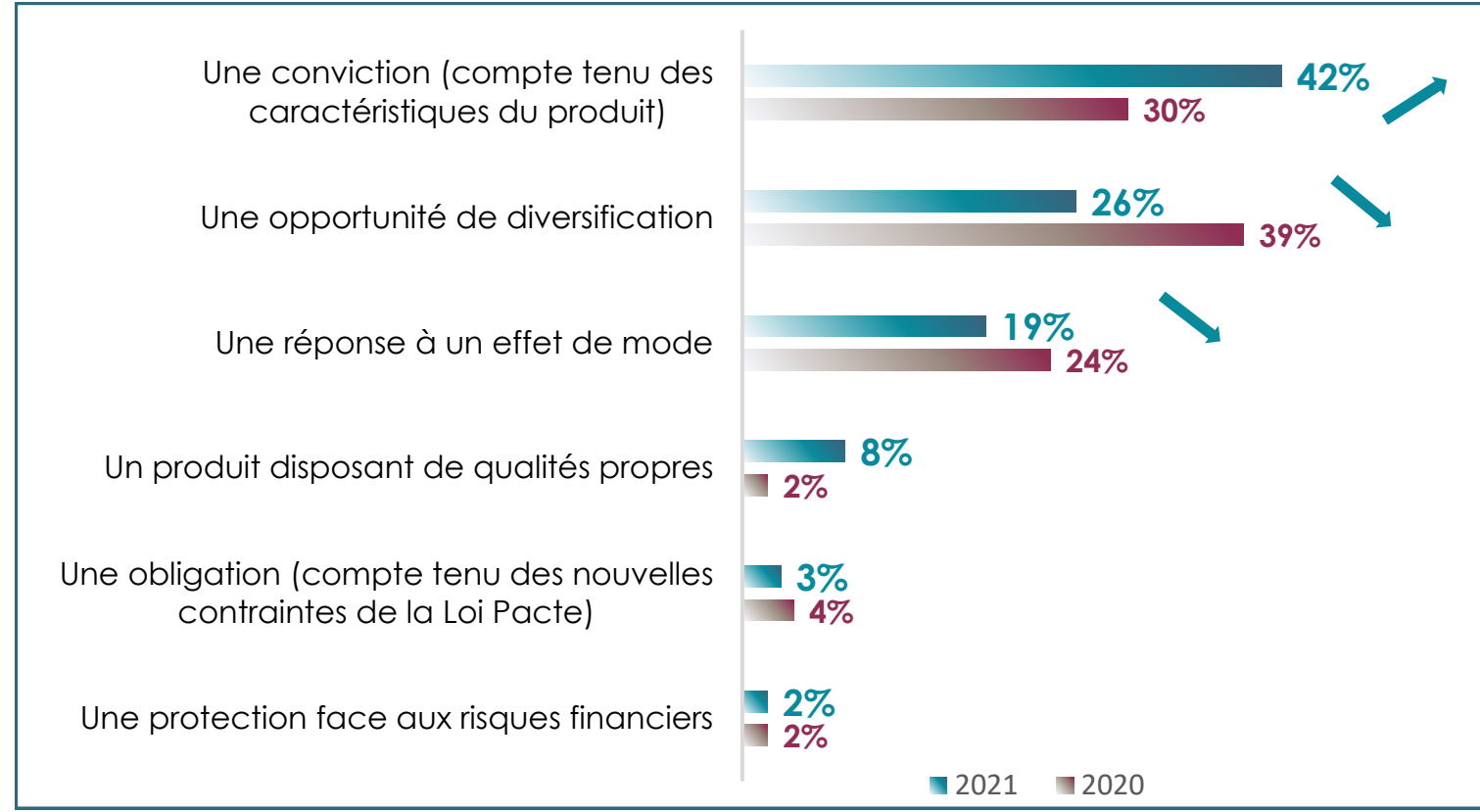


Perception

Les distributeurs, désormais, convaincus par l'Investissement Responsable, la perception « effet de mode » perd du terrain



Q6 : Comment considérez-vous les produits d'Investissement Responsable dans votre proposition de service / modèle d'allocation?



65%



65%

26%

26%

5%

0%

0%

6%

0%

0%

5%

3%

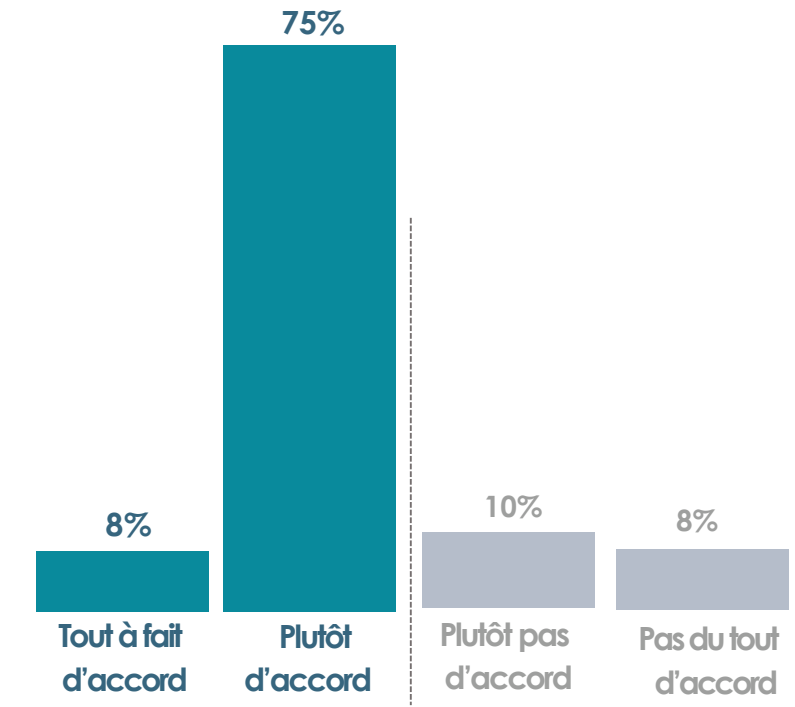
Résultats.



Perception

Les labels continuent de constituer coté distributeurs un outil de sélection approprié à forte adhésion

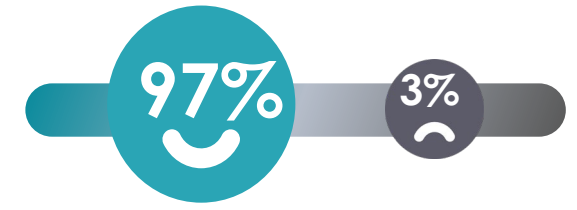
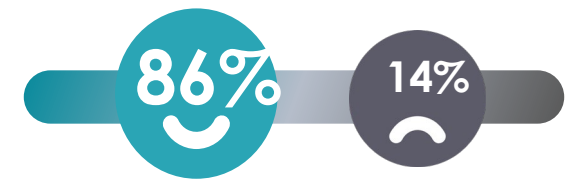
Q7 : Faites-vous confiance aux labels spécialisés pour répondre aux attentes Investissement Responsable de vos clients?



CGP +



BP



“ Nous avons besoin d’un label universel, sélectif et permettant de comparer les produits entre eux.

Marie-Anne Jacquier

Résultats.



