

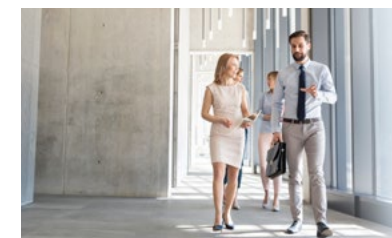
**Décrypter
l'investissement
Digital
2025**

**Nouvelles Normes,
Nouvelles Opportunités**

SOMMAIRE

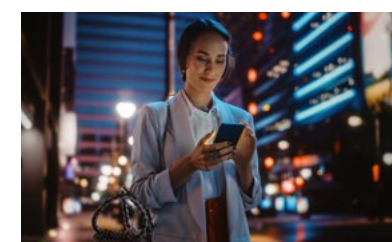
04

AVANT-PROPOS



06

QUI ET
COMMENT?



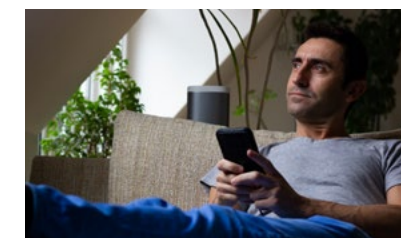
08

PARTIE 1:
L'indice DIGI : qui sont
les investisseurs les
plus digitalisés?



50

PARTIE 4:
Réactiver les
investisseurs dormants



24

PARTIE 2:
La retraite : le fossé
entre les objectifs à
atteindre et la réalité



66

CONCLUSION



38

PARTIE 3:
La multiplication des
sources d'influence
auprès des investisseur

AVANT-PROPOS

Depuis plusieurs années, les pratiques des investisseurs particuliers évoluent au gré de l'évolution démographique et des changements des usages dans le sillage de la digitalisation de l'économie.

Suite au succès de notre première étude Decoding Digital en 2024, Amundi a lancé une nouvelle édition sur un périmètre élargie qui voit le nombre de pays doubler et la taille de l'échantillon tripler permettant notamment d'approfondir l'analyse en Asie, en Afrique et en Amérique latine.

L'édition de cette année confirme que l'adoption du digital transcende les zones géographiques, les âges et les niveaux de patrimoine. Elle met aussi en évidence que les modèles combinant conseil professionnel et outils digitaux se répandent et deviennent de plus en plus déterminants dans l'élaboration de stratégies d'investissement de long terme.

L'époque où l'investissement en ligne se cantonnait aux plateformes uniquement digitales est révolue. Plus de la moitié des investisseurs particuliers utilisent désormais à la fois des canaux digitaux et des canaux « traditionnels ». De plus, près des trois quarts d'entre eux recherchent des informations et du conseil en ligne.

En discutant avec nos clients et partenaires, il paraît évident qu'il n'est plus vraiment question de savoir si il faut créer des parcours clients en ligne, mais plutôt de savoir comment construire des modèles hybrides.

Dans cette étude, nous explorons les objectifs que poursuivent les investisseurs et nous analysons les changements des méthodes d'éducation et d'influence qui les concernent. Les conclusions de ce rapport examinent également la question cruciale de la fidélisation et de la réduction de l'inactivité des investisseurs.

Enfin, bien que chaque pays dispose de systèmes d'épargne et de retraite distincts engendrant des différences d'habitudes et de comportements, cette étude offre une mine d'informations et d'idées à ceux qui cherchent à comprendre l'évolution des attentes et des comportements des investisseurs dans un monde de plus en plus digital.

Fannie Wurtz

*Directrice de la Division
Distribution & Banques
Privées et du métier
Gestion Passive*



QUI ET COMMENT ?

Les enseignements de cette étude sont basés sur les opinions de 11 355 investisseurs particuliers interrogés dans 25 pays et répartis sur 4 continents. Nous avons fixé des quotas par âge et par sexe afin de disposer d'un échantillon équilibré et robuste permettant d'évaluer les différences entre les catégories démographiques.

L'enquête a été réalisée en ligne, dans la langue des personnes interrogées, entre décembre 2024 et janvier 2025.

Les investisseurs devaient disposer d'un seuil minimum d'investissements par rapport à leur âge:¹

Amundi a mandaté H/Advisors Cicero pour concevoir et réaliser l'étude, analyser les résultats de la recherche et contribuer à la rédaction du rapport.

H/Advisors Cicero est une société de conseil de premier plan qui propose des services de conseil en politiques publiques et en communication, des programmes d'influence stratégique à l'échelle mondiale, ainsi que des études de marché indépendantes. [Cicero-group.com](https://cicero-group.com)

Age
21-30
€2,001
ou équivalent

Age
31-40
€3,501
ou équivalent

Age
41+
€5,001
ou équivalent

	ÉCHANTILLON GLOBAL	HOMME	FEMME	21-30	31-40	41-50	51-60
 Autriche	479	54%	46%	34%	31%	24%	11%
 Belgique	476	57%	43%	32%	32%	20%	16%
 Brésil	459	51%	49%	34%	34%	22%	11%
 Chine	472	50%	50%	33%	33%	28%	7%
 Danemark	477	69%	31%	32%	33%	26%	9%
 Finlande	481	56%	44%	32%	35%	21%	12%
 France	471	51%	49%	32%	32%	20%	16%
 Allemagne	481	55%	45%	31%	34%	18%	17%
 Hong Kong	474	49%	51%	36%	34%	21%	9%
 Inde	457	55%	45%	33%	34%	27%	6%
 Italie	475	48%	52%	33%	34%	15%	18%
 Japon	478	50%	49%	33%	33%	18%	16%
 Corée	493	48%	52%	32%	33%	18%	17%
 Malaisie	471	54%	45%	33%	34%	26%	7%
 Pays-Bas	480	55%	44%	35%	34%	20%	12%
 Pologne	362	51%	49%	33%	35%	23%	9%
 Singapour	475	58%	42%	32%	33%	28%	7%
 Afrique du Sud	375	50%	50%	40%	31%	19%	9%
 Espagne	476	50%	50%	34%	32%	19%	15%
 Suède	471	43%	57%	34%	33%	20%	14%
 Suisse	350	54%	46%	35%	33%	19%	13%
 Taïwan	342	51%	49%	30%	34%	24%	12%
 Thaïlande	449	61%	38%	33%	33%	27%	6%
 Emirats Arabes Unis	460	54%	45%	34%	33%	28%	5%
 Royaume-Uni	471	51%	48%	34%	34%	23%	10%

¹ A l'exception de l'Afrique du Sud, de la Malaisie, de l'Inde et du Brésil, où les seuils minimaux ont été fixés à 501€ ou l'équivalent pour les 21-30 ans, 1001€ ou équivalent pour les 31-40 ans et 2001€ ou équivalent pour les 41 ans et plus.

PARTIE 1:

L'INDICE DIGI : QUI SONT LES INVESTISSEURS LES PLUS DIGITALISÉS ?

Le Digital Investor Global Index (indice DIGI) permet de mesurer l'ampleur et la dynamique de l'adoption du digital dans l'investissement sur différents marchés. L'indice DIGI met en évidence le fait que les plateformes digitales sont désormais largement acceptées et deviennent la norme aussi bien comme moyen pour investir que comme source de conseils.

Notre indice s'articule autour de quatre mesures clés :



L'USAGE DES CANAUX DIGITAUX

Le pourcentage d'investisseurs particuliers détenant au moins quelques investissements sur des canaux digitaux.



L'INTENSITÉ

La part du patrimoine financier des investisseurs particuliers détenue sur des plateformes digitales.



LE CONSEIL EN LIGNE

Le pourcentage d'investisseurs particuliers qui s'informent, se renseignent ou se font conseiller en ligne pour leurs décisions d'investissement.



LA RECOMMANDATION DES CANAUX DIGITAUX

Le pourcentage d'investisseurs particuliers qui ont recommandé une application ou une plateforme d'investissement en ligne à leur famille ou à leurs amis.

Indice DIGI: panorama global

Sur l'ensemble du panel (25 pays), les investisseurs particuliers obtiennent un score de 63/100 en moyenne selon la méthode DIGI, mais le résultat varie considérablement d'un pays à l'autre.

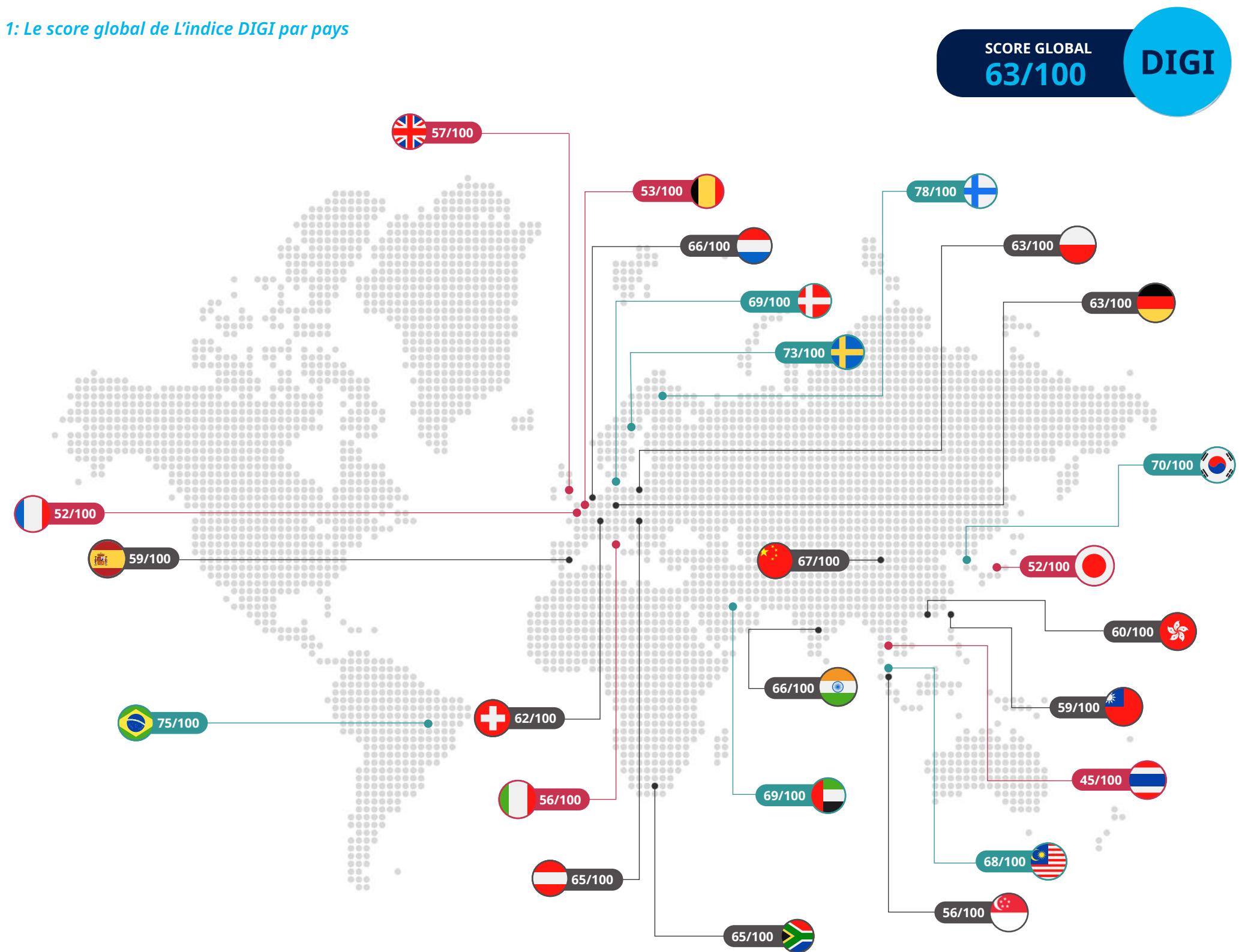
En Europe, les pays scandinaves obtiennent les scores les plus élevés, en particulier la Finlande (78/100) et la Suède (73/100). En revanche, de nombreux pays d'Europe occidentale obtiennent des scores inférieurs à la moyenne globale, en particulier la France (52/100) et la Belgique (53/100).

En dehors de l'Europe, les investisseurs particuliers au Brésil (75/100) et en Corée du Sud (70/100) sont en tête en matière d'adoption des canaux digitaux, alors que ceux de Thaïlande (45/100) et du Japon (52/100) sont à la traîne.

Comment fonctionne l'indice?

- » L'indice DIGI est noté sur 100. Plus le score est élevé, plus les investisseurs en question sont « engagés » sur les canaux digitaux.
- » Les composants **Usage** et **Intensité** sont surpondérés en raison de leur lien direct avec les comportements d'investissement. Par conséquent, les composants **Conseil** et **Recommandation** sont sous-pondérés.

Fig 1: Le score global de L'indice DIGI par pays



L'usage du Digital

L'un des points déterminants de l'indice DIGI est l'utilisation des plateformes d'investissement digitales par les investisseurs particuliers. Notre indice met en évidence que l'utilisation des canaux digitaux est élevée à l'échelle mondiale, mais qu'elle varie d'un pays à l'autre.

Au niveau mondial, 77% des investisseurs gèrent au moins une partie de leur portefeuille sur une plateforme ou une application en ligne. Ce chiffre est légèrement plus élevé en Europe (78%) et un peu plus faible en Asie (74%). Parmi les personnes interrogées, la majorité (56%) sont des investisseurs hybrides (ceux qui adoptent à la fois une approche de l'investissement en ligne et hors ligne). Un investisseur sur cinq (21%) opte pour une approche exclusivement digitale tandis qu'un sur quatre seulement (23%) adopte une approche entièrement hors ligne en ce qui concerne ses investissements.

Si l'on examine la situation par pays, on constate toutefois des variations plus importantes. Les investisseurs en Finlande (95%), Brésil (89%), Suède (89%) et Corée du Sud (89%) sont davantage susceptibles de détenir des investissements par un biais digital. Inversement, l'adoption des plateformes d'investissement en ligne est plus faible en Thaïlande (46%), au Japon (64%) et en France (65%).

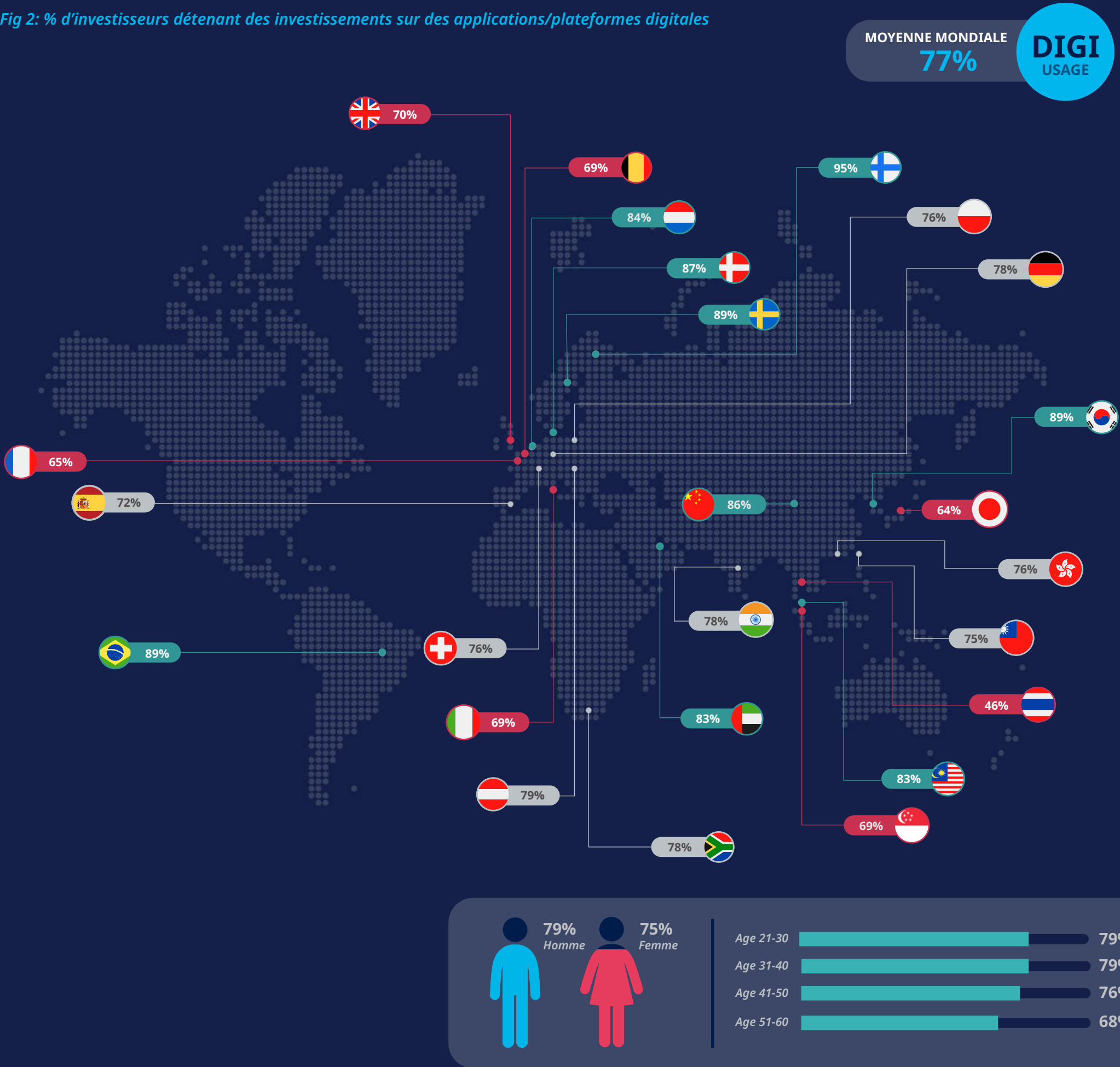
Sur les marchés européens, ces résultats restent globalement cohérents avec ceux de l'étude « Decoding Digital 2024 », où les marchés tels que la France et l'Italie étaient à la traîne derrière les pays scandinaves.²

On considère généralement que l'âge des investisseurs est un facteur déterminant dans l'utilisation des plateformes digitales. Cependant, nos résultats révèlent que des individus de tous âges sont concernés, avec 68 % des personnes de plus de 50 ans qui investissent sur ce type de plateformes en ligne. Etant donné que les investisseurs âgés de 41 à 50 ans sont proportionnellement les plus nombreux à utiliser des plateformes en ligne (76%), nous pouvons légitimement penser que la part des investisseurs digitaux de plus de 50 ans va continuer d'augmenter.

Bien que les hommes soient légèrement plus enclins à utiliser les plateformes digitales que les femmes (79% vs. 75%), le genre est moins que l'âge un facteur prédominant. Nos résultats suggèrent que cela est lié principalement à l'utilisation des cryptomonnaies, avec 28% des investisseurs masculins utilisant des plateformes cryptos contre seulement 18% des femmes. Ceci étant, les hommes sont également plus susceptibles d'investir en utilisant une plateforme de courtage ou d'investissement en ligne (32% vs. 27% pour les femmes).

² a) le nombre de pays participants est passé de 11 en 2023 à 25 en 2024 b) les parcours en ligne des sites internet des banques de détail ont été ajoutée comme une option de « plateforme numérique » en 2024, ce qui a eu un impact significatif sur la composante « usage » de l'indice DIGI.

Fig 2: % d'investisseurs détenant des investissements sur des applications/plateformes digitales



L'intensité d'utilisation

À travers le monde, les gens investissent en moyenne la moitié de leur argent via des plateformes en ligne, ce qui témoigne d'un certain niveau de confiance et de confort dans l'utilisation des canaux digitaux.³ Comme pour d'autres facteurs de l'indice DIGI, il y a peu de différences entre les moyennes européennes et asiatiques, elles sont en revanche plus significatives d'un pays à l'autre. En Thaïlande par exemple, en moyenne seulement 29% du portefeuille d'un investisseur est détenu sur des plateformes en ligne, un chiffre nettement inférieur à la moyenne globale constatée en France (36%), en Belgique (38%) et à Singapour (40%). On note une corrélation entre usage et intensité, les pays où les investisseurs utilisent le moins les plateformes digitales sont ceux où la part du portefeuille investie en ligne est la plus faible.

