FÉDÉRATION BANCAIRE FRANÇAISE
Occitanie

Toulouse, le 15 novembre 2022

Etude IFOP – FBF 2022 « Les Français, leur banque, leurs attentes » Confiance, pratiques et perception en Occitanie

Le comité des banques de la Fédération bancaire française (FBF) Occitanie dévoile les résultats d'une étude menée avec l'institut français d'opinion publique (IFOP), sur la confiance et l'image de la banque, les comportements des clients, et leur perception de l'innovation.

1. Image et confiance des clients bancaires

L'image globale que les habitants d'Occitanie ont de la banque est bonne : 90% ont une bonne image de leur agence, et presque autant de leur banque (88%) et de leur conseiller (87%).

Les banques sont des acteurs de proximité : en effet, pour 87% des personnes interrogées, les banques font partie du quotidien des Français, et pour 81%, elles sont incontournables du leur.

Les banques françaises sont par ailleurs considérées par une très large partie des répondants dans la région (71%) comme indispensables au développement des territoires.

2. Le portrait du client bancaire en Occitanie

Le client, dans 65% des cas, a un compte dans une seule banque et pour 46% un crédit.

Pour 77% des sondés, la banque idéale est celle qui laisse la possibilité à ses clients de recourir à des services en agence et sur internet selon les besoins. Une tendance confirmée lorsqu'on les interroge sur leurs pratiques : dans 78% des cas, le client interrogé affirme à la fois se rendre en agence physique et utiliser Internet.

Cependant, la fréquence n'est pas la même : si 23% d'entre eux se rendent en agence une ou plusieurs fois par mois, 96% des habitants de la région affirment consulter le site internet ou utiliser l'application de leur banque (pour suivre l'évolution de leurs comptes, contrôler leur budget et leurs dépenses, gérer leurs transactions principalement).

3. Des comportements durablement influencés par la crise sanitaire

La crise Covid a durablement changé les comportements du panel régional interrogé avec une consultation du site internet (29%) / de l'application (24%) bancaire plus fréquente qu'avant[1].

Elle a aussi impacté l'utilisation qui en est faite (23% pour le site, 26% pour les applications).

Enfin, l'utilisation du sans contact est plus fréquente pour 65% des clients.

[1] Base répondants : à ceux qui ont téléchargé l'application / qui fréquentent le site internet de leur banque

4. La perception des innovations

Les répondants reconnaissent le caractère innovant des services bancaires en France. Le paiement sans contact avec la carte bancaire est ainsi largement connu (93%), une innovation en laquelle ils ont par ailleurs confiance (73%). D'autres innovations en matière de paiement via smartphone sont aussi amplement connues, telles que le paiement sans contact (90%) ou le paiement à distance (83%). Les nouvelles possibilités d'accès à leur banque deviennent familières pour plus des deux tiers des sondés : 71% savent qu'ils peuvent échanger par tchat, ou utiliser des robots pour répondre à leurs questions, 72% connaissent le mécanisme d'authentification par empreinte digitale pour accéder aux services en ligne de la banque.

Pour 80% des personnes interrogées, les banques intègrent de plus en plus de nouvelles technologies ; pour 68% les banques françaises ont beaucoup évolué ces 10 dernières années, et ces évolutions sont largement jugées comme allant dans le bon sens.

Enfin, près de deux tiers des sondés qui ont perçu des changements dans les services offerts par leur banque citent les différents supports mis à disposition pour gérer leur argent et près de la moitié estiment qu'il s'agit de la variété des services offerts par leur banque. Ces changements sont perçus plutôt positivement.

Pour Christophe Le Pape, Président du comité FBF Occitanie : « En interrogeant les thèmes de la connaissance, de la confiance et des attentes des habitants de la région en matière de services bancaires, cette étude nous permet d'appréhender les indicateurs importants pour répondre au mieux à leurs besoins. Cette étude nous permet aussi de souligner la reconnaissance des spécificités de notre modèle bancaire : un modèle basé sur la proximité et l'innovation au service des clients. Avec 90% des clients de la région qui ont une bonne image de leur agence, et presqu'autant de leur banque et de leur conseiller, nous pouvons l'affirmer : nos banques sont une richesse de notre territoire. »

Les Français, leur banque, leurs attentes

(3ème vague)

FÉDÉRATION BANCAIRE FRANÇAISE

Région Occitanie

Contacts Ifop
Frédéric DABI, Directeur Général Adjoint de l'Ifop : *frederic.dabi@ifop.com*
Marion CHASLES-PAROT, Directrice d'étude : *marion.chasles-parot@ifop.com*
Antoine CHATELET, Chargé d'Etudes : *antoine.chatelet@ifop.com*

La méthodologie

Qui ?

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **4000** personnes, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus,** au sein duquel **370 personnes résidant en région Occitanie ont été identifiées.**

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interviewée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Les résultats présentés dans ce document sont ceux obtenus auprès de l'échantillon des habitants de la région Occitanie.

Comment ?

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne.

Quand ?

Terrain du 1er au 13 décembre 2021.

Rappel Novembre 2020 : Etude Ifop pour la FBF menée auprès d'un échantillon de 4009 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, par questionnaire auto-administré en ligne du 27 octobre au 4 novembre 2020 selon la méthode des quotas.