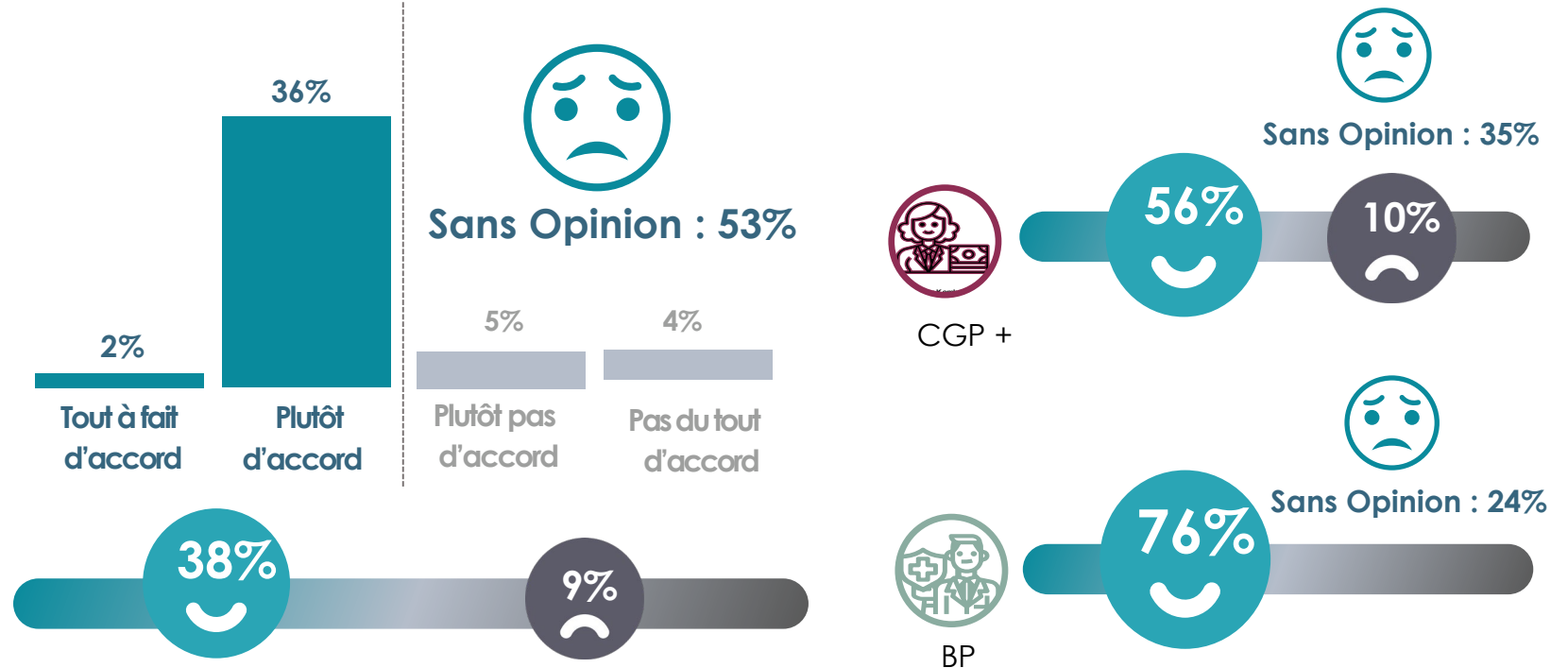
Perception

La réglementation SFDR reste à ce stade en manque de vulgarisation (**53%** des distributeurs sont sans opinion). Coté BP, l'auto-déclaration SFDR semble déjà mieux maîtrisée.

Q7bis : Pensez-vous que les catégories Art 8 et Art 9 du règlement SFDR sont à même d'apporter plus de clarté et donc de confiance dans les produits Investissement Responsable?

“ A ce stade, la réglementation SFDR manque de lisibilité.

Pascale Baussant



Résultats.



Freins

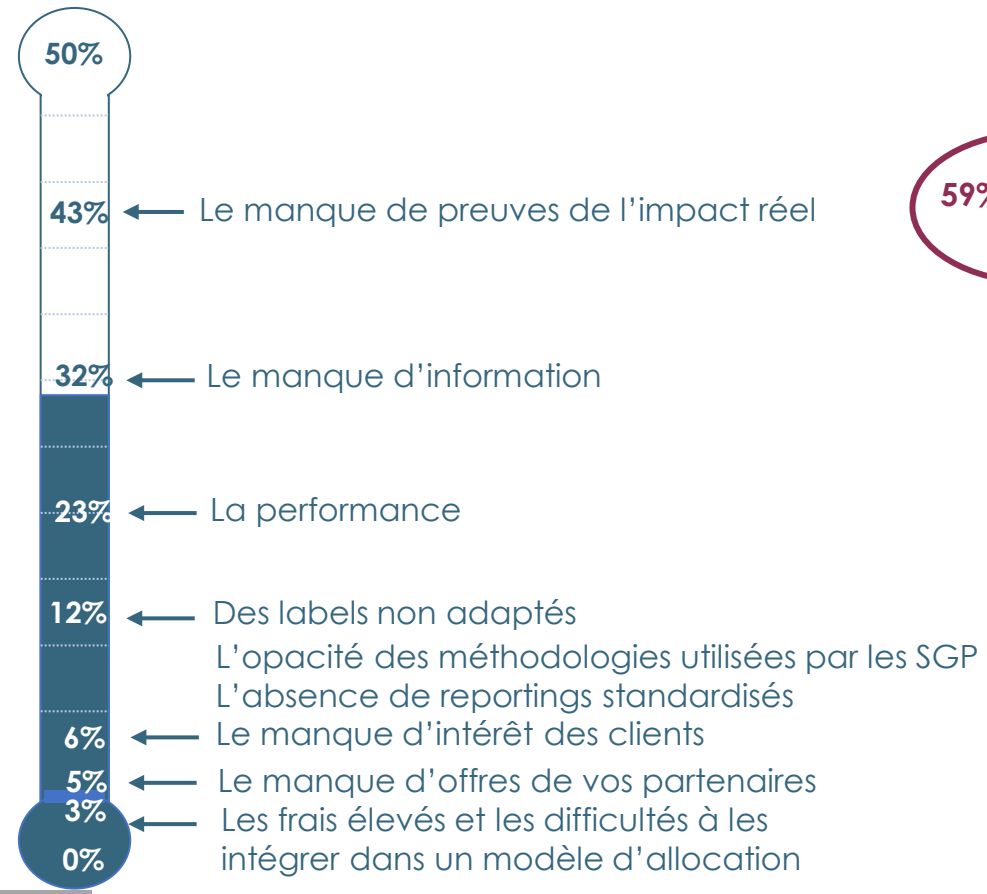
Le besoin de justifier l'impact devient désormais criant. La performance extra-financière doit pouvoir s'expliquer comme la performance financière.



Q8 : Quels sont les freins, selon vous, à la commercialisation des produits Investissement Responsable?

“ Le reporting sur la responsabilité des investissements : actuellement une « Samaritaine » de la donnée.

Marie-Anne Jacquier



59% pour les BP

✓ Réponses multiples : 1,4 réponse en moyenne par conseiller

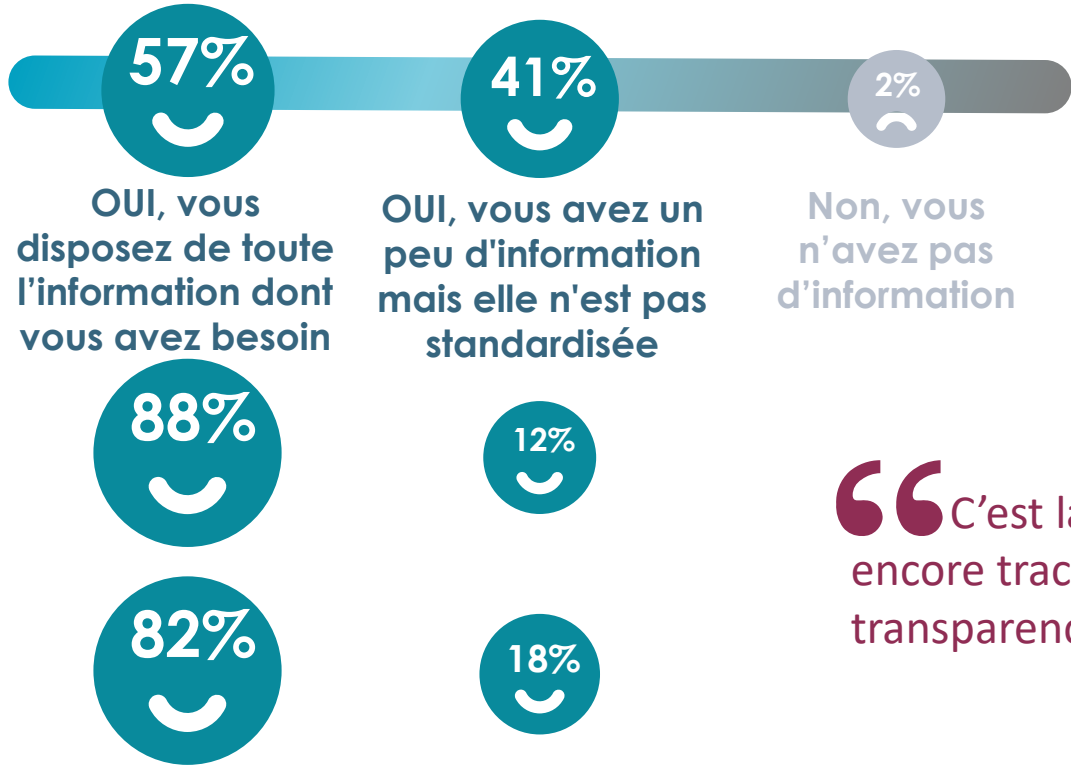
Résultats.



Freins

La quantité d'informations fournies et la régularité jugées suffisantes

Q9 : Disposez-vous des éléments d'information suffisants pour effectuer votre sélection de produits Investissement Responsable et pour effectuer vos reportings réguliers ?



“C'est la jungle. Nous devons encore tracer un chemin vers la transparence.”

Pascale Baussant

Résultats.



