

Les Français, leur banque, leurs attentes

Auvergne-Rhône-Alpes

Vague 6 | Février 2026

N° 121719

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi / Marion Chasles-Parot / Marie-Agathe Deffain
Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

Méthodologie



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **4001** personnes, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus au sein duquel 484 personnes résidant en région Auvergne-Rhône-Alpes 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.

Note de lecture :

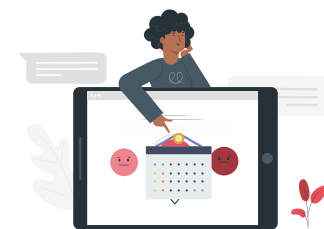
○ ○ Désignent des écarts significativement supérieurs/inférieurs à la moyenne. Lorsque les résultats ne sont pas entourés, cela signifie qu'ils ne se distinguent pas significativement (seuil de confiance à 95%) de la moyenne.

↗ +XX ↘ -XX Désignent des évolutions significativement supérieures/inférieures par rapport aux années précédentes.



COMMENT ?

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



QUAND ?

Terrain du **25 août au 3 septembre 2025.**

Rappel de la méthodologie des vagues précédentes

Décembre 2023 : Enquête menée par l'Ifop auprès d'un échantillon de 4008 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus selon la méthode des quotas par questionnaire auto-administré en ligne du 17 au 27 novembre 2023.

Décembre 2022 : Enquête menée par l'Ifop auprès d'un échantillon de 4005 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus selon la méthode des quotas par questionnaire auto-administré en ligne du 6 au 15 décembre 2022.

Décembre 2021 : Enquête menée par l'Ifop auprès d'un échantillon de 4000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus selon la méthode des quotas par questionnaire auto-administré en ligne du 1^{er} au 13 décembre 2021.

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..

Novembre 2018 : Etude Ifop pour la FBF menée auprès d'un échantillon de 2014 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, par questionnaire auto-administré en ligne du 23 au 29 novembre 2018 selon la méthode des quotas.

Remarque : La variable « niveau de vie » correspond au revenu disponible du ménage divisé par le nombre d'unités de consommation (ou « UC », qui dépend du nombre d'adultes et d'enfants composant le foyer). Il est ici calculé selon la méthode utilisée par l'Insee et l'OCDE.