A l'autre bout du spectre, et à l'image de l'utilisation des canaux digitaux en général, les investisseurs en Finlande, Corée du Sud, Suède et Brésil détiennent respectivement 68%, 65%, 64% et 61% de leurs portefeuilles sur des plateformes en ligne.

Si l'on se réfère à l'âge, nous constatons que les jeunes investisseurs détiennent une part plus importante de leurs investissements sur des plateformes digitales. Les investisseurs âgés de 21 à 30 ans détiennent en moyenne 52% de leurs investissements par ce biais, tandis que cette part n'est plus que de 43% pour les investisseurs âgés de 51 à 60 ans.

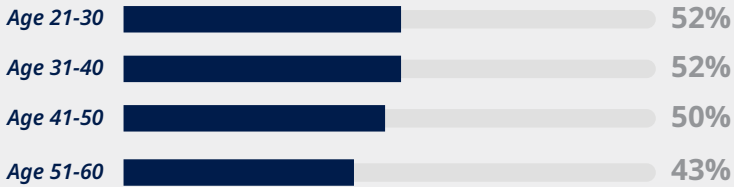
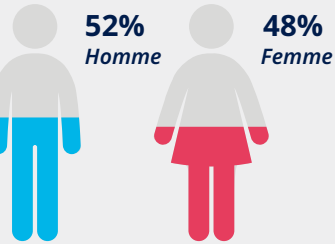
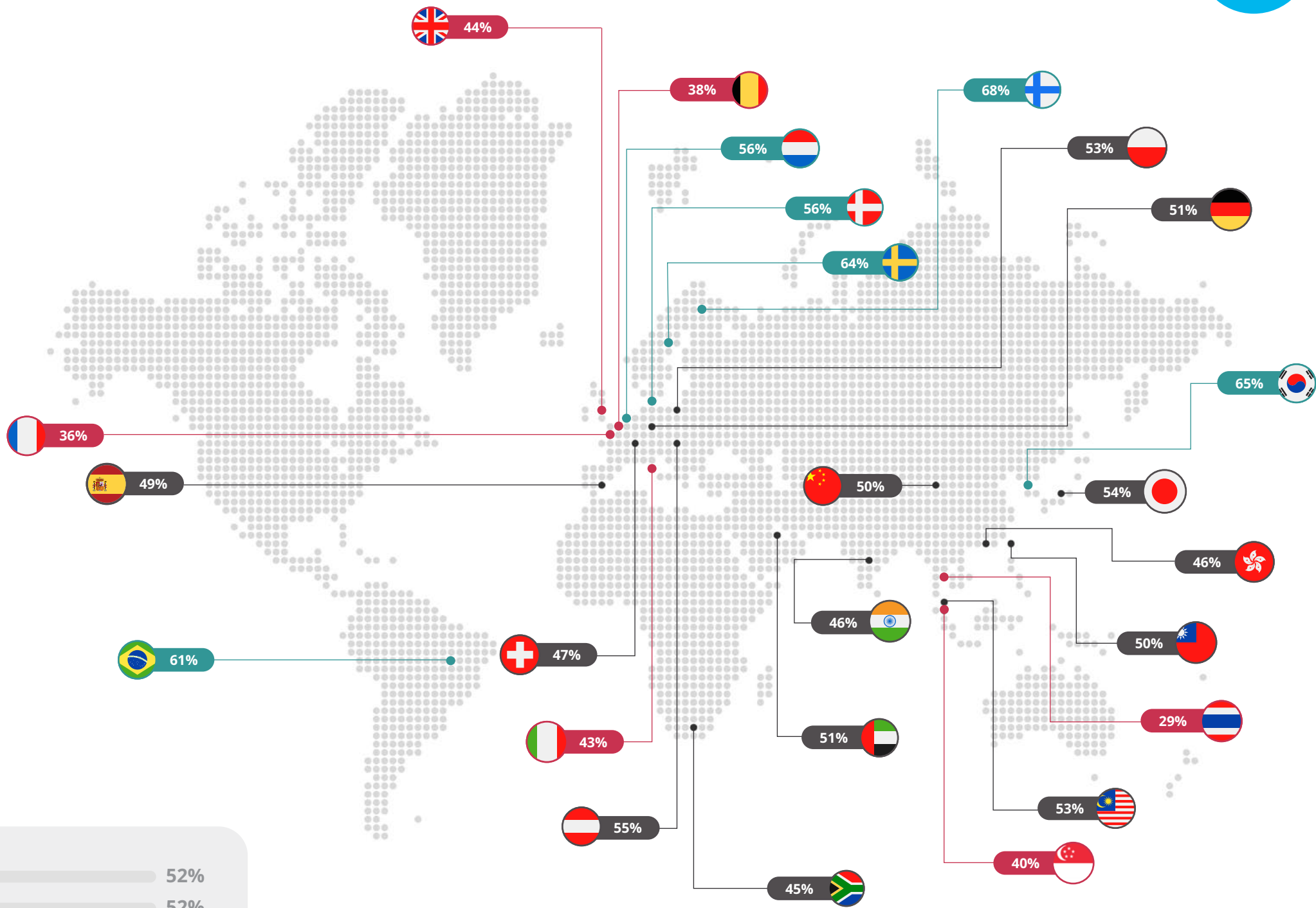


Fig 3: % moyen du portefeuille d'un investisseur investi via une plateforme digitale ou une application



MOYENNE MONDIALE

50%

DIGI

INTENSITÉ

³ Cela comprend les parcours en ligne ou fonctionnalités digitales des banques de détail traditionnelles, banques en ligne, néo-banques, plateformes de courtage et d'investissement en ligne, plateformes de cryptomonnaies et robo-advisors.

Nos résultats montrent également une corrélation entre certains comportements des investisseurs et la proportion de leur portefeuille détenue sur des plateformes en ligne. Explication:

- 

Les investisseurs qui s'informent au sujet de leurs placements auprès d'experts dans les médias (en ligne, à la télévision, à la radio, sur les réseaux sociaux, sur des blogs ou des podcasts) détiennent environ 58% de leur portefeuille d'investissement sur des plateformes digitales.
- 

Les investisseurs en ETF sont non seulement plus susceptibles d'utiliser des plateformes digitales (88% vs 77% en moyenne au niveau mondial) mais détiennent une proportion plus importante de leurs avoirs sur ces plateformes (58% vs 50%).
- 

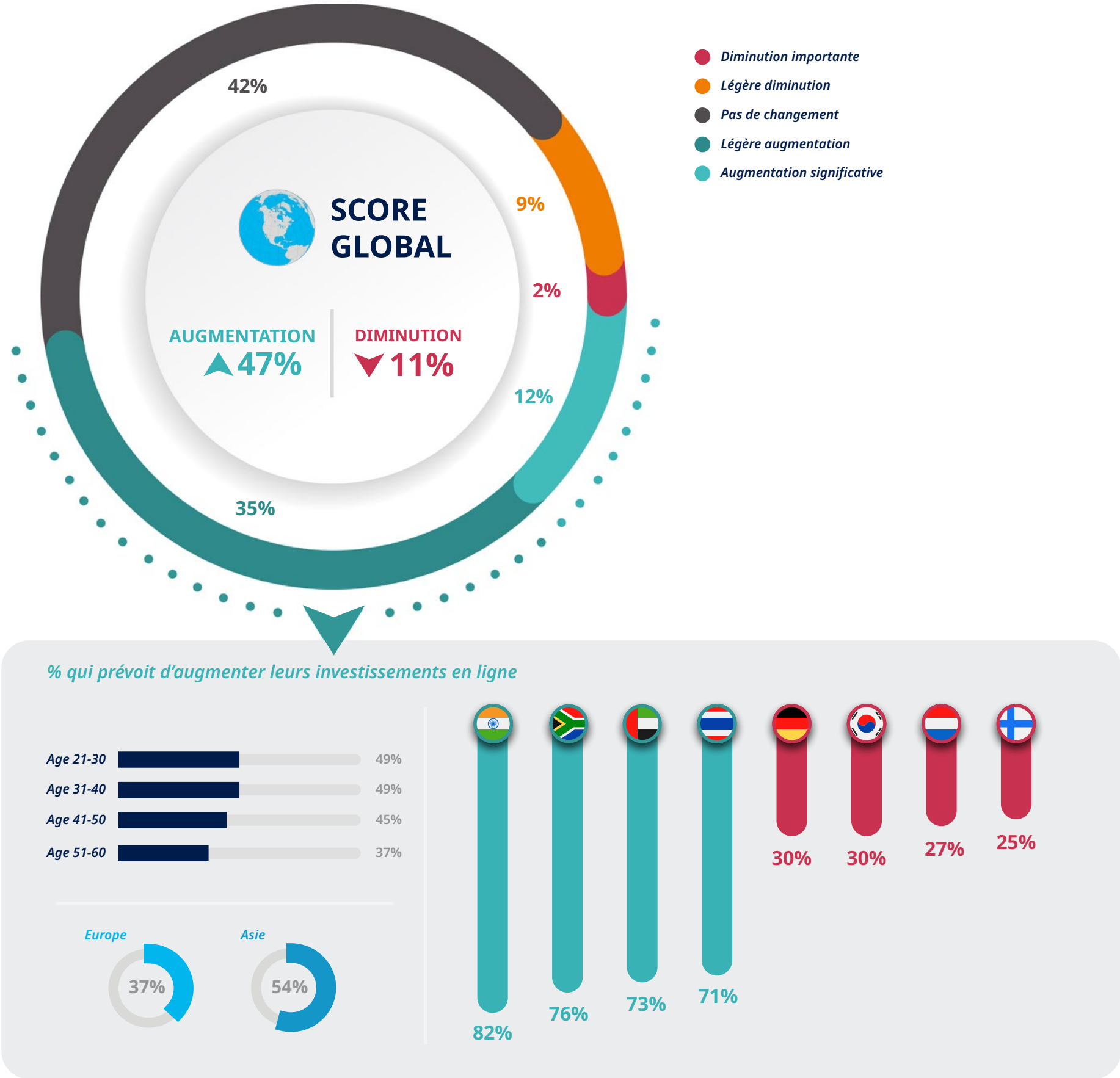
Les investisseurs en cryptomonnaies détiennent en moyenne 70% du total de leur portefeuille d'investissement sur des plateformes digitales.
- 

Les investisseurs qui utilisent un robo-advisor détiennent environ 59% de leurs investissements sur des plateformes digitales.
- 

Les investisseurs qui n'ont jamais eu recours à des professionnels du conseil financier détiennent en moyenne 68% de leurs portefeuilles sur des plateformes en ligne, un chiffre beaucoup plus élevé que pour ceux qui utilisent des conseils professionnels et dont la part détenue en moyenne sur des plateformes digitales ressort à 42%.

Dans ce contexte, que peut-on attendre à l'avenir ? Notre étude suggère que l'investissement en ligne devrait continuer à gagner en importance auprès des investisseurs particuliers. Près de la moitié (47%) des investisseurs qui investissent déjà en ligne envisage d'augmenter au cours des cinq prochaines années le montant de leurs investissements digitaux sans recourir au conseil d'un professionnel. Comme le montre le graphique ci-contre, il existe des variations significatives entre les pays. Les investisseurs non-européens étant nettement plus susceptibles d'augmenter leurs investissements en ligne.

Fig 4: % des investisseurs digitaux qui prévoit d'augmenter leurs investissements via des plateformes en ligne, sans recourir aux services d'un professionnel de l'investissement



Le conseil en ligne

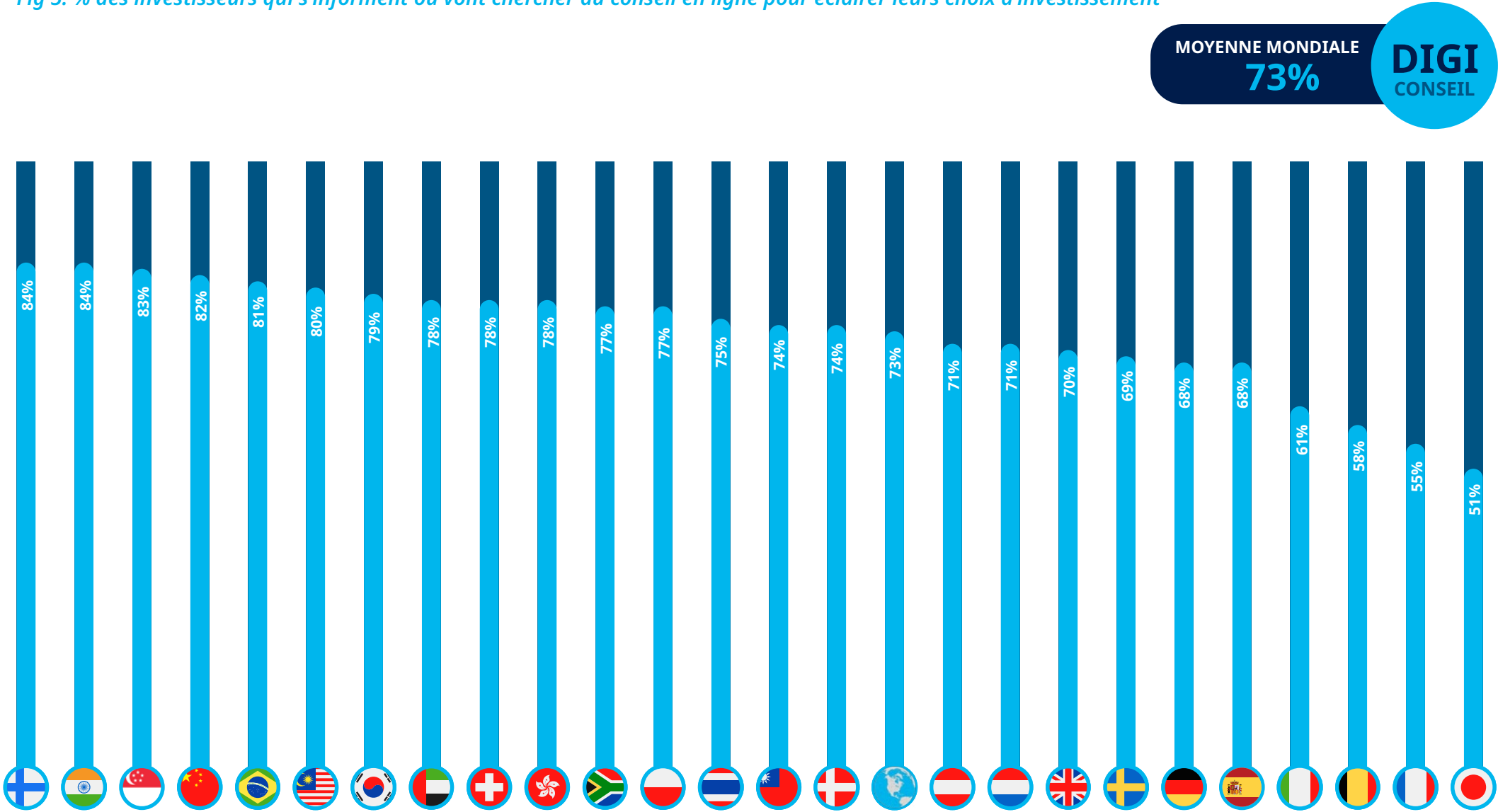
Un autre enseignement de l'indice DIGI est la façon dont les investisseurs particuliers utilisent les sources d'information, de conseil ou d'orientation en ligne pour prendre leur décision. Les sources en ligne peuvent être les suivantes:

- 
 - Site internet d'une banque ou d'une société de gestion
 - Médias sociaux
 - Avis d'experts (sur internet, à la télévision ou à la radio)
 - Outils à disposition sur les plateformes en ligne ou les app
- 
 - Robo-advisor (conseil financier automatisé)
 - Blogs financiers
 - Podcasts
 - Agents conversationnels (IA), assistants virtuels

Notre étude montre que près de trois investisseurs particuliers sur quatre dans le monde (73%) vont chercher des informations ou du conseil en ligne. Une moyenne légèrement inférieure en Europe (69%) et plus élevée en Asie (76%).

Il est intéressant de relever que si les sites internet des sociétés de conseil en investissement sont les plus cités en tant que sources d'information ou de conseil, le pourcentage de ceux qui écoutent les avis des experts à la télévision, à la radio, ou via des blogs, des médias sociaux ou des podcasts ressort au total à 38%, soit davantage que ceux qui visitent les sites internet des sociétés de conseil en investissement (31%).

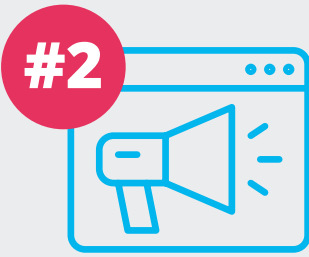
Fig 5: % des investisseurs qui s'informent ou vont chercher du conseil en ligne pour éclairer leurs choix d'investissement



TOP 3 des sources d'information et de conseil en matière d'investissement au niveau mondial



Influenceurs
38%



Fournisseur d'investissement via leur site web
31%



Banque via leur site web
28%

En dehors des différences entre pays, deux autres points importants sont à relever:

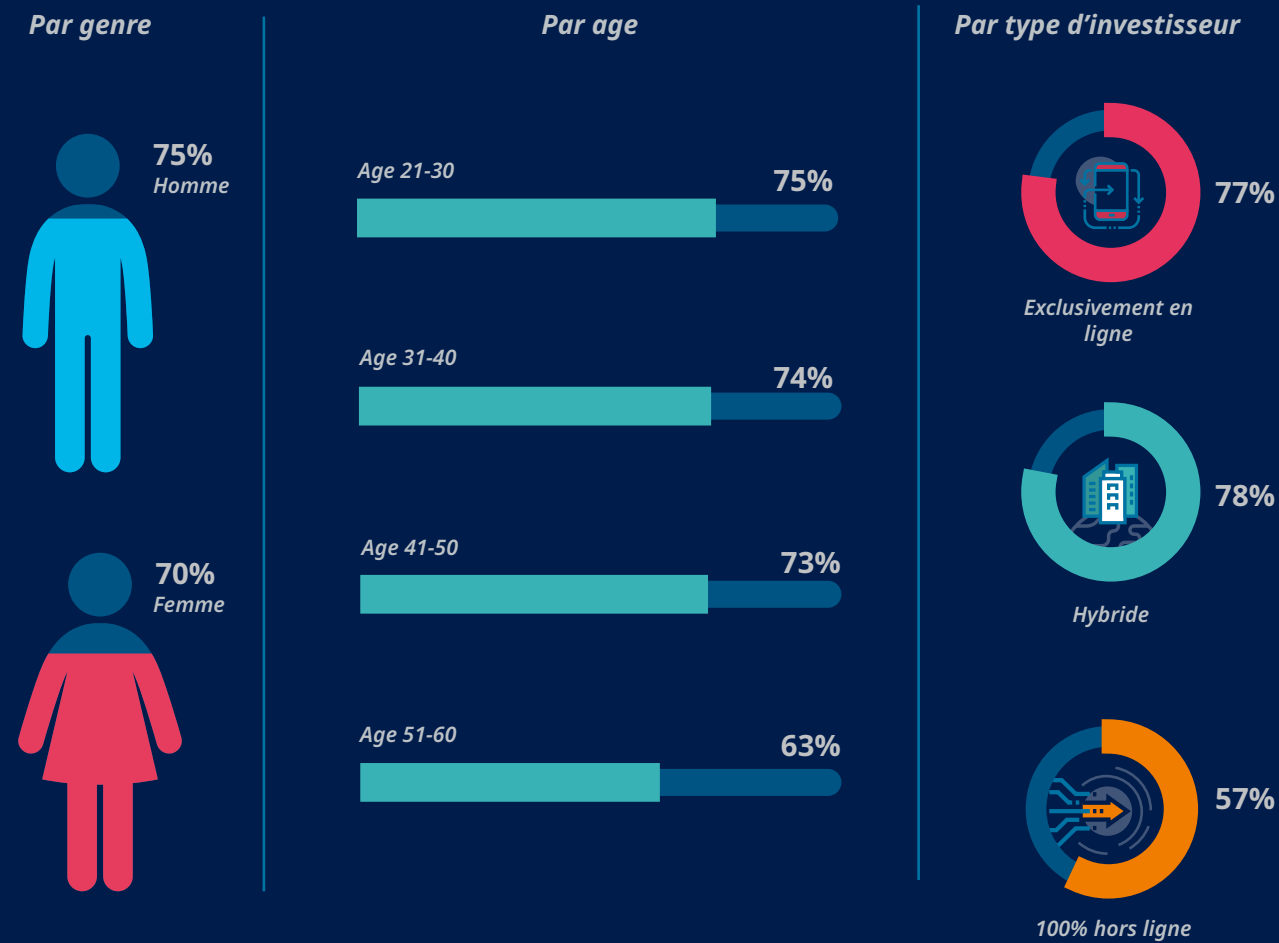
1.

