

Paris, le 6 février 2023

**Etude FBF-IFOP 2023 « Les Français, leur banque, leurs attentes »
La banque relationnelle reconnue par les Français**

La Fédération bancaire française (FBF) et l'institut français d'opinion publique (IFOP) dévoilent les résultats de leur 4^{ème} étude « Les Français, leur banque, leurs attentes ». Menée auprès de plus de 4 000 Français¹ celle-ci dresse notamment le portrait du client bancaire Français, montre sa vision de la banque en France et l'utilisation qu'il en fait, notamment suite aux innovations et ou à la crise COVID.

1. Le portrait du client bancaire français

63% des Français possèdent un compte dans une seule banque, et ont, pour 46%, un ou plusieurs crédits. Ils se rendent en agence 1 à 2 fois par an (pour 31%) ; **9% se rendent plusieurs fois par mois dans leur banque, alors qu'ils étaient 62% en 2007.**

La banque est, pour 83% d'entre eux, un modèle à la fois physique et digital ; les modes de contacts sont multiples : email pour 38% ; site internet de la banque pour 34%, téléphone 26% ou agence 25%.

2. La banque relationnelle reconnue comme un soutien fort par les Français

Lorsqu'ils sont interrogés sur l'image qu'ils ont de la banque, les Français soulignent le lien étroit entre proximité et satisfaction : **89% d'entre eux ont une bonne image de leur agence, 88% une bonne image de leur banque, et 86% de leur conseiller.**

La participation des banques à la vie quotidienne et 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 84%, elles sont même incontournables de celui-ci. L'étude montre que les banques françaises sont 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 80% d'entre eux, la banque idéale doit laisser la possibilité de recourir à des services sur internet et en agence en fonction des besoins.

3. Des comportements durablement influencés par la crise sanitaire

96% 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. Ils sont aujourd'hui **74% à avoir téléchargé au moins une application bancaire, soit une augmentation de 19 points depuis 2018.**

¹ Etude FBF -IFOP menée entre le 6 et le 15 décembre 2022 auprès d'un échantillon de 4 005 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. 12 déclinaisons régionales sont également disponibles.

La crise sanitaire a encouragé 36% des Français à consulter le site internet / l'application de leur banque plus fréquemment qu'avant. L'utilisation du sans contact est plus fréquente qu'avant la crise pour 62% des personnes.

Ces usages sont stables depuis 2021, après la phase d'accélération pendant la crise sanitaire.

4. La perception des innovations

Plus de 8 Français sur 10 reconnaissent le caractère innovant des banques et estiment que cela va dans le bon sens.

Le paiement sans contact avec la carte bancaire est ainsi une pratique largement connue des Français (94%), en laquelle ils ont confiance (74%). D'autres possibilités récentes sont aussi amplement connues telles que le paiement sans contact via smartphone (90%), le paiement à distance via smartphone (84%), l'authentification par empreinte digitale pour accéder aux services en ligne (75%). L'évolution la plus marquée de 2022 est la plus grande familiarité avec les possibilités d'échange par tchat ou robot avec leur banque (respectivement 76% et 73%).

5. La banque, un secteur stratégique pour la France

L'image de l'industrie bancaire française se consolide encore sur les actions menées pendant la crise sanitaire et sur sa capacité de résilience. Ainsi **81% des Français considèrent que les banques financent les entreprises françaises, 78% qu'elles sont un atout pour l'économie du pays, 77% qu'elles sont performantes**. Ils sont d'ailleurs **82% à déclarer que le secteur bancaire est stratégique**, le plaçant en troisième position derrière l'alimentation et l'énergie, à égalité avec l'agriculture, le tourisme et l'industrie pharmaceutique.

Pour Maya Atig, directrice générale de la FBF : « *Cette nouvelle étude FBF-IFOP confirme que les Français ont une bonne connaissance des différents services bancaires et qu'ils reconnaissent massivement l'investissement constant de nos banques et de leurs 350 000 salariés au service de leurs clients particuliers et entreprises. L'innovation au service du client est centrale, elle est source de confiance. L'ancrage territorial fort est visible par la participation appréciée au développement des territoires. Ces tendances constantes sont autant de preuves de l'utilité de notre profession.* »

CONTACTS

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



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