

“*opinion*way

PANORAMA DES ACTIONNAIRES INDIVIDUELS EN FRANCE

Note de synthèse



Juin 2021

Votre contact chez OpinionWay :

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint

Directeur des études d'opinion

15, place de la République

75003 PARIS

Tel: 01 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com

NOTE METHODOLOGIQUE

L'étude « *Panorama des actionnaires individuels en France* » réalisée pour Jin, Kairos et LeaderXXchange, est destinée à comprendre et analyser le comportement financier des actionnaires individuels ainsi que leurs perceptions de leur rôle au sein des sociétés dans lesquelles ils investissent.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de **533 actionnaires individuels**, représentatif de la **population d'actionnaires individuels français**, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle* et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées par **questionnaire autoadministré en ligne** sur système CAWI (*Computer Assisted Web Interview*).

Les interviews ont été réalisées **du 17 au 20 mai 2021**.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « **Sondage OpinionWay pour Jin – Kairos – LeaderXXchange** » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : **1,9 à 4,4 points** au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

* Catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) : *Composée des Artisans, commerçants et chefs d'entreprise, des Cadres et professions intellectuelles supérieures et des Professions intermédiaires*

Catégories socioprofessionnelles populaires (CSP-) : *Composée des Employés et des Ouvriers*
Inactifs : *Composée des Retraités, des Lycéens et étudiants et des Personnes au foyer*

A. Des actionnaires engagés sur le long terme, très attentifs à la santé et à la réputation des entreprises dans lesquelles ils investissent

- **Les résultats financiers, marqueur concret de la santé d'une entreprise, sont de loin le critère le plus important pour les actionnaires au moment d'acheter ou vendre des actions : 91% considèrent cela comme un critère important, un sur deux (50%) le voyant même comme *très important*.** Élément plus subjectif, la réputation d'une société n'en est pas moins importante pour 88% des actionnaires (dont 34%, *très important*). La raison d'être et la politique en matière de développement durable, sont également importantes pour une majorité d'actionnaires bien que dans une moindre mesure (respectivement 75% et 62%).
 - Les résultats financiers sont le critère le plus important pour la quasi-totalité des tranches de la population.
 - On observe que les actionnaires possédant peu d'actions cotées dans des sociétés françaises, probablement moins expérimentés, se fient davantage au discours de la société sur sa raison d'être (74% pour ceux n'ayant aucune action de société cotée et 81% pour ceux en ayant dans une société contre 67% pour les actionnaires qui détiennent des actions dans plus de 10 sociétés cotées).
 - Aux yeux des hommes inactifs – principalement des retraités – tous les critères en dehors des résultats financiers sont moins importants : 82% considèrent la réputation de l'entreprise importante (contre 88% au global), 66% trouvent la raison d'être importante (contre 75%) et 45% (contre 62%) concernant sa politique en matière de développement durable.
- **Pour se tenir informés, les actionnaires se renseignent directement sur Internet principalement auprès des grands médias financiers en ligne (51% pour suivre l'actualité des sociétés dont ils sont actionnaires et 45% pour prendre des décisions d'achat ou de vente d'actions).** Dans une moindre mesure, ils se renseignent également sur les sites Internet des entreprises qui les intéressent (42% pour suivre l'actualité et 37% pour prendre des décisions concernant ces actions) ou encore sur des forums en ligne (21% dans les deux cas). Sur ces sujets les chaînes audiovisuelles spécialisées sont relativement peu consultées (12% et 9%) et les réseaux sociaux encore moins (4% et 5%).
- **Plus d'un actionnaire sur deux (57%) a choisi d'acheter des actions de sociétés cotées pour faire fructifier son patrimoine à long terme en générant une plus-value dans plus de 3 ans.** Viennent ensuite ceux qui souhaitent simplement augmenter leurs revenus en percevant des dividendes réguliers (28%). 23% souhaitent faire fructifier leur patrimoine à moyen terme et seulement 12% envisagent une plus-value à court-terme. Les résultats sont ainsi très éloignés de l'image de l'actionnaire « boursicoteur », en quête d'un gain rapide. Enfin, **18% ont choisi d'investir dans l'entreprise dans laquelle ils sont salariés.**
 - Les raisons d'acheter des actions dans une société cotée sont moins claires chez les plus jeunes âgés de moins de 35 ans : un tiers (34%) cherche à faire fructifier son patrimoine à long terme mais ils sont aussi nombreux (34%) à chercher une plus-value à moyen-terme et à avoir investi dans l'entreprise de laquelle ils sont salariés (32%).

- Près d'un homme issu de catégorie populaire sur deux (47%) – dont les revenus sont souvent moins élevés – a choisi d'investir dans des actions de sociétés cotées afin d'augmenter ses revenus grâce aux dividendes (contre 28% au global). Il s'agit de la 2^e raison la plus citée après la volonté de faire fructifier son patrimoine à long terme (62%).