Notes de lecture : ⬭ / ⬭ *Désignent des écarts significativement supérieurs/inférieurs à la moyenne. Lorsque les résultats ne sont pas entourés, cela signifie qu'ils ne se distinguent pas significativement (seuil de confiance à 95%) de la moyenne.*

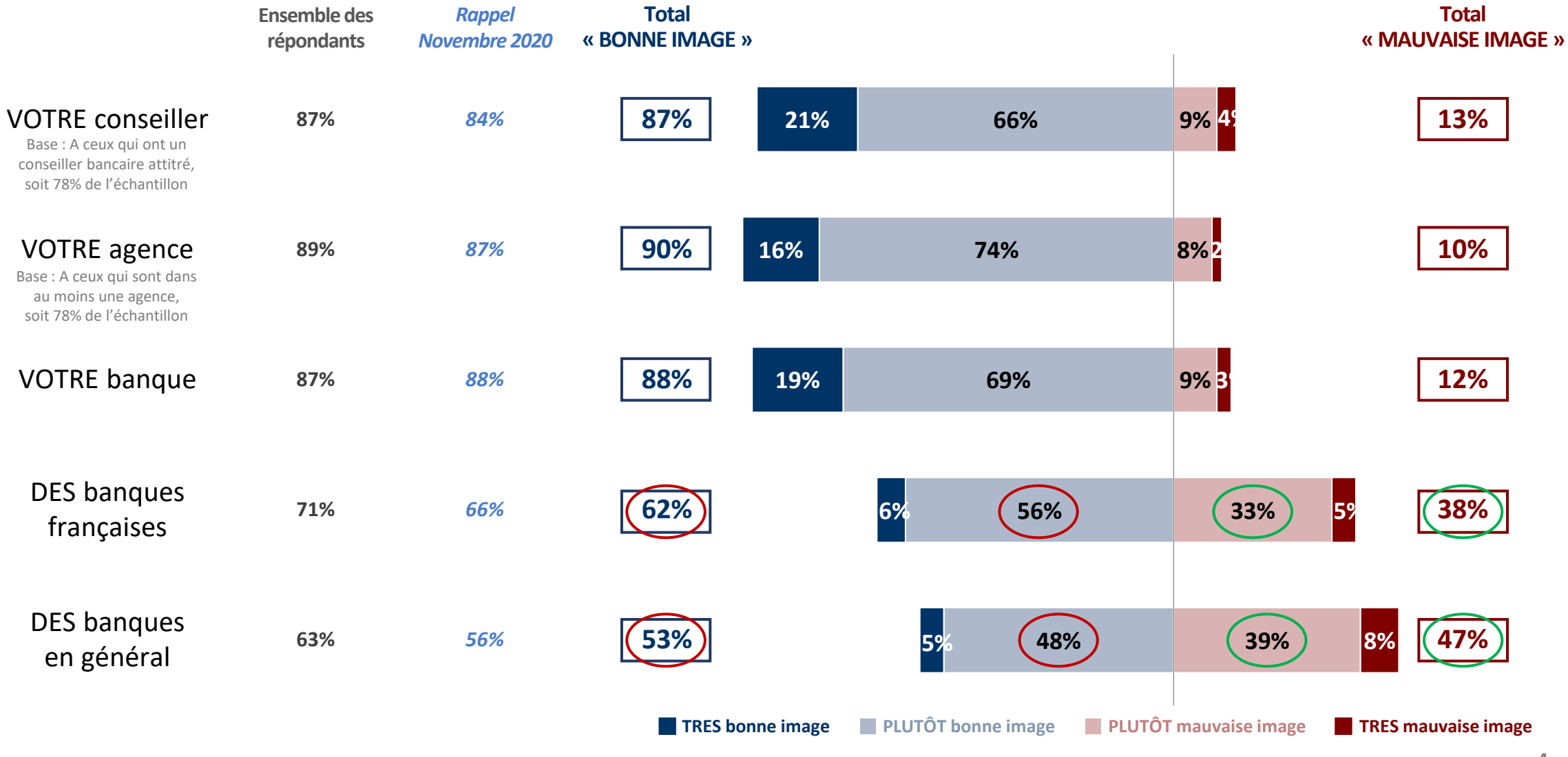
↘ -XX ↗ +XX *Désignent des évolutions significativement supérieures/inférieures par rapport à 2020.*

NB : l'ordre de présentation des résultats de ce document ne suit pas l'ordre de passation des questions dans le questionnaire

