

Paris, le 15 novembre 2022

**Etude IFOP – FBF 2022 « Les Français, leur banque, leurs attentes »  
Les comportements bancaires des Français**

La Fédération bancaire française (FBF) dévoile les résultats d'une étude menée avec l'institut français d'opinion publique (IFOP), « Les Français, leur banque, leurs attentes ». Elle permet de construire le portrait du client bancaire français, de montrer l'impact durable qu'a eu la crise sanitaire sur ces Français, ainsi que leur perception de l'innovation.

1. Le portrait du client bancaire français

Cette partie de l'étude « Les Français, leur banque, leurs attentes », centrée sur les comportements, souligne plusieurs caractéristiques du client bancaire français.

Dans 65% des cas, le client possède un compte dans une seule banque, et a, pour 46%, un ou plusieurs crédits. Il se rend en agence 1 à 2 fois par an (pour 31% des cas) ; 9% des clients se rendent plusieurs fois par mois dans leur banque, alors qu'ils étaient 62% en 2007.

La banque est, pour 81% des clients, un modèle à la fois physique et digital ; les modes de contacts sont multiples : email pour 41% ; site internet de la banque pour 37%, téléphone 27% ou l'agence 25%.

Enfin, 95% des Français consultent le site internet ou utilisent l'application de leur banque, principalement pour suivre l'évolution des comptes, contrôler le budget / les dépenses, gérer les transactions.

2. Des comportements durablement influencés par la crise sanitaire

La crise sanitaire a encouragé les Français à consulter le site internet (28%) / l'application (33%) de leur banque plus fréquemment qu'avant<sup>1</sup>.

Enfin, l'utilisation du sans contact est plus fréquente qu'avant la crise pour 63% des personnes sondées.

3. La perception des innovations

8 Français sur 10 reconnaissent le caractère innovant des banques et estiment que ces innovations vont dans le bon sens.

Le paiement sans contact avec la carte bancaire est ainsi une innovation largement connue des Français (93%), en laquelle ils ont confiance (74%). Si en matière de paiement d'autres innovations sont aussi amplement connues telles que le paiement sans contact via

---

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

smartphone (88%) ou le paiement à distance via smartphone (82%), les Français sont familiers des nouvelles possibilités d'échange avec leur banque : 71% savent qu'ils peuvent échanger par tchat, et 69% qu'ils peuvent utiliser des robots pour répondre à leurs questions.

Notons par ailleurs qu'une large majorité des Français (74%) connaît le mécanisme d'authentification par empreinte digitale pour accéder aux services en ligne de la banque, une innovation en laquelle ils ont d'ailleurs confiance, pour 65% d'entre eux.

Enfin, plus de la moitié des Français (54%) qui ont perçu des changements dans les services offerts par leur banque citent les différents supports mis à disposition pour gérer leur argent, et presque autant estiment qu'il s'agit de la variété des services offerts par leur banque. Ces changements sont d'ailleurs perçus plutôt positivement, 52% souhaitant même que leur banque aille plus vite dans la mise en place de ceux-ci.

Pour Maya Atig, directrice générale de la FBF : « Ce volet de l'étude IFOP – FBF est particulièrement intéressant, car en interrogeant les comportements des Français, il montre non seulement leur connaissance des différents services bancaires, mais aussi leurs pratiques et leurs attentes. L'innovation au service du client est centrale pour les banques françaises, qui développent des outils toujours plus adaptés tout en maintenant un ancrage territorial fort. La simplicité, la proximité, la sécurité, sont des tendances constantes. »

#### **CONTACTS**

Benoît DANTON : 06 73 48 80 40 - [bdanton@fbf.fr](mailto:bdanton@fbf.fr)

Jenny SENSAU : 06 31 06 60 39 - [jsensiau@fbf.fr](mailto:jsensiau@fbf.fr)



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