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

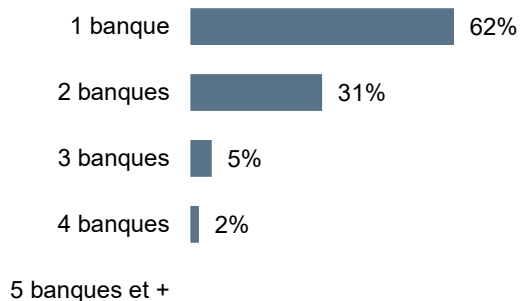


Le portrait du client français

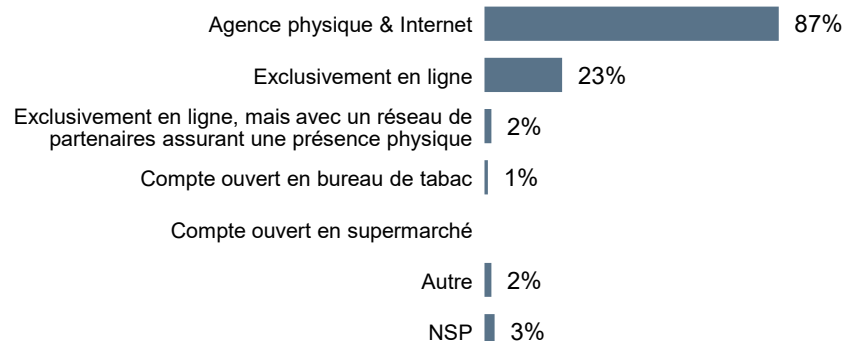


Le portrait client de la région Auvergne-Rhône-Alpes en 2025

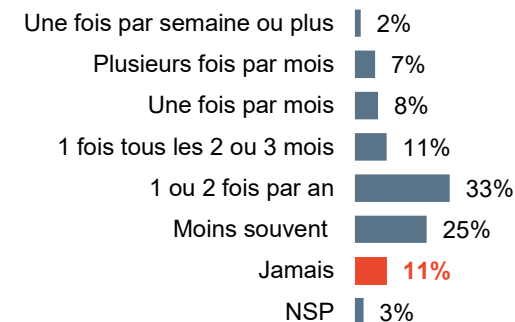
Nombre de banques par client



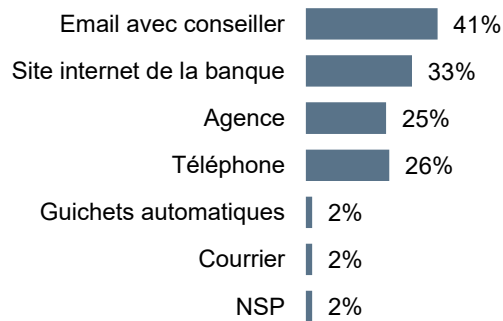
Type de banque



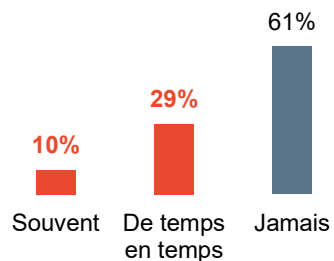
Fréquence du déplacement en agence



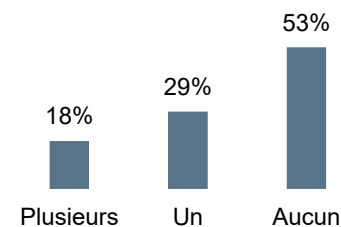
Modes de contact privilégié



Expérience de découverts

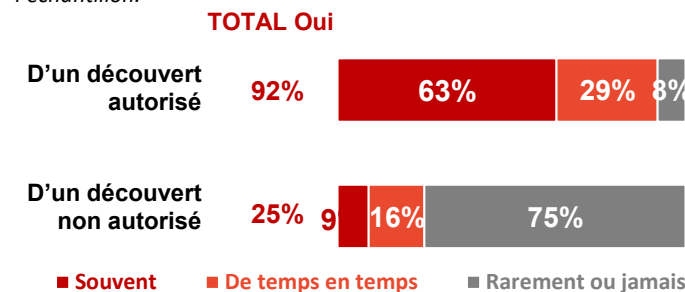


Possession de crédit(s)



Le type de découvert rencontré

Base : A ceux ayant été en situation de découverts, soit 39% de l'échantillon.



A man with a beard and glasses, wearing a white shirt and a blue patterned tie, is using an ATM. He is smiling and looking at the machine. He has a red bag slung over his shoulder and is holding a smartphone in his left hand. The background is a blurred city street. A large red semi-transparent shape covers the right side of the image, and a thin red line curves across the top left. The text "Les attentes des clients" is written in white on the red background.

Les attentes des clients

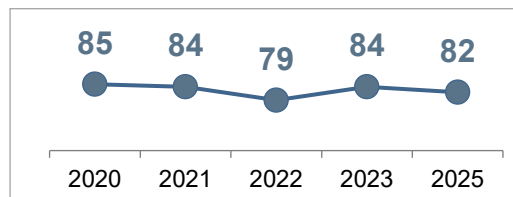
L'approche hybride est toujours autant privilégiée : 82% des habitants de la région préfèrent en effet choisir leur canal privilégié selon leurs besoins