Si les investisseurs âgés entre 51 et 60 ans sont moins susceptibles d'utiliser des sources d'information ou de conseil en ligne, leur proportion reste élevée (63%) et on peut s'attendre à voir ce comportement s'accroître avec le temps, compte tenu des habitudes des jeunes générations.
2.

Les investisseurs qui passent uniquement par des canaux traditionnels (100% hors ligne) sont beaucoup moins susceptibles de rechercher des informations et du conseil par le biais des canaux digitaux. Il est donc peu probable que l'utilisation de ce type de canaux pour toucher ces investisseurs soit efficace.

Veuillez-vous référer à la partie trois pour un examen plus approfondi des informations et du conseil en matière d'investissement.

Usage des sources d'information et de conseil en ligne



La recommandation des canaux digitaux

Le dernier composant de l'indice DIGI est la façon dont les utilisateurs de plateformes et d'applications d'investissement en ligne recommandent ces dernières à leur famille et à leurs amis. Ces recommandations sont déterminantes pour l'acquisition de nouveaux clients, à fortiori pour des acteurs digitaux en quête de croissance.

Notre étude montre que ces recommandations restent un élément important en matière d'influence sur les investisseurs particuliers.

Globalement, environ la moitié des investisseurs digitaux (49%) ont recommandé leur plateforme/application à un ami ou à un membre de leur famille, mais ces recommandations dépendent largement de la zone géographique et de l'âge des investisseurs.

Notre étude montre que les investisseurs des Emirats Arabes Unis (72%), d'Afrique du Sud (71%), du Brésil (69%) et d'Inde (69%) sont les plus susceptibles de recommander une plateforme digitale à leurs amis ou à leur famille.

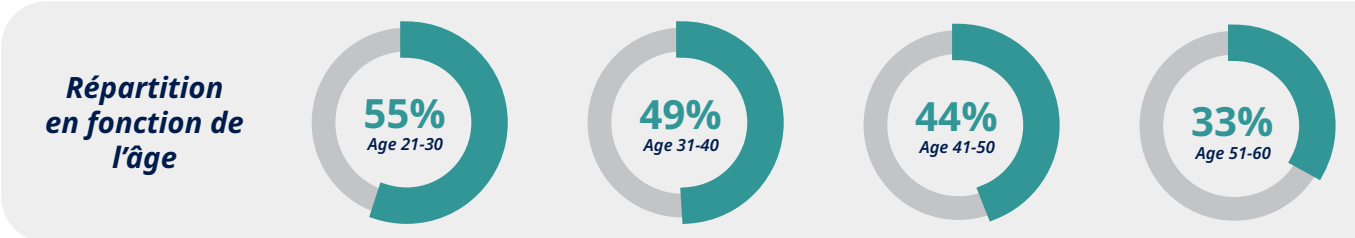
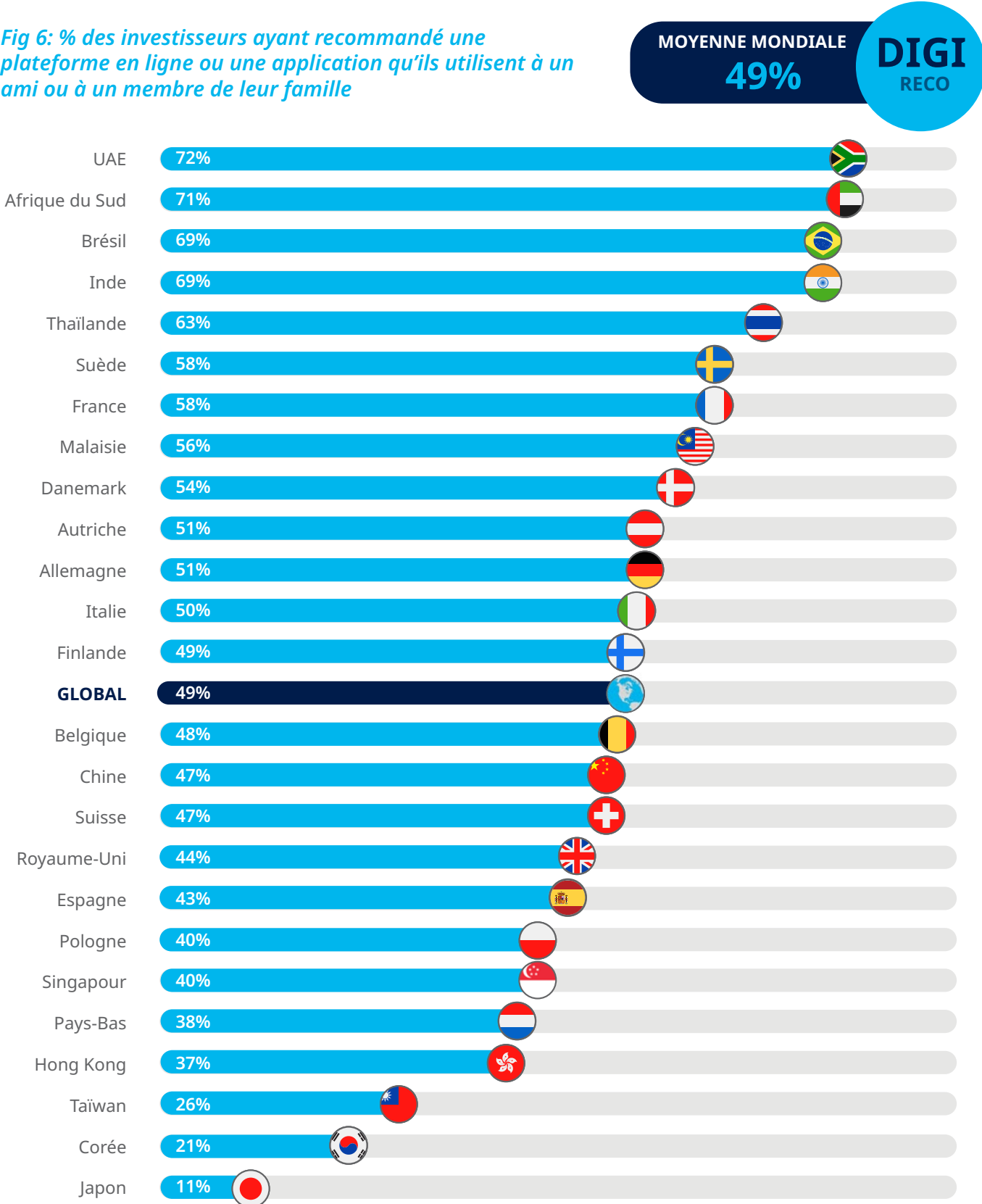
En Europe, on observe que si la France obtient des scores inférieurs à la moyenne pour les 3 premiers critères qui constituent l'indice DIGI, les investisseurs français digitaux sont davantage susceptibles de recommander leur plateforme d'investissement (58%). Ce chiffre est nettement moins élevé aux Pays-Bas (38%), en Pologne (40%) et en Espagne (43%).

Les différences entre les pays asiatiques sont encore plus marquées. Les investisseurs en Thaïlande (63%) et Malaisie (56%) sont plus enclins que la moyenne à recommander les plateformes digitales qu'ils utilisent, alors que ces recommandations sont particulièrement difficiles à obtenir au Japon (11%), en Corée du Sud (21%), à Taïwan (26%) et à Hong Kong (37%).

Nos résultats montrent également que les jeunes investisseurs sont davantage susceptibles de faire des recommandations.

Dans la partie 4 de cette étude, nous explorons plus précisément les moyens que vous pouvez utiliser pour accroître ces recommandations.

Fig 6: % des investisseurs ayant recommandé une plateforme en ligne ou une application qu'ils utilisent à un ami ou à un membre de leur famille



PARTIE 2:

LA RETRAITE – LE FOSSÉ ENTRE LES OBJECTIFS À ATTEINDRE ET LA REALITÉ

Comprendre comment les individus investissent peut s'avérer utile, mais comprendre pourquoi ils investissent est primordial. Prendre en compte ces motivations dans votre approche peut vous aider à adapter votre offre de produits et de services, à rendre votre message plus percutant et à instaurer un climat de confiance avec vos clients investisseurs.



Un ensemble de motivations

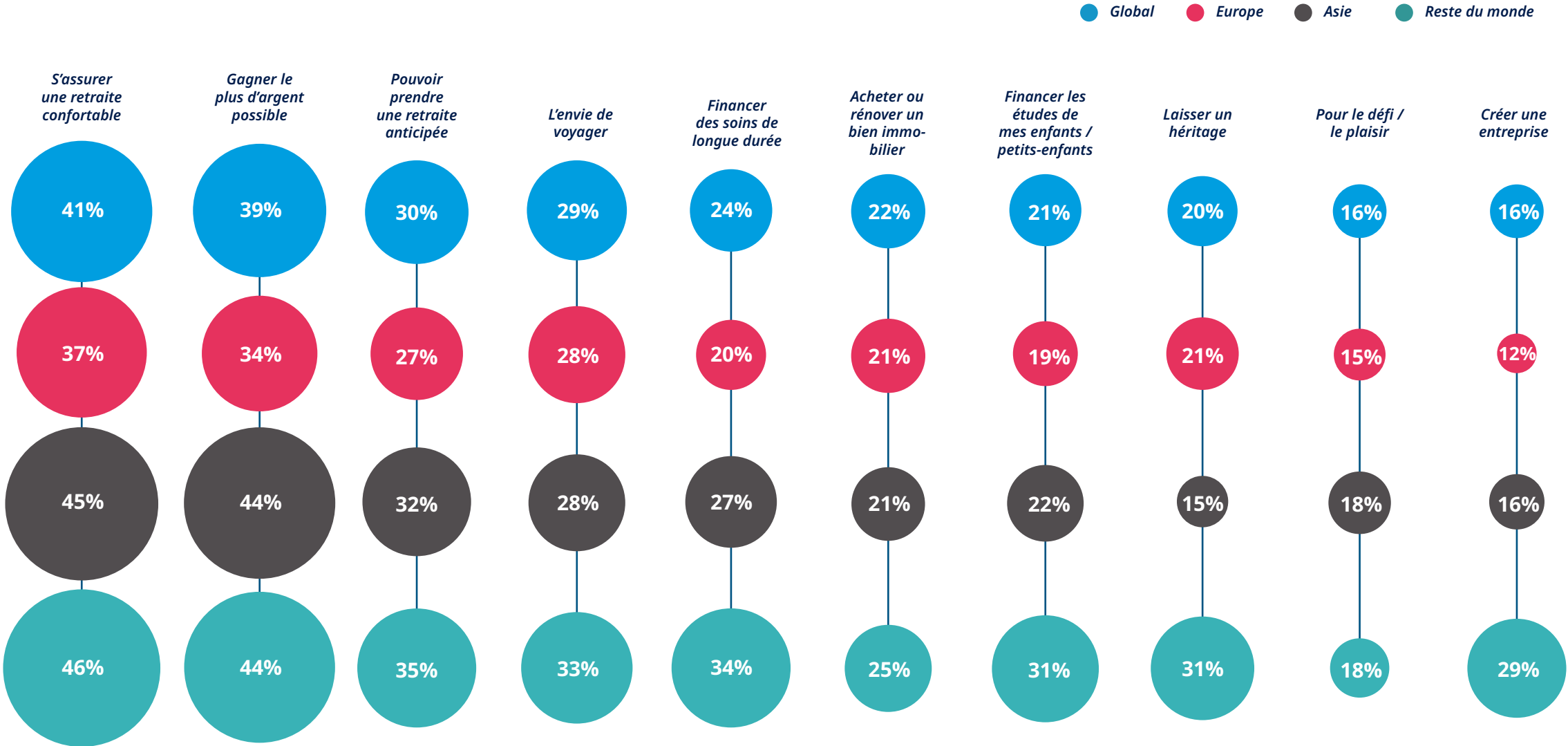
Notre étude a montré que la raison principale incitant les individus dans le monde à investir est de se constituer une retraite confortable (41%), un objectif qui figure parmi les deux premières sources de motivation recensées dans tous les pays. Cela étant dit, la proportion d'entre eux citant une pension de retraite confortable est notoirement plus élevée parmi les investisseurs non européens. Un constat analogue à l'étude de l'année dernière.

Dans le même ordre d'idées, 39% des personnes interrogées mentionnent l'objectif « de gagner le plus d'argent possible » comme motivation pour investir. Les plus jeunes sont davantage enclins à raisonner de la sorte, bien que la proportion d'entre eux citant l'objectif d'une retraite confortable demeure élevée, même chez les jeunes dans leur vingtaine.

Ceci dit, notre étude met en lumière des différences intéressantes sur le plan géographique, les investisseurs asiatiques accordant davantage d'importance que leurs homologues européens au rendement de leurs investissements, à l'idée de prendre leur retraite plus tôt et aux besoins en matière de soins de longue durée. Au Brésil, en Afrique du Sud et aux Emirats Arabes Unis, les investisseurs sont davantage enclins, parmi les motivations citées, à donner la priorité au financement des soins de longue durée, des études, à la création d'une entreprise ou à la transmission d'un héritage

Partout ailleurs, si la retraite reste une motivation essentielle pour toutes les classes d'âge, les jeunes investisseurs mettent en avant des motivations de plus court terme, telles que la création d'une entreprise, la fondation d'une famille ou l'achat d'un logement.

Fig 7: Objectifs d'investissement par zone géographique et en fonction de l'âge



	Total	21- 30	31 - 40	41 - 50	51- 60
S'assurer une retraite confortable	41%	35%	39%	45%	55%
Gagner autant d'argent que possible	39%	40%	39%	38%	34%
Pour le défi / le plaisir / l'excitation	16%	19%	17%	15%	12%
Acheter ou rénover un bien immobilier	22%	24%	23%	19%	15%
Financer mes études	11%	14%	12%	9%	5%
Créer une entreprise	16%	20%	16%	13%	6%

Plus de motivation Moins de motivation

Retraite: une préparation insuffisante et un manque de confiance

Si la retraite reste un enjeu crucial pour les investisseurs de toutes les classes d'âge, notre étude montre que de nombreux répondants prennent des décisions d'investissement à long terme, sans plan précis en tête. Plus de la moitié des investisseurs (54%) nous confient en effet que leurs décisions ne s'appuient pas sur une stratégie financière de long terme préparée bien en amont. Ce constat est plus fréquent parmi les investisseurs européens.

Notre étude révèle également que les personnes qui n'ont pas recours à des conseils professionnels et celles qui investissent uniquement via des plateformes digitales sont nettement moins susceptibles de disposer d'une stratégie financière élaborée à long terme.

La stratégie mixte est celle qui est privilégiée par de nombreux investisseurs, notamment en matière de conseils sur la planification à long terme. Même parmi les investisseurs exclusivement digitaux, 40 % ont exprimé le souhait de bénéficier d'un accompagnement humain pour ce type de planification financière

“

Les investisseurs ayant mis en place une stratégie d'investissement de long terme ont 4x plus de chances de se montrer très confiants sur leur capacité à se constituer une retraite confortable par rapport à ceux qui n'ont rien mis en place

% ayant mis en place une stratégie d'investissement et qui se déclarent très confiants

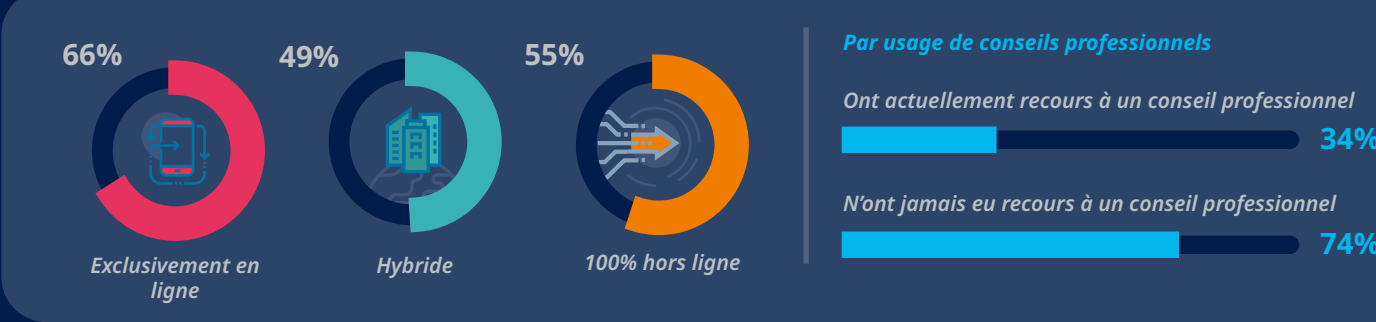
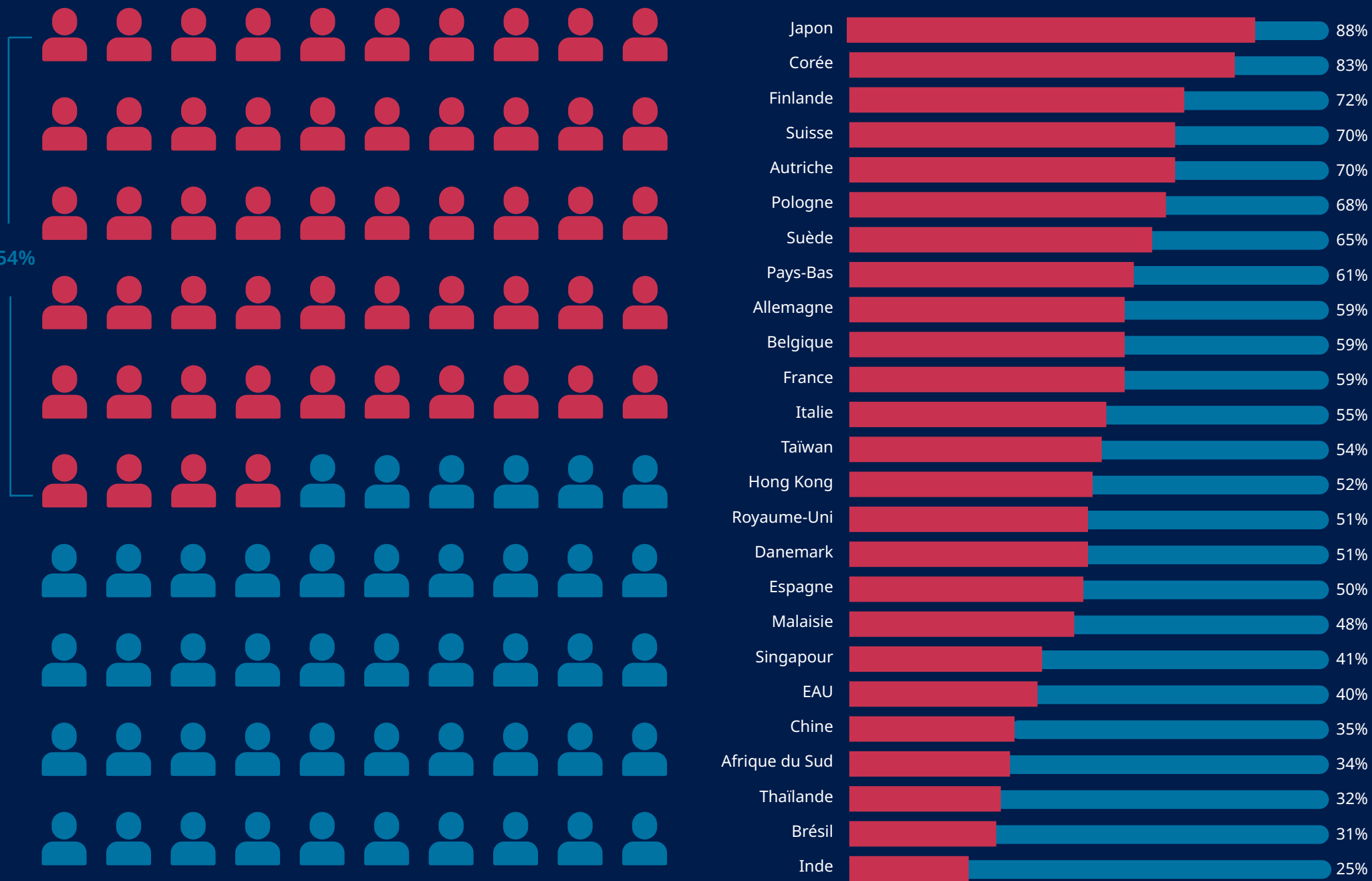
44%

% qui n'ont pas mis en place de stratégie d'investissement et qui se déclarent très confiants

11%

Il existe une corrélation indéniable entre le fait de s'appuyer sur une stratégie financière à long terme et le niveau de confiance des investisseurs. Dans le but de renforcer la relation qu'elles entretiennent avec leurs utilisateurs, les plateformes d'investissement digitales devraient réfléchir à la mise en place d'outils de planification, d'informations et de conseil qu'elles peuvent fournir à leurs clients afin de les aider à élaborer une stratégie financière de long terme.

