

La montée en puissance de l'épargne solidaire

Jean-Pierre Loisel

Apparue en France au début des années quatre-vingt sur quelques projets, l'épargne solidaire permet, grâce à des FCP, des livrets d'épargne ou des SICAV spécifiques, d'aider des entreprises à vocation sociale ou des projets d'insertion de personnes en difficulté. Il ne faut pas la confondre avec l'épargne éthique, démarche dans laquelle on choisit des placements d'entreprises respectant les droits des salariés (non travail des enfants, égalité professionnelle hommes/femmes...). L'épargne solidaire semble avoir atteint un seuil qui devrait lui permettre de sortir d'une certaine confidentialité: environ 40 000 Français disposent aujourd'hui de produits de ce type, soit trois fois plus qu'il y a six ans, tandis que quatre consommateurs sur dix se déclarent intéressés par une telle épargne. Ces résultats sont issus de la première édition du Baromètre des Finances Solidaires. Perçus prioritairement comme une manière d'aider à la réinsertion de personnes en échec social et professionnel, ces produits d'épargne pourraient attirer un nombre conséquent de Français à la condition que leur choix soit favorisé par une fiscalité avantageuse, mais aussi par une proximité et une visibilité aujourd'hui absentes. La possibilité d'une épargne salariale solidaire, le fait que les banques commercialisent et communiquent sur ce type de produits seraient des facteurs importants pour rendre populaires des produits d'épargne aujourd'hui encore méconnus.

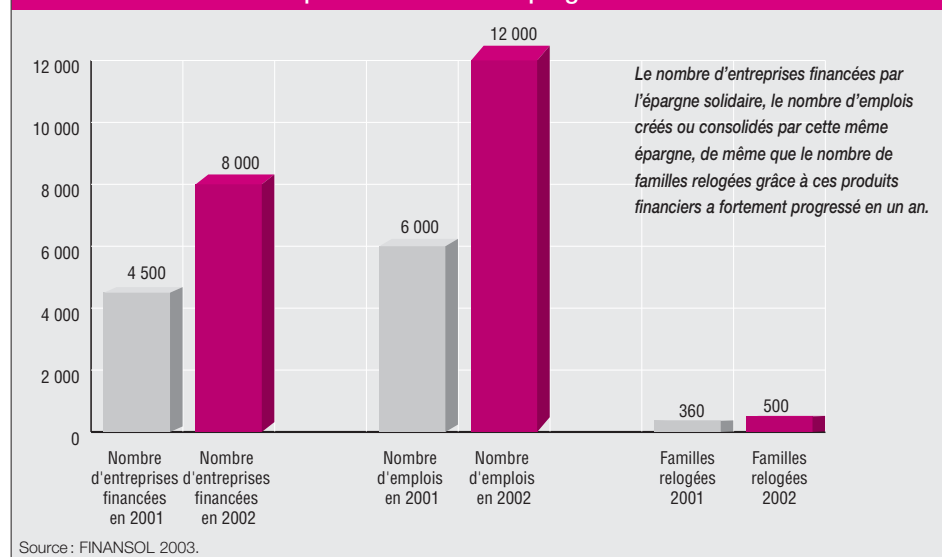
Un fort potentiel d'attractivité

L'épargne solidaire connaît aujourd'hui, sous l'impulsion de ses promoteurs, un premier succès dans l'esprit du public. Collectée grâce à des produits financiers classiques (FCP, SICAV, Livrets...), cette épargne a pour objet, via des opérateurs financiers «solidaires», de soutenir des porteurs de projets pouvant être des chômeurs, des personnes en situation d'exclusion, des associations ou des groupements. Dans une société où la notion d'engagement citoyen s'est fortement confondue ces dernières années avec celle de «consommateur citoyen», 43 % des Français seraient aujourd'hui prêts à souscrire un produit d'épargne solidaire. Ce taux est en nette progression depuis deux ans (+ 8 points). Toutefois, cette marque d'intérêt réelle doit être considérée avec une certaine prudence,

toutes les personnes «attirées» n'allant pas concrétiser demain leur réponse: 8 % seulement de nos concitoyens se déclarent «certainement» prêts à souscrire. Rapporté aux quelques 40 000 épargnants solidaires actuels, cela constitue néanmoins un potentiel considérable !