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

82%

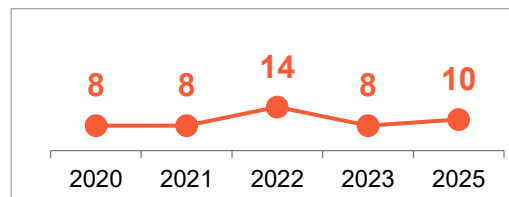


Ensemble des Français : 78%



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

10%

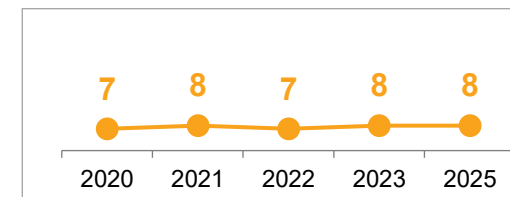


Ensemble des Français : 13%



Une banque qui propose uniquement à ses clients des services digitaux

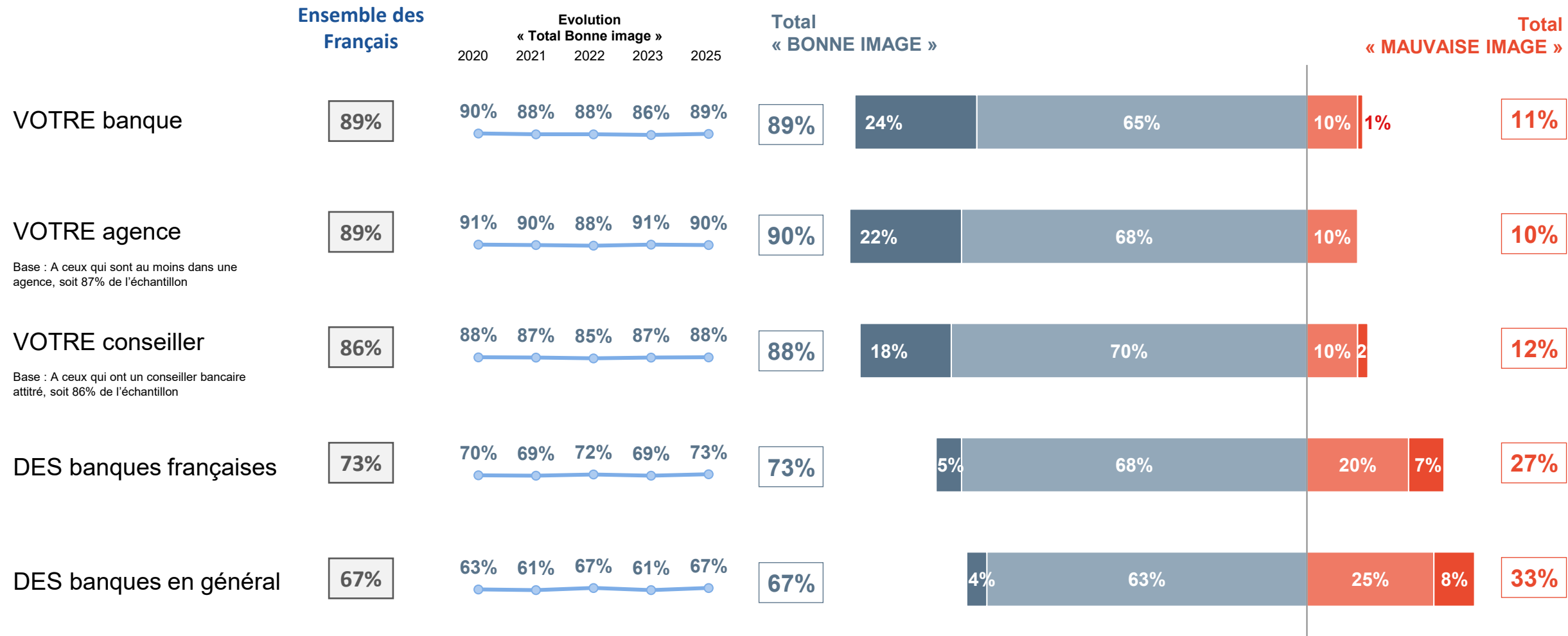
8%



Ensemble des Français : 9%

A l'instar des Français, les habitants d'Auvergne Rhône-Alpes expriment une très bonne image à l'égard de leur conseiller, de leur agence bancaire et de leur banque

