

Paris, le 30 juin 2022

ÉTUDE SUR LA PRISE DE DÉCISION SWISS LIFE 2022

Finances et retraite : Les Français affirment leur besoin d'être professionnellement conseillés

D'après l'étude Swiss Life sur « La prise de décision » (sondage OpinionWay) réalisée en mai 2022* :

- **La médiatisation des problématiques de retraite est anxiogène pour 44 % des Français mais motive un quart d'entre eux à prendre le sujet en main.**
- **68 % des Français estiment, aujourd'hui, qu'il est important d'être conseillé par un professionnel en matière de finances et de retraite face à la complexité du sujet. Ce chiffre monte à 70 % pour les Français de moins de 35 ans.**
- **61 % des Français s'informent en priorité auprès de leur conseiller (bancaire ou en assurance) en matière de finances et de retraite.**

Face au sentiment croissant de complexification des choix en matière de finances et de retraite, les résultats de cette étude révèlent le besoin d'accompagnement et de conseil d'une majorité de la population pour leur permettre de prendre des décisions éclairées.

1. La médiatisation des problématiques de retraite est anxiogène pour près de la moitié des Français mais motive un quart d'entre eux à prendre leur situation en main

La campagne présidentielle a réouvert le dossier concernant le système français de retraite. Dans ce contexte, la médiatisation des écarts de retraite et des défis financiers, liés à la vieillesse, est anxiogène pour près d'un Français sur deux (44 %). Leurs inquiétudes sont essentiellement nourries par des craintes à l'égard de leur situation personnelle (25 %) et le sentiment d'être dépassé par la complexité de ces problématiques (pour 14 %). Un tiers des Français (32 %) opte pour une stratégie d'évitement, refusant de se pencher sur ces problématiques (17 % se concentrent sur le moment présent ; 15 % ne se sentent pas concernés).

En revanche, **le discours médiatique motive un quart des Français (24 %) à prendre en main – seul ou avec des conseils experts – leur situation financière et leur retraite.** La motivation des Français à s'impliquer sur ces sujets croît avec l'âge et donc avec l'imminence de cette échéance. Ainsi, les plus de 50 ans sont proportionnellement deux fois plus nombreux que les générations plus jeunes à vouloir se mobiliser sur lesdits sujets (32 % VS 16 %).

2. Face au sentiment dominant de complexité croissante des questions financières et de retraite, la valeur ajoutée des conseillers est soulignée par les Français

Les deux tiers des Français estiment le conseil professionnel important (32 % « très important » et 36 % « important »). Seuls un tiers des Français (36 %) considère ne jamais avoir eu besoin de conseiller financier et moins d'un cinquième (18 %) affirme que le conseil est sans importance pour eux. Les femmes pensent davantage avoir besoin de l'aide d'un expert pour prendre des décisions importantes en matière de finances et de retraite (43 % mettent une note entre 4 et 6 VS 35 % des hommes mettent une note entre 4 et 6). Elles pensent moins que les hommes à ne se fier qu'à elles-mêmes en matière de finances et de retraite (leur score moyen d'adhésion à cette posture est de 3,6/6 VS 3,9/6).

Lorsqu'ils ont besoin d'obtenir des conseils en matière de gestion financière, les Français se tournent ainsi en priorité vers un professionnel en assurance, bancaire ou financier (61 %). Ces conseillers s'avèrent être les plus cruciaux dans la prise de décision des Français. Suivent ensuite les voix familiales référentes qui ont aussi une portée importante sur les décisions financières et en matière de retraite. **Le poids d'Internet dans la décision dépasse celui des autres médias.** Ainsi, les Français sont deux fois plus nombreux à se tourner vers internet que les autres médias pour recueillir des avis et des informations (23 % VS 11 %) avant de prendre leur décision ou de se faire accompagner par un conseiller. Enfin, **les Français n'accordent que très peu d'importance au rôle des influenceurs dans leurs décisions** : ils sont relégués au dernier rang des acteurs ayant influencé leur gestion financière (3 % des Français se tournent vers eux lorsqu'ils recherchent des recommandations ou des informations sur ce sujet).