Image et confiance du secteur bancaire

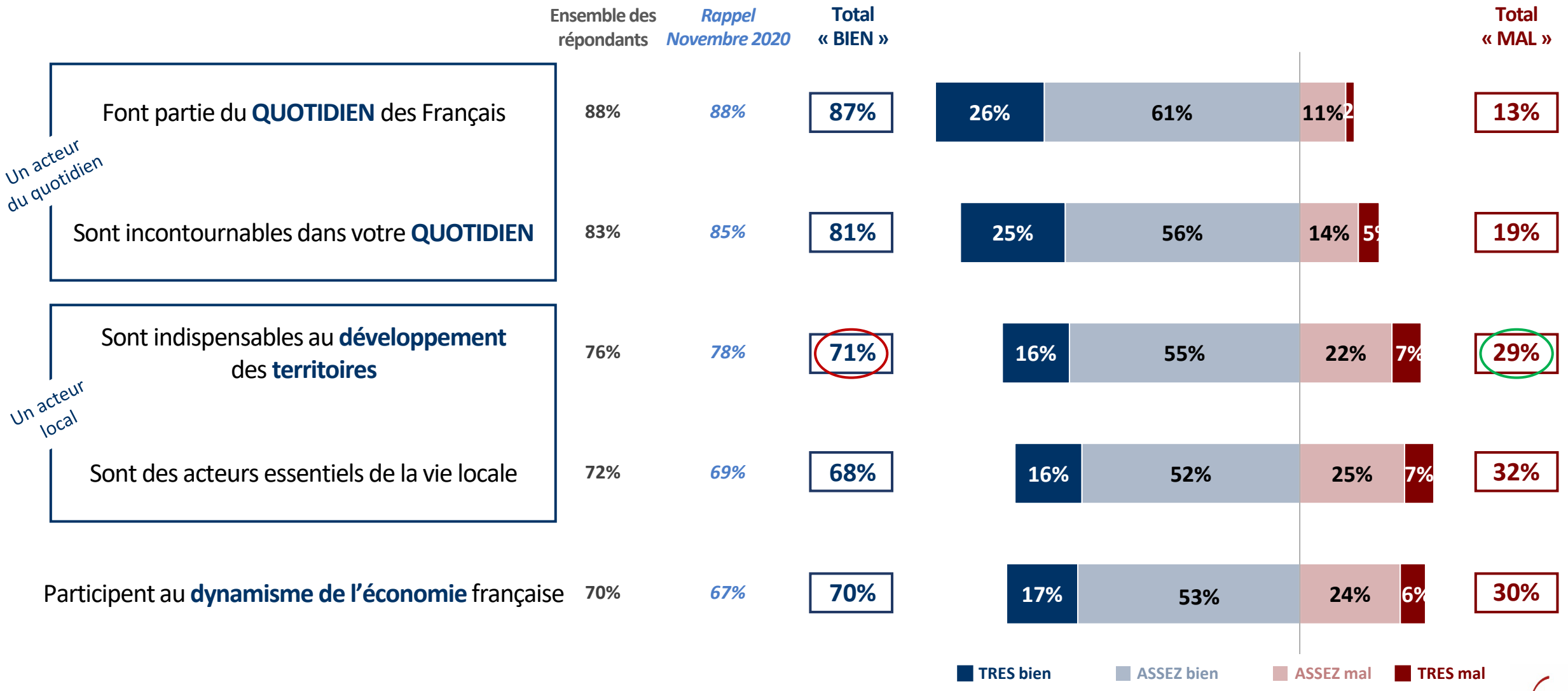
L'image globale

Question : Diriez-vous que vous avez une très bonne, plutôt bonne, plutôt mauvaise, très mauvaise image de … ?



L'image détaillée des banques d'aujourd'hui comme acteur de la vie locale et quotidienne

Question : Pour chacune des caractéristiques suivantes, diriez-vous qu'elle s'applique très bien, assez bien, assez mal ou très mal aux banques d'aujourd'hui ?
Les banques aujourd'hui en France…



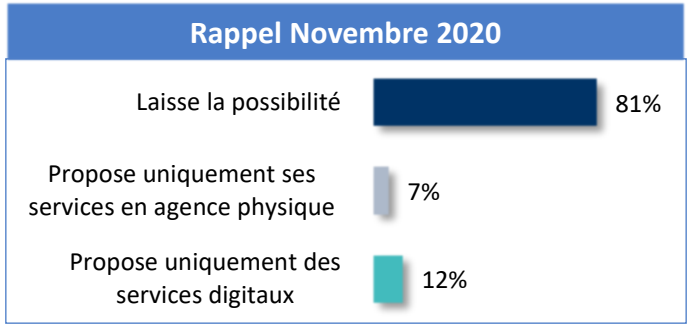
La banque idéale entre banque physique et banque digitale

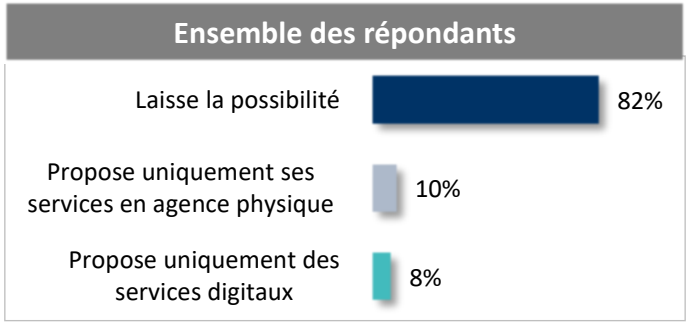
Question : Et finalement, pour vous, la banque idéale c'est ... ?

Une banque qui laisse la possibilité à ses clients de recourir à des services sur internet et en agence en fonction de ses besoins