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

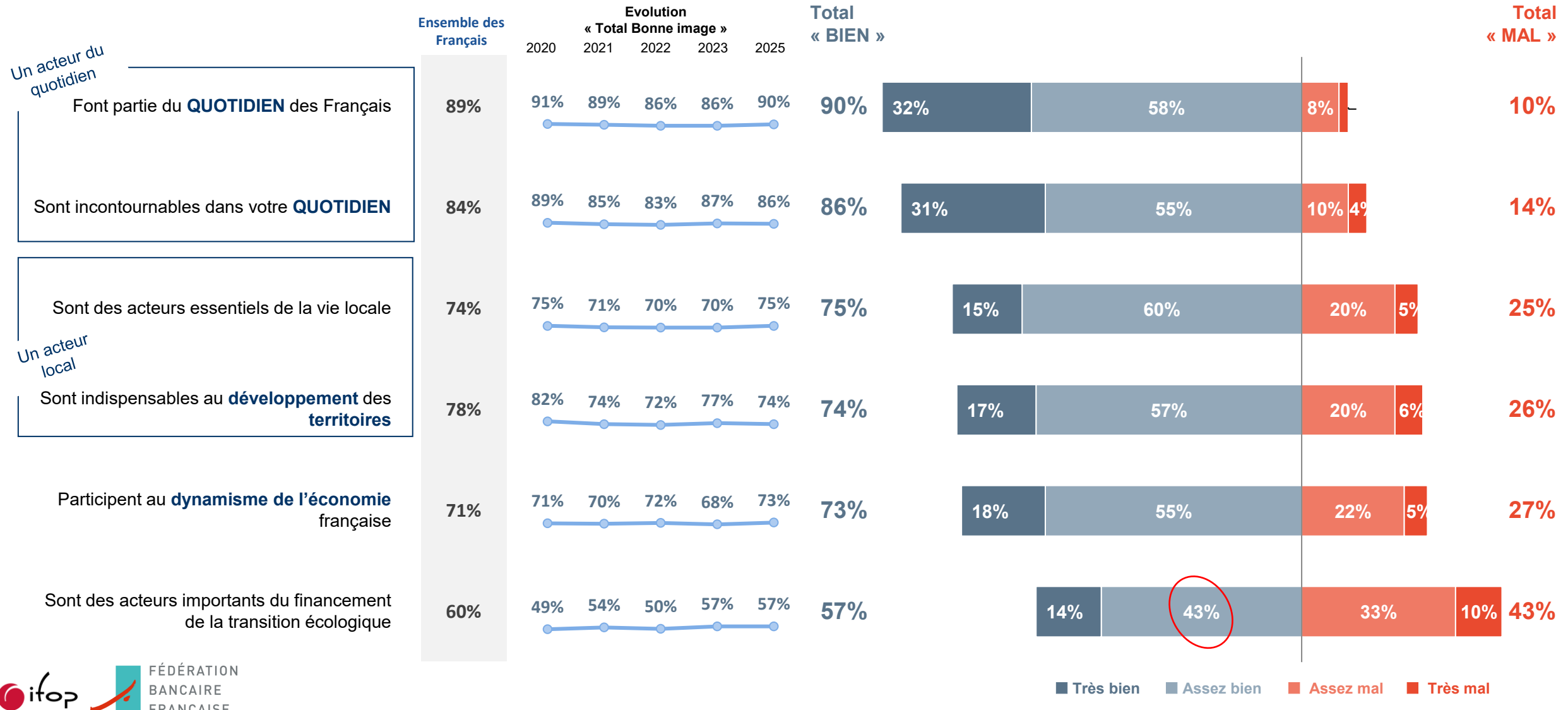


Base : A ceux qui sont au moins dans une agence, soit 87% de l'échantillon

Base : A ceux qui ont un conseiller bancaire attiré, soit 86% de l'échantillon

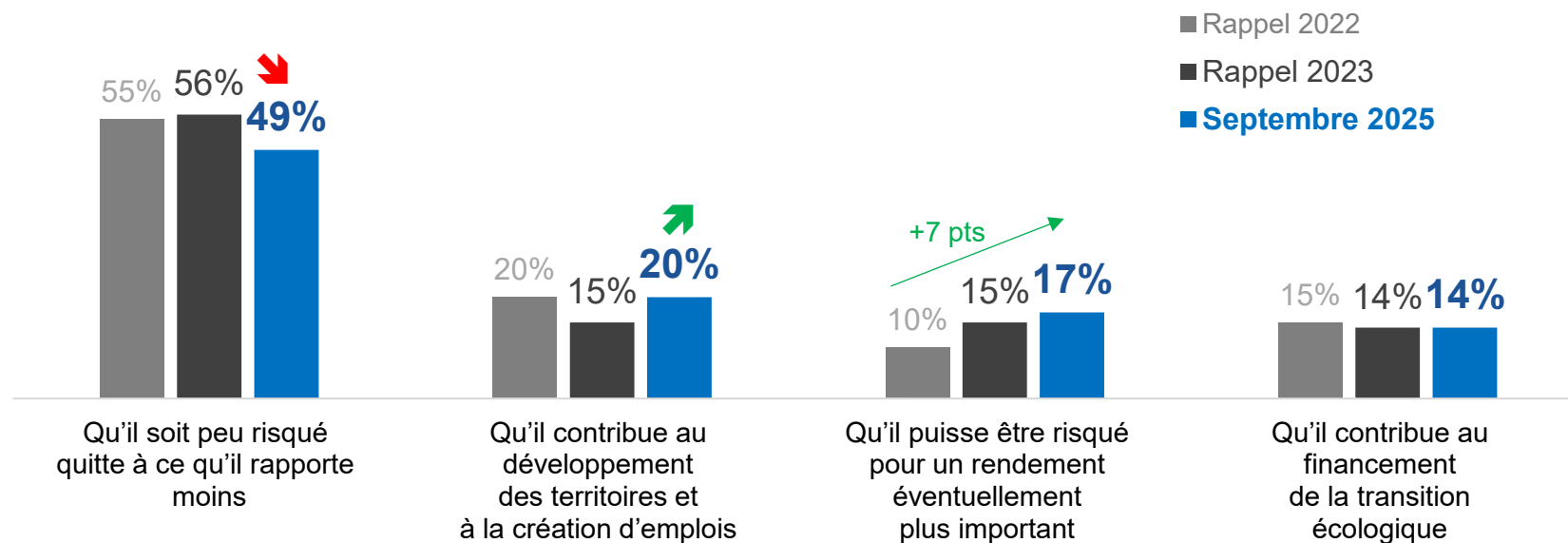
Pour les habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes, les banques s'inscrivent comme des acteurs de proximité : elles accompagnent leur quotidien et doivent donc être implantées localement