Fig 8: % des investisseurs qui n'ont pas élaboré une stratégie financière de long terme



Des attentes irréalistes au sujet de la retraite

Mettant sans doute en lumière l'absence de stratégies préparées dans une optique de long terme, nos résultats montrent que de nombreux investisseurs ont des attentes irréalistes concernant le moment où ils partiront à la retraite et le niveau de revenus dont ils auront besoin à ce moment là.

Bien que de nombreux pays dans le monde envisagent ou appliquent un relèvement de l'âge du départ à la retraite pour tenter de combler le déficit lié à leur financement, plus d'un investisseur sur trois (36%) manifeste son intention de prendre sa retraite avant l'âge de 60 ans. Les investisseurs les plus jeunes sont davantage en accord avec l'âge prévu

de départ à la retraite que les personnes plus âgées, montrant peut-être des attentes plus réalistes que leurs aînés.

Nous constatons également des différences significatives sur le plan géographique. Les investisseurs européens sont notamment moins enclins à envisager de prendre leur retraite avant l'âge de 60 ans.

Au-delà du critère d'âge, quelles sont les attentes exprimées par les investisseurs concernant le revenu de remplacement dont ils auront besoin lors de leur retraite ?

Les résultats de notre étude montrent que les investisseurs estiment avoir besoin de 55% de leur revenu actuel au cours de leur retraite. Il n'existe pas de chiffre largement partagé au niveau mondial. Des facteurs tels que le revenu actuel (les personnes disposant

de salaires plus faibles auront besoin d'une proportion plus importante de leur revenu à leur retraite que les salaires élevés), les systèmes de retraite du secteur public spécifiques à chaque pays, le coût de la vie et les aspirations liées au style de vie sont tous à prendre en compte. Étant donné que les répondants de l'étude ayant les salaires les plus bas (avec un revenu de ménage inférieur à 48 000 euros par an) s'attendent à n'avoir besoin que de 59 % de leur revenu actuel une fois à la retraite, il est raisonnable de conclure que de nombreux investisseurs ne disposent pas des éléments nécessaires pour appréhender correctement cette question, et qu'il est essentiel d'y répondre.

A l'instar de l'âge prévu de départ à la retraite, les jeunes investisseurs et ceux qui ne vivent pas en Europe s'attendent en général à avoir besoin d'une part plus faible de leur revenu

actuel au cours de leur retraite. Au Royaume-Uni, les investisseurs diffèrent de la tendance européenne en prévoyant n'avoir besoin que de seulement 48% de leur revenu. Au Japon et en Corée du Sud, les investisseurs se distinguent des autres pays asiatiques en exprimant le besoin d'une plus grande part de leur revenu actuel pour leur retraite, avec respectivement 67% et 63% d'entre eux partageant cette préoccupation.

Pour un grand nombre d'individus, la réalité commence à se faire sentir à mesure qu'ils se rapprochent de l'âge de la retraite. Par conséquent, les acteurs du secteur devraient envisager d'offrir davantage d'éducation financière afin de pallier ce déficit de connaissances et de sensibiliser les investisseurs aux réalités de la retraite dès le début de leur parcours.

Fig 9: % des investisseurs prévoyant de prendre leur retraite avant l'âge de 60 ans

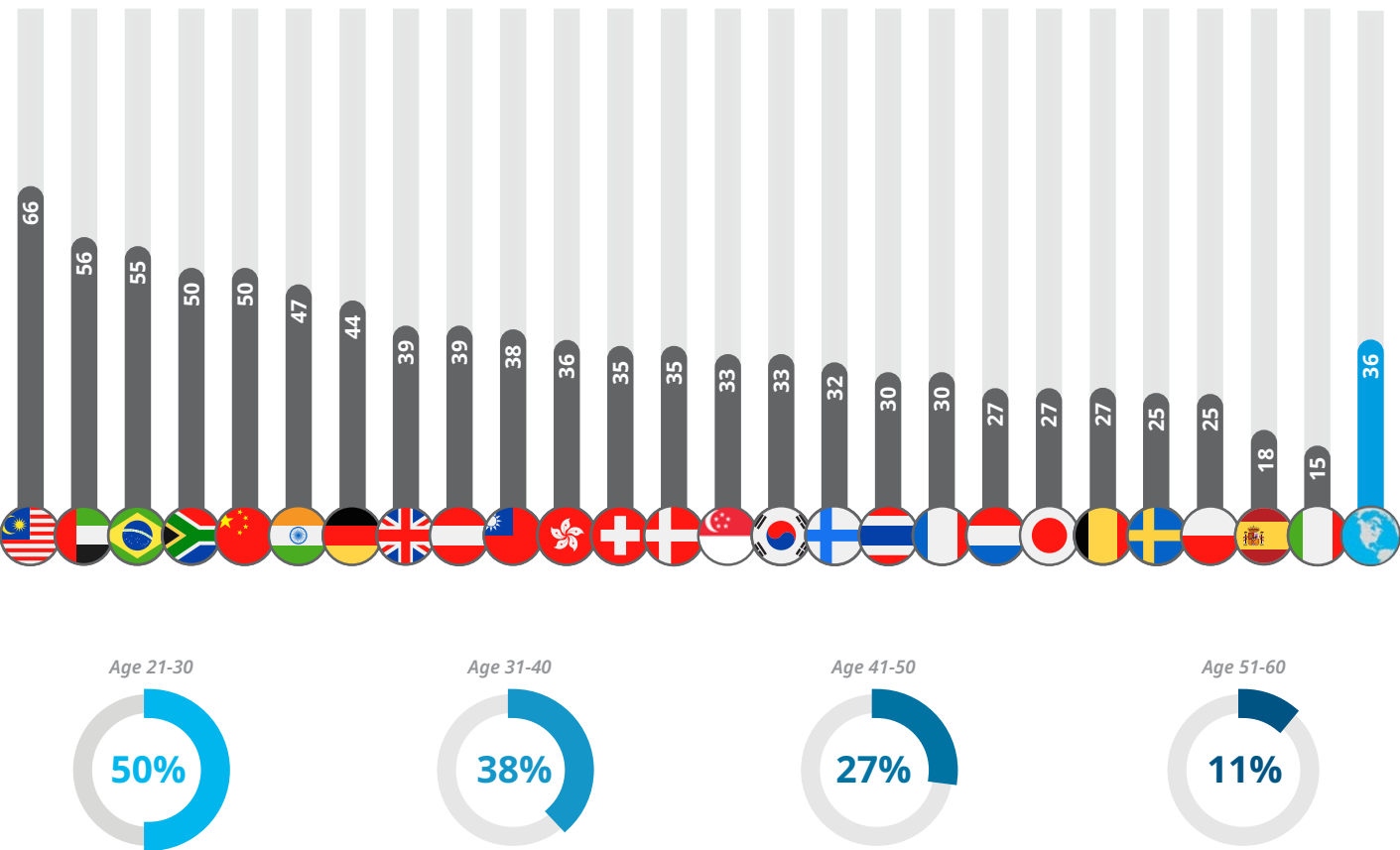
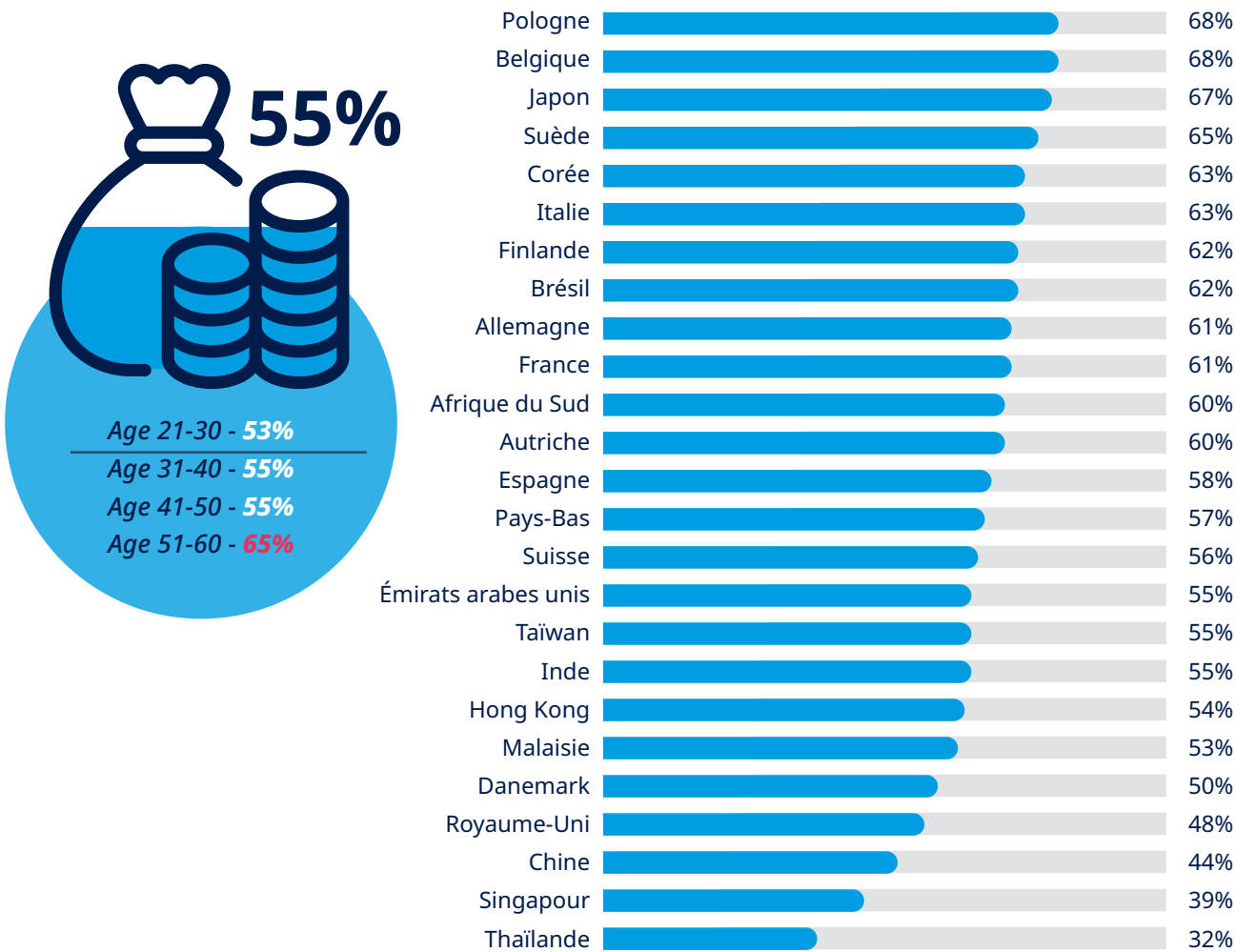


Fig 10: % des revenus actuels du ménage dont les investisseurs pensent avoir besoin pour se constituer une retraite confortable



L'importance du choix des investissements

Dans de nombreux pays mentionnés dans l'étude, le fait de ne compter uniquement que sur sa pension de retraite ou sur ses économies n'est pas suffisant pour s'assurer une retraite confortable et une autonomie financière. Dans un contexte d'inflation élevée, l'investissement permet pourtant aux investisseurs de profiter de la croissance potentielle et de bénéficier des intérêts composés à long terme, en particulier quand ils commencent à investir dès le plus jeune âge. Les banques et les plateformes digitales ont ainsi un rôle important à jouer pour combler le déficit de financement des retraites, en rendant l'investissement facile et accessible à tous.

Notre étude montre que, malgré le fait que les investisseurs ont tendance à sous-estimer les revenus nécessaires à leur retraite, ils sont (du moins au niveau mondial) conscients qu'ils doivent jouer un rôle plus actif dans la préparation de celle-ci. 48% d'entre eux mentionnent les investissements (tels que les actions, les obligations et les fonds) comme des instruments financiers importants pour parvenir à se constituer une retraite confortable. Une solution qui l'emporte sur toutes les autres, y compris les comptes d'épargne traditionnels et les pensions.

Si cette tendance se vérifie globalement dans tous les pays, nos résultats montrent que les investisseurs européens sont moins susceptibles d'accorder de l'importance aux investissements (actions, obligations, fonds etc.) pour préparer leur retraite.

Etant donné que les utilisateurs de plateformes digitales sont davantage enclins à citer une retraite confortable comme motivation pour investir, il n'est guère étonnant de constater qu'ils accordent une plus grande importance à l'investissement comme instrument pour la préparation de leur retraite.

Fig 11: Les instruments financiers que les investisseurs considèrent comme essentiels pour se constituer une retraite confortable.

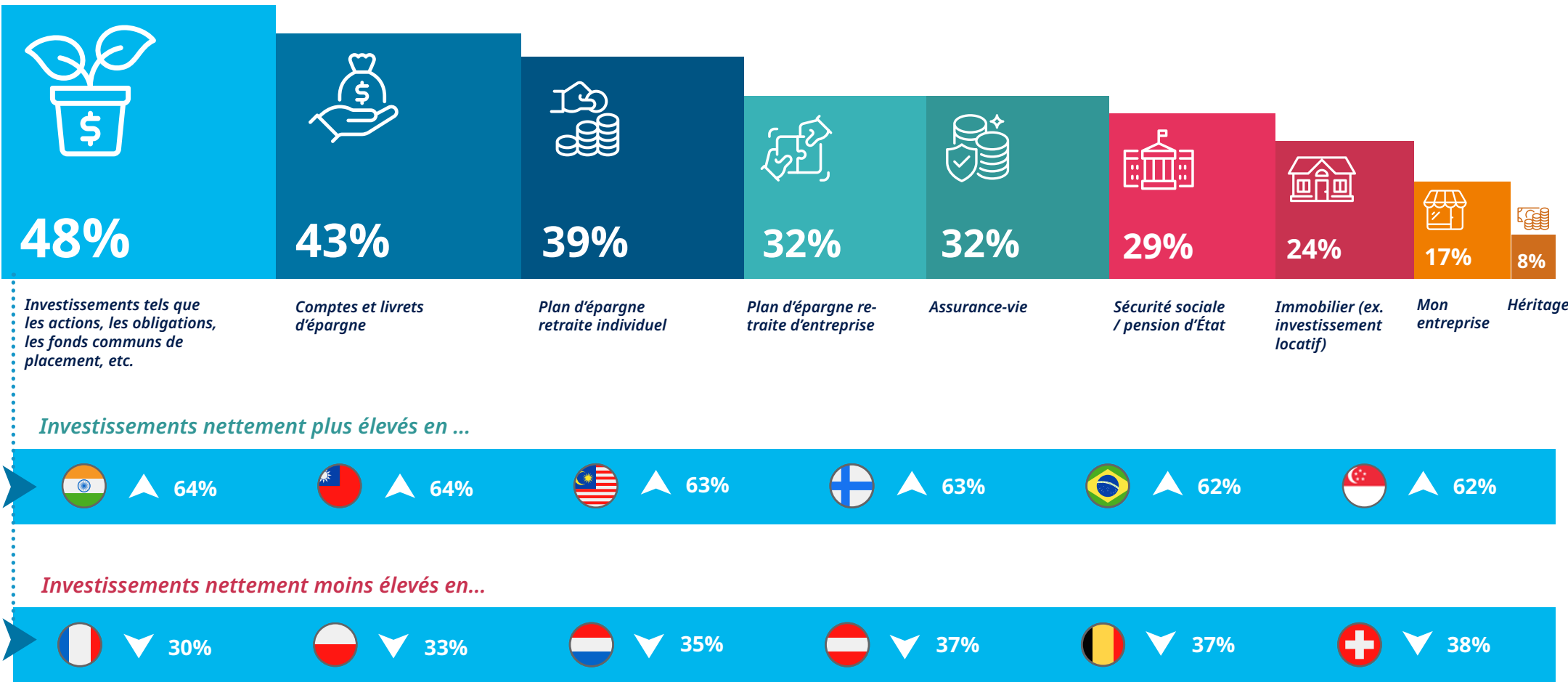
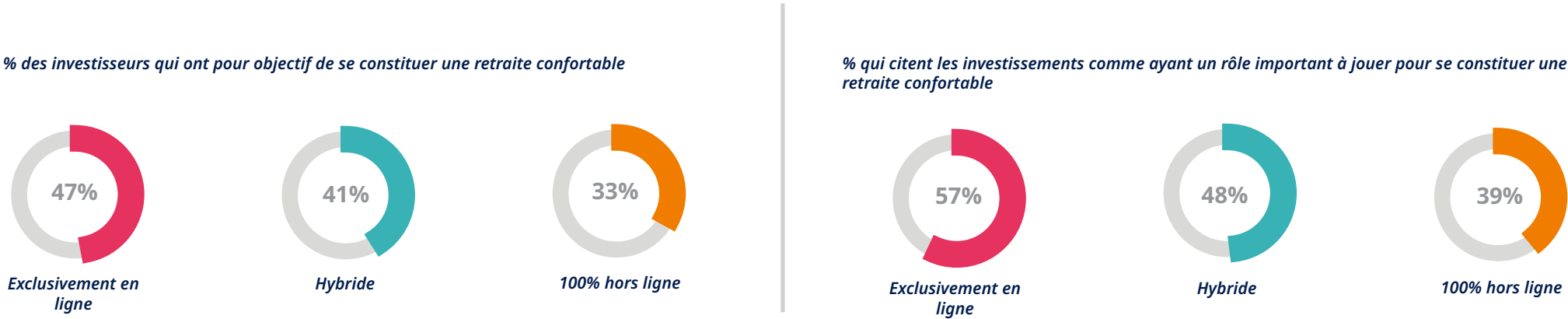


Fig 12: % des investisseurs qui ont pour objectif de se constituer une retraite confortable et part de ceux citant l'investissement comme un outil important pour parvenir à cet objectif



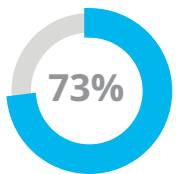
Changement de cap

Malgré les ambitions affichées et les initiatives déjà prises, notre étude met en lumière l'écart important existant entre la situation actuelle des investisseurs et celle où ils devraient se trouver.

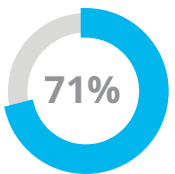
D'un côté, les investisseurs affichent globalement un certain niveau de confiance quant à leurs décisions financières. Pour autant, nous constatons un écart significatif entre leur niveau de confiance pour atteindre des objectifs de court terme et celui pour parvenir à leurs objectifs de long terme.