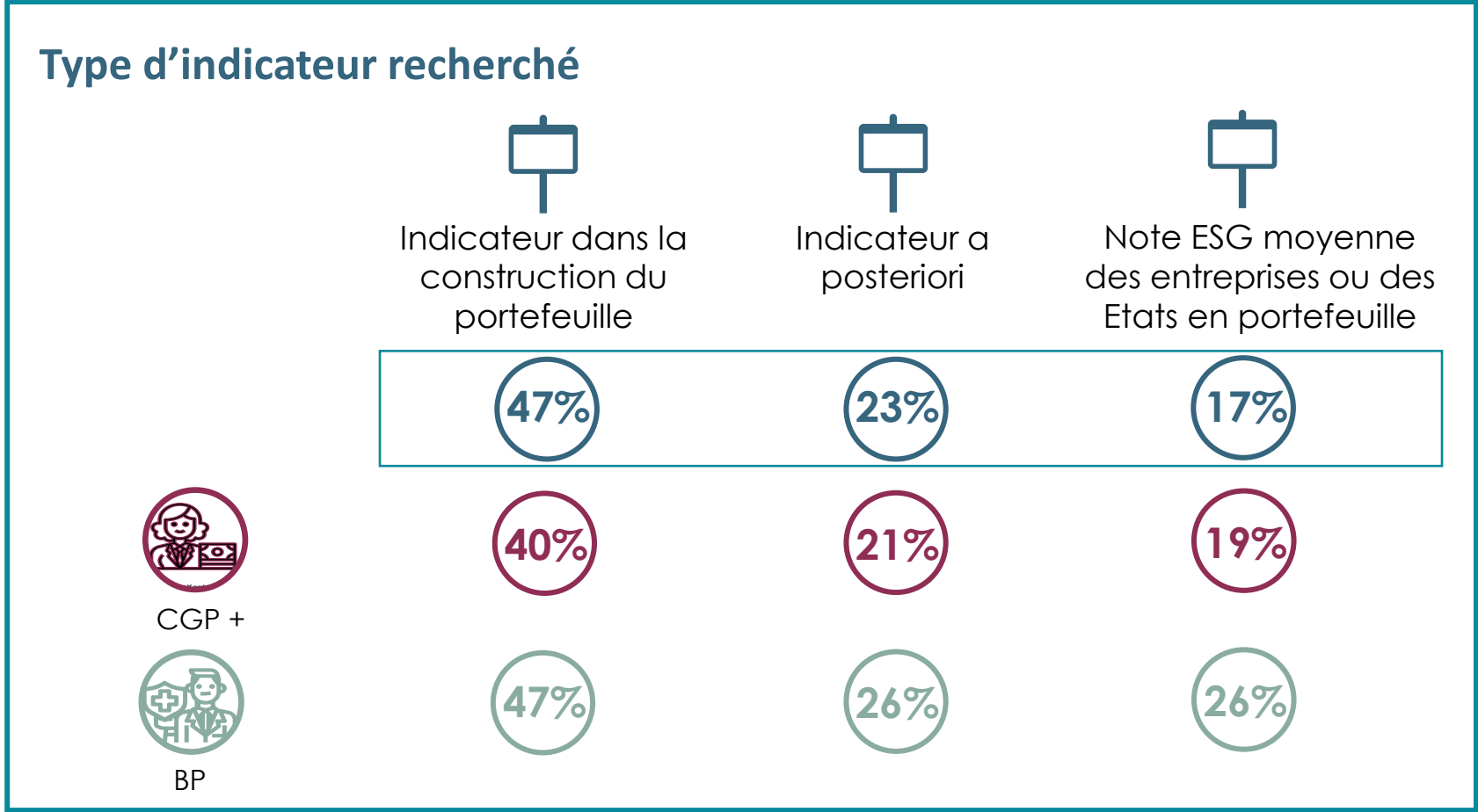
Freins

47% des distributeurs se prononcent pour les indicateurs à la construction du portefeuille



Q10 : Sur quel type d'informations souhaiteriez-vous :

- Pouvoir vous appuyer dans la sélection et le suivi extra-financier ?
- Et selon quelle fréquence et sur quels types de supports ?



Résultats.



Freins

Et **35 %** des distributeurs privilégient une publication semestrielle



Fréquence de publication et support

	Indicateur dans la construction du portefeuille	CGP + BP	Indicateur a posteriori	CGP + BP	Note ESG moyenne des entreprises ou des Etats en portefeuille	CGP + BP
Reporting en mensuel	15%	19% 15%	11%	12% 9%	12%	19% 9%
Reporting trimestriel	28%	19% 35%	25%	19% 29%	26%	19% 32%
Reporting semestriel	35%	40% 32%	37%	44% 44%	39%	44% 47%
Rapports d'impact annuel	20%	21% 15%	25%	23% 15%	23%	16% 9%

Résultats.

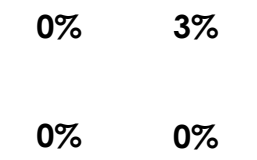
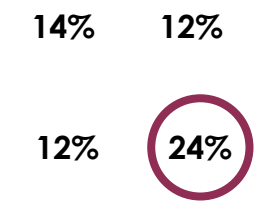
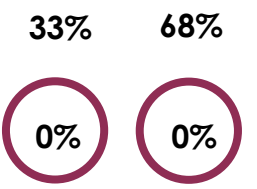
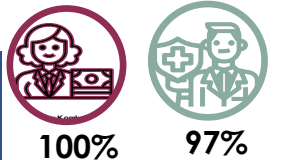
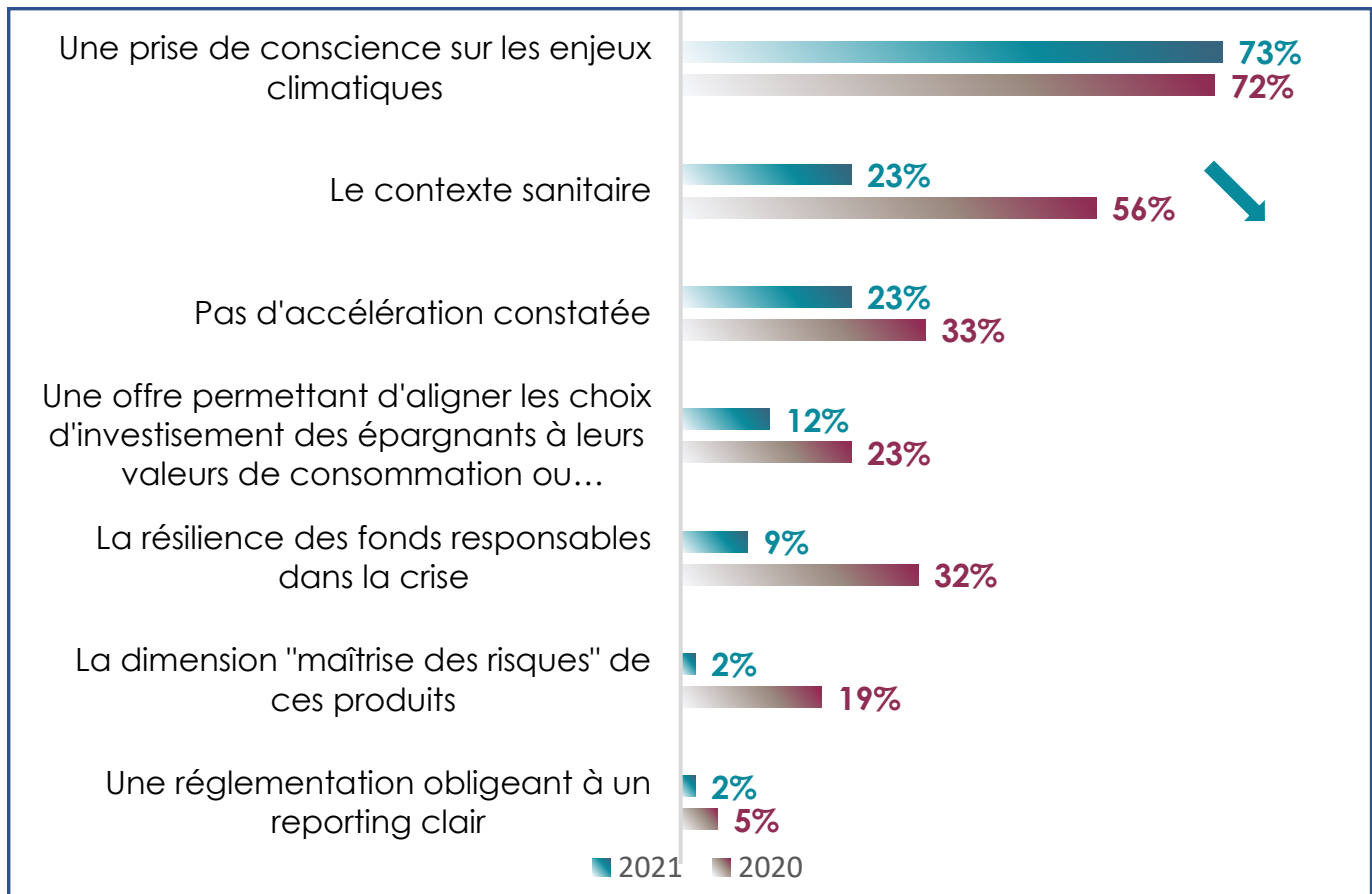