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...



Si la majorité des habitants de la région AURA attendent avant tout d'un produit d'épargne qu'il soit peu risqué, un attrait croît depuis 2022 à l'égard de produits plus risqués, mais avec un rendement plus important

Question : Vous personnellement, en tant que client, qu'attendez-vous en priorité d'un produit d'épargne ?



Ensemble
des
Français

52%

19%

15%

14%

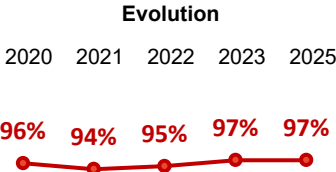
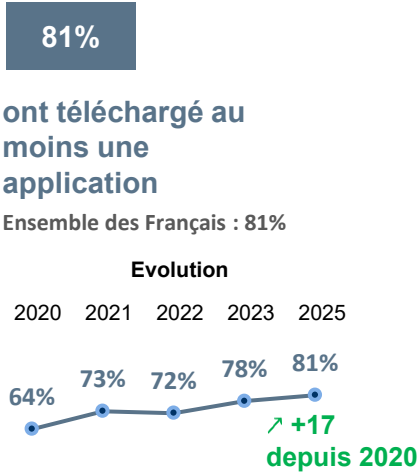
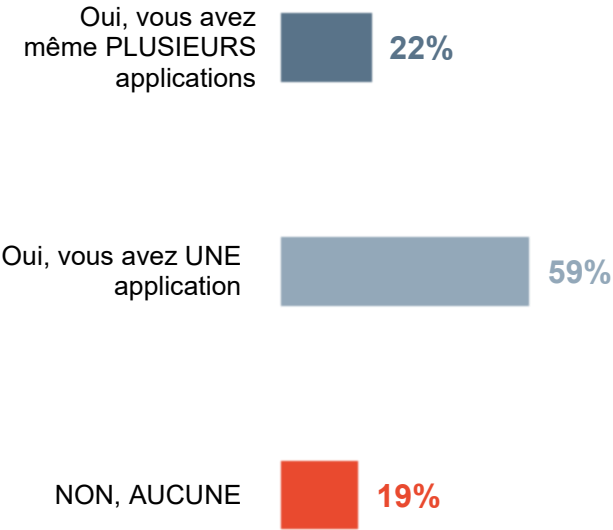




Les pratiques des clients

La quasi-totalité des habitants d'Auvergne Rhône-Alpes utilisent l'un des outils numériques mis à leur disposition par leur banque

