

Marseille, le 3 juin 2024

**Etude FBF-IFOP 2024 « Les Français, leur banque, leurs attentes »
La banque acteur de confiance pour les habitants des régions Provence-
Alpes-Côte d'Azur et Corse**

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

65% des habitants de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et de Corse possèdent un compte dans une seule banque, et ont, pour 46%, un ou plusieurs crédits. Ils **se rendent en agence au moins une fois par trimestre** (pour 37%). Les modes de contacts sont multiples : email pour 35% ; site internet de la banque pour 30%, téléphone 30% ou agence 25%.

2. Les attentes des clients

77% des sondés 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 46% des personnes interrogées. Vient ensuite la disponibilité pour 34% 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 55% d'entre eux, 20% qu'il contribue au développement des territoires et à la création d'emplois, 15% qu'il contribue au financement de la transition écologique. Enfin pour 10%, qu'il puisse être plus risqué pour un rendement éventuellement plus important.

3. Les pratiques des clients

91% des personnes interrogées 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. Elles sont aujourd'hui **83% à avoir téléchargé au moins une application bancaire, soit une augmentation de 12 points depuis 2020.**

Les usages de l'application et du site Internet sont globalement similaires, avec en premier lieu le contrôle du budget et des dépenses (53% et 42%) puis la gestion des comptes : suivi de l'évolution des comptes (50% via l'application et 50% via le site).

4. La perception des changements

82% des habitants de Provence-Alpes-Côte d'Azur & Corse 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 (92%). D'autres possibilités récentes sont aussi amplement connues telles que le paiement sans contact via smartphone (91%), le paiement à distance via smartphone (85%), l'authentification par empreinte digitale pour accéder aux services en ligne (74%). 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 : **95% d'entre eux ont une bonne image de leur agence, 94% une bonne image de leur banque, et 93% de leur conseiller. La participation des banques à la vie quotidienne et locale est d'ailleurs reconnue et considérée comme centrale, puisque pour 87% des répondants les banques font partie du quotidien des Français. Pour 82%, elles sont même incontournables au quotidien. 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 **82% des personnes considèrent que les banques financent les entreprises françaises, 80% qu'elles sont un atout pour l'économie du pays et qu'elles sont performantes.** En outre **8 personnes sur 10 déclarent que le secteur bancaire est stratégique**, le plaçant en première position devant ceux de l'alimentation et du tourisme.

CONTACTS

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



@FBFFrance