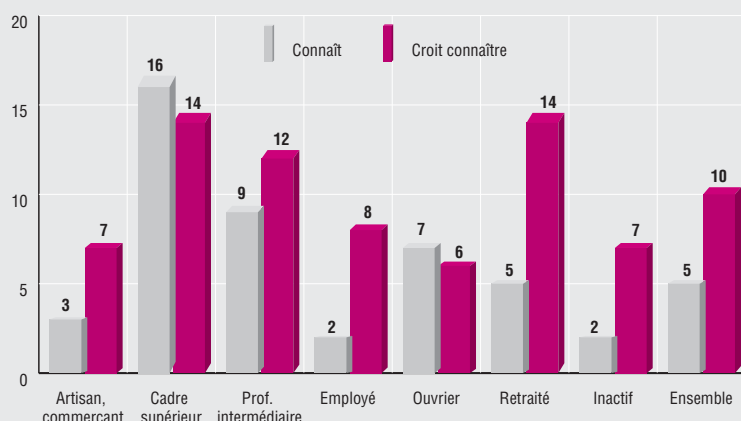
La population la plus motivée à investir dans des produits d'épargne solidaire reste encore assez ciblée: il s'agit le plus souvent de personnes bénéficiant d'un fort capital économique (16 % des personnes appartenant à des ménages disposant de plus de 3 650 euros de revenus mensuels seraient «certainement» prêts à souscrire à un produit d'épargne solidaire, soit + 8 points par rapport à la moyenne) et d'un fort capital social (20 % des ménages dont la personne de référence remplit une fonction de cadre supérieur ou une profession intellectuelle, soit + 12 points). De

L'impact croissant de l'épargne solidaire



La notoriété de l'épargne solidaire : une affaire de niveau socioculturel

« Savez-vous à quoi correspond l'épargne solidaire ? » (en %)



Source CRÉDOC 2003.

même, et ce n'est guère étonnant, l'attractivité est plus forte chez les personnes connaissant déjà l'univers des placements financiers : 11 % de celles en ayant déjà ou envisageant d'en réaliser se dirigeront « certainement » vers de l'épargne solidaire (+ 3 points par rapport à la moyenne). Plus citadine que l'ensemble des Français (11 % des « intentionnistes » vivent dans une agglomération de 200 000 habitants ou plus), cette population présente un profil similaire à celle qui consomme des produits « éthiques » comme ceux issus du commerce équitable, ou qui est sensible à

des critères tels que le respect des salariés ou l'interdiction du travail des enfants dans les entreprises.

Des produits qui doivent se faire mieux connaître

Si l'attractivité de ces produits d'épargne peut être considérée comme très encourageante, leur développement a souffert de leur manque de notoriété. Bien que la création des premiers fonds de placement solidaires remonte au début des années quatre-vingt, vingt ans plus tard, peu en ont déjà entendu parler : en 2003, à peine 15 % des Français disent savoir ce qu'est cette épargne, contre 12 % il y a deux ans. La notoriété augmente donc, mais de façon assez lente, sans doute parce que les acteurs du domaine n'ont jusqu'à présent que peu communiqué. Les personnes les plus au fait de l'existence de ce type de produits se trouvent une fois encore parmi les populations disposant d'argent et soucieuses de faire fructifier leur capital. Ainsi, la notoriété est plus élevée chez les titulaires

actuels de placements financiers (18 %, soit + 3 points par rapport à la moyenne), dans les foyers les plus aisés (24 % de ceux dont le revenu mensuel est supérieur à 3650 euros, + 9 points), chez les personnes de 55 ans ou plus (19 %, + 4 points), à savoir celles qui ont élevé leurs enfants, remboursé leur emprunt immobilier et qui disposent donc d'un certain capital. Cette meilleure connaissance est également plus souvent le fait des hommes (17 % contre 12 % des femmes). Faut-il voir là le signe de la persistance d'un partage traditionnel des rôles au sein du ménage... ?