Conditions de réussite

L'accélération de la demande s'explique exclusivement par une prise de conscience sur les enjeux climatiques

Q11 : L'accélération de la demande de la part de votre clientèle s'explique selon vous par :

“ Il n'y a pas eu d'effet GIEC, peut-être que MIFID suscitera la mobilisation.   
 Alexandre Neuvy



✓ Réponses multiples : 1,4 réponse en moyenne par conseiller (vs. 2,5 en N-1)



# 5

## Paroles de distributeurs.



## Entretiens



### Entretiens avec quelques distributeurs...



Baussant  
Conseil

Pascale Baussant  
Dirigeante Fondatrice



Marie-Anne Jacquier  
Directrice Générale Adjointe



Alexandre Neuvy  
Directeur Gestion Privée



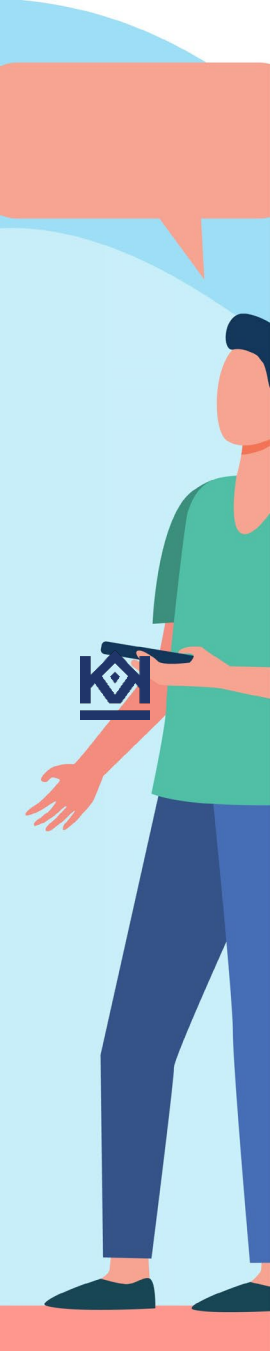
Frédéric Collorafi  
Membre de la Direction et du  
Comité d'investissement LCL



# Paroles de distributeurs

## *Les Thématiques abordées*

1. Quelle **communication avec nos clients** sur l'Investissement Responsable ?
2. L'investissement responsable répond à une **logique d'offre**
3. Bâtir une **allocation** sur base d'investissements responsables
4. Un **reporting extra-financier** en mal de maturité





## 1. Quelle communication avec nos clients sur l'Investissement Responsable ?

L'étude met en évidence un partage plus systématique des conseillers avec leurs clients sur les thématiques d'investissement responsable - « Si nous n'échangions pas avec nos clients sur l'investissement responsable, cela irait à l'encontre des valeurs de notre Groupe. Ils ne comprendraient pas que ce sujet ne soit pas évoqué » - Frédéric Collorafi ; cependant, les distributeurs interrogés expliquent que s'il est aisé aujourd'hui d'engager un dialogue et de convaincre (« Le niveau d'information exigé par nos clients reste à ce stade encore faible, nous n'avons de fait pas toujours le temps d'aller au fond des choses sur ces aspects compte tenu de l'ensemble des sujets à traiter avec eux » - Marie-Anne Jacquier), l'évolution réglementaire constitue pour eux un défi. « En tant que distributeur, nous souffrons du manque de formation » - Pascale Baussant. Tous s'inquiètent du « millefeuille » réglementaire actuel qui contraint les distributeurs à s'intéresser à la fois à toute l'actualité européenne autour du sujet et à ses interprétations domestiques mais aussi à l'évolution des labels qu'ils soient d'Etat ou privés, locaux et internationaux. Ils attendent des sociétés de gestion des propositions, des solutions pour rester à la page « Nous courons après la connaissance ; le décalage sur la maîtrise de la réglementation s'amplifie entre producteurs et distributeurs » - Pascale Baussant.



Pascale Baussant  
Baussant Conseil

« Nos clients viennent chercher avant tout des solutions à leur problèmes patrimoniaux, mais sont loin d'être indifférents à un dialogue sur l'investissement responsable »



## 2. L'investissement responsable répond à une logique d'offre

Rares sont les clients qui préemptent l'Investissement Responsable en interrogeant des Conseillers sur leurs enjeux patrimoniaux. Les clients viennent avant tout chercher une gestion dynamique de leurs actifs. « Nous rencontrons au quotidien trois profils de clients :

- Nos clients fortunés seniors qui agissent dans deux logiques distinctes : d'un côté, les supports pour les placements avec un souci de rendement, et de l'autre leurs actions en faveur du social et de l'humanitaire
- Des générations, moins âgées, souvent moins aisées mais qui sont en demande spontanée sur le Responsable
- Enfin, des classes de patrimoniaux qui considèrent qu'investir responsable se limite à un « plus ». - Marie-Anne Jacquier.

Devant la multiplication des offres intégrant les critères ESG, la crainte des distributeurs est de voir les gérants altérer l'objectif de leur mission : rechercher de la valeur : « L'essentiel pour les gérants est de ne pas s'éloigner de leur objectif premier : identifier les entreprises qui vont générer de la survaleur, et la réaliser de façon responsable est un atout mais aussi un gage complémentaire. » - Marie-Anne Jacquier.

« A ce stade, nous ne pouvons considérer qu'il y ait un emballement de la clientèle privée pour la gestion responsable. Le marché répond à une logique d'offre plus que de demande »

Alexandre Neuvy  
Amplegest





### 3. Bâtir une allocation sur base d'investissements responsables

Le baromètre met en évidence les investissements réalisés par les distributeurs pour sélectionner des partenaires sociétés de gestion à même de leur proposer des produits performants responsables. Que ce soient via le support de leurs équipes en interne, en recourant aux bases de données spécialisées ou encore en instaurant des partenariats de « gatekeeping » avec des sociétés de gestion, l'objectif est de distinguer au mieux le bon grain de l'ivraie dans un univers désormais large. « *La gestion responsable est comme un plat unique, chacun à sa recette pour le composer* » - Alexandre Neuvy. Certains poussent leur démarche jusqu'à des audits qualifiés des gérants sélectionnés, mais aussi s'attachent à la pleine dimension responsable de l'équipe de gestion afin d'évaluer leur juste conviction (existence d'une fondation, typologie des actions entreprises, mobilisation des équipes internes...). « *Notre sélection de fonds répond à un processus robuste et exigeant visant à sélectionner les meilleurs expertises. Nous avons constitué chez LCL nos propres gammes « Impact climat », intégrant des dispositifs de compensation carbone, et « Impact sociétal et solidaire.* » - Frédéric Collorafi. Les distributeurs soulignent les difficultés à construire des portefeuilles autres que dans le cadre d'une gestion dynamique européenne. Des gestions restent encore éloignées de l'investissement responsable, c'est notamment le cas de l'investissement sur des pays émergents, les véhicules à dominante prudente, ou encore les gestions « global-macro ».



Marie-Anne Jacquier  
Herez

« Nous sommes face à un marché d'offre ; les fonds « verdissent » en nombre avec plus ou moins de convictions. »