Une banque qui propose uniquement à ses clients ses services en agence physique

Une banque qui propose uniquement à ses clients des services digitaux

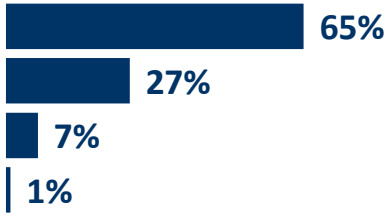




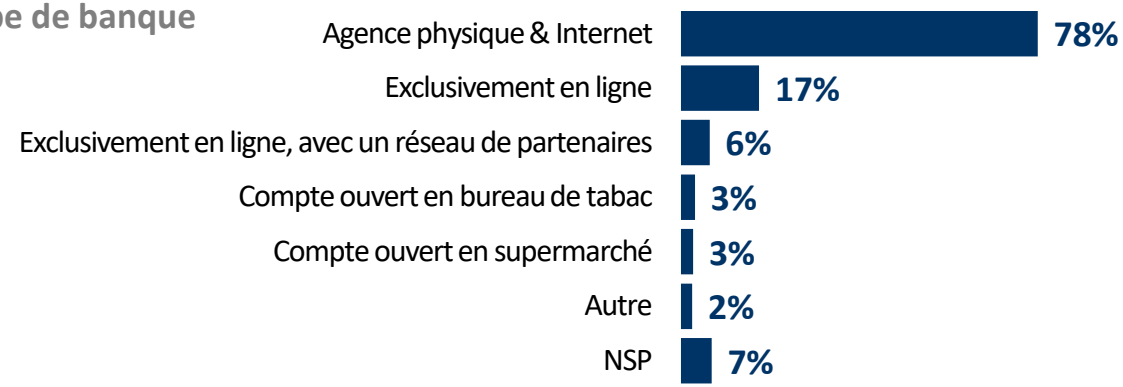
Focus sur les pratiques des clients

Le portrait robot du client en Occitanie en 2021

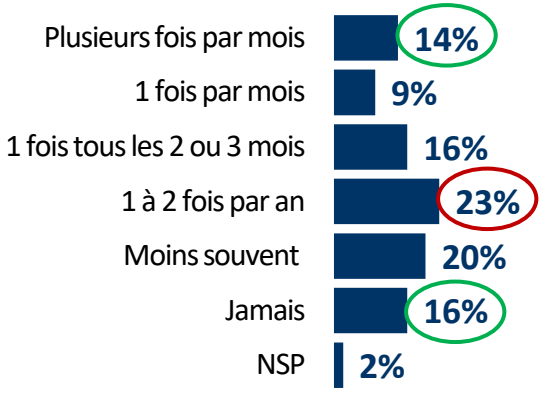
Nombre de banques



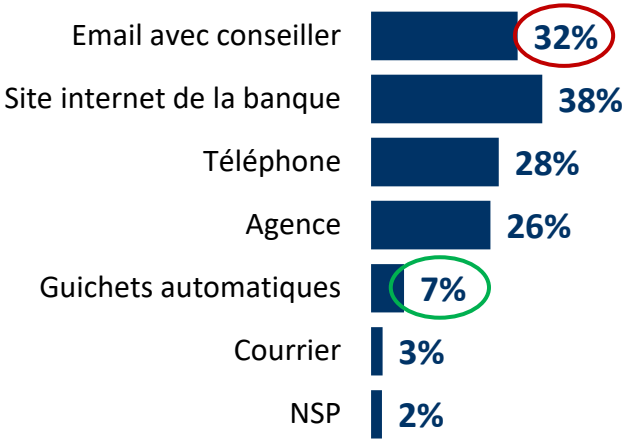
Type de banque



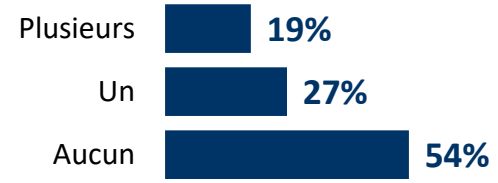
Fréquence du déplacement en agence



Mode de contact privilégié



Possession de crédit(s)



Le rapport aux instruments digitaux

Question : Avez-vous téléchargé l'application smartphone de votre (ou vos) banque(s), vous permettant de gérer à distance vos comptes ?

74% **ont téléchargé au moins une application**

Rappel Novembre 2020 : 67%

Ensemble des répondants : 72%

96% (vs. 95% des Français) des habitants d'**Occitanie** consultent le site internet ou utilisent l'application de leur banque

Rappel Novembre 2020 : 95%

Question : Vous personnellement, à quelle fréquence consultez-vous le site internet de votre banque (vos banques) ?