Une épargne solidaire pour une aide de proximité

Aujourd'hui, les produits de l'épargne solidaire contribuent essentiellement à la réinsertion de personnes en difficulté et au financement du logement social. Mais d'autres voies sont en cours d'exploration. Les individus enquêtés par le CRÉDOC qui se disent intéressés par ce type d'épargne ont une opinion bien tranchée sur sa destination idéale : plus d'un tiers (35 %) met en avant l'aide aux personnes en difficulté. En seconde position viennent, nettement en second plan, l'environnement et le développement régional (respectivement 19, 17 et 16 % des réponses), puis, plus loin derrière encore, le logement social et l'aide au développement des pays du Sud (12 %).

Cette hiérarchie des priorités révèle une tendance de plus en plus affirmée des Français à inscrire leurs actions, voire même leurs projections mentales, dans un univers de proximité. En proie à la perception d'un monde complexe et inquiétant, ceux-ci ne trouvent leur équilibre qu'en se recentrant sur leur environnement le plus proche. Les préoccupations

Qu'est-ce que l'épargne solidaire ?

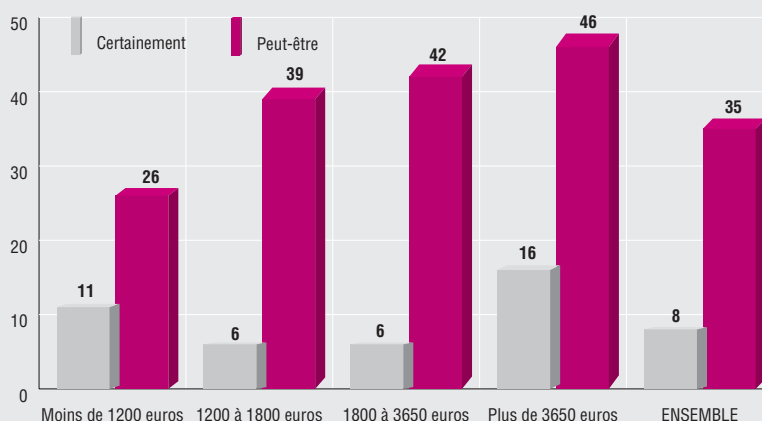
Les produits financiers solidaires, qui peuvent prendre la forme de SICAV, Fonds Communs de Placements, Contrats d'Assurance-Vie ou bons de caisse, sont de deux types :

- Des produits d'investissement solidaire : au moins 10 % des sommes déposées par les épargnants doivent être destinés au financement de projets solidaires. Certains de ces produits investissent 100 % des sommes placées directement dans des institutions financières ou projets solidaires.
- Des produits de partage : au moins 25 % des bénéfices dégagés par cette forme d'épargne sont versés, par l'intermédiaire de dons, à des organismes solidaires. L'épargne n'est pas investie directement dans des projets solidaires mais généralement en obligations d'État dont les revenus génèrent des dons.

Il ne faut pas confondre l'épargne solidaire avec l'épargne « éthique » : il s'agit tout simplement de placer son argent dans des produits financiers d'entreprises ayant une démarche « éthique » (garantie de ne pas exploiter de main-d'œuvre infantile, de respecter les droits des salariés, etc.).

L'attrait pour l'épargne solidaire est directement dépendant du niveau de revenus

« Seriez-vous prêt à souscrire un produit d'épargne solidaire ? » (en %)