Fig 13: Sentiment des investisseurs à l'égard de leur situation financière actuelle et de leurs objectifs d'investissements

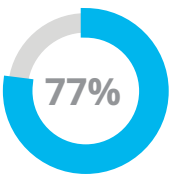
Qu'est-ce que les investisseurs ressentent à l'égard de leur situation financière actuelle ?



Stressé

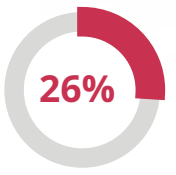


Pas confiant



Pessimiste

Et seulement...



Pensent être sur la bonne voie pour atteindre le niveau de revenu dont ils auront besoin à la retraite.

% Très confiant dans la réalisation de ces objectifs d'investissement:



50%

Voyager



42%

Fonder une famille



40%

Acheter ou rénover un bien immobilier



39%

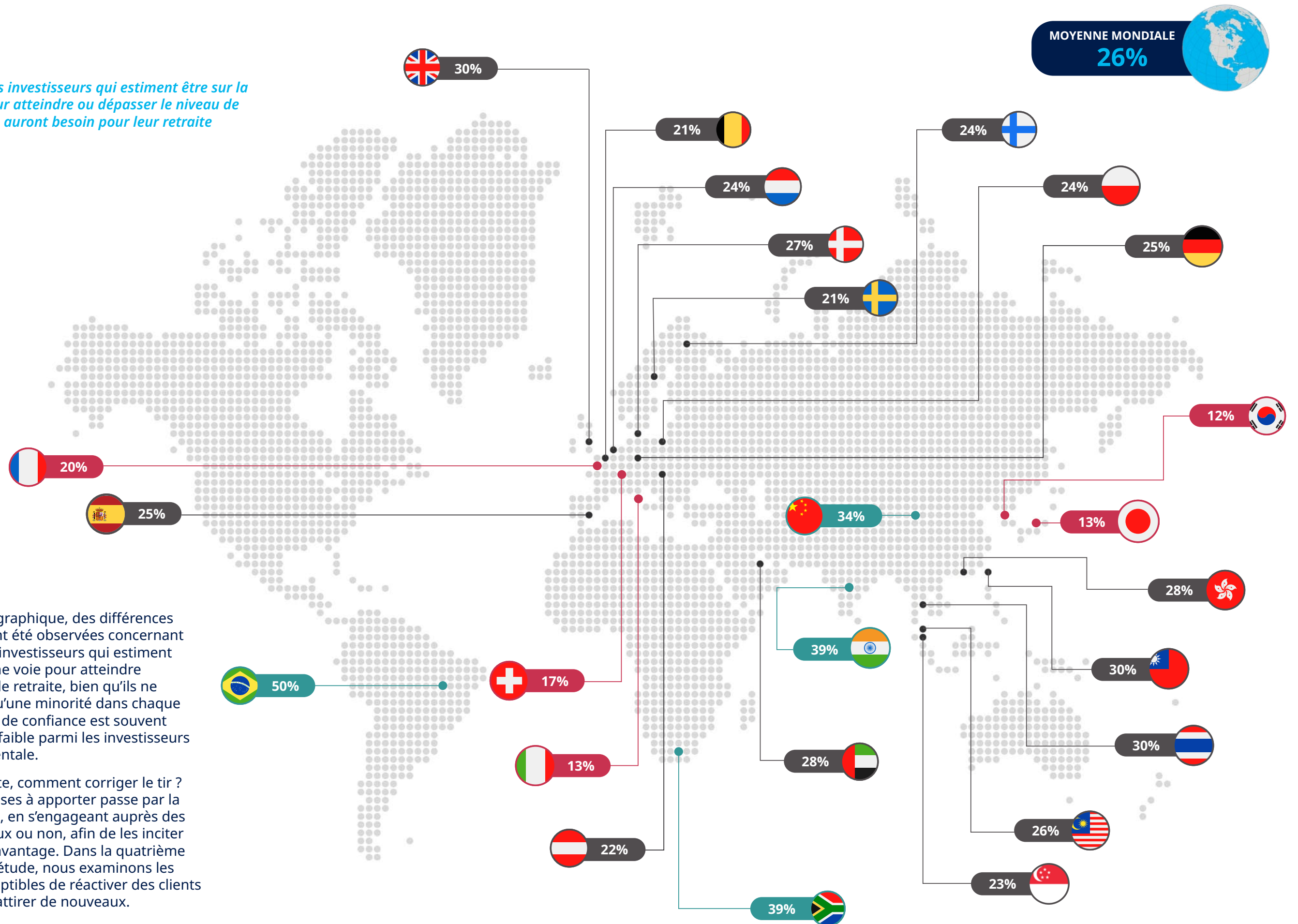
Financer ses études



30%

S'assurer une retraite confortable

Fig 14: Part des investisseurs qui estiment être sur la bonne voie pour atteindre ou dépasser le niveau de revenu dont ils auront besoin pour leur retraite



Sur le plan géographique, des différences significatives ont été observées concernant la proportion d'investisseurs qui estiment être sur la bonne voie pour atteindre leurs objectifs de retraite, bien qu'ils ne représentent qu'une minorité dans chaque pays. Le niveau de confiance est souvent beaucoup plus faible parmi les investisseurs d'Europe occidentale.

Dans ce contexte, comment corriger le tir ? L'une des réponses à apporter passe par la communication, en s'engageant auprès des clients, nouveaux ou non, afin de les inciter à s'impliquer davantage. Dans la quatrième partie de cette étude, nous examinons les initiatives susceptibles de réactiver des clients inactifs et d'en attirer de nouveaux.

PARTIE 3:

LA MULTIPLICATION DES SOURCES D'INFLUENCE AUPRÈS DES INVESTISSEURS

Les moyens utilisés par les investisseurs pour trouver des conseils, des informations et se renseigner évoluent rapidement. Les investisseurs disposent aujourd'hui d'une multitude de ressources accessibles en un clic, à toute heure. Cette situation offre de nouvelles opportunités aux prestataires de services d'investissement pour dialoguer avec leurs clients. Cependant, la confiance ne peut se fonder uniquement sur la technologie ; les interactions humaines demeurent essentielles, même pour les investisseurs en ligne.



L'évolution du conseil et de la pédagogie en matière d'investissement

Le conseil fourni par un professionnel a toujours un rôle important à jouer pour influencer sur la prise de décision des investisseurs. Au niveau mondial, un peu moins de la moitié (48%) des épargnants ont recours au conseil d'un professionnel, mais ce chiffre varie selon les pays. Les investisseurs exclusivement en ligne sont toutefois beaucoup moins susceptibles d'accéder à un conseil professionnel (que ce soit en ligne ou hors-ligne), mettant en lumière la nécessité pour les plateformes digitales de mener une réflexion sur la façon dont ces conseils peuvent être intégrés dans les services qu'elles proposent.

Au niveau régional, la part des investisseurs qui utilisent des conseils de professionnels

est très proche. Toutefois, le type de conseil auquel ils ont accès s'avère très différent d'un pays à l'autre. Les investisseurs européens sont plus enclins à recevoir des conseils de la part de leur conseiller bancaire, ce qui se vérifie également pour les investisseurs au Brésil, en Afrique du Sud et dans les Emirats Arabes Unis.

En Asie, les investisseurs préfèrent solliciter leur conseiller en gestion de patrimoine ou leur courtier en investissement.

Nos résultats montrent également que les investisseurs préfèrent toujours recevoir des conseils de professionnels venant d'un être humain. Le recours à un robo-advisor est bien moins répandu mais les investisseurs particuliers en Malaisie (17%) et en Allemagne (10%) sont plus enclins que ceux d'autres pays à rechercher des conseils par ce biais.

Fig 15: % des investisseurs ayant recours à des conseils de professionnels par pays

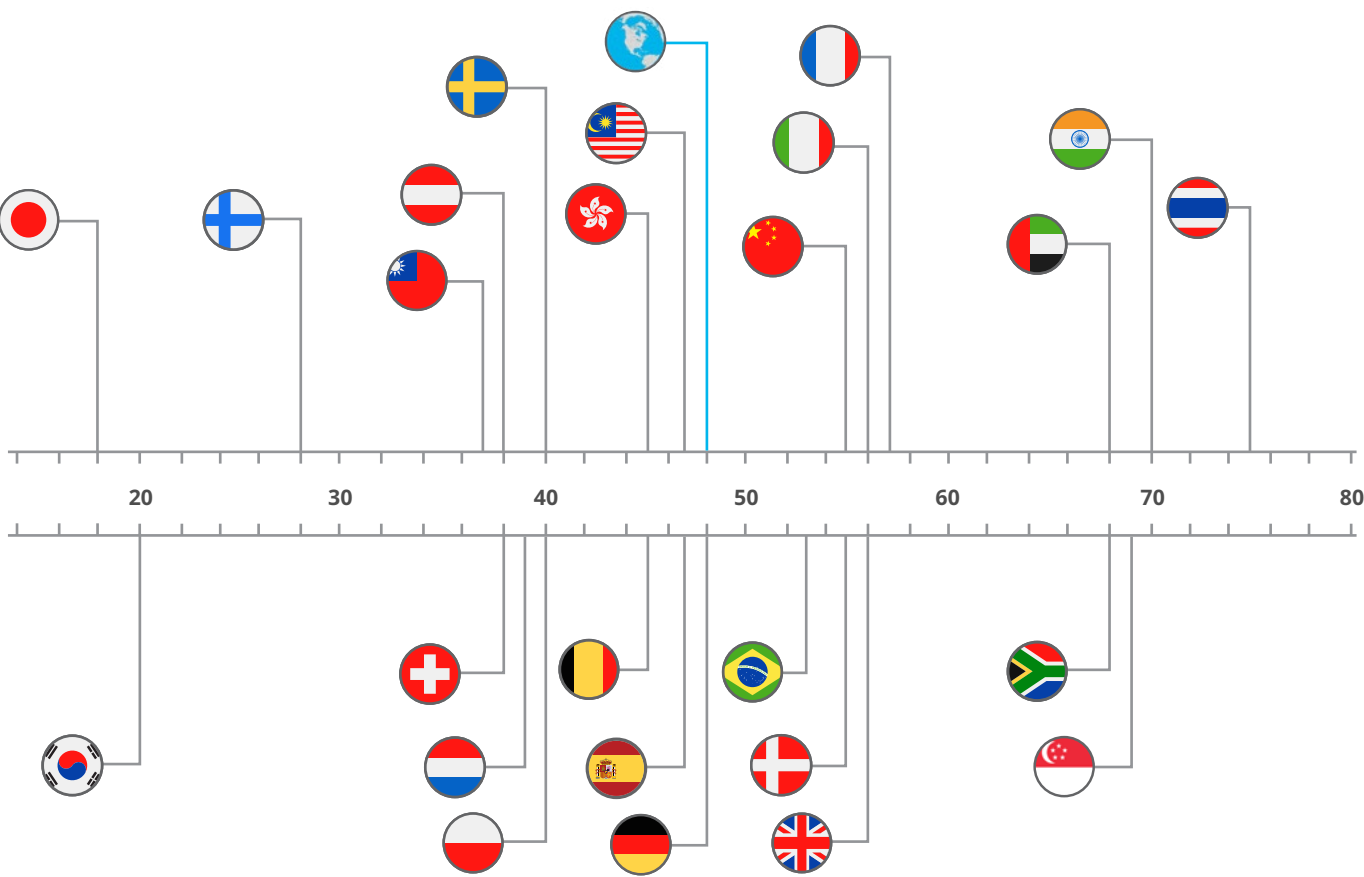
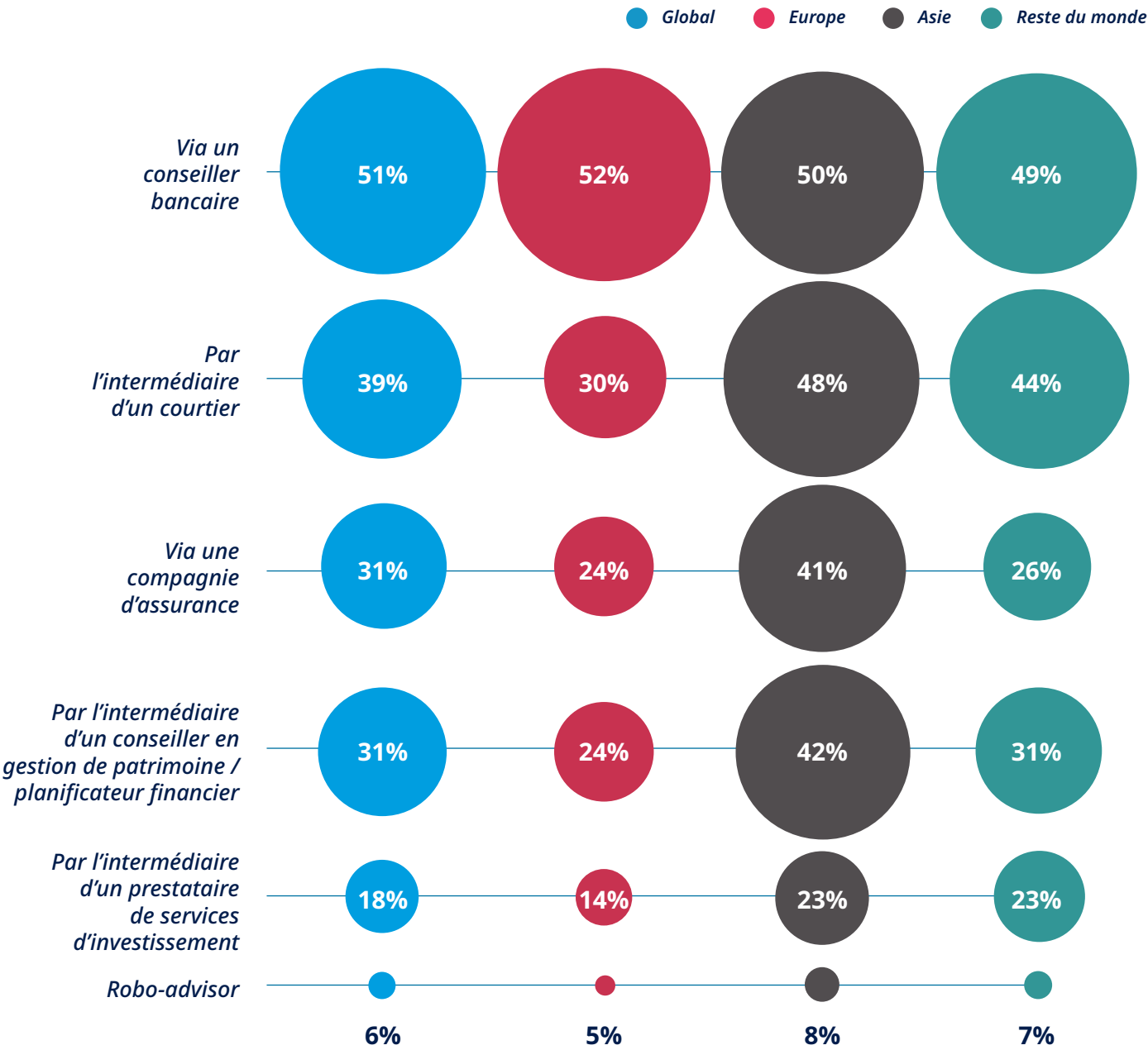


Fig 16: Principales formes de conseil professionnel par pays



La majorité des investisseurs qui ont recours à des conseils de professionnels le font car ils estiment que cela peut contribuer à la performance de leurs investissements (36%). Mais certains investisseurs le font aussi par « manque de connaissances » (25%). Cette situation est plus répandue au Japon, en Malaisie, à Hong Kong et en Autriche.

Parmi les investisseurs qui n'ont pas recours à un conseiller, nous remarquons que la raison principale mise en avant est de vouloir prendre soi-même sa décision (38%). Cette raison est particulièrement vraie chez les hommes

(43% vs. 33% chez les femmes) et chez les investisseurs âgés qui n'ont pas recours à du conseil (42% parmi la tranche d'âge entre 51 et 60 ans contre 32% chez ceux âgés entre 21 et 30 ans).

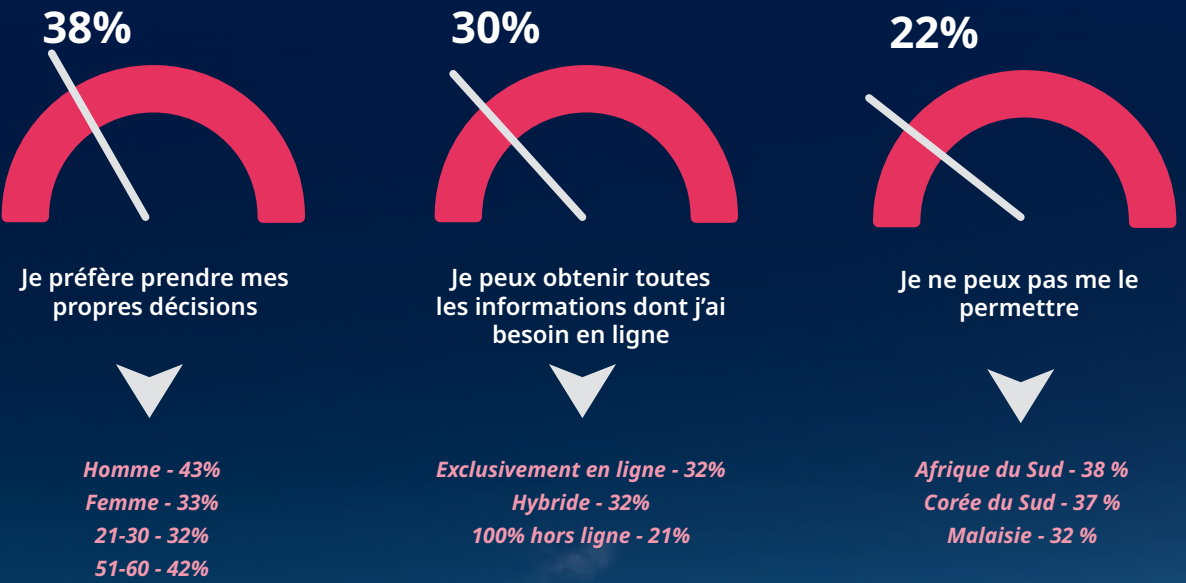
En outre, 30% des investisseurs ne sollicitant pas de conseil se disent capable d'aller rechercher en ligne toute l'information dont ils ont besoin, justifiant le fait de ne pas recourir à un conseiller. Cette part est nettement plus élevée chez les investisseurs exclusivement en ligne (43% contre 28% pour les investisseurs hors ligne).

Fig 17: Top trois des principaux facteurs et obstacles à l'accès à des conseillers professionnels

TOP 3 FACTEURS D'UTILISATION D'UN CONSEILLER FINANCIER



TOP 3 OBSTACLES À L'UTILISATION D'UN CONSEILLER FINANCIER



Le poids grandissant des influenceurs

Comme souligné précédemment, 38% des investisseurs particuliers obtiennent des informations et des conseils en matière d'investissement par le biais d'avis d'experts (à la télévision, en ligne, sur des blogs, des podcasts ou des médias sociaux). Au total, un chiffre plus élevé que n'importe quelle source. Cela marque également une augmentation de 22% par rapport à notre étude de l'an dernier. Cette hausse a été constatée dans des proportions similaires sur tous les marchés comparables.