67% **au moins une fois par semaine**

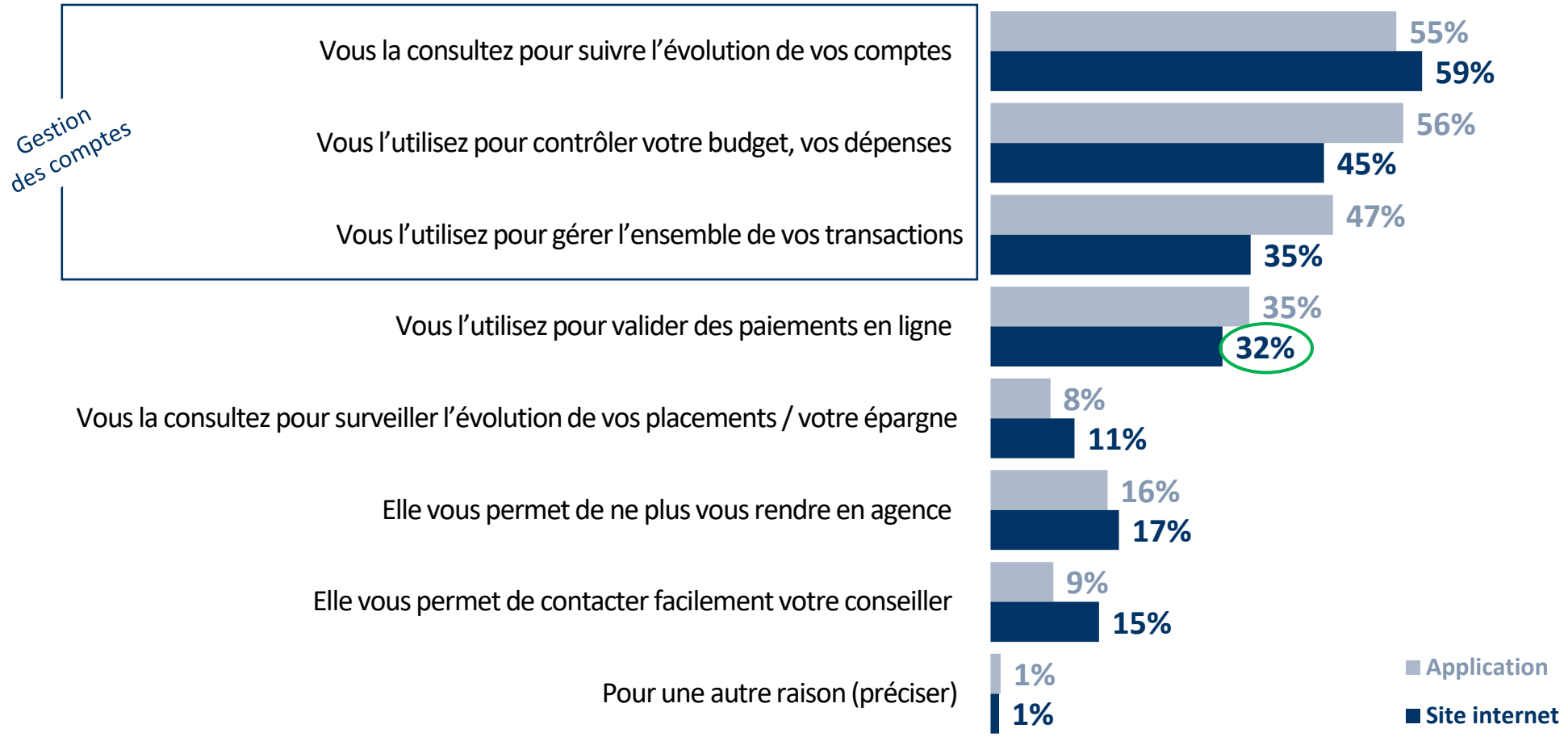
Rappel Novembre 2020 : 67%

Ensemble des répondants : 66%

Le duel des usages : application vs. site internet

Question : Quelle utilisation faites-vous, en général, de cette (ces) application(s) ? En premier ? Et ensuite ?
Base : A ceux qui ont téléchargé au moins une application, soit 74% de l'échantillon

Question : Pour quelles raisons principales consultez-vous le site internet de votre banque (vos banques) ? En premier ? Et ensuite ?
Base : A ceux qui fréquentent le site internet de leur banque, soit 91% de l'échantillon



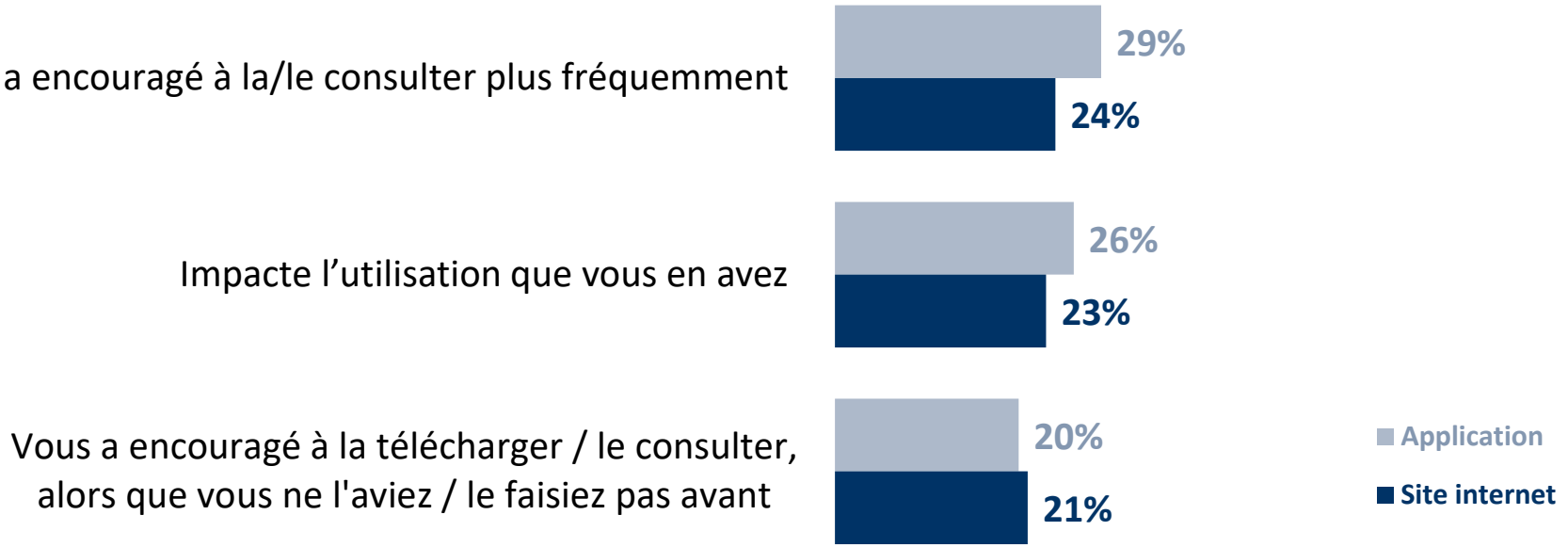
(*) Total supérieur à 100%, les interviewés ayant pu donner trois réponses

L'impact de la crise sanitaire sur les comportements

Le duel des usages : impact de la Covid-19 sur le recours application vs. site internet

Question : Diriez-vous que la crise de la COVID 19… ?

Base : A ceux qui ont téléchargé au moins une application, soit 74% de l'échantillon
Base : A ceux qui fréquentent le site internet de leur banque, soit 91% de l'échantillon



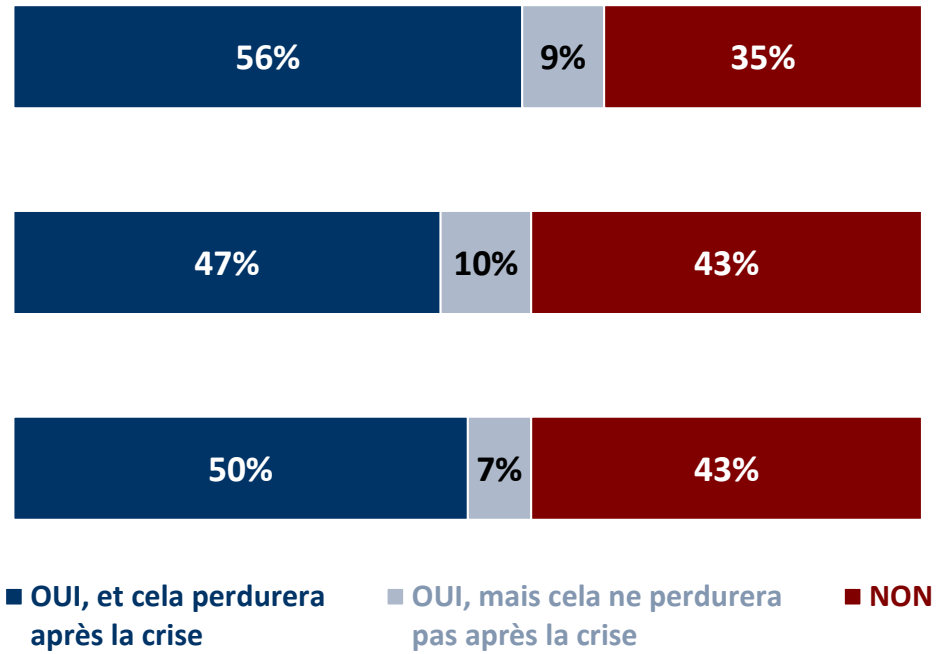
Au total, **26%** des personnes ayant téléchargé une application affirment que leur usage des applications bancaires **a évolué** suite à la crise de la Covid-19. Cette évolution sera **durable** pour **23%**.

