

Orléans, le 6 juin 2024

Etude FBF-IFOP 2024 « Les Français, leur banque, leurs attentes » La banque acteur de confiance pour les habitants du Centre-Val de Loire

La Fédération bancaire française (FBF) et l'institut français d'opinion publique (IFOP) dévoilent les résultats de leur 5^{ème} étude « Les Français, leur banque, leurs attentes ». Celle-ci dresse notamment le portrait du client bancaire, montre ses principales attentes vis-à-vis de la banque, l'utilisation qu'il en fait et dévoile sa vision du secteur.

1. Le portrait du client bancaire

70% des habitants du Centre-Val de Loire possèdent un compte dans une seule banque, et ont, pour 51%, un ou plusieurs crédits. Ils **se rendent en agence au moins une fois par trimestre** (pour 28%). Les modes de contacts sont multiples : email pour 45% ; site internet de la banque pour 30%, agence 28% ou téléphone 24%.

2. Les attentes des clients

84% des clients préfèrent une banque qui laisse la possibilité de recourir à des services à la fois sur Internet ou en agence, en fonction des besoins. La sécurité (des comptes et des données) arrive en tête des attentes citées spontanément par 55% des personnes interrogées. Vient ensuite la disponibilité pour 33% d'entre elles, une banque devant être joignable au téléphone, en agence ou par tchat.

En matière d'épargne, les clients attendent avant tout d'un produit qu'il soit peu risqué pour 46% d'entre eux, 26% qu'il contribue au développement des territoires et à la création d'emplois, 10% qu'il contribue au financement de la transition écologique. Enfin pour 18%, qu'il puisse être plus risqué pour un rendement éventuellement plus important.

3. Les pratiques des clients

95% des sondés 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 8 points depuis 2020**.

Les usages de l'application et du site Internet sont globalement similaires, avec en premier lieu la gestion des comptes : contrôle du budget et des dépenses (58% et 49%), suivi de l'évolution des comptes (44% via l'application et 52% via le site).

4. La perception des changements

8 habitants du Centre Val de Loire 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 (90%), en laquelle ils ont confiance (72%). D'autres possibilités récentes sont aussi amplement connues telles que le paiement sans contact via smartphone (88%), le paiement à distance via smartphone (84%), l'authentification par empreinte digitale pour accéder aux services en ligne (78%). Il reste sur un certain nombre de ces innovations un travail de pédagogie à faire du côté des banques pour renforcer la confiance dans ces outils.

5. La banque relationnelle reconnue comme un soutien fort

Lorsqu'ils sont interrogés sur l'image qu'ils ont de la banque, les sondés soulignent le lien étroit entre proximité et satisfaction : **91% d'entre eux ont une bonne image de leur agence et de leur conseiller, 90% une bonne image de leur banque. La participation des banques à la vie quotidienne et locale est d'ailleurs reconnue et considérée comme centrale, puisque pour 89% des répondants** les banques font partie du quotidien des Français. Pour 84%, elles sont même incontournables. L'étude montre que les banques françaises sont largement considérées comme des acteurs indispensables au développement des territoires et essentiels à la vie locale.

6. La banque, un secteur stratégique pour l'économie

L'image de l'industrie bancaire française se renforce. Ainsi **80% des personnes considèrent que les banques financent les entreprises françaises, 76% qu'elles sont un atout pour l'économie du pays et qu'elles sont performantes.**

CONTACTS

Benoît DANTON : 06 73 48 80 40 - bdanton@fbf.fr
Clara DELMOTE : 06 31 06 60 39 – cdelmote@fbf.fr



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