

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La banque relationnelle de proximité : un modèle de confiance pour les Français

La Fédération bancaire française (FBF) dévoile en exclusivité la première partie de son étude « Les Français, leur banque, leurs attentes », menée en décembre 2021 avec l'institut français d'opinion publique (IFOP), sur l'image que les Français ont de la banque. Ce zoom sur l'image prouve que la proximité est, pour les Français, un enjeu déterminant de leur satisfaction et de leur confiance.

- *La banque relationnelle, vecteur puissant de l'image*

Ce zoom sur l'image de la banque témoigne du lien étroit entre proximité et satisfaction des Français : 89% d'entre eux ont une bonne image de leur agence, 87% une bonne image de leur banque, et autant de leur conseiller.

La participation des banques à la vie locale est d'ailleurs reconnue et considérée comme centrale, puisque pour 88% des répondants - une part stable par rapport à l'an dernier - les banques font partie du quotidien des Français. Pour 83%, elles sont même incontournables de celui-ci. L'étude montre que les banques françaises sont d'ailleurs largement considérées comme des acteurs indispensables au développement des territoires et essentiels à la vie locale.

L'importance de la proximité pour les Français se ressent aussi dans le fait que pour 82% d'entre eux, la banque idéale doit laisser la possibilité de recourir à des services sur internet et en agence en fonction des besoins.

- *La proximité en période de crise*

Pour 76% des Français, les banques répondent présentes auprès des grandes entreprises depuis le début de la crise sanitaire (+4 points par rapport à l'année dernière). Si pour 65%, elles répondent aussi présent pour les petites et moyennes entreprises, pour 70%, elles sont une partie de la solution dans la gestion de la relance économique.

La période de crise sanitaire semble avoir renforcé durablement l'image de l'industrie bancaire française : 80% des Français reconnaissent son rôle de financeur des entreprises, 77% la considèrent comme un atout pour l'économie française (+ 4 points par rapport à l'avant crise), et 77% la considèrent comme résiliente (+9 points par rapport à l'avant crise).

Cette étude le prouve : la proximité et le rôle des banques pendant la crise sanitaire sont les deux facteurs déterminants de l'image qu'ont les Français de la banque. La nécessité d'avoir une industrie bancaire puissante pour financer l'économie est très également largement soulignée, le caractère stratégique du secteur bancaire étant reconnu par 82%, le plaçant ainsi dans le Top3, juste après l'énergie et l'alimentation, à égalité avec le secteur pharmaceutique.

CONTACTS

Benoît DANTON : 06 73 48 80 40 - bdanton@fbf.fr

Jenny SENSIAU : 06 31 06 60 39 - jsensiau@fbf.fr



Suivez-nous sur Twitter

[@FBFFrance](https://twitter.com/FBFFrance)