Le recours aux influenceurs est généralement moins répandu chez les investisseurs européens, ceux âgés de 51 à 60 ans et ceux qui n'investissent pas en ligne. S'il n'existe pas de différences significatives entre les sexes, les niveaux de revenu ou les classes d'actifs investissables, notre étude montre également que les groupes suivants sont plus enclins à écouter des influenceurs:

-  Les investisseurs qui détiennent des cryptomonnaies dans leur portefeuille (58%)
-  Ceux qui n'ont jamais eu recours à des conseils de professionnels (44%)

Les données mettent toutefois en évidence le nombre significatif d'investisseurs qui font confiance et prennent des décisions d'investissement sur la base d'informations reçues de la part d'influenceurs. Parmi les investisseurs qui utilisent les médias sociaux pour éclairer leurs décisions d'investissement, 38% d'entre eux estiment faire confiance aux conseils financiers offerts par ce biais, contre seulement 13% qui y sont hostiles. Cela signifie que la confiance l'emporte sur la méfiance dans une proportion d'environ trois pour un. A une échelle globale, la confiance a augmenté de manière significative par rapport à 2023 (où celle-ci ressortait à 27%).

Ce niveau de confiance est nettement plus élevé en Asie (44%) qu'en Europe (30%) et plus fort encore à Singapour (63%), en Chine (62%) et en Inde (59%).

Fig 18: % des investisseurs particuliers qui recherchent des informations, des conseils ou se renseignent auprès "d'influenceurs" (avis d'experts, sur internet, à la télévision, à la radio, via des médias sociaux, blogs ou podcasts)

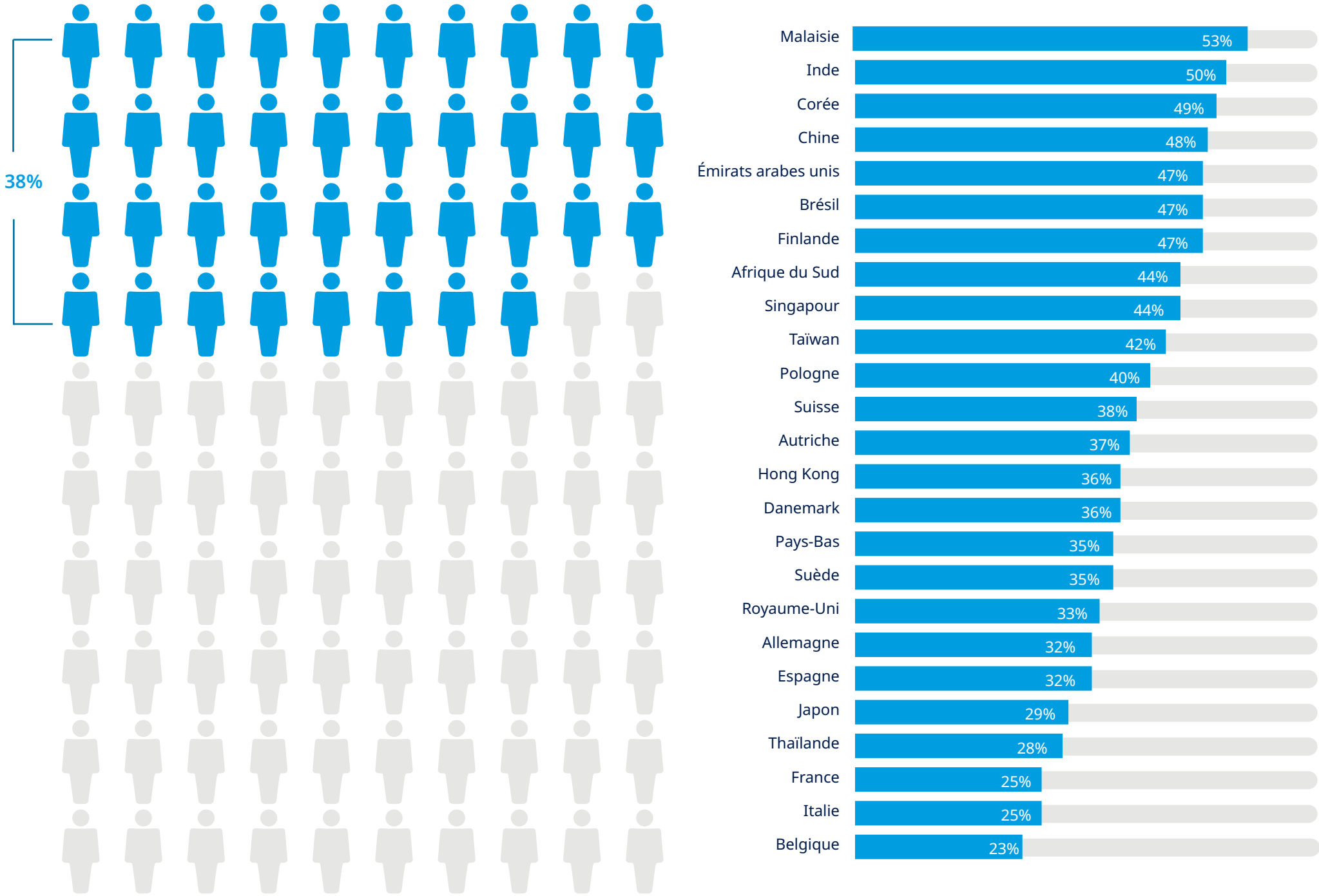
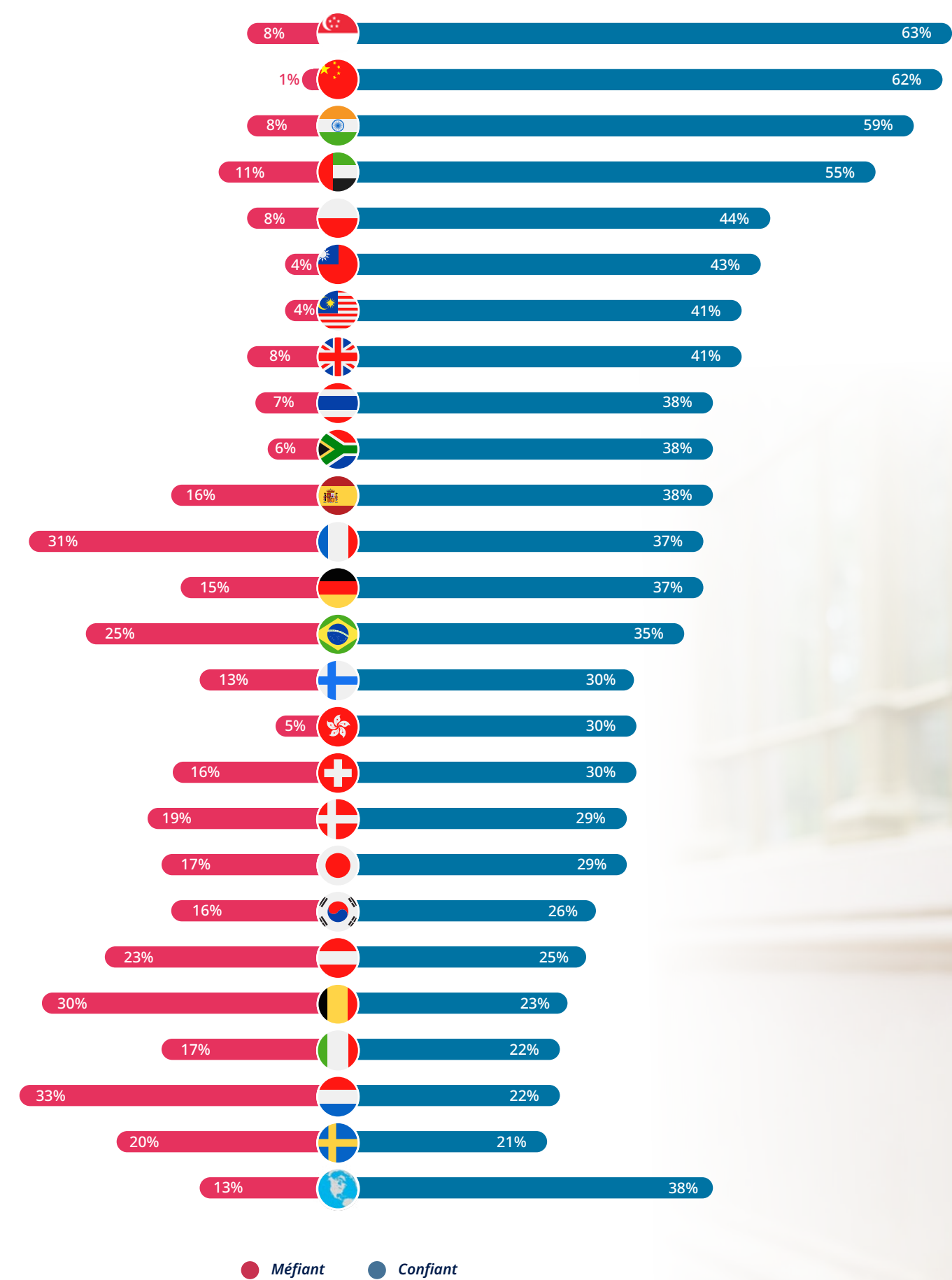
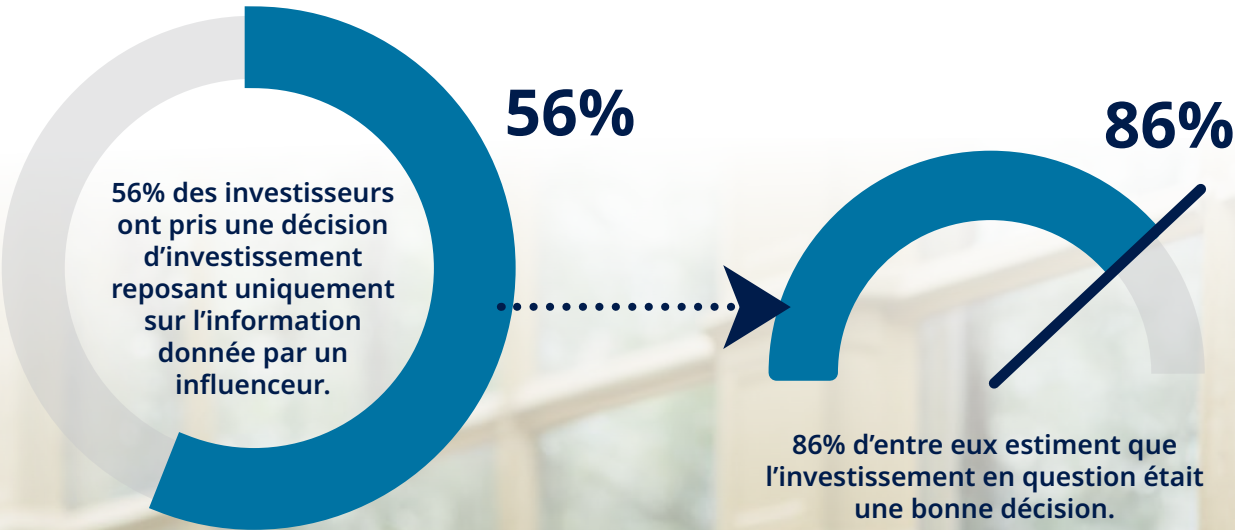


Fig 19: Niveau de confiance dans les conseils financiers reçus via des médias sociaux par pays



Les investisseurs particuliers ne se contentent pas de recourir à des influenceurs pour obtenir des informations générales mais ils les utilisent également pour prendre des décisions d'investissement spécifiques. D'après l'étude, 56% des investisseurs ayant eu recours à des influenceurs pour prendre des décisions d'investissements ont pris une décision reposant uniquement sur l'information donnée par un influenceur. Parmi ceux qui ont investi sur la base d'un conseil fourni par un influenceur, 86% d'entre eux estiment que l'investissement en question était une bonne décision.

Fig 20: % des investisseurs qui ont pris une décision d'investissement uniquement sur la base d'informations reçues de la part d'un influenceur (avis d'experts, sur internet, à la télévision, à la radio, via des médias sociaux, blogs ou podcasts)

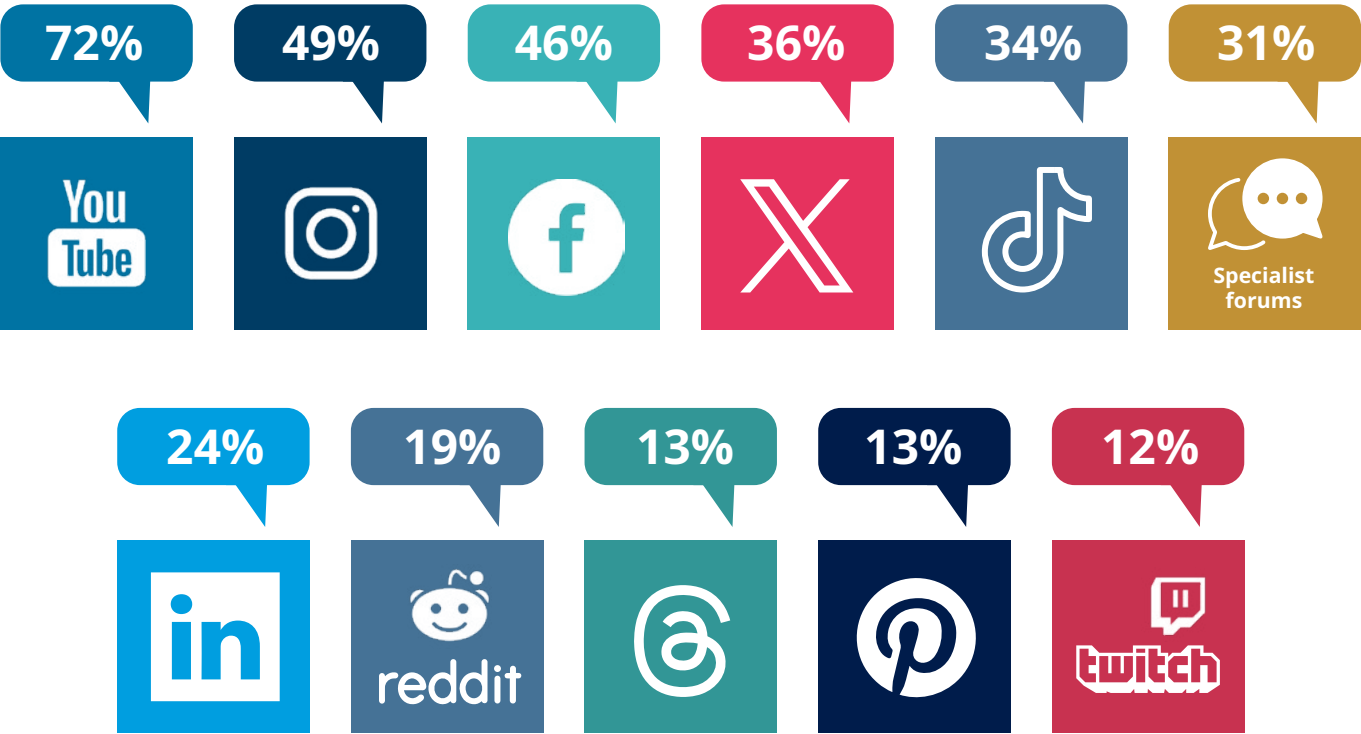


Les plateformes d'influence

YouTube reste le site le plus populaire auprès des épargnants qui utilisent les médias sociaux pour éclairer leurs décisions d'investissement. Ils sont en effet 72% à utiliser YouTube, un chiffre nettement plus élevé que Instagram (49%) et Facebook (46%) qui arrivent respectivement en deuxième et troisième position au niveau mondial.

Les jeunes investisseurs sont plus enclins que leurs aînés à utiliser Instagram, TikTok et Reddit pour éclairer leurs décisions d'investissement. Ceux qui ont les patrimoines et les salaires les plus élevés utilisent davantage LinkedIn. Toutefois, l'utilisation de YouTube est significativement plus élevée que celle de toutes les autres plateformes, quelles que soient les catégories d'âge.

Fig 21: Utilisation des plateformes de médias sociaux parmi les investisseurs qui s'informent en ligne



Les investisseurs diversifient leurs sources d'informations financières, et les conseils d'influenceurs gagnent en légitimité. Plutôt que de s'y opposer, les acteurs du secteur devraient envisager des moyens de tirer parti de ces médias et considérer les influenceurs comme un élément complémentaire, aux côtés d'autres formes d'éducation financière, pour renforcer l'engagement des clients.

Le rôle déterminant de la famille et des amis

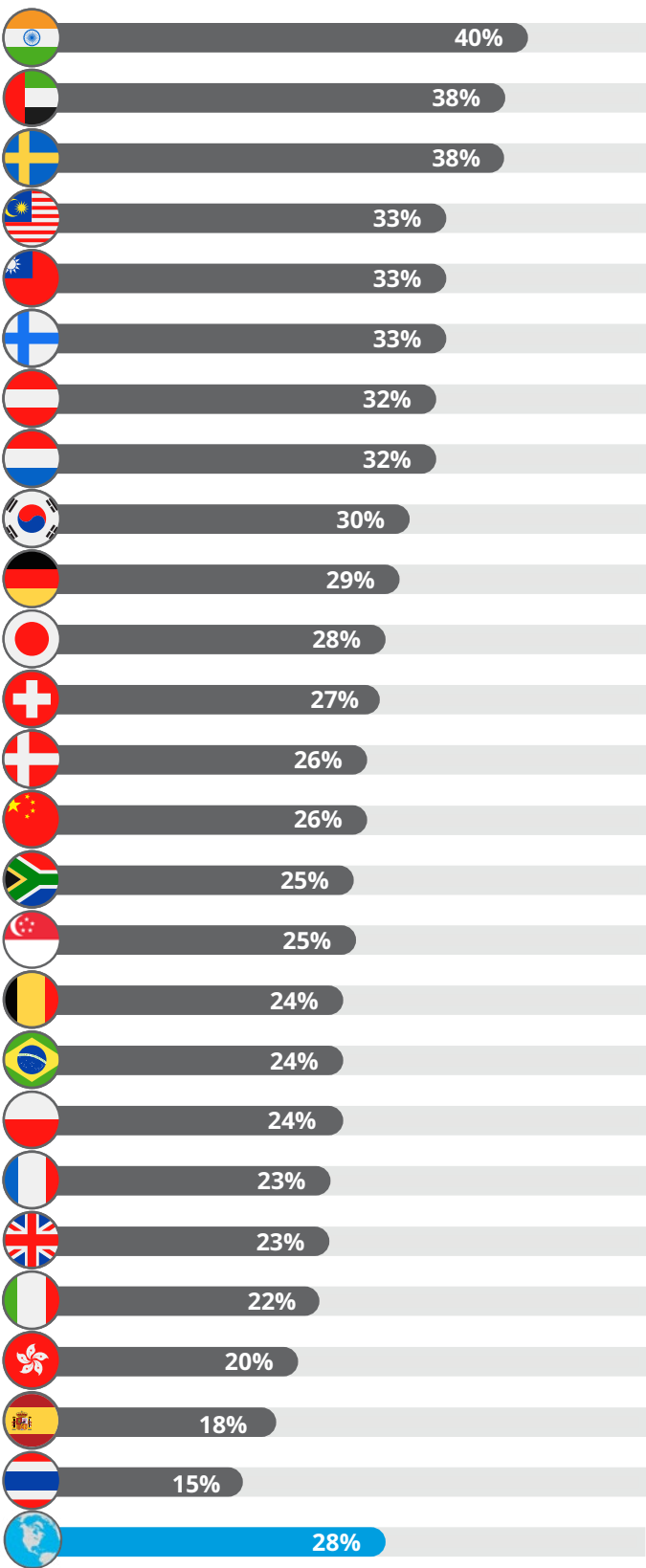
En dehors des conseils financiers fournis par des professionnels, la famille continue de jouer un rôle significatif pour influencer sur les décisions des investisseurs particuliers. Comprendre le rôle que la famille ou les amis jouent dans la prise de décision, au vu de l'importance des recommandations pour l'acquisition de nouveaux clients pour les plateformes en ligne, est un point que nous détaillons dans la partie 4.

Lorsque que l'on demande quelles sources d'informations sont utilisées pour prendre une décision d'investissement, 28% des personnes interrogées au niveau mondial répondent la famille (31% en 2023).

La famille a une influence importante dans le monde entier, mais plus encore en Inde (40%), aux Emirats Arabes Unis (38%) et en Suède (38%). Il est intéressant de noter que les femmes (32%) sont beaucoup plus nombreuses que leurs homologues masculins (23%) à reconnaître que la famille a influé sur leurs décisions d'investissement.