Au total, **26%** des personnes qui consultent le site internet affirment que leur usage du site Internet de leur banque **a évolué** suite à la crise de la Covid-19. Cette évolution sera **durable** pour **22%**.

L'impact du plafond du sans-contact à 50 euros sur les habitudes de paiement

Question : L'augmentation du plafond du sans-contact à 50 euros a-t-elle changé vos habitudes de paiements ?

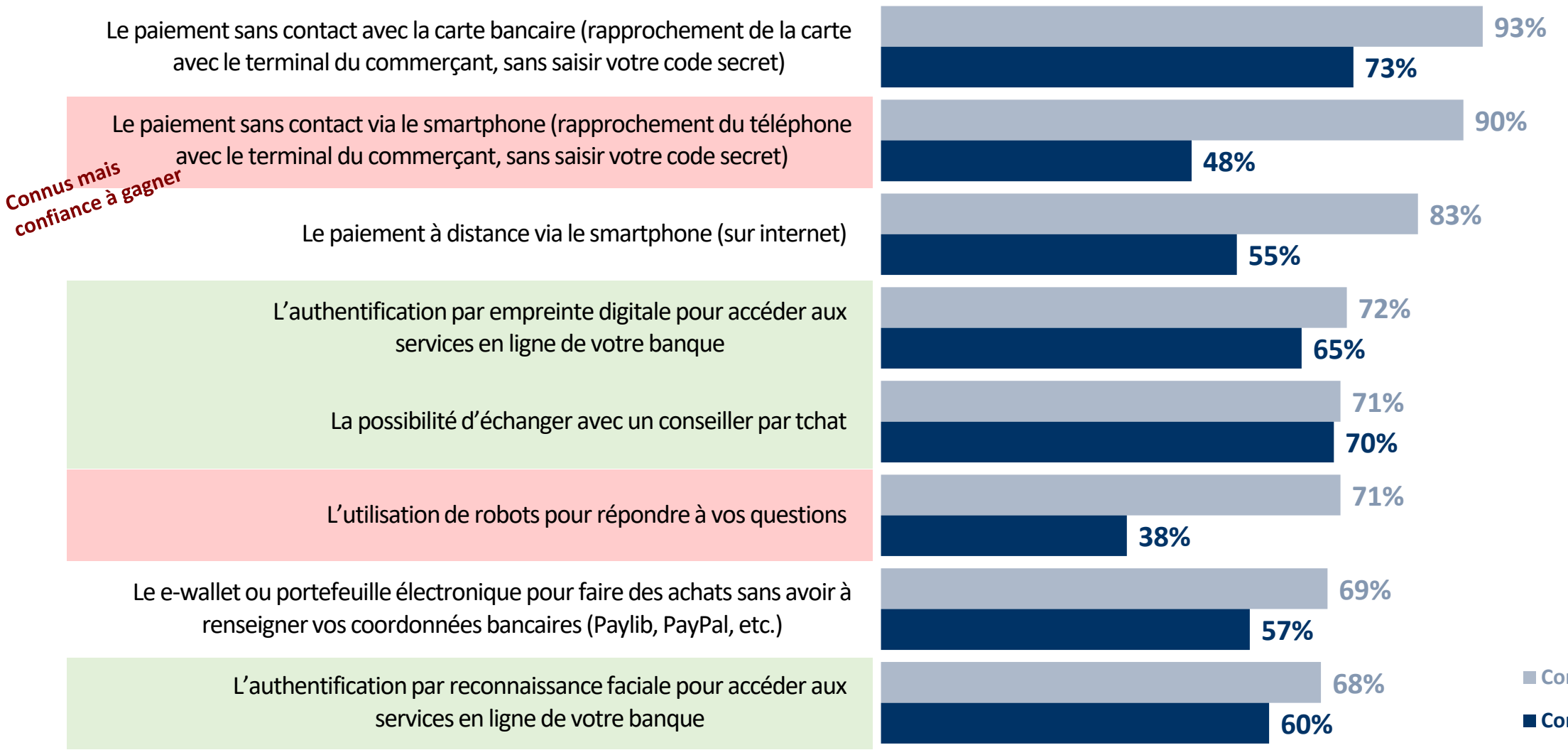
	Ensemble des répondants	*Rappel Novembre 2020*	Total « OUI »
Je paye plus aujourd'hui qu'avant la crise par sans contact qu'avec **frappe du code**	63%	*52%*	65%
Je paye plus aujourd'hui qu'avant la crise par sans contact que par **espèces**	58%	*50%*	57%
Je paye plus aujourd'hui qu'avant la crise par sans contact que par **chèque**	55%	*50%*	57%