Rétrospectivement, 64 % des Français auraient souhaité consulter un conseiller pour des choix ayant des implications financières importantes. Dans le détail, un quart (24 %) aurait voulu le faire concernant leur vie à la retraite. Cette circonstance s'impose ainsi comme le 2^e temps fort pour lequel les Français auraient aimé être professionnellement conseillés (29 % auraient souhaité l'être pour un projet immobilier).

3. Les Français précisent de fortes attentes envers leur(s) conseiller(s)

Ils attendent aujourd'hui que leur conseiller crée pour eux les conditions optimales d'une prise de décision éclairée ; décision qui leur appartient. Ils expriment clairement 6 besoins fondamentaux :

- **Besoin d'être respectés dans leur décision** : 36 % des Français attendent de leur prestataire finances et retraite qu'il leur permette de prendre une décision en toute connaissance de cause et en toute liberté de choix.
- **Besoin d'être compris** (32 %).
- **Besoin d'être informés clairement** : 61 % des Français se tournent vers un conseiller pour obtenir des informations. Ils attendent qu'ils soient transparents et leur permettent de comprendre ce qui leur est proposé (33 %) et des recommandations et informations sur leurs avantages et inconvénients respectifs (25 %).
- **Besoin de connaître le champ des possibles et d'avoir le choix** : 36 % souhaitent avoir une vue d'ensemble de toutes leurs possibilités ; 31 % attendent de leur prestataire finances et retraite qu'il leur propose des options parmi lesquelles ils peuvent choisir ce qui leur convient le mieux.
- **Besoin d'être rassurés** : 24 % des Français attendent prioritairement de leur prestataire finances et retraite qu'il veille à ce qu'ils ne se retrouvent pas dans une impasse en cas de coup du sort ; un cinquième (20 %) attendent prioritairement qu'il réduise les risques et protège également les personnes à charge.
- **Besoin d'interagir personnellement et directement avec leur conseiller** : les Français ont davantage confiance en une analyse humaine qu'en celle d'un algorithme (73 % des Français

mettent une note entre 4 et 6) et adhèrent modérément à l'idée d'une digitalisation favorisant la liberté de choix en matière de décisions financières (41 % notent entre 4 et 6) et à celle d'outils numériques aidant à prendre de meilleures décisions (32 % des Français seulement mettent une note entre 4 et 6).

Tanguy Polet, CEO de Swiss Life France, a déclaré :

« Les résultats de cette étude conduite par OpinionWay mettent en lumière le besoin d'accompagnement des Français en matière de finances et de préparation de la retraite. Face à la complexité du sujet et des situations personnelles très diverses, ces attentes montrent l'importance, pour les clients, de disposer du temps et de conseils personnalisés à valeur ajoutée, permettant, aux Français, de prendre des décisions adaptées et éclairées. Dans ce contexte, je suis convaincu que Swiss Life, de par l'expertise de ses réseaux orientés vers le conseil, dispose de réels atouts pour répondre aux attentes de ses clients, et leur permettre ainsi de vivre leur vie, en toute liberté de choix. Il va de soi que le temps passé à échanger avec les clients et à personnaliser les conseils à leur situation spécifique représentent un coût, tant pour l'apporteur que pour le client. Ces coûts se doivent d'être transparents et mis aisément à disposition des clients ; c'est d'ailleurs l'engagement que France Assureurs a récemment pris au nom de tous ses membres ».

