

Comment l'économie influence les Français dans leurs projets ?

Professionnels du financement des projets des Français, les courtiers crédits se montrent attentifs aux évolutions conjoncturelles. En effet, elles paramètrent la confiance des particuliers en l'avenir. Aussi, il est intéressant de noter que 54% d'entre eux s'intéressent à l'économie, ceci dans un niveau relativement stable par rapport à l'an dernier. (Enquête TNS Kantar - Les Français et l'économie - octobre 2019)

Cette tendance est un indicateur qui doit inciter les métiers de la Finance à développer davantage l'éducation financière, le nôtre en particulier. Pourquoi ? A l'occasion de la douzième édition des Journées de l'Économie, l'institut Kantar a réalisé pour la Banque de France, une étude quantitative sur les Français et leur rapport à l'économie. Elle révèle entre autres, qu'un sondé sur deux a une connaissance moyenne des mécanismes nationaux. Mais aussi qu'un sondé sur trois, estime ne rien connaître en économie.

L'étude nous enseigne par ailleurs que les femmes sont moins intéressées que les hommes par l'économie en général (42 % contre 61 %) et leur besoin d'information porte plus sur les sujets proches de la vie quotidienne (prix, santé, emploi) quand les hommes s'intéressent relativement plus aux thèmes généraux comme les finances publiques ou les innovations technologiques.

Coachier les Français

D'autre part, la moitié des Français (53%) surestime l'inflation. Ils pensent que cette dernière a été de plus de 2% en un an, contre 0,9% dans les faits. Dans ce contexte de surestimation de l'inflation, 78% des Français considèrent que l'inflation va encore augmenter au cours de l'année prochaine. Ils sont donc inquiets pour leur pouvoir d'achat. Cette perception pourrait être de nature à les ralentir dans la réalisation de leur projet de vie. Les courtiers crédit ont donc un rôle à jouer pour définir avec leurs clients, les priorités dans la réalisation de leurs besoins, sous la forme d'un coaching budgétaire.

Bien évidemment, le rôle d'analyse et de conseil du courtier crédit est fondamental dans son approche avec les particuliers. Mais le devenir du métier passe aussi par l'assimilation des perceptions sociétales et des mutations technologiques qui vont aussi l'influencer. C'est pourquoi, il est intéressant d'observer l'utilisation des moyens de paiement et l'impact des nouvelles technologies en direction des Français. Notamment, le fait que 92 % des actes de consommations sont réglés par carte bancaire, devenue l'instrument de paiement favori très loin devant les espèces (44%). Le chèque circule encore, mais dans une moindre mesure (38%).

Cependant le règlement via les objets connectés n'a pas pénétré toutes les couches de la société. En effet, si les 18-24 ans privilégient le smartphone pour s'acquitter de leurs acquisitions, cette technologie n'est utilisée qu'après d'1% de la population. Cela signifie dans l'approche client que les nouvelles générations qui viendront consulter un courtier crédit chercheront une complémentarité entre physique et digital qu'il nous faudra bien intégrer.

Perceptions de l'avenir

Par ailleurs, la valeur ajoutée du métier de courtier crédit réside dans le fait de proposer une expérience client réellement attractive et pédagogique, qui prend appui sur une connaissance approfondie de ce dernier. Elle ne peut faire abstraction des grandes préoccupations sociétales qui animent les Français.

Face aux défis économiques, il se montrent plutôt circonspects, plus particulièrement sur les réformes entrées en vigueur. Seule la réforme de la formation professionnelle et de l'apprentissage est perçue par une majorité comme pouvant améliorer la situation économique (53%). En revanche, ils voient comme prioritaire la réforme du système de santé (58%), devant celle du système des retraites (48%) et celle du système éducatif (47%). Dans un contexte marqué par un débat de plus en plus important sur la question environnementale, le changement climatique est cité par les Français comme le principal défi économique mondial (62% le citent), devant les inégalités sociales, le chômage et la pauvreté (51%).

Ces différentes préoccupations pourraient paraître bien éloignées des priorités professionnelles d'un courtier crédit. Mais dans sa vision à 360 degrés l'amène à avoir accès à tous les Français. Il ne peut donc occulter l'influence des facteurs micro et macro économiques. C'est pourquoi, en plus de la connaissance d'un environnement en mutation constante, trois valeurs distinctives feront la différence pour accompagner au mieux les Français : la valorisation du conseil, la nécessité de proximité et d'éthique et la protection du consommateur.