Perceptions des habitants d'Occitanie sur les innovations / changements

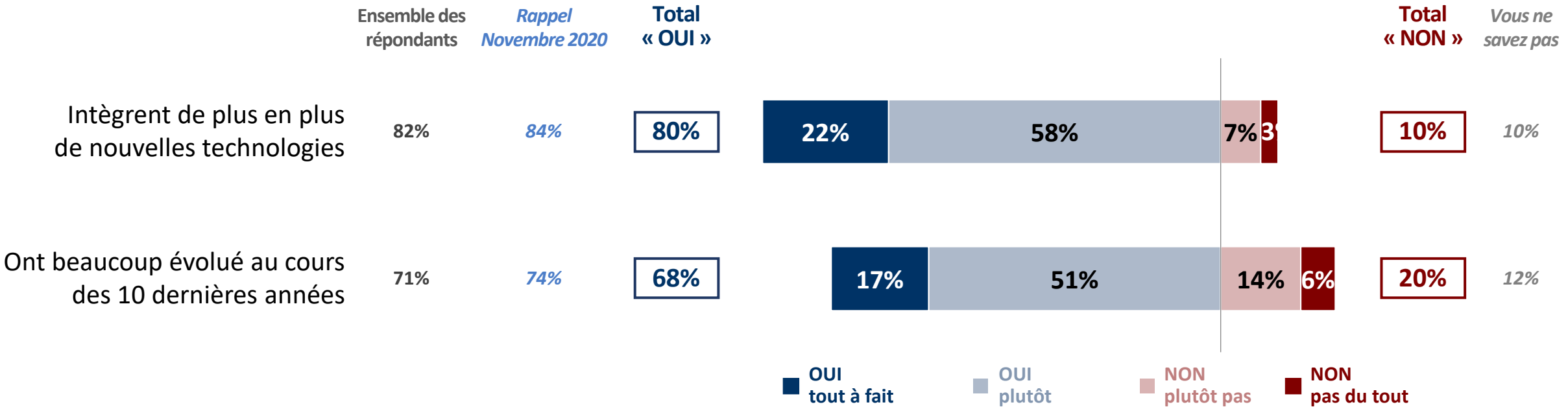
Les nouveaux services bancaires – RECAPITULATIF : Notoriété, Confiance

Question : Pour chacun des services suivants, diriez-vous que ... ?



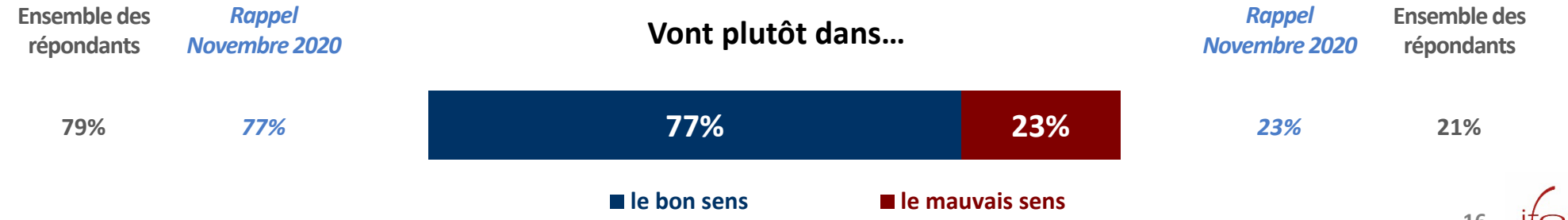
L'évolution perçue des banques au cours des dernières années

Question : Et d'après l'image que vous vous faites des banques françaises aujourd'hui, diriez-vous qu'elles ... ?



Question : Par rapport à l'ensemble de ces nouveaux services mis à disposition des consommateurs, diriez-vous que ces changements ... ?

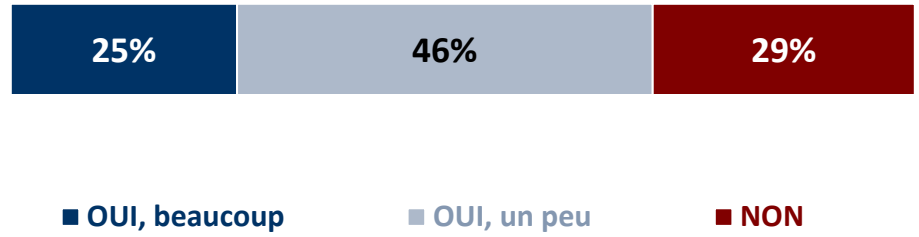
Base : Aux plus de 25 ans qui ont perçu des changements depuis 10 ans dans leur banque, soit 64% de l'échantillon



L’évolution perçue des services offerts par sa propre banque et leur appréciation globale

Question : Avez-vous perçu des changements dans les services offerts par VOTRE banque depuis les 10 dernières années ?

Ensemble des répondants	*Rappel Novembre 2020*	Ont perçu des changements
70%	*79%*	71%



Question : Par rapport à l’ensemble de ces nouveaux services mis à disposition des consommateurs, diriez-vous que ces changements ... ?

