

Société Locale d'Épargne

Novembre 2001

*La parole
aux sociétaires*



*FÉDÉRATION NATIONALE
DES CAISSES D'ÉPARGNE*

« La parole aux sociétaires »

Enquête réalisée lors des Assemblées générales de SLE 2001

A l'occasion des Assemblées générales de SLE 2001, la Fédération a proposé aux Caisses d'Épargne un questionnaire intitulé « La parole aux sociétaires ». Comme l'année dernière, cette enquête avait pour principal objectif de valoriser les sociétaires présents, et de leur donner l'occasion d'entamer un dialogue avec le Groupe. Pour la Fédération, il s'agissait aussi de mieux connaître les attentes de nos sociétaires, afin de proposer aux Caisses des outils d'animation adaptés.

28 Caisses d'Épargne ont finalement choisi de participer à cette opération. La majorité des questionnaires a été remise dans le cadre des Assemblées générales de SLE qui se sont tenues en juin 2001. 7 900 sociétaires ont répondu à l'enquête et le taux de retour par rapport au nombre global de participants avoisine 18%. Ce chiffre constitue un excellent résultat.

En revanche et avant d'aller plus loin, il convient de souligner que l'échantillon des participants aux Assemblées générales n'est pas représentatif de la population globale des sociétaires. Sa moyenne d'âge est notamment beaucoup plus élevée, avec une sur-représentation masculine. Rappelons enfin, que seuls 2,5% des sociétaires ont effectivement participé à ces réunions statutaires.

Dans ce contexte, si les enseignements de ce questionnaire donnent déjà quelques précieuses orientations sur les besoins et attentes de nos sociétaires, ils doivent être interprétés en tenant compte de l'objectif initial de l'opération et de la spécificité de l'échantillon. Pour optimiser nos connaissances en matière de sociétariat, il sera nécessaire de compléter ces analyses par un programme d'études permettant de toucher l'ensemble de cette population.

A ce niveau, « **l'Observatoire du sociétariat** » que la Fédération met actuellement en place, répondra à cet objectif et fournira des informations régulières et détaillées en matière de sociétariat aux dirigeants des Caisses d'Épargne. Cet outil leur permettra notamment de développer une politique d'animation toujours plus efficace, correspondant à la fois aux besoins des sociétaires et aux impératifs du projet stratégique du Groupe. Avec la montée en puissance de cet Observatoire, il est à noter également qu'il ne sera sans doute plus nécessaire de reconduire systématiquement cette opération d'enquête menée lors des Assemblée générales de SLE - nous disposerons alors d'un instrument permanent de mesure des attentes du sociétariat...

SOMMAIRE

<u>LA PERCEPTION DES MISSIONS DU GROUPE CAISSE D'ÉPARGNE</u>	3
<u>LA PERCEPTION DU STATUT DE SOCIÉTAIRE</u>	3
<u>LES ATTENTES DES SOCIÉTAIRES</u>	4
<u>LA RÉMUNÉRATION DES PARTS SOCIALES</u>	5
<u>LES SOCIÉTAIRES DANS LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE DE DEMAIN</u>	5
<u>1 - Des éléments ayant une forte incidence sur leur vie quotidienne</u> :	5
<u>2 - Des éléments intermédiaires, dont l'impact semble plus modéré</u> :	7
<u>3 - Des éléments dont l'impact sur la vie quotidienne est plus difficile à évaluer</u>	7
<u>RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES INDICATIVES</u> :	8

La perception des missions du Groupe Caisse d'Épargne

Les sociétaires ont globalement bien intégré les principales missions du Groupe.

En toute logique, ils nous attendent en priorité sur notre cœur de métier puisque 89% des sondés estiment que l'activité bancaire traditionnelle auprès des particuliers doit rester notre mission principale.

Pour autant, les répondants estiment aussi que le rôle de la Caisse d'Épargne ne peut s'arrêter là ! Ils réaffirment notamment le fait que le Groupe doit agir en faveur du développement local et de la cohésion sociale¹.

La perception du statut de sociétaire

Pour le public interrogé dans le cadre de l'enquête, leur statut de sociétaire revêt plutôt une dimension participative. Si nombre de ces interviewés souhaitent bénéficier en avant-première d'informations sur l'ensemble des produits et activités de la Caisse d'Épargne, près de 90% d'entre eux veulent aussi participer activement à la vie de l'entreprise.