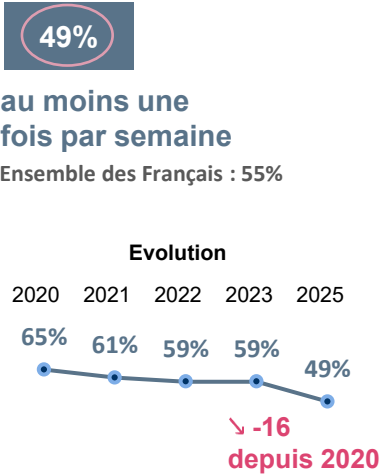
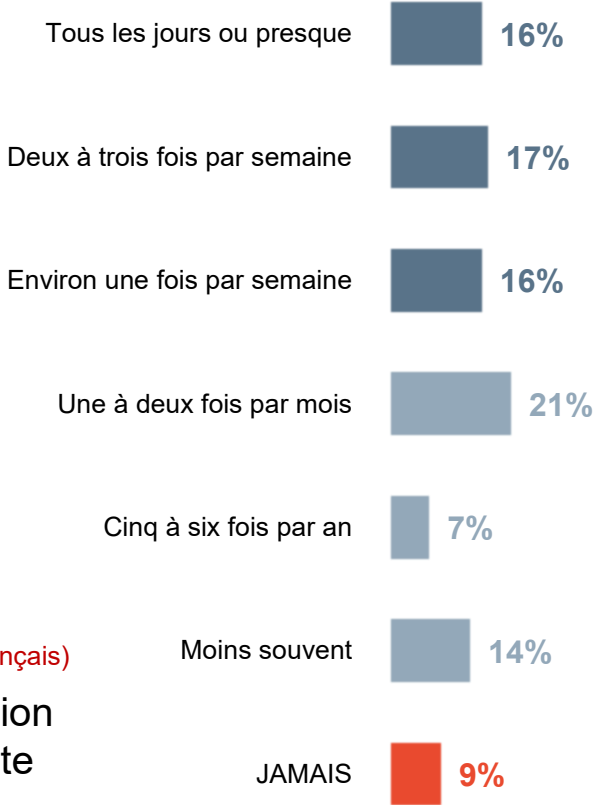
Question : Avez-vous téléchargé l'application smartphone de votre (ou vos) banque(s), vous permettant de gérer à distance vos comptes ?



97% (vs. 94% des Français)

des habitants de la région AURA consultent le site internet ou utilisent l'application de leur banque

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



Les usages de l'application et du site internet sont globalement similaires, exception faite de la validation des paiements en ligne réalisés davantage via l'application mobile

Comparatif « Total des citations »



Question : Quelle utilisation faites-vous, en général, de cette (ces) application (s) ?
En premier ? Et ensuite ?

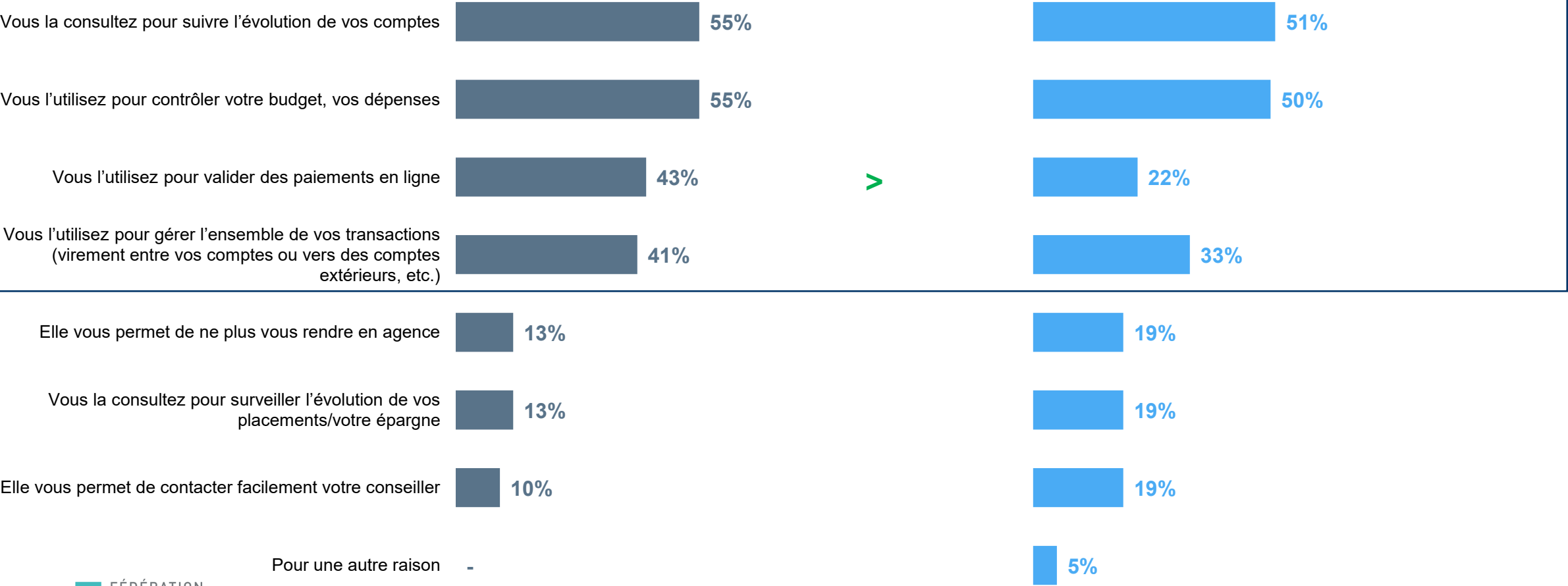
Base : A ceux qui ont téléchargé au moins une application, soit 81% de l'échantillon