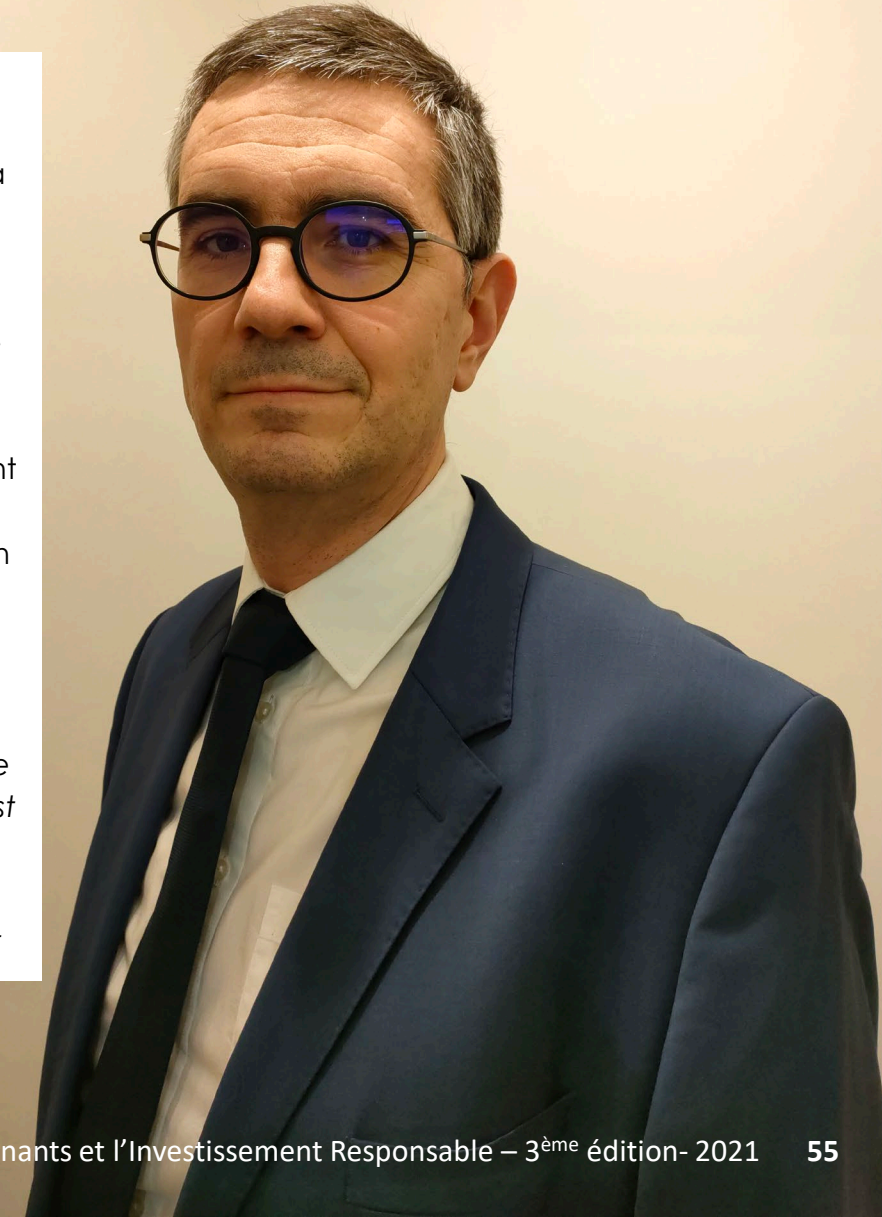


## 4. Un reporting extra-financier en mal de maturité

« Le reporting est une boîte noire, une donnée normée est la clé ». Alexandre Neuvy. Difficile à ce stade d'obtenir des indicateurs comparables régulièrement publiés pour appuyer son jugement sur la qualité extra-financière des investissements. D'abord l'origine et la qualité des données des émetteurs qui restent non normées (les objectifs affichés par la gouvernance de l'IFRS devraient répondre à moyen terme à ce point), ensuite la multiplication des agences et de leurs méthodes péniblement déchiffrables, puis les processus internes des sociétés de gestion d'intégration des critères ESG épaississent un peu plus le mystère et enfin les labels dont les cahiers des charges sont pluriels et plus ou moins oppressifs. De l'avis des distributeurs et en dépit des réglementations à venir en matière de reporting (Obligation de publication des Principal Adverse Impacts en 2022), juger la performance extra-financière au même niveau que la performance financière d'un portefeuille en 2022 relèvera encore du challenge.

« Nous avons encore certains de nos clients qui restent réticents à investir dans des produits responsables considérant, à tort, que la prise en compte de facteurs extra-financiers pèse sur la performance. C'est un héritage du passé. Aujourd'hui, sans nul doute, un reporting standardisé facilitant la comparaison entre les différentes sociétés de gestion permettrait d'accroître l'intérêt de nos clients sur ces sujets. » - Frédéric Collorafi.

Frédéric Collorafi  
LCL



« Nous fondons beaucoup d'espoir sur le règlement SFDR. Dès à présent, l'auto-déclaration en article 8 ou 9 participe à la sélection des fonds dans lesquels nous investissons, à travers notre grille d'analyse.»

# 6

## CONCLUSION ET VISION CPR AM.

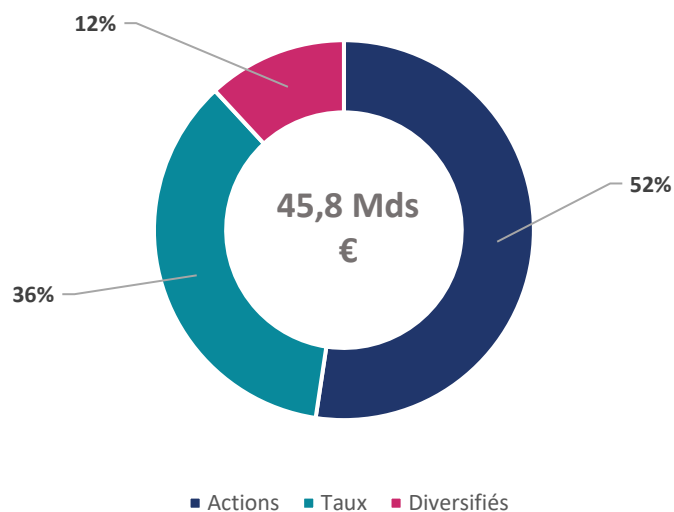




## Conclusion

# Une ambition forte en matière d'IR et des résultats concrets

### 3/4 des encours gérés de façon responsable Répartition par classe d'actifs



Source : CPR AM au 30/09/2021, périmètre des fonds classés en articles 8 et 9 (SFDR)



**92% d'encours responsables**  
sur nos fonds ouverts  
(articles 8 ou 9 SFDR)



**21 Mds €**  
des encours **labélisés** **+1,4 Mds**  
vs. 2020




Une forte dynamique de collecte  
sur les solutions **impact** : **4,3 Mds €**

**X 2**  
en 2021

## Conclusion

# Une gamme IR qui adresse tous les besoins d'investissement



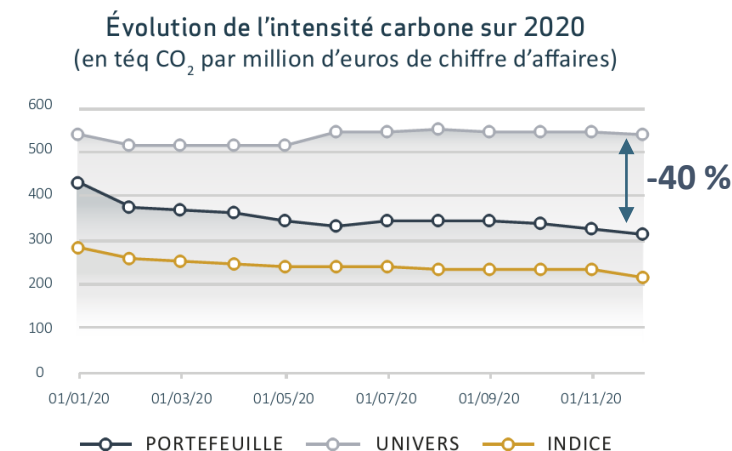
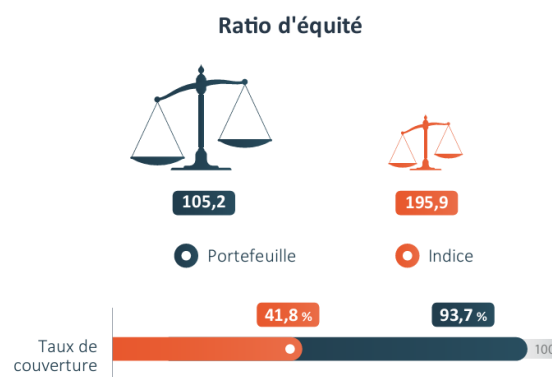
	TAUX & CRÉDIT	DIVERSIFIÉS & CONVERTIBLES	ACTIONS	ACTIONS THÉMATIQUES
	Climate Bonds Euro		Actions France ESG Euroland ESG Europe ESG USA ESG	Climate Action Education Food For Generations Future Cities Global Silver Age Hydrogène Social Impact
	Cash Monétaire ISR Oblig 6 Mois Oblig 12 Mois Euro Gov ISR	Euroland Premium Gamme Croissance Smart Trends	Euro High Dividend Global Equity ESG GEAR Emerging GEAR World	Ambition France Global Disruptive Opportunities Global Lifestyles Medtech Megatrends Silver Age

Source : CPR AM au 31/12/ 2021

## Conclusion

# Rapports d'impact, enjeux de transparence et de pédagogie

- ✓ Défis et contexte de l'enjeu
- ✓ Philosophie et méthodologie d'investissement
- ✓ Mesure de l'impact sur l'année passée
- ✓ Exemples d'actions concrètes des entreprises pour répondre aux enjeux
- ✓ Politique de vote et d'engagement en lien avec l'enjeu
- ✓ Exemples concrets d'engagement avec les entreprises et/ou votes représentatifs aux AG
- ✓ Initiatives du Groupe