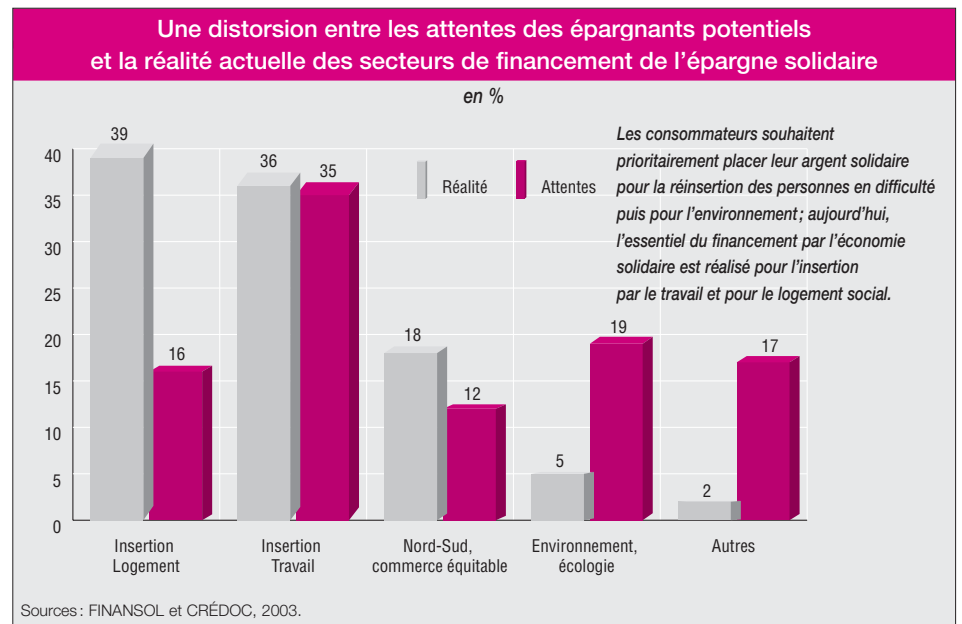
Source : CRÉDOC 2003

pations principales, aujourd'hui, sont ainsi focalisées sur des sphères étroites : le bien-être personnel, l'environnement proche. Dans ce contexte, l'altruisme, s'il ne disparaît pas, change de registre : on préfère désormais « aider » dans son entourage et « voir » les bénéficiaires de son action personnelle. Il n'est donc pas étonnant que les personnes interrogées dans l'étude associent prioritairement l'épargne solidaire à l'insertion de personnes en difficulté, alors que l'aide aux pays du Sud, plus lointaine et non exempte de suspicion sur la destination réelle de l'aide, est repoussée à la fin de la hiérarchie des attentes.

Une quête de sens

Ce mouvement qui consiste à investir dans des produits éthiques, qu'ils soient d'épargne ou de consommation, correspond également à des attentes croissantes de la part de certains consommateurs. Immergée depuis plus de quarante ans dans une société de « consommation » (certains parlent même de « surconsommation »), une part croissante de la population cherche à donner du sens à ses actes d'achat à l'aune desquels toute son existence semble actuellement réglée. Le développement des dimensions immatérielles des produits et services a donné naissance, en particulier, à une dimension « éthique » dont on mesure aujourd'hui le poids. Consommer des produits du commerce équitable, des aliments issus de l'agriculture biologique, des biens préservant l'environnement, s'adresser à des opérateurs « éthiques », tout cela fait partie d'un comportement de plus en plus répandu, au sein duquel s'insère l'épargne solidaire. Ce sont en fait les mêmes consommateurs qui s'intéressent à l'ensemble de ces offres : urbains, d'âge moyen ou mûr, aisés, diplômés, ils représentent la première vague d'une nouvelle consommation dont on peut penser qu'elle va se développer.

L'association entre épargne solidaire et réinsertion est plus évidente pour les femmes, dans les foyers aisés ou nombreux (cinq personnes et plus). Par contre, les tenants d'une épargne solidaire finançant le logement social semblent plus répandus chez ceux-là mêmes qui souhaiteraient en bénéficier : les personnes de foyer mononucléaire, de foyers modestes (22 % de ceux disposant de moins de 1 200 euros mensuels de revenus, soit + 6 points par rapport à la moyenne), et de ménages dont le chef est employé ou ouvrier. Enfin, c'est chez les hommes, chez les personnes exerçant une profession intellectuelle et supérieure et, une fois encore,



parmi les foyers les plus aisés que l'aide aux pays du Sud est la plus attendue de l'épargne solidaire.