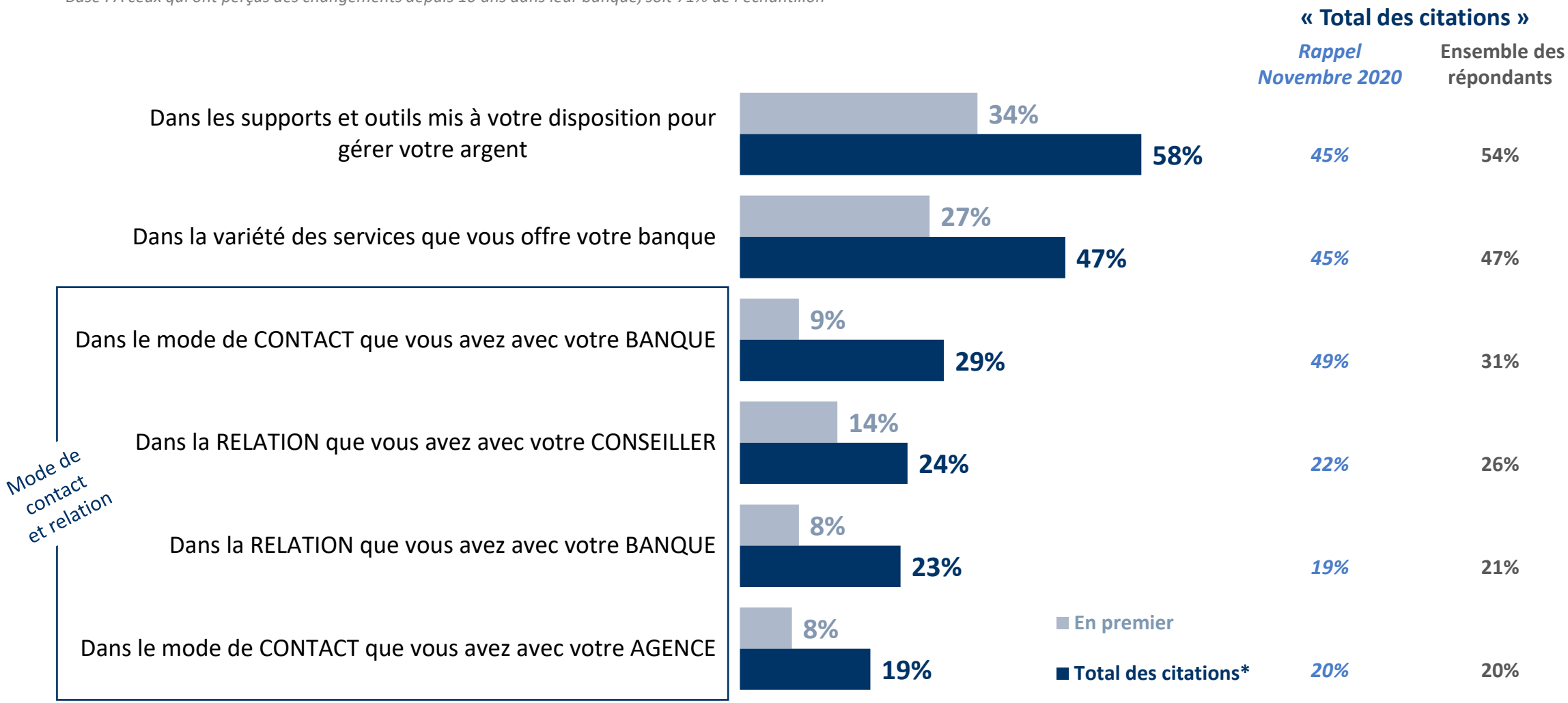
Base : A ceux qui ont perçus des changements depuis 10 ans dans leur banque, soit 71% de l’échantillon

Ensemble des répondants	*Rappel Novembre 2020*	Vont plutôt dans…	*Rappel Novembre 2020*	Ensemble des répondants
79%	*76%*	78% le bon sens / 22% le mauvais sens	*24%*	21%

La nature des changements observés au sein de la banque

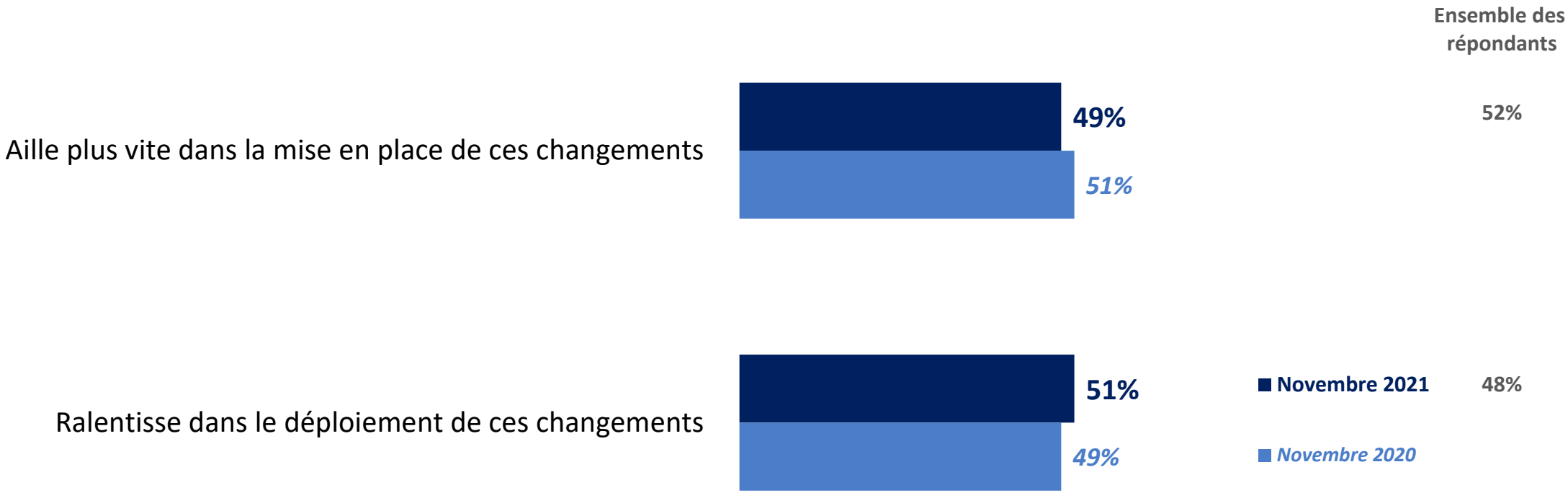
Question : De quelle nature sont ces changements que vous avez observés ?

Base : A ceux qui ont perçus des changements depuis 10 ans dans leur banque, soit 71% de l'échantillon



(*) Total supérieur à 100%, les interviewés ayant pu donner deux réponses

La vitesse souhaitée des changements

Question : Et au regard de ces évolutions, souhaiteriez-vous que votre banque ... ?

Base : A ceux qui ont perçu des changements dans les services offerts par leur banque, soit 71% de l'échantillon