Sources : CPR AM, graphiques extraits des rapports annuels d'impact des compartiments CPR Invest Food For Generations, Education et Social Impact

Conclusion

# Des solutions climat innovante et alignées avec les objectifs « net zéro »



2,2 milliards d'encours gérés avec une approche climat

12/2018 - Lancement **Climate Action** en partenariat avec le CDP  
100% actions

03/2021 - déclinaison Climate Action sur la **zone euro**

03/2020, lancement solutions compensation carbone 100% actions  
+ **multi classes d'actifs**

11/2021, lancement stratégie sur **l'hydrogène**



Source : CPR AM au 31/12/ 2021



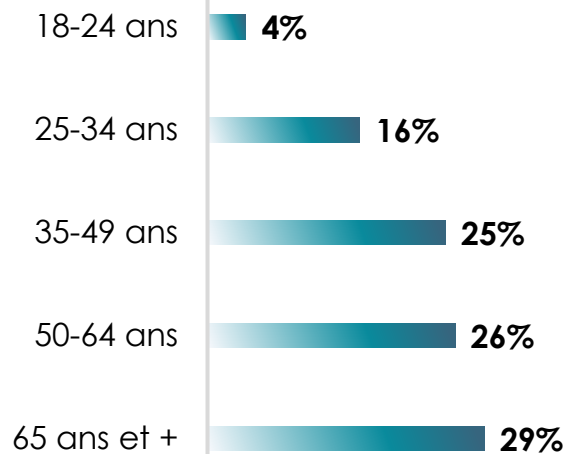
# Annexe.



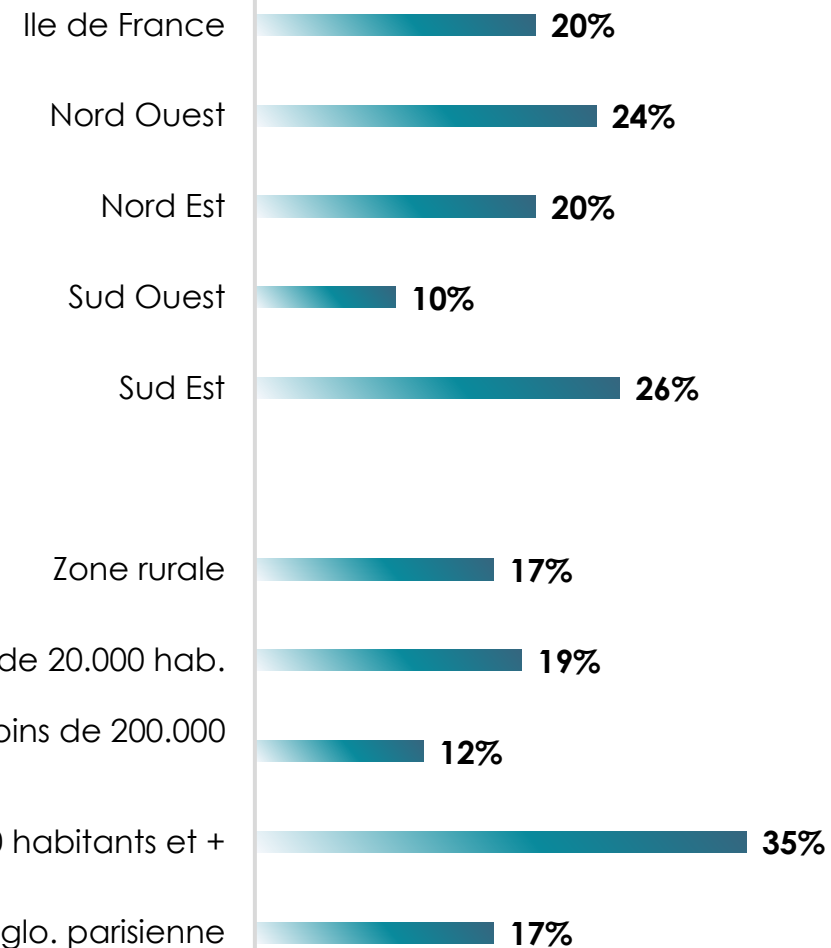
# Profil des épargnants sondés (1/3)