Ces résultats ne sont pas vraiment une surprise. Le seul fait que des sociétaires soient venus aux Assemblées générales et qu'ils aient renvoyé spontanément ce questionnaire, démontre qu'il s'agit d'une population qui s'intéresse, plus que la moyenne du sociétariat, à la vie de la Caisse d'Épargne.

Parallèlement à cette dimension participative, les sondés raisonnent également en termes d'avantages commerciaux et/ou financiers. Ils sont ainsi 69% à être devenus sociétaires dans l'attente d'une bonne rémunération de leur placement ou encore 77% à vouloir être considérés comme des clients privilégiés bénéficiant d'offres et de services adaptés à leurs projets de vie.

Les Caisses d'Épargne ont donc à relever un double défi. D'une part, elles doivent répondre aux attentes économiques de leurs sociétaires sur les questions d'offre de produits ou encore de rémunération. D'autre part, elles doivent intégrer, dans la gouvernance de l'entreprise, le fait que les sociétaires souhaitent être des partenaires écoutés. Dans ce contexte, on voit bien que la politique d'animation du sociétariat revêt donc une importance toute particulière dans le

¹ Cet aspect coïncide avec les résultats déjà obtenus dans les études menées par la FNCE « Perception de l'identité Caisse d'Épargne par le grand public » et « Besoins et attentes des sociétaires Caisse d'Épargne ».

processus de satisfaction du client-sociétaire. C'est pourquoi, il est plus que jamais nécessaire de développer une relation privilégiée Caisse d'Épargne-Sociétaires et de valoriser les éléments qui différencient fortement le Groupe de ses principaux concurrents.

Les attentes des sociétaires

Les sociétaires interrogés attendent deux catégories d'avantages :

- **des avantages liés aux activités bancaires de la Caisse d'Épargne** : à ce niveau, pas de surprise, puisqu'il s'agit du secteur où ils la jugent sans doute la plus compétente pour répondre à leurs attentes. Son degré de légitimité est ici particulièrement fort, puisqu'elle agit sur son cœur de métier. Concrètement, nos sociétaires attendent d'abord et avant tout des informations privilégiées sur leur banque, ses produits et services. Elle doit, en outre, offrir un suivi clientèle personnalisé, et mettre en avant les éléments exprimant le mieux son identité en termes de proximité relationnelle et d'accessibilité à tous².
- **des avantages non-bancaires**, tels des bons de réductions, un accès privilégié à des activités culturelles ou sportives, etc. Si les attentes des sociétaires en la matière existent, elles s'expriment moins fortement. Lorsque l'on analyse de plus près le discours de nos sociétaires³, on se rend compte en fait que ce type d'avantages ne figurent pas parmi leurs priorités, mais qu'ils les accepteront volontiers si la Caisse d'Épargne les leur propose.

Dans un premier temps, les exigences de nos sociétaires n'excèdent pas en réalité le cadre d'une saine relation clientèle - où la Caisse d'Épargne se montre professionnelle, compétitive et proactive. Dans ce contexte, il n'est donc pas étonnant que les avantages non-bancaires ne figurent pas dans les préoccupations majeurs des interviewés. Aux yeux de ces derniers, les multiples « réductions » que nous pourrions leur proposer ne sont qu'un plus dans notre offre, dont l'impact n'est déterminant qu'à partir du moment où la Caisse d'Épargne a satisfait le client sur ce qui constitue le cœur de ses attentes.

In fine, on voit bien que les attentes des sociétaires sont prioritairement tournées vers notre activité de banquier et que leurs réactions sont d'abord celles d'un client. Compte tenu de la façon dont ont été vendues les parts sociales et de la révolution que suppose le sociétariat pour le Groupe, il est encore un peu tôt pour voir surgir une « identité sociétaire » spécifique et forte.

² In « Besoins et attentes des sociétaires Caisse d'Épargne » Étude pilote GMV/FNCE-Avril 2001 ; « Perception de l'identité Caisse d'Épargne par le grand public » Étude FNCE-Juin 2001.

³ In « Besoins et attentes des sociétaires Caisse d'Épargne », Étude pilote GMV/FNCE-Avril 2001.