Laurent Gassie, Directeur Conseil de OpinionWay :

« Dans une période d'incertitude économique, la majorité des Français restent prudents concernant leur finances (des incertitudes mondiales liées à la guerre en Ukraine peuvent expliquer ces dispositions). Face au sentiment dominant de complexité des questions financières et de retraite, la valeur ajoutée des conseillers est globalement soulignée. Ils s'imposent ainsi comme ceux dont l'influence est la plus reconnue, dont les informations et recommandations sont les plus sollicitées et dont la cote de confiance est la plus élevée comparée à celle des autres professionnels experts. Les attentes des Français à l'égard de leur conseiller relèvent plutôt de l'ordre du coaching. Ils veulent être compris dans leurs besoins, accompagnés dans la compréhension et l'évaluation de la balance bénéfiques / risques de leurs options ainsi que dans la fixation de leurs objectifs. »

***Étude de la prise de décision (Sondage OpinionWay pour Swiss Life)**

Swiss Life permet à chacun de vivre selon ses propres choix. Dans ce cadre, ce baromètre évalue l'importance que les Français accordent à la liberté de choix en matière de finances et de retraite, leur degré de mobilisation sur ces sujets dans le contexte post-pandémie ainsi que leurs dispositions face au risque. Cette édition 2022 constitue la 1^{ère} vague de cette étude. Elle a été menée auprès d'un échantillon de 1 015 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Il a été 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. Les interviews ont été réalisées par questionnaire autoadministré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview) du 3 au 6 mai 2022. Les Français étaient invités à exprimer leur degré d'adhésion aux différentes affirmations qui leur étaient soumises en utilisant une échelle de 1 à 6 (1 = pas du tout d'accord / 6 = tout à fait d'accord. Les notes intermédiaires leur permettaient de nuancer leur jugement). Les scores moyens d'adhésion sont calculés sur ces bases.

[Pour découvrir les résultats détaillés de l'étude.](#)

À propos de Swiss Life

Swiss Life est un acteur référent en assurance et gestion de patrimoine, avec un positionnement reconnu d'assureur gestion privée. Notre approche est globale en assurance vie, banque privée, gestion financière, ainsi qu'en santé, prévoyance et dommages. Une approche globale, parce que l'essence de notre métier est d'accompagner chaque parcours de vie, privé et professionnel, et de construire chaque jour, avec l'aide de nos conseillers, une relation durable avec chacun de nos clients, particuliers comme entreprises. Notre conseil personnalisé, fondé sur la proximité et la confiance mutuelle, éclaire nos clients afin de leur permettre de faire leurs propres choix et d'être pleinement acteurs de leur vie, à chacune de ses étapes. En agissant ainsi de manière responsable, Swiss Life assure un rôle sociétal, source de fierté pour ses collaborateurs et ses forces de vente. www.swisslife.fr

À propos de la raison d'être de Swiss Life

« Permettre à chacun de vivre selon ses propres choix »

Swiss Life s'est dotée, en 2019, d'une raison d'être qui résonne avec un besoin universel : chacun veut avoir la liberté de décider de sa vie. C'est parce que son offre vient soutenir ces aspirations élémentaires que le choix de Swiss Life s'est porté sur cette notion. En effet, les clients de Swiss Life souscrivent des contrats d'assurance qui, d'une part, offrent des possibilités et d'autre part, des aides concrètes pour pouvoir vivre et décider en toute confiance, quoi qu'il arrive. De surcroît, Swiss Life a toujours fait de l'accompagnement de ses clients, sur le long terme, un engagement fort. Par son savoir-faire et le conseil délivré, par son offre en épargne, retraite, gestion de patrimoine, santé, prévoyance, et dommages, Swiss Life apporte à ses clients des réponses concrètes à leurs besoins fondamentaux et à leurs aspirations.

[Les derniers articles de Swiss Life sur la liberté de choix](#)

Contacts presse :

Véronique Eriaud – 06 18 64 33 19 – veronique.eriaud@swisslife.fr

Pascale Nesci – 06 33 97 35 69 – pascale.nesci@swisslife.fr

Laure Curien – 06 77 74 82 70 – lcurien@lebureaudecom.fr