1132  
réponses

## Sexe & Age



## Localisation

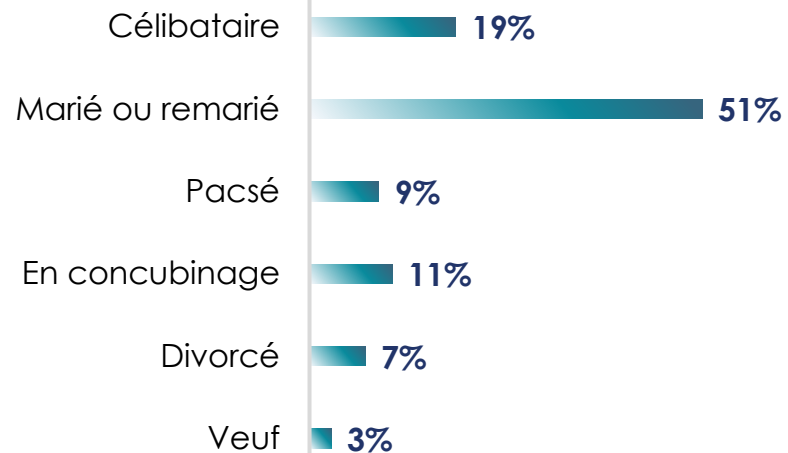


# Profil des épargnants sondés (2/3)

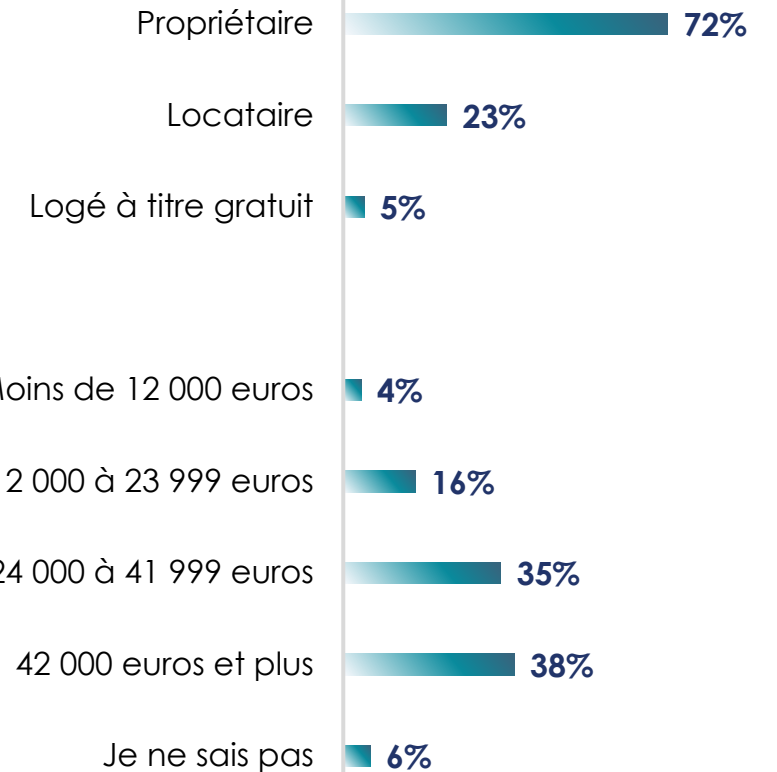


1132  
réponses

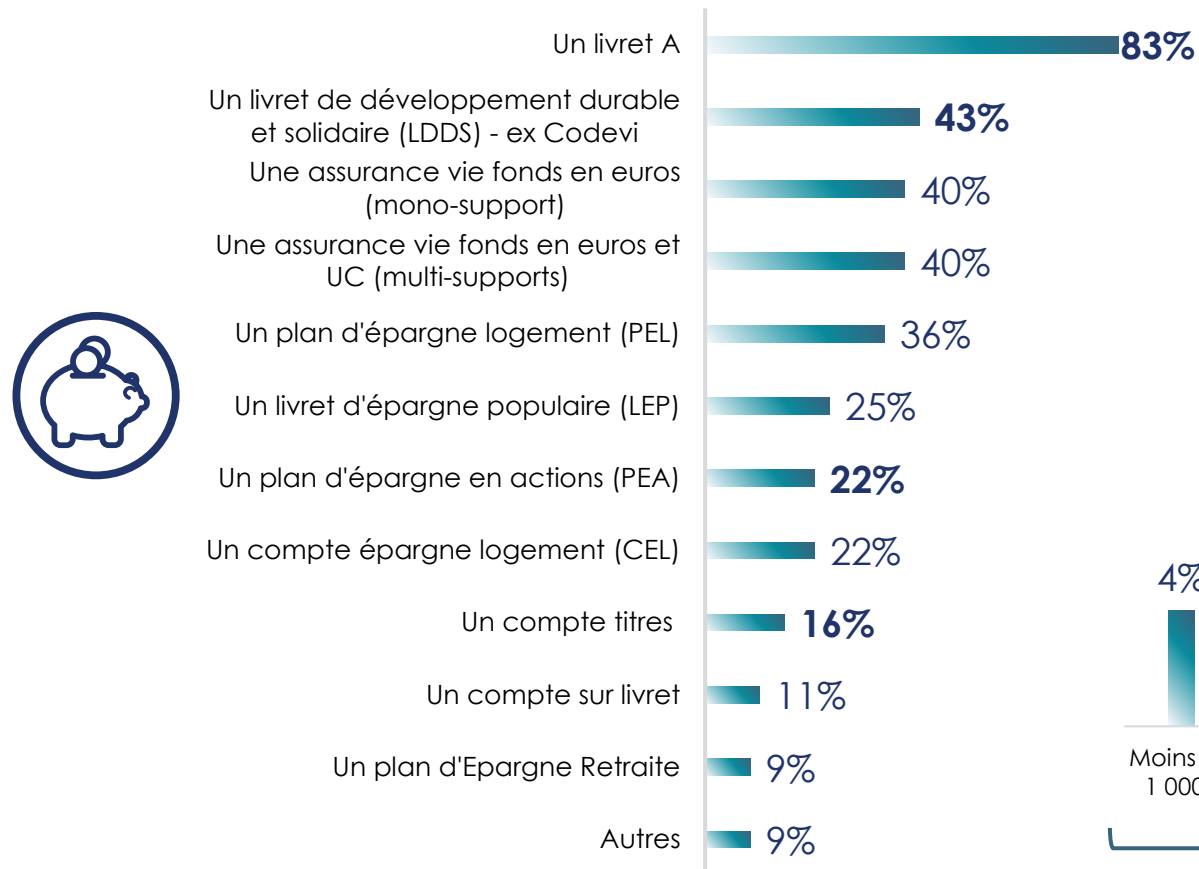
## Catégorie sociale & salariale



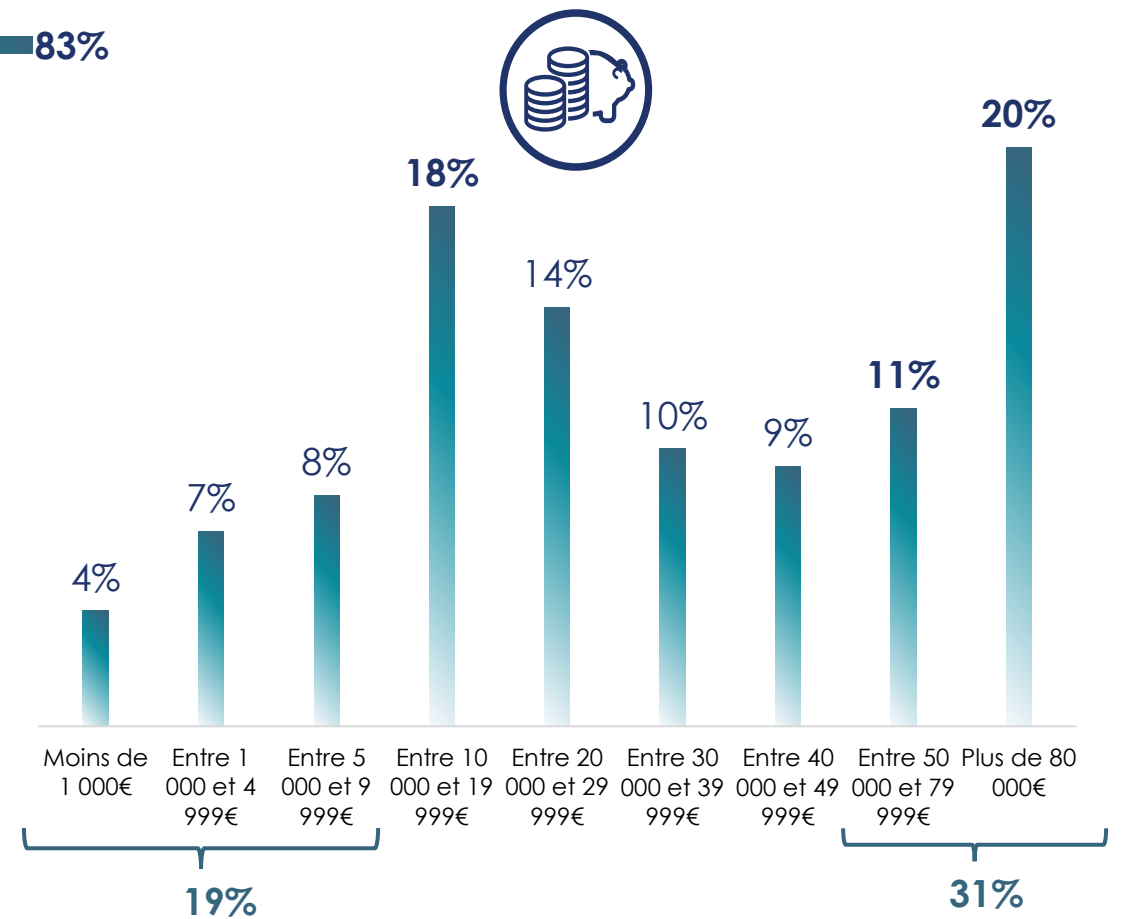
## Revenus



## Véhicules d'épargne



## Montant de l'épargne

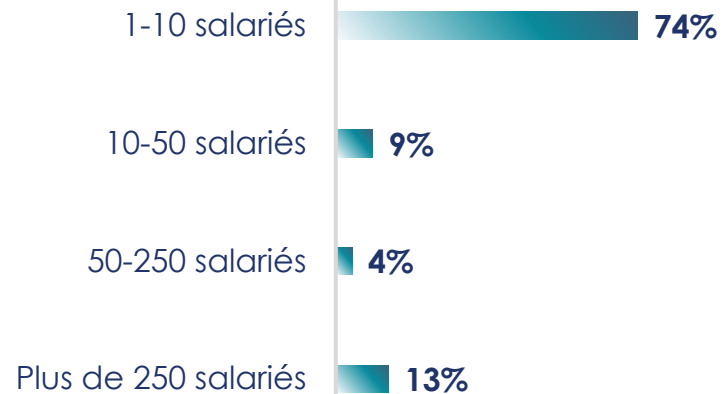
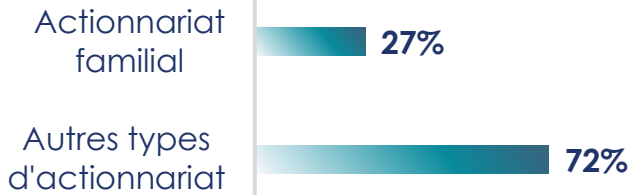




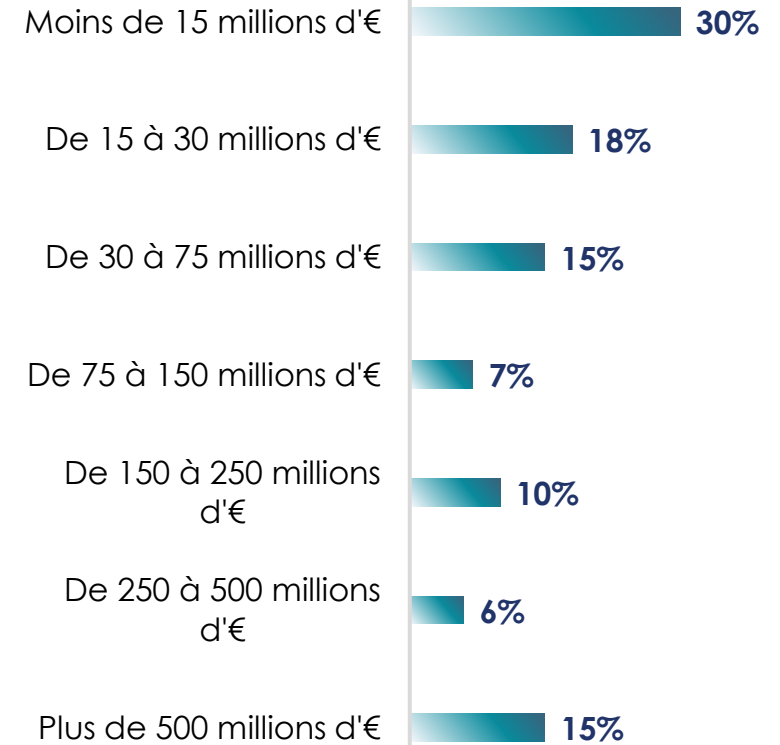
# Profil des conseillers sondés (1/2)