La rémunération des parts sociales

Le degré de satisfaction des répondants en matière de rémunération des parts sociales est plutôt bon. Il convient cependant de nuancer ces propos car, si pour 58% d'entre eux le niveau de rémunération des parts sociales est conforme à leurs attentes, seulement 2% s'affirment très satisfaits. En outre, il y a près d'un tiers des personnes interrogées qui jugent cette rémunération inférieure à leurs attentes.

Pour la part de mécontents, la Caisse d'Épargne devra surtout mettre en avant les retours non-financiers qu'elle peut leur fournir et valoriser les éléments susceptibles d'accroître le sentiment d'appartenance à une banque « différente ». Cette démarche passe inévitablement par une animation du sociétariat réussie, c'est-à-dire l'établissement d'une relation privilégiée entre la Caisse d'Épargne et ses sociétaires.

Quant à la question du placement financier, la situation internationale faisant suite aux événements du 11 septembre et l'incertitude économique devraient probablement contribuer à relancer les produits d'épargne sécurisée. Dans une période d'incertitude politique et économique, l'achat des parts sociales devrait en effet constituer un bon compromis pour nombre de ménages français – à la recherche d'un placement fiable et disposant d'un niveau de rentabilité supérieur au taux de livret A.

Les sociétaires dans la société française de demain

En ce qui concerne le positionnement de nos sociétaires dans la société française de 2005, les résultats obtenus dans le cadre de cette enquête ne sont pas significativement différents de ceux observés au niveau national.

Les préoccupations des interviewés peuvent ainsi se répartir selon trois axes :

1 - Des éléments ayant une forte incidence sur leur vie quotidienne :

- L'accroissement des phénomènes de **violence dans les villes** constitue le premier facteur d'inquiétude pour les personnes interrogées : lorsque l'on observe l'ensemble des études menées en France depuis quelques mois, ce résultat n'est d'ailleurs pas surprenant⁴. Il confirme le fait que le sentiment d'insécurité s'est largement accru au sein de la population française. Derrière cette tendance se dessine donc un élément sociologique fort, impactant fortement le moral des

⁴ In études « Impact des grands facteurs de changement sur les comportements sociaux et les habitudes de consommation des Français à l'horizon 2005 » GMV/FNCE, Juin 2001 et « Observatoire des grands enjeux mondiaux » TMO-CSA, Août 2001.

Français. Dans ce contexte, on peut se demander si les événements survenus aux États-Unis en septembre 2001 ne viendraient pas alimenter un peu plus les peurs de nos concitoyens. D'autant que la campagne présidentielle risque encore de renforcer ce phénomène, le thème sécuritaire devant probablement faire partie des grands axes de campagne ;

- Nos sociétaires – comme la majeure partie des Français – sont particulièrement attentifs aux questions de **pollution** et de **sécurité alimentaire**. Si à l'origine, la montée en puissance de ces facteurs dans l'opinion avait un caractère purement conjoncturel, la situation a considérablement évolué aujourd'hui. Compte tenu du nombre d'incidents sanitaires ou environnementaux, la confiance des citoyens s'est littéralement effondrée et l'on assiste depuis peu à une prise de conscience générale⁵. Sans verser dans l'excès ou la psychose, les Français souhaitent que les pouvoirs publics prennent leurs responsabilités en la matière et que l'on ne sacrifie plus l'environnement et la santé publique sur l'autel de la rentabilité ;
- La diminution **des systèmes de protection sociale** constitue également un facteur majeur de préoccupation pour les sociétaires ayant répondu. Le classement de ce thème à ce niveau, n'est pas surprenant, du fait de l'âge moyen des personnes qui sont venues aux Assemblées générales de SLE (60% ont plus de 60 ans). Pour autant, l'avis de cette population spécifique ne diffère en rien de celui du reste des Français. Ces derniers estiment que « l'État-Providence » s'estompe et que l'on assistera à une autonomisation croissante des individus par rapport aux domaines traditionnels de prise en charge de l'État ;
- Enfin, nos sociétaires semblent aussi très inquiets en ce qui concerne les questions de **manipulation génétique sur les êtres vivants**. Là encore, ce résultat est conforme à la tendance nationale. En fait, le rapport des Français à la science a beaucoup évolué au cours de ces dernières années. On a notamment assisté à une désacralisation progressive de cette dernière, et aujourd'hui plus de la moitié de nos concitoyens considère qu'elle fait autant de bien que de mal.