Être aidé pour aider les autres

Puisqu'il est question d'argent, les consommateurs mettent en avant un argument prioritaire qui les inciterait plus que tout à s'intéresser activement à ce nouveau type d'épargne : 37 % placent en tête un avantage fiscal. Rappelons qu'aujourd'hui certains bénéficiaires existent déjà : l'épargne solidaire investie en actions non cotées apporte une réduction d'impôts (25 % de l'investissement réalisé), celle investie dans le cadre de l'épargne salariale est exonérée d'impôts sur le revenu et les « produits de partage », dans le cadre de la loi sur le mécénat, ouvrent droit à une réduction d'impôts pouvant monter jusqu'à 60 % des dons. Mais compte tenu de la notoriété encore ténue de ces produits, et de l'hétérogénéité des dispositions s'y appliquant, peu de personnes en connaissent les mécanismes. La réduction d'impôts ou son exonération, attribuée sans distinction à tout produit d'épargne solidaire, serait à coup sûr un excellent vecteur de communication et d'incitation, tant les personnes, même les plus engagées, souhaitent partager leur effort d'entraide avec l'État ; selon elles, la solidarité, surtout de proximité, entre dans ses attributions et devrait au moins être impulsée par lui.

Le second facteur qui pourrait décider les Français à se tourner vers ces nouveaux produits serait une meilleure visibilité de l'offre : 15 % souhaitent une campagne d'information massive et 14 % aimeraient pouvoir trouver ces

produits dans leur banque habituelle. Si la garantie par un label ne vient qu'ensuite (12 % des répondants), elle ne doit pas être sous-estimée, bien au contraire. On connaît bien l'exigence toujours croissante des consommateurs, échaudés par différents scandales (celui de

L'épargne solidaire aujourd'hui

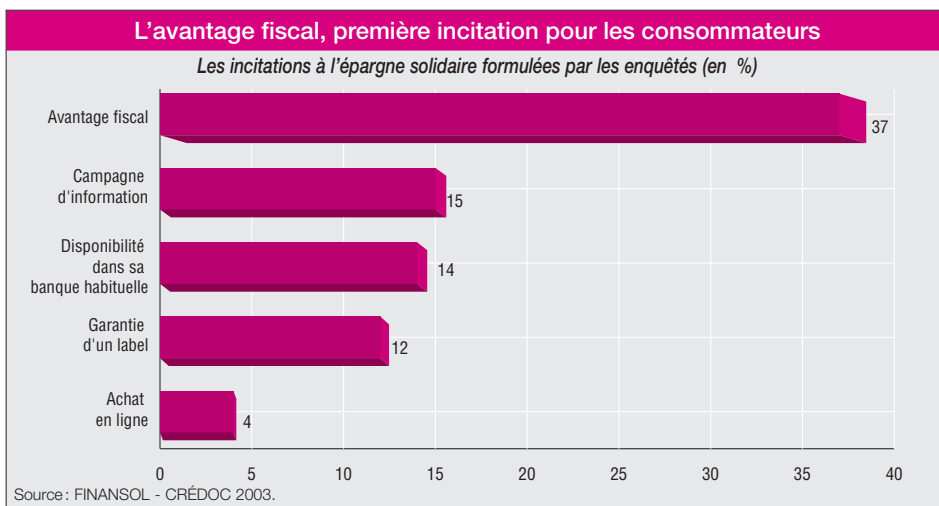
Apparue dans les années quatre-vingt, l'épargne solidaire commence à prendre son essor depuis quelques années seulement. Entre 1998 et 2002, l'offre de produits d'épargne solidaire a ainsi été multipliée par 2,13. Vingt et un acteurs financiers proposent en France au moins un produit solidaire. Parmi les plus importants sur le secteur, figurent le Crédit Coopératif, Habitat et humanisme, La Nef et la Caisse des Dépôts et Consignations. On compte aujourd'hui 39 000 épargnants solidaires, contre 13 000 en 1996. L'épargne des souscripteurs solidaires représente un cinquième du total de l'épargne placée par les citoyens souhaitant donner du sens à leur épargne, preuve d'un engagement non feint de leur part. L'encours solidaire, soit le montant placé et investi dans ce type de projets, montre une croissance annuelle moyenne de 28 % depuis 1996 ; il est de 92 millions d'euros en 2002.

13 % des 31 000 entreprises nouvelles créées en France en 2002 par des chômeurs de longue durée l'ont été avec le soutien des financements solidaires. Compte tenu de l'accompagnement nécessaire à l'élaboration des dossiers de ce type, le taux de longévité de ce type d'entreprises est exceptionnel : après 5 ans, 80 % des entreprises créées avec l'appui de l'épargne solidaire sont encore en activité.

l'ARC par exemple), de transparence et d'honnêteté. Un label, outre ces nécessaires éléments de rassurance, apporte un repère plus évident pour un public encore néophyte.