421  
réponses

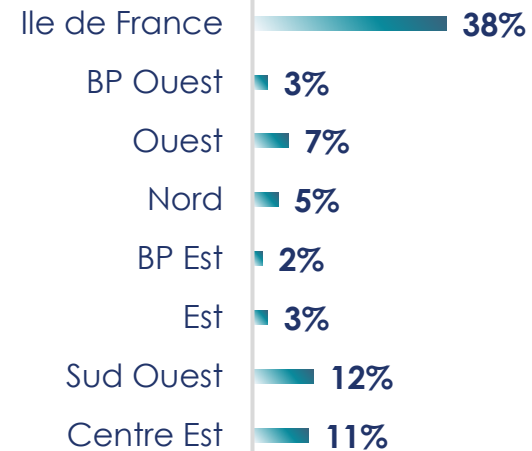
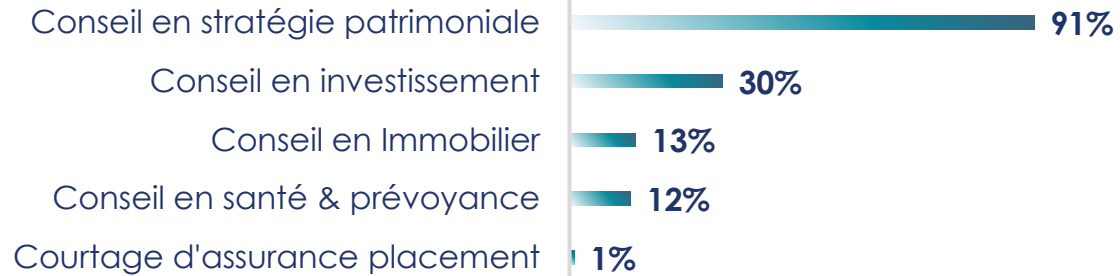
## Actionnariat & Taille



## Actifs confiés



## Activités &amp; Localisation





**CPR AM**

**Arnaud Faller**

Directeur Général Délégué en charge des Investissements

[arnaud.faller@cpr-am.com](mailto:arnaud.faller@cpr-am.com)



**INSIGHT AM**

**Pascal Koenig**

Président Fondateur

[pkoenig@insightam.fr](mailto:pkoenig@insightam.fr)



**CPR AM**

**Pauline MARTEAU**

Responsable Relations Presse

[pauline.marteau@cpr-am.com](mailto:pauline.marteau@cpr-am.com)



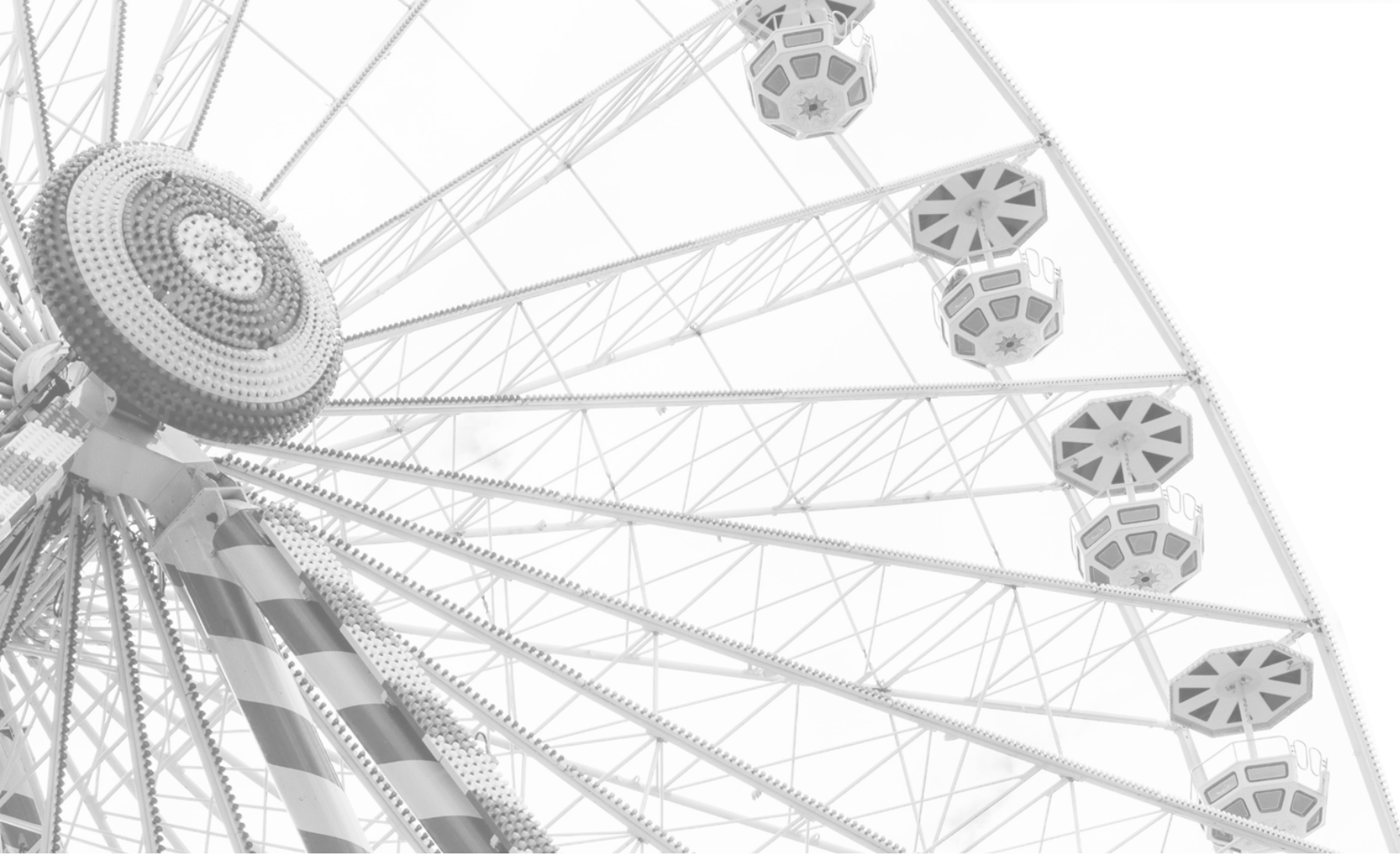
**Informations promotionnelles** non contractuelles destinées aux Investisseurs « professionnels » au sens de la Directive Européenne MIF, ne constituant ni un conseil en investissement, ni une recommandation, ni une offre de contrat. Avant tout investissement, il appartient à toute personne intéressée par un OPC, de s'assurer de la compatibilité de son investissement avec les lois dont il relève ainsi que de ses conséquences fiscales et de prendre connaissance du document d'informations clés pour l'investisseur (DICI) en vigueur et relatif à cet OPC et plus particulièrement les sections sur les risques, les frais et les principales caractéristiques. **Les OPC cités n'offrent pas de garantie de performance et présentent un risque de perte en capital, notamment en raison des fluctuations de marché. Les performances passées ne sont pas constantes dans le temps, ne font l'objet d'aucune garantie et ne sont donc pas un indicateur fiable des performances futures. Toute souscription dans un OPC se fait sur la base du DICI et de sa documentation réglementaire.** Toutes les informations présentées sont réputées exactes en date de réalisation du document.

Ce document n'est pas destiné à l'usage des résidents ou citoyens des Etats Unis d'Amérique et des « U.S. Persons », telle que cette expression est définie par la «Regulation S» de la Securities and Exchange Commission en vertu du U.S. Securities Act de 1933 et reprise dans le Prospectus des OPC cités dans ce document.

L'ensemble de la documentation réglementaire est disponible en français sur le site [www.cpr-am.fr](http://www.cpr-am.fr) ou sur simple demande au siège social de la société de gestion.

**CPR Asset Management**, Société anonyme au capital de 53 445 705 € - Société de gestion de portefeuille agréée par l'AMF n° GP 01-056 – 91 - 93 boulevard Pasteur, 75015 Paris - France – 399 392 141 RCS Paris.

Les informations contenues dans ce document n'ont aucune valeur contractuelle et n'engagent pas la responsabilité de CPR AM. Les informations contenues dans cette publication sont basées sur des sources que nous considérons fiables, mais nous ne garantissons pas qu'elles soient exactes, complètes, valides ou à propos, et ne doivent pas être considérées comme telles à quelque fin que ce soit. Cette publication ne peut être reproduite, en totalité ou en partie, ou communiquée à des tiers sans l'autorisation préalable de CPR AM.



# INSIGHT AM

Targeting studies & Marketing strategies



Created by Olivier Luythens  
Fronted by Pascal Koenig

Pascal KOENIG



Created by Creative Stat  
Powered by WhatsApp Business

+33 6-85-06-02-69



Created by Creative Stat

pkoenig@insightam.fr



<http://www.insightam.fr>