⁵ Etudes « Impact des grands facteurs de changement sur les comportements sociaux et les habitudes de consommation des Français à l'horizon 2005 » GMV/FNCE, Juin 2001 et « Observatoire des grands enjeux mondiaux » TMO-CSA, Août 2001 ; Cf. « Le risque alimentaire », La Recherche n°339S – Février 2001 ; Note n°148 « Consommation et modes de vie », CREDOC/Avril 2001 ; « Les grandes questions de notre temps », Sciences Humaines Hors série n°34 – Octobre Novembre 2001.

2 - Des éléments intermédiaires, dont l'impact semble plus modéré :

- Les problématiques comme celles touchant à **l'accroissement des inégalités** ou aux **changements climatiques** : nos sociétaires admettent facilement que ces thèmes sont importants. Néanmoins, leur positionnement à ce niveau s'explique par les difficultés qu'ils rencontrent à les placer dans leur champ de préoccupation immédiat. Il s'agit de concepts diffus, généralistes, sur lesquels les individus ont peu de prise. Ils subissent, plus qu'ils n'influent sur ces questions ;
- Quant aux thématiques de **l'allongement de la durée de vie** ou **l'augmentation du temps libre**, elles ne les préoccupent plus vraiment car ils les ont déjà intégrées dans leur mode de vie.

3 - Des éléments dont l'impact sur la vie quotidienne est plus difficile à évaluer

Il s'agit notamment des **Technologies d'information et de communication (TIC)**, de la **Mondialisation** et de **l'Euro**. Comme pour la majeure partie des Français, le positionnement de nos sociétaires sur ces problématiques s'analyse selon deux axes :

- en ce qui concerne les TIC et l'Euro : il s'agit en fait de moyens que nos concitoyens pensent pouvoir apprendre à utiliser, s'ils en ont vraiment besoin, sans que cela change radicalement leur vie quotidienne. Le rôle donné ici à la société paraît déterminant ;
- en ce qui concerne des problématiques comme la Mondialisation : ce sont des questions trop abstraites, sur lesquelles les sociétaires ont l'impression de n'avoir aucun contrôle. La montée en puissance de ces facteurs leur semble en fait inéluctable, et les individus n'auront finalement pas d'autre choix que de s'adapter.

En conclusion, nos sociétaires estiment donc n'avoir que peu de prise sur les grandes évolutions en cours et seuls 40% pensent avoir vraiment les moyens d'en contrôler l'impact sur leur vie quotidienne. Cette impression est d'autant plus forte, que la majeure partie des interviewés considère manquer d'information sur ce qui se passe concrètement, et se sentent assez mal préparés au monde de demain. En fait, le sentiment qui domine est celui de l'impuissance individuelle, ce qui n'occulte toutefois pas l'idée d'une maîtrise collective des grandes mutations touchant la société. A ce niveau, les individus ont déjà parfaitement intégrés le fait que l'Etat n'est plus l'acteur sur lequel ils pouvaient s'appuyer. De nouveaux partenaires apparaissent, et notamment la Caisse d'Epargne qui bénéficie d'un capital confiance/sympathie exceptionnel. Elle semble ainsi pouvoir constituer, au travers de ses SLE, un lieu de rencontre et d'échange crédible - susceptible d'aider ses sociétaires et clients à préparer leurs projets de vie.

Références bibliographiques indicatives :

- « Besoins et attentes des sociétaires Caisse d'Épargne », Etude pilote GMV-FNCE/Avril 2001
- « Impact des grands facteurs de changement sur les comportements sociaux et les habitudes de consommation des Français à l'horizon 2005 » Etude GMV-FNCE/Juin 2001
- « Observatoire des grands enjeux mondiaux », Etude TMO-CSA/Août 2001
- « Perception de l'identité Caisse d'Épargne par le grand public », Etude FNCE/Juin 2001
- « Economie et Statistiques », Revue mensuelle INSEE
- « INSEE Première », Note de synthèse de l'INSEE
- « Les grandes questions de notre temps », Sciences humaines Hors série n°34/Oct. Nov. 2001
- « Consommation et modes de vie », Notes de synthèse du CREDOC