Un autre élément pourrait favoriser l'essor de cette solidarité par l'épargne: une personne sur trois enquêtée par le CRÉDOC serait intéressée par la possibilité d'orienter son épargne salariale sur des produits de ce type. Cette attitude positive touche évidemment au premier chef les actifs (40 % d'entre eux), mais aussi les urbains, les jeunes ainsi que les individus appartenant aux milieux socio-professionnels plutôt aisés.

Il est encore trop tôt pour parler d'un succès des finances solidaires. Toutefois, plusieurs éléments peuvent y contribuer dans les années à venir. En premier lieu poursuivre l'effort entrepris par les acteurs pour communiquer, faire



débat, rendre plus visible et plus lisible une série de produits encore complexes et mal connus. ■

Des Français lucides

Même s'il s'agit ici d'un engagement en faveur de plus démunis qu'eux, les Français susceptibles d'investir dans l'épargne solidaire ne sont ni dupes ni totalement désintéressés.

Il est clair, en effet, que pour une grande majorité d'entre eux, les motivations des banques à proposer et commercialiser ce type de produits d'épargne sont tout sauf altruistes. Les personnes interrogées estiment ainsi que si certaines banques commencent à proposer, dans leur large panoplie de produits financiers, quelques fonds solidaires, c'est principalement pour « améliorer leur image de marque » (31 %), pour « attirer de nouveaux clients » (23 %) ou encore « rechercher une rentabilité accrue » (21 %). Les personnes bien décidées à croire obstinément dans la générosité intrinsèque des entreprises restent minoritaires: 11 % veulent espérer que les banques cherchent à vendre « des produits utiles » et 6 % que celles-ci souhaitent « satisfaire les demandes des épargnants militants ». Ajoutons que l'on compte parmi ceux qui ont une image moins cynique qu'en moyenne, plutôt des personnes de foyers nombreux (cinq personnes et plus), un peu plus jeunes et un peu moins aisés que dans l'ensemble de la population.

CRÉDOC

En janvier 2004, le CRÉDOC vous propose 4 stages

Formation ■

15 et 16 janvier

Analyser la consommation... de l'exposé à la mise en pratique

19 janvier

Analyser le tissu économique local

27 janvier

Inventer la société du papy boom

29 et 30 janvier

Évaluer les politiques publiques... des méthodes au cahier des charges

VOUS POUVEZ ENCORE VOUS INSCRIRE, POUR EN SAVOIR PLUS :

Contactez Valérie Lourdel • Tél.: 01 40 77 85 13 • e-mail: lourdel@credoc.fr

CONSULTEZ NOTRE SITE, RUBRIQUE « FORMATION » • <http://www.credoc.fr>

Pour en savoir plus

● Sur l'étude: « Les Français et l'épargne solidaire », rapport de l'étude réalisée dans le cadre du *Baromètre des Finances Solidaires*, Agathe Couvreur, CRÉDOC.

● L'étude menée par le CRÉDOC portait sur 627 personnes représentatives de la population des 18 ans et plus; les questionnaires ont été posés par téléphone pendant la seconde quinzaine du mois d'octobre 2003.

● Sur les finances solidaires. Finansol: collectif associatif français fondée en 1995 par des institutions financières solidaires. Pour tout renseignements concernant l'épargne solidaire ou le *Baromètre*, visiter son site internet: www.finansol.org ou contacter l'association: finansol@finansol.org.

CRÉDOC
Consommation et Modes de Vie

●
Publication du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie

●
Directeur de la publication: Robert Rochefort

●
Rédacteur en chef: Yvon Rendu

●
Relations publiques: Brigitte Ezvan
Tél.: 01 40 77 85 01
relat-presse@credoc.fr

●
Diffusion par abonnement uniquement
30,49 euros par an
Environ 10 numéros

●
142, rue du Chevaleret, 75013 Paris

●
Commission paritaire n° 2193
AD/PC/DC

●
www.credoc.fr