D'une manière générale, les investisseurs se tournent le plus souvent vers leurs parents pour obtenir des conseils en matière d'investissement. Ceci étant dit, plus d'un investisseur sur dix en Inde se tourne vers les membres les plus jeunes de leur famille (leurs enfants) pour obtenir des informations ou des renseignements, un chiffre sans équivalent dans les autres pays.

Fig 22: % des investisseurs particuliers recherchant des informations, des conseils et des renseignements auprès de leur famille et de leurs amis



PARTIE 4:

RÉACTIVER LES INVESTISSEURS DORMANTS

Nous avons déjà analysé la façon dont le digital influe sur le comportement des investisseurs et de quelle manière les conseils en ligne peuvent motiver leurs décisions. Mais dans un environnement de plus en plus digitalisé que peuvent faire de plus les prestataires de services d'investissement pour inciter leurs clients existants à agir et pour convaincre de nouveaux clients?



En finir avec l’inertie

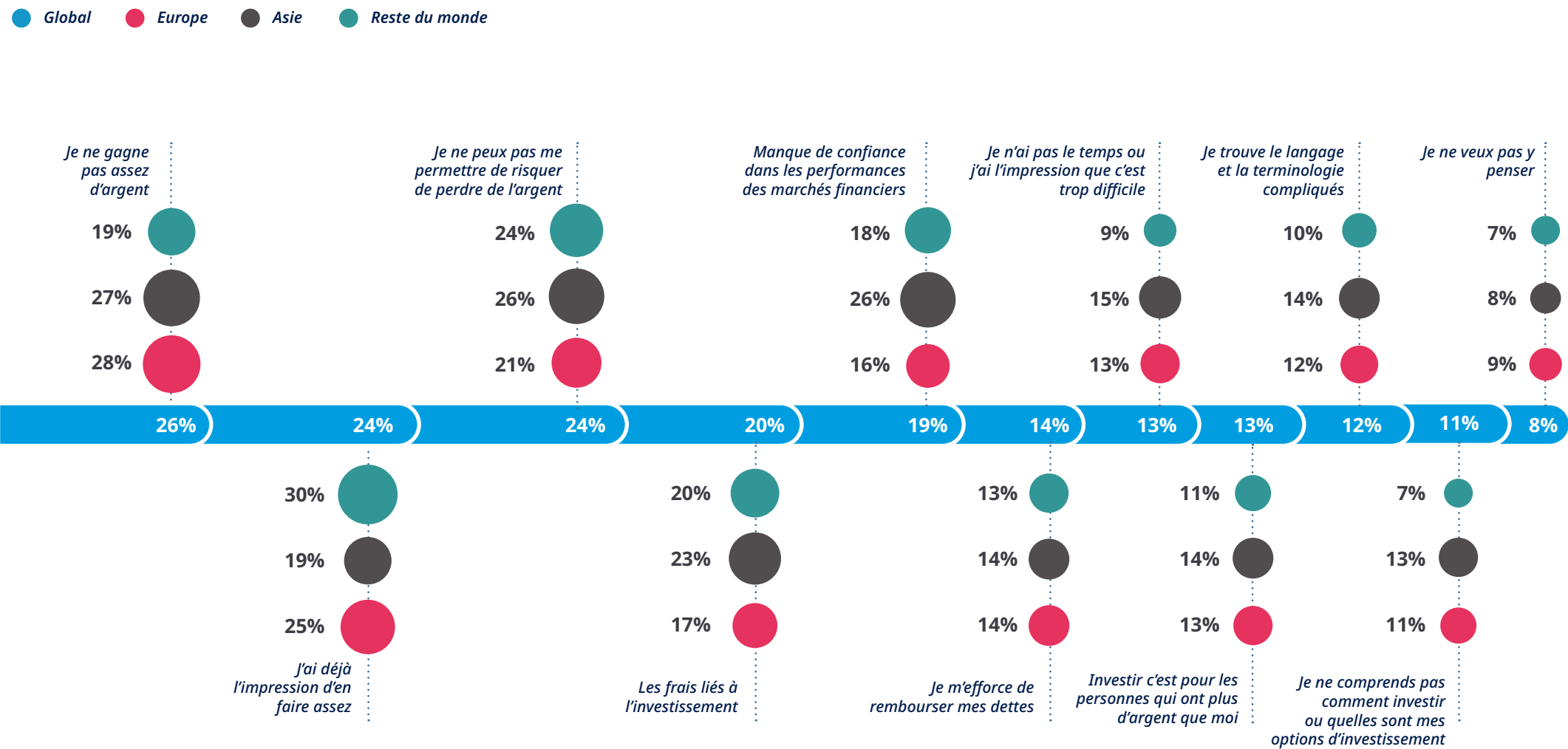
L'un des principaux défis à relever pour les prestataires de services d'investissement est de trouver des solutions contre l'inactivité des investisseurs. A l'échelle mondiale, les principaux arguments cités justifiant le manque d'activité des investisseurs individuels peuvent se résumer ainsi : « je ne gagne pas assez d'argent » et « j'en fais déjà assez ».

Pour autant, comme nous l'avons déjà souligné dans la partie 2, des écarts significatifs persistent entre la situation réelle des investisseurs et celle qu'ils devraient avoir. Cela est particulièrement vrai en ce qui concerne la retraite.

« J'en fais déjà assez » est l'argument le plus mentionné pour justifier qu'ils n'investissent pas davantage en Inde (32%), au Brésil (32%), en Autriche (31%), en Afrique du Sud (30%) et aux Emirats Arabes Unis (29%). Par ailleurs, le sentiment au niveau mondial de "ne pas pouvoir se permettre de perdre" est le troisième obstacle mentionné à l'augmentation des investissements (24%). Cette « aversion aux pertes » est un phénomène bien connu, les investisseurs ressentant bien plus intensément le désagrément des pertes que la satisfaction de gains équivalents. Il semble primordial de remettre en question cette approche. Les professionnels du secteur doivent s'assurer qu'ils offrent une éducation financière visant à encourager la prise de décisions d'investissement à long terme, plutôt que de privilégier les gains à court terme.

Ces deux obstacles représentent des défis à surmonter grâce à une approche pédagogique, en expliquant ce qu'implique un investissement « suffisant », notamment en ce qui concerne la préparation à la retraite et la croissance des investissements en fonction du couple rendement-risque.

Fig 23: Raisons invoquées pour justifier le fait que les épargnants n'investissent pas davantage



Le potentiel inexploité des anciens utilisateurs

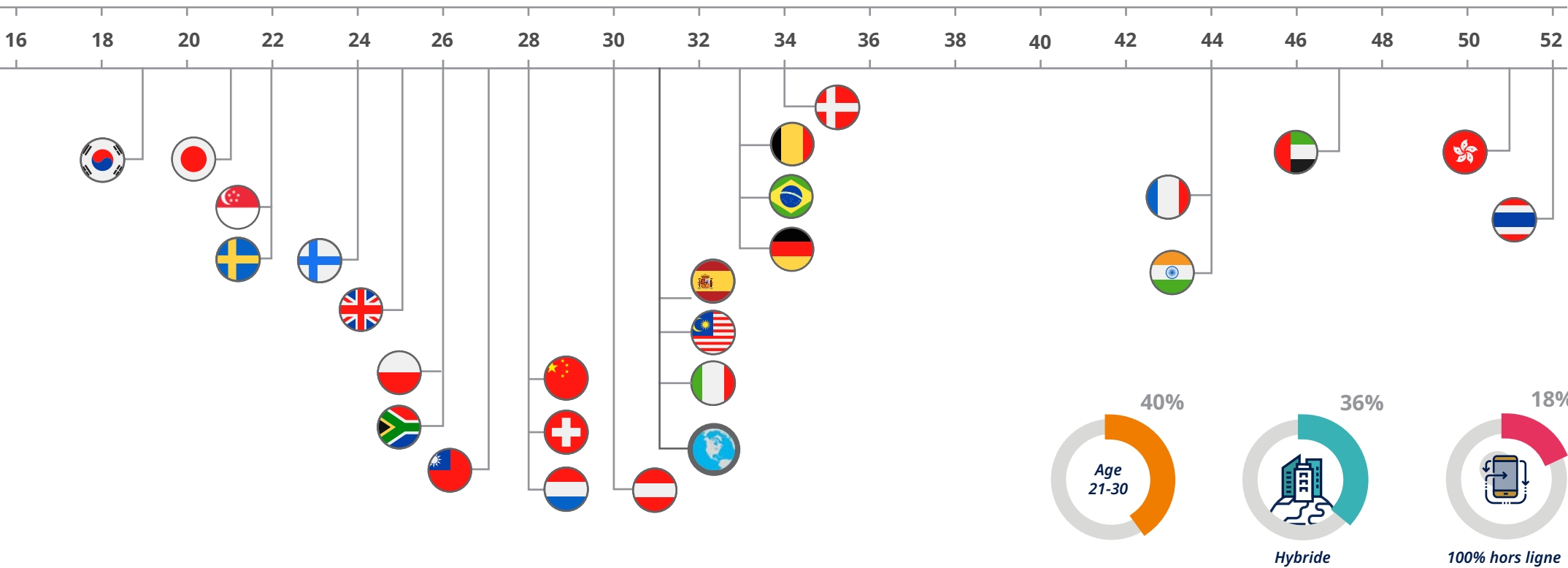
Nous savons également que la faible activité des investisseurs pèse sur les revenus des plateformes. Une perte de revenus qui peut aller jusqu'à 66% est générée par des clients peu ou pas actifs.⁴

Notre étude révèle qu'il existe un grand nombre d'utilisateurs détenant de l'argent sur une plateforme d'investissement digitale mais sans intervenir dessus (31% de l'ensemble des investisseurs en ligne). Ce constat s'applique à tous les pays de notre étude, en particulier en Thaïlande (52%), à Hong Kong (51%), en Inde (44%) et en France (44%). Ce phénomène est moins significatif en Corée du Sud (19%), au Japon (21%), à Singapour (22%) et en Suède (22%).

A peine plongés dans le monde de l'investissement, les plus jeunes investisseurs sont davantage susceptibles d'être des utilisateurs inactifs.

⁴ Source: Bain/DynataRetail Banking France Survey 2022 - Basé sur l'analyse des différences de niveau d'équipement des clients entre les prestataires de services bancaires de premier rang et les prestataires de second rang

Fig 24: % part des investisseurs digitaux qui détiennent des encours sur une plateforme d'investissement digitale mais qui ne l'utilisent plus activement



Pour une plateforme d'investissement en ligne, réactiver un utilisateur inactif coûte moins cher que d'acquérir de nouveaux utilisateurs. En outre, il est généralement plus facile pour les investisseurs de reprendre une activité auprès d'une plateforme connue plutôt que de créer des comptes auprès de nouveaux prestataires. Il y a là une véritable opportunité pour les plateformes qui s'y prennent correctement.

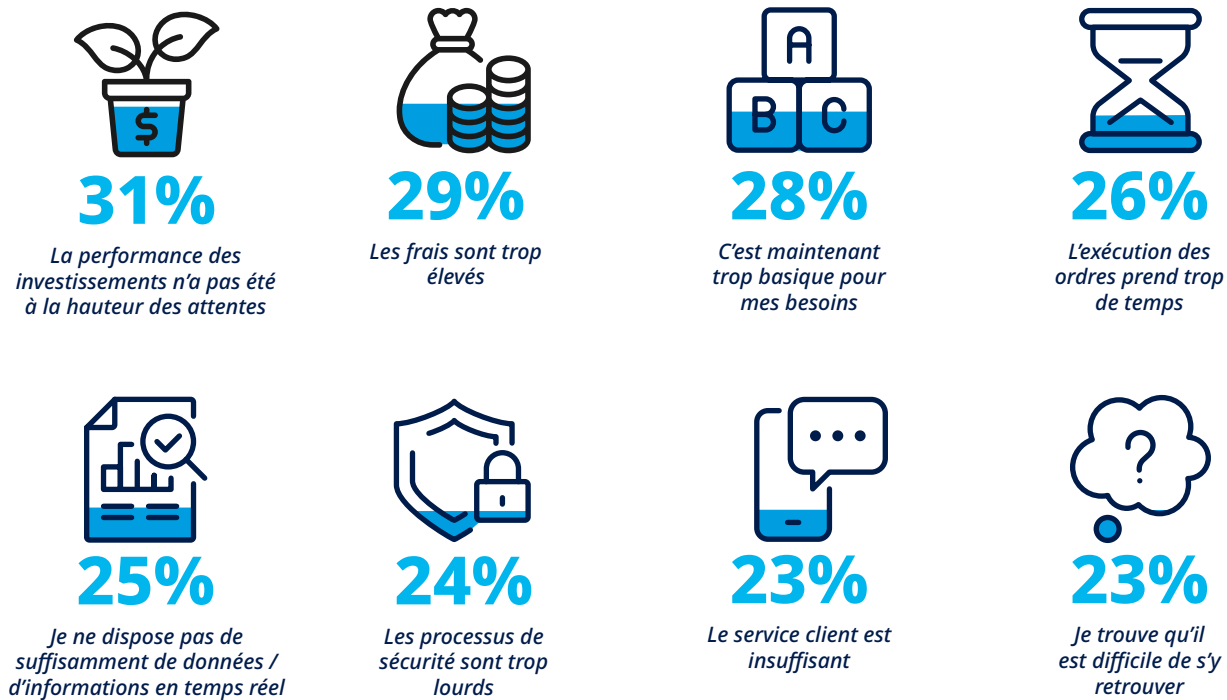
La performance des investissements (31%) et les frais de gestion élevés (29%) sont les deux raisons principales justifiant l'abandon d'une plateforme d'investissement en ligne. Les hommes sont davantage enclins à reconnaître que les frais de gestion élevés sont la raison principale pour laquelle ils n'utilisent plus activement une plateforme (32% vs. 26% pour les femmes). Mais en dehors de ces raisons, il existe d'autres motifs invoqués pour justifier l'inactivité.

- 28% des répondants déclarent que la plateforme était trop basique pour répondre à leurs besoins et qu'ils sont passés à des outils plus sophistiqués

- 26% trouvent que l'exécution des investissements prend trop de temps
- 25% assurent que la plateforme ne fournit pas suffisamment de données et d'informations en temps réel. Un pourcentage qui monte à 28% chez les répondants âgés de 21 à 30 ans.

Notre étude montre que les investisseurs se tournent vers les plateformes proposant un plus grand choix de produits ou de fonctionnalités. Les plateformes devraient prendre en compte ce point afin de mieux fidéliser et développer leur clientèle. A notre époque digitale, la vitesse et le confort d'utilisation sont également primordiaux et nos résultats montrent que de nombreux épargnants sont prêts à changer de plateforme si ces dernières ne répondent pas à leurs besoins.

Fig 25: Raisons pour lesquelles les utilisateurs inactifs des plateformes digitales et des applications sur lesquelles ils détiennent de l'épargne ne les utilisent plus



Développer l'investissement en ligne

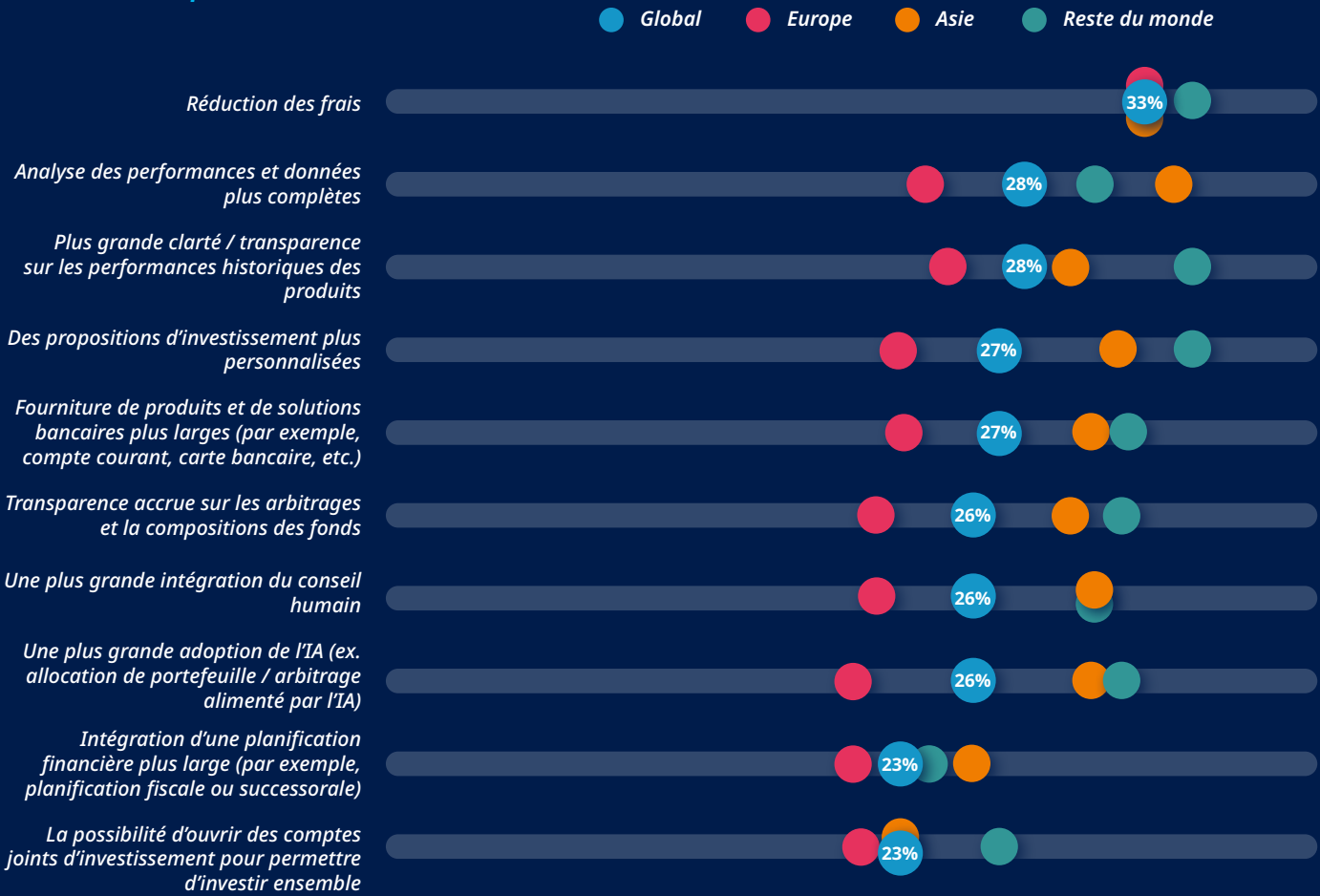
L'importance des frais de gestion est évidente quand on demande à des investisseurs quelles sont les améliorations ou les caractéristiques qu'ils souhaitent voir mises en œuvre sur les plateformes d'investissement digitales. Des plateformes moins chères (33%) arrivent en tête des demandes. Ce chiffre est beaucoup plus élevé parmi les investisseurs qui n'utilisent que des canaux digitaux (42%).

Etant donné la faiblesse des frais de gestion généralement affichés par les plateformes en ligne, l'attention que les investisseurs portent à ces frais pourrait s'expliquer par une méconnaissance de la facturation et par des comparaisons effectuées avec d'autres types d'investissement. Si une plus grande transparence et simplification pourraient contribuer à apaiser ce sentiment, mettre en avant d'autres points forts permet de communiquer de manière plus positive.

La sensibilité aux frais de gestion compte davantage chez les investisseurs européens. Si elle est importante dans d'autres zones géographiques, nous constatons une demande également sur les fonctionnalités suivantes:

- » Des données et des analyses de performance plus complètes
- » Des options d'investissement plus personnalisés
- » Fournir d'autres services financiers que juste de l'investissement
- » Une adoption plus systématique de l'IA
- » Un plus grand recours au contact humain

Fig 26: Améliorations à apporter aux applications et aux plateformes digitales identifiées par les investisseurs particuliers



Évaluer l'intérêt des utilisateurs pour les différents produits

Bien que la facilité d'utilisation de la plateforme, ses caractéristiques et les services proposés soient essentiels, les plateformes doivent également réfléchir à la manière dont leur gamme de produits d'investissement répond aux attentes des utilisateurs. Notre étude montre que les investisseurs détiennent une gamme étendue de produits au sein de leur portefeuille.