B. Des assemblées générales pas toujours très suivies

- **Plus d'un actionnaire sur deux (58%) exprime sa voix à distance au cours des assemblées générales d'actionnaires.** Dans le détail, ils le font principalement par correspondance (27%) ou en donnant procuration soit au Président du Conseil ou au PDG (19%) soit à un autre actionnaire ou organisme (12%). Seuls 9% votent en assistant eux-mêmes à l'assemblée générale. **Toutefois, près d'un tiers des actionnaires n'exerce pas son droit de vote.**
 - Les jeunes actionnaires âgés de moins de 35 ans, probablement plus impliqués du fait notamment qu'ils possèdent plus souvent des parts de l'entreprise qui les emploie, sont moins nombreux à ne pas exercer leur droit de vote : 13% contre 30% en moyenne.
 - Les actionnaires salariés sont plus nombreux à voter en donnant procuration au Président du Conseil/PDG (29% contre 19% au global), signe de la confiance supplémentaire de la confiance accordée par ces salariés à leurs dirigeants.
 - Près d'une femme inactive sur deux (44%) n'exerce pas son droit de vote en tant qu'actionnaire.
- Au total, seuls 10% des actionnaires ont déjà assisté à une assemblée générale en présentiel et 21% à distance.
 - Très peu de répondants inactifs se sont déjà rendu à une assemblée générale d'actionnaire en présentiel (95%).
 - Les hommes issus de catégories socioprofessionnelles supérieures se rendent plus souvent aux assemblées générales qu'elles soient en présentiel (16%) ou à distance (28%).
- **Les raisons de ne pas se rendre aux assemblées générales sont nombreuses. Les deux raisons les plus citées sont : le manque d'intérêt (27%) et l'impossibilité de se déplacer (26%).** Le sentiment que sa voix ne compte pas revient également assez souvent (21%) devant le fait que ces assemblées générales ont lieu pendant les heures de travail (17%).
 - S'ils sont déjà plus nombreux à se rendre aux assemblées générales, il semble que de nombreux hommes issus de catégories socioprofessionnelles supérieures souhaiteraient pouvoir s'y rendre. La raison la plus citée de ne jamais s'être rendu à une assemblée générale est qu'elles se tiennent durant leurs heures de travail (32%).
- **Les participants aux assemblées générales virtuelles sont presque unanimes concernant leur intérêt.** 98% reconnaissent le fait que cela leur permet de voter en ligne et 91% que cela leur permet de les suivre quand ils le souhaitent grâce à la fonction *replay*. 87% estiment que cela permet de poser des questions.

Au final, 85% des participants à des assemblées générales virtuelles estiment que celles-ci devraient continuer après la crise sanitaire.

C. Des actionnaires individuels demandeurs de nouvelles façons d'échanger avec les entreprises

- **Les attentes à l'égard des dirigeants des sociétés dans lesquelles les actionnaires individuels ont investi sont limpides : communiquer une vision claire et précise pour l'entreprise (56%) et atteindre les objectifs fixés (55%).** L'articulation de sa stratégie avec des objectifs de performance précis (41%), le fait d'incarner des valeurs partagées par les actionnaires (33%) ou d'être leader sur des thématiques importantes pour l'entreprise (25%), moins citées, semblent tout de même importantes pour de nombreux actionnaires. La présence sur les réseaux sociaux semble toutefois moins importante : il s'agit d'une attente partagée par seulement 13% des actionnaires.
 - Les attentes des jeunes actionnaires âgés de moins de 35 ans sont légèrement différentes : s'ils accordent également de l'importance à la communication d'une vision claire et précise (43%), ils sont moins intéressés par les objectifs atteints (21%) ou fixés (26%) que par **le fait que le dirigeant incarne des valeurs qu'ils partagent (34%). Toutefois, leur attente la plus forte concerne, contrairement au reste de la population, la présence et la visibilité du dirigeant sur les réseaux sociaux : 48%).**
- **Seul un actionnaire sur trois (35%) estime que les actionnaires individuels sont une priorité pour les entreprises cotées dans lesquelles ils ont investi.** Parmi les 60% qui déclarent que les actionnaires individuels ne sont pas une priorité pour ces entreprises, 17% jugent qu'ils ne le sont *pas du tout*.
- **Pour améliorer ce sentiment d'importance accordée par les entreprises aux actionnaires individuels, ces derniers sont favorables à toutes les initiatives proposées permettant un meilleur passage des informations de l'entreprise aux actionnaires.** Avant tout, ils souhaiteraient une communication digitale adaptée aux actionnaires individuels hors de la période des assemblées générales (76%). Disposer de moyens d'information directe les intéresse également beaucoup : pouvoir poser des questions à des interlocuteurs dédiés (70%) ou encore disposer d'un espace digital dédié (67%).
 - Les personnes âgées de 65 ans et plus sont généralement moins intéressées par des moyens de communication dédiés. Par exemple, 69% d'entre elles seraient intéressées par une communication digitale adapté en dehors des assemblées générales (contre 76% en moyenne).

En conclusion, cette étude révèle quelques grands enseignements :

- Pour une majorité d'actionnaires individuels l'achat d'actions de sociétés cotées est un investissement sur le long terme afin de faire fructifier leur patrimoine.
- Pour cela, les actionnaires souhaitent aussi obtenir des garanties notamment sur la santé financière des entreprises mais pas uniquement. Ils souhaitent pouvoir bénéficier de plus de moyens de communication dédiés.
- Ces nouveaux canaux pourraient permettre de contrer leur désaffection pour les assemblées générales. Les actionnaires ayant testé les assemblées générales virtuelles semblent conquis par ce fonctionnement.