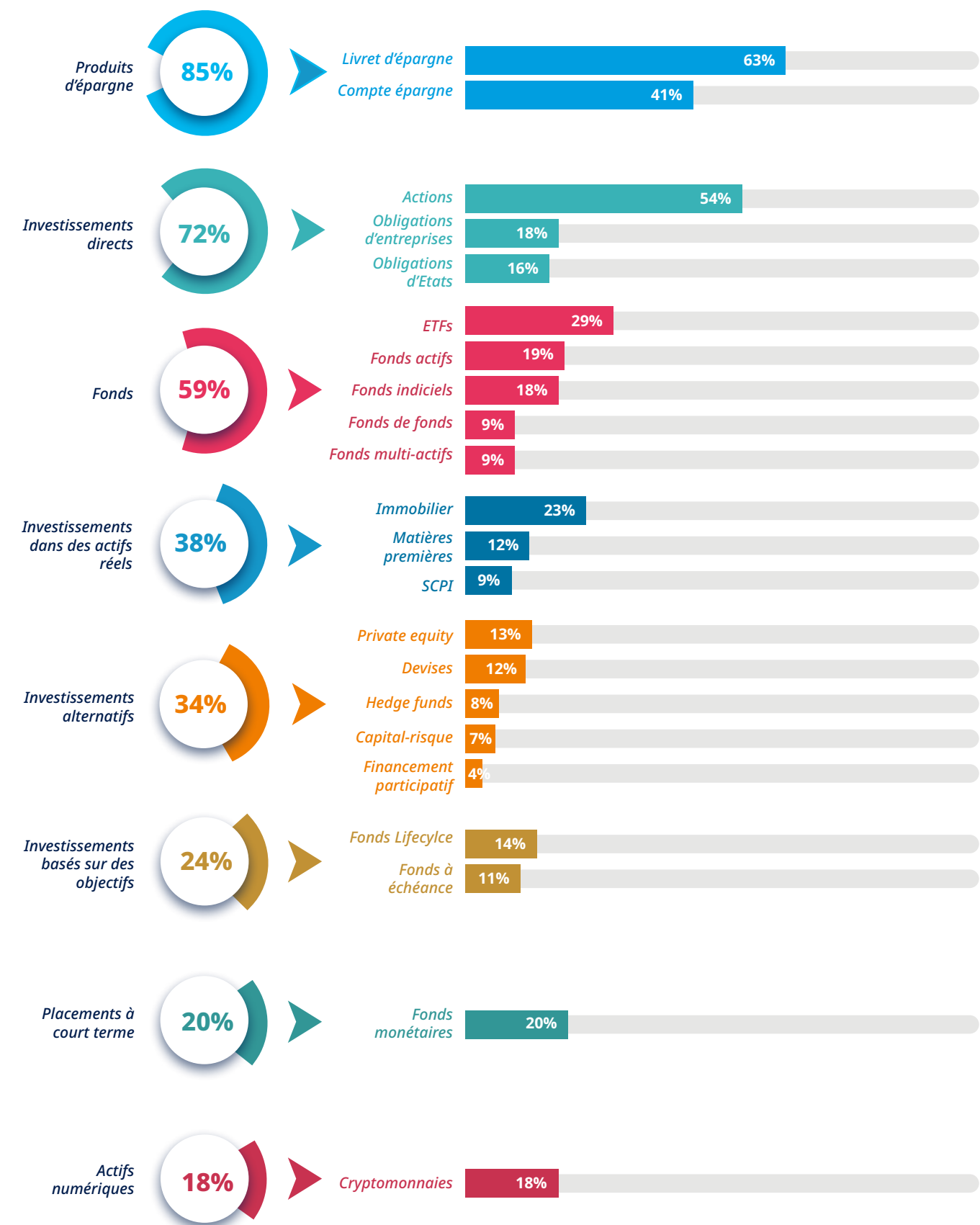
En moyenne, 85% de l'ensemble des investisseurs détiennent un produit d'épargne

dans leur portefeuille, généralement un dépôt fixe (63%). Un peu moins des trois quarts d'entre eux des investissements directs (actions, obligations, 72%), tandis que trois épargnants sur cinq (59%) ont investi dans des fonds, le plus souvent un ETF (29%).

Toutefois, les produits détenus par les investisseurs particuliers ne sont pas toujours uniformes. Nous constatons que certaines catégories sont plus ou moins susceptibles de détenir certains types d'investissement. La détention de tous les types de produits est plus faible parmi les catégories les plus âgées. Voici un tableau récapitulant les principales différences constatées:

Investisseurs européens	» Plus enclins à détenir des fonds indiciels (21% vs. 15% en Asie et 13% dans le reste du monde)
Investisseurs asiatiques	» Plus enclins à détenir des dépôts fixes (74% vs. 57% en Europe et dans le reste du monde) · » Plus enclins à détenir des actions (60% vs. 52% en Europe et 52% dans le reste du monde)
Investisseurs dans le reste du monde	» Plus enclins à détenir des devises (21% vs. 14% en Asie et 9% en Europe) » Plus enclins à détenir de l'immobilier (37% vs. 22% en Europe et 21% en Asie) » Plus enclins à détenir des cryptomonnaies (29% vs. 17% en Asie et en Europe)
Hommes	» Plus enclins à détenir des cryptomonnaies (23% vs. 13% pour les femmes) » Plus enclins à détenir des actions (57% vs. 50% pour les femmes)
Investisseurs disposant d'un patrimoine peu élevé	» Ceux qui ont jusqu'à 24.000€ d'actifs investissables sont moins susceptibles que la moyenne globale de détenir tous types d'investissement, à l'exception des cryptomonnaies (20% vs. 18% pour la moyenne mondiale)

Fig 27: Placements par type de produits

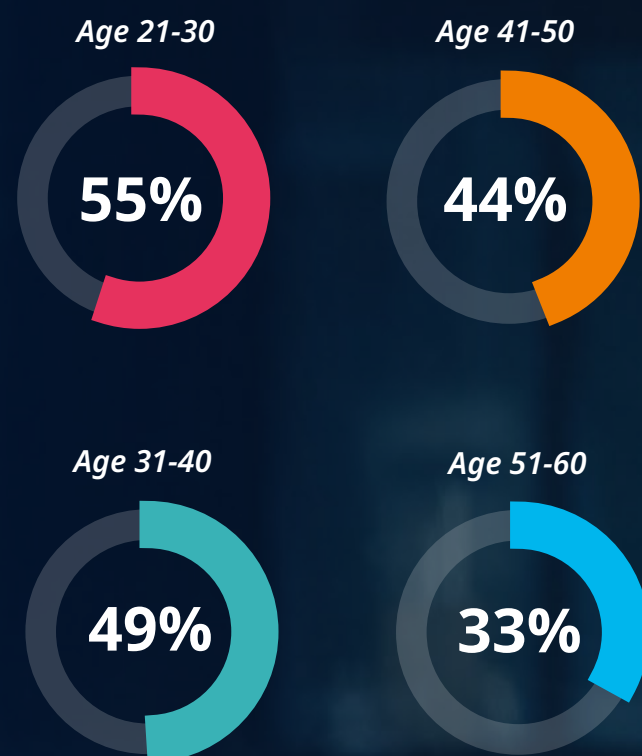


Encourager les recommandations

Encourager les recommandations figure parmi les méthodes les plus efficaces pour acquérir de nouveaux clients. Comprendre les tendances concernant les recommandations et les facteurs qui les motivent constitue donc un point essentiel.

A l'échelle mondiale, 49% des investisseurs utilisant des plateformes digitales ont recommandé une application ou une solution digitale à un ami ou un membre de leur famille.

Les investisseurs en ligne aux Emirats Arabes Unis (72%), en Afrique du Sud (71%), en Inde (69%) et au Brésil (69%) sont les plus susceptibles de recommander une solution digitale à leurs proches. Au niveau mondial, les jeunes investisseurs (âgés de 21 à 30 ans) appartiennent à la tranche d'âge la plus susceptible de faire ce type de recommandations (55%). En règle générale, les arguments principaux qui entraînent des recommandations sont la facilité d'utilisation de l'application (36%), la confiance envers la plateforme (36%) et la possibilité d'investir de petites sommes (34%).



Nos conclusions montrent que certains facteurs sont plus déterminants que d'autres quand il s'agit de recommander une plateforme ou une application.



Investisseurs de plus de 40 ans

Pour les plateformes visant un public de plus de 40 ans, la facilité d'utilisation est la première raison justifiant une recommandation (42%). La deuxième raison la plus invoquée pour faire une recommandation est la possibilité d'investir de petites sommes. Les plateformes visant cette catégorie d'âge devraient avant tout mettre l'accent sur la simplicité d'utilisation et l'accessibilité (tels qu'investir de petits montants) et faire en sorte que ce message soit cohérent avec les autres actions marketing mises en place.



Investisseurs de moins de 30 ans

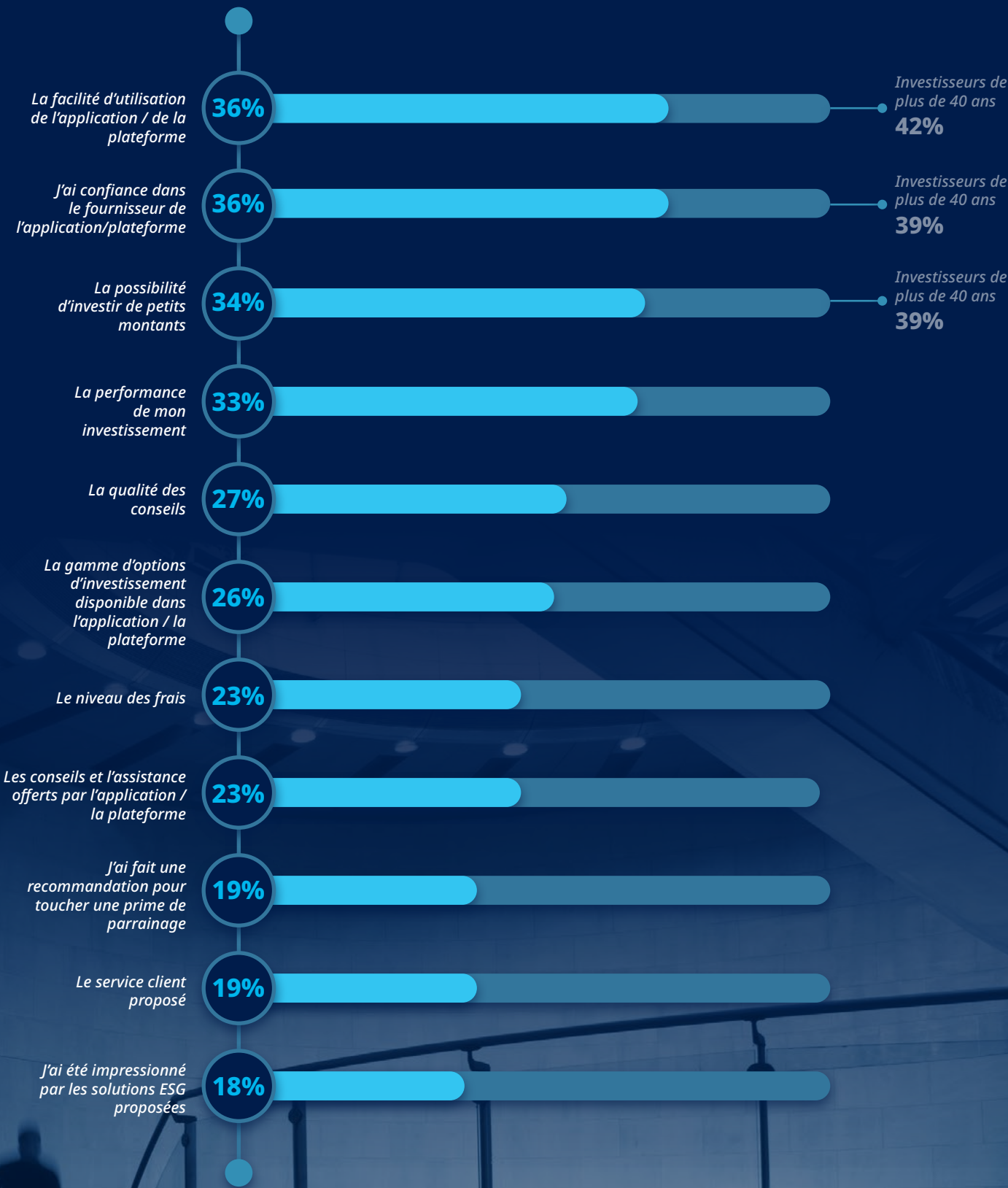
C'est une catégorie clé dans la mesure où ils sont plus enclins à recommander une plateforme digitale. La confiance dans l'application est la raison principale invoquée. Toutefois, comme pour les autres tranches d'âge, la facilité d'utilisation et la performance des investissements demeurent des critères essentiels.



Investisseurs disposant de plus de 150 000€ d'actifs

La confiance, la facilité d'utilisation et la performance de l'investissement sont des critères essentiels pour justifier une recommandation. Cependant, ce groupe est également plus enclin à recommander la qualité du conseil en ligne, avec 32 % contre 23 % parmi ceux qui possèdent jusqu'à 24 000 € d'actifs. En outre, la qualité des solutions ESG proposées est également un facteur important, avec 24 % contre 14 % pour ceux disposant de jusqu'à 24 000 € d'actifs.

Fig 28: % des investisseurs en ligne ayant recommandé une plateforme d'investissement ou une application à un ami ou un membre de leur famille



CONCLUSION

Il est désormais évident que non seulement la plupart des investisseurs utilisent des plateformes en ligne, mais qu'ils y détiennent également une part significative de leur portefeuille. Dans le sillage plus global de la digitalisation des usages, les investisseurs se montrent de plus en plus enclins à recourir à ces plateformes digitales pour accéder à du contenu et à des conseils en matière d'investissement. Quels sont donc les domaines clés que nous avons identifiés pour développer votre activité, acquérir de nouveaux clients ou réengager des clients inactifs?

1.

Contribuer à combler les lacunes sur les enjeux de la retraite

Bien que les investisseurs se montrent confiants quant à la réalisation de leurs objectifs à court terme, il n'en va pas de même pour leurs objectifs à long terme. Notre focus sur la retraite met en lumière les bénéfices que vos clients pourraient tirer d'une éducation financière accrue, de conseils professionnels et d'une assistance à la planification. Bien que de nombreux investisseurs soient satisfaits d'utiliser des plateformes en ligne, la majorité d'entre eux préférerait bénéficier d'un accompagnement humain lorsqu'il s'agit d'objectifs à long terme, y compris ceux qui investissent exclusivement via des plateformes digitales. Les acteurs du secteur disposent donc d'une opportunité pour répondre à ce besoin de conseil hybride, alliant outils en ligne et dimension humaine.

2.

Explorer de nouvelles sources d'éducation financière

Les moyens de s'informer se multiplient et la confiance dans les sources d'informations en ligne s'accroît, mais l'essor des influenceurs ne doit pas être perçu comme un substitut aux conseils professionnels. Plutôt que de s'y opposer, les professionnels du secteur devraient envisager des moyens de tirer parti de cette nouvelle approche pour atteindre les clients et considérer les influenceurs comme une composante essentielle de leur stratégie de communication, aux côtés d'autres formes d'éducation financière.

3.

Renouer avec de vieux amis

Il existe une véritable opportunité de limiter une baisse des revenus en réactivant les utilisateurs inactifs. La convergence de l'humain et du digital incite les acteurs encore non digitalisés à envisager l'intégration d'outils de planification en ligne ou d'applications pour enrichir leur offre. Parallèlement, les acteurs digitaux devraient envisager d'ajouter une dimension humaine à leurs parcours clients.

Cette étude remet en question l'idée selon laquelle l'utilisation des plateformes digitales pour investir serait réservée à la « prochaine génération » d'investisseurs. Les quinquagénaires sont presque aussi susceptibles d'utiliser une plateforme d'investissement en ligne qu'un investisseur dans la vingtaine. Ce constat est similaire lorsque l'on examine les niveaux de patrimoine, les investisseurs les plus fortunés de notre échantillon étant globalement tout aussi utilisateurs de plateformes digitales pour investir. Le digital est donc devenu la norme pour tous, mais les résultats plaident également en faveur d'une hybridation des modèles, notamment si l'on considère le volume d'informations que les investisseurs attendent aujourd'hui, tout en montrant une préférence pour l'accompagnement humain lorsqu'il s'agit de planification à long terme.

What's Next?

Chez Amundi nous nous engageons à fournir à nos partenaires les informations et les enseignements les plus pertinents.

Au cours des dix dernières années, l'investissement des particuliers s'est profondément transformé. Pour autant, et comme le montre notre étude, les investisseurs du monde entier font face à de nombreux défis pour assurer leur bien être financier.

Si vous souhaitez en savoir plus, ou nous poser une question spécifique concernant cette étude, n'hésitez pas à nous contacter :



Gaëtan Delculée

*Global Head of Digital
Distribution and ETF Sales*

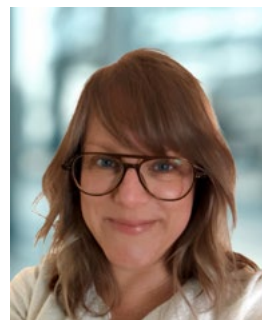
gaetan.delculee@amundi.com



Miriam Oucouc

*Global Head of Client
Experience & ETF Marketing*

miriam.oucouc@amundi.com



Bethany Morris

*Head of Client Insight &
Innovation*

bethany.morris@amundi.com



Ashleigh Cowie-Jackson

Client Engagement Lead

ashleigh.cowie-jackson@amundi.com



Bertrand Fontaneau

Client Insights Manager

bertrand.fontaneau@amundi.com

With thanks to **Teresa Santos** and **Amina Charzhau**.

WWW.AMUNDI.COM



INFORMATIONS IMPORTANTES

Sauf indication contraire, toutes les informations contenues dans ce document proviennent d'Amundi Asset Management S.A.S. et sont en date du 3 avril 2025. La diversification ne garantit pas un profit et ne protège pas contre une perte. Ce document est fourni « en l'état » et l'utilisateur de ces informations assume l'intégralité des risques liés à l'utilisation de ces informations. Les données et analyses historiques ne doivent pas être considérées comme une indication ou une garantie d'une analyse, d'une prévision ou d'une prédiction de performance future. Les opinions exprimées sur les tendances économiques et de marché sont celles de l'auteur et pas nécessairement celles d'Amundi Asset Management S.A.S. et sont susceptibles d'être modifiées à tout moment en fonction des conditions de marché et autres, et il n'y a aucune garantie que les pays, les marchés ou les secteurs se comporteront comme prévu. Ces opinions ne doivent pas être considérées comme un conseil d'investissement, une recommandation de titre ou une indication de négociation pour un produit d'Amundi. Amundi ne peut en aucun cas être tenue responsable de tout dommage direct, indirect, spécial, accessoire, punitif, consécutif (y compris, mais sans s'y limiter, la perte de bénéfices) ou de tout autre dommage lié à son utilisation. Investir implique des risques, notamment de marché, politiques, de liquidité, de change et de perte en capital. Les performances passées ne sont ni une garantie ni un indicateur fiable des performances futures.

Amundi Asset Management

Société par actions Simplifiée, SAS au capital de 1 143 615 555 € et agréée par l'Autorité des Marchés Financiers sous le numéro GP 04000036 en qualité de société de gestion de portefeuille. Siège social : 91-93 boulevard Pasteur, 75015 Paris - France
Adresse postale : 91 boulevard Pasteur, CS 21564, 75730 Paris Cedex 15 - France. Tél. : +33 (0)1 76 33 30 30 - amundi.com - 437 574 452
RCS Paris.