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

Gestion des comptes



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

La validation des paiements en ligne via l'application mobile connaît de fait une nette progression dans les pratiques de habitants de la région AURA depuis 2020

Comparatif « Total des citations »



Question : Quelle utilisation faites-vous, en général, de cette (ces) application (s) ?
En premier ? Et ensuite ?

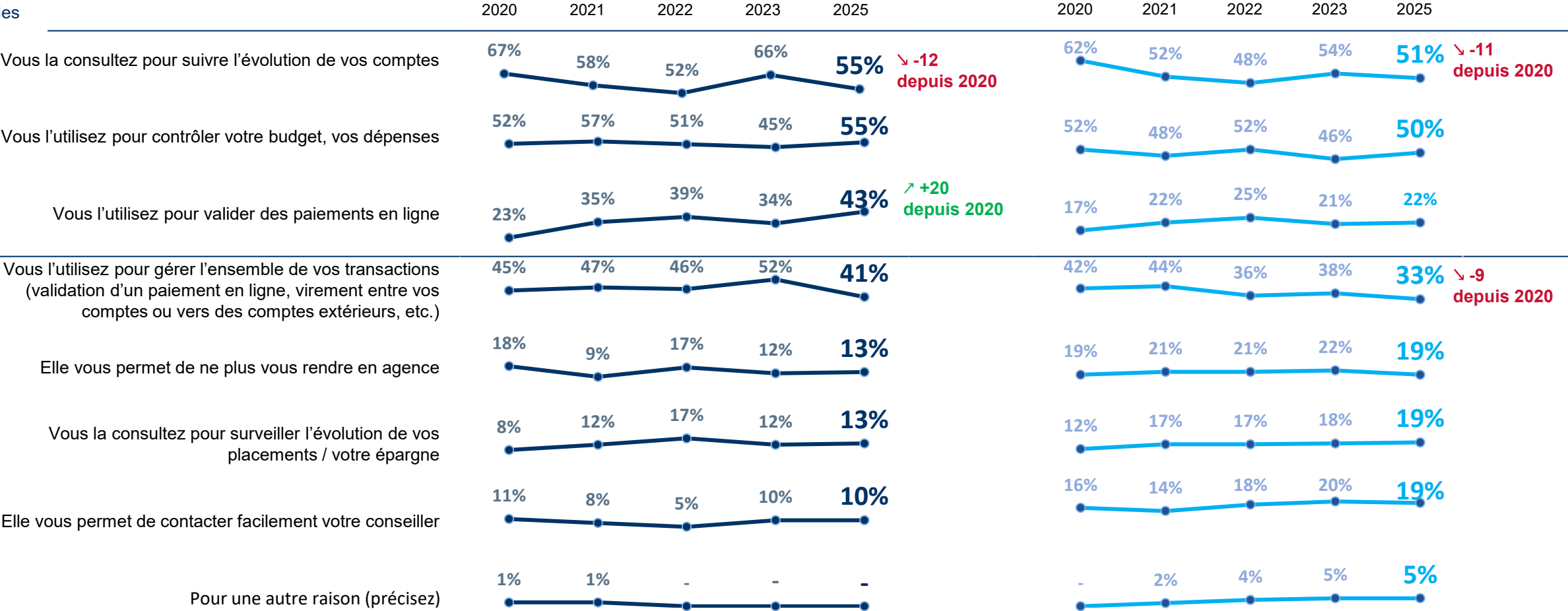
Base : A ceux qui ont téléchargé au moins une application, soit 81% de l'échantillon



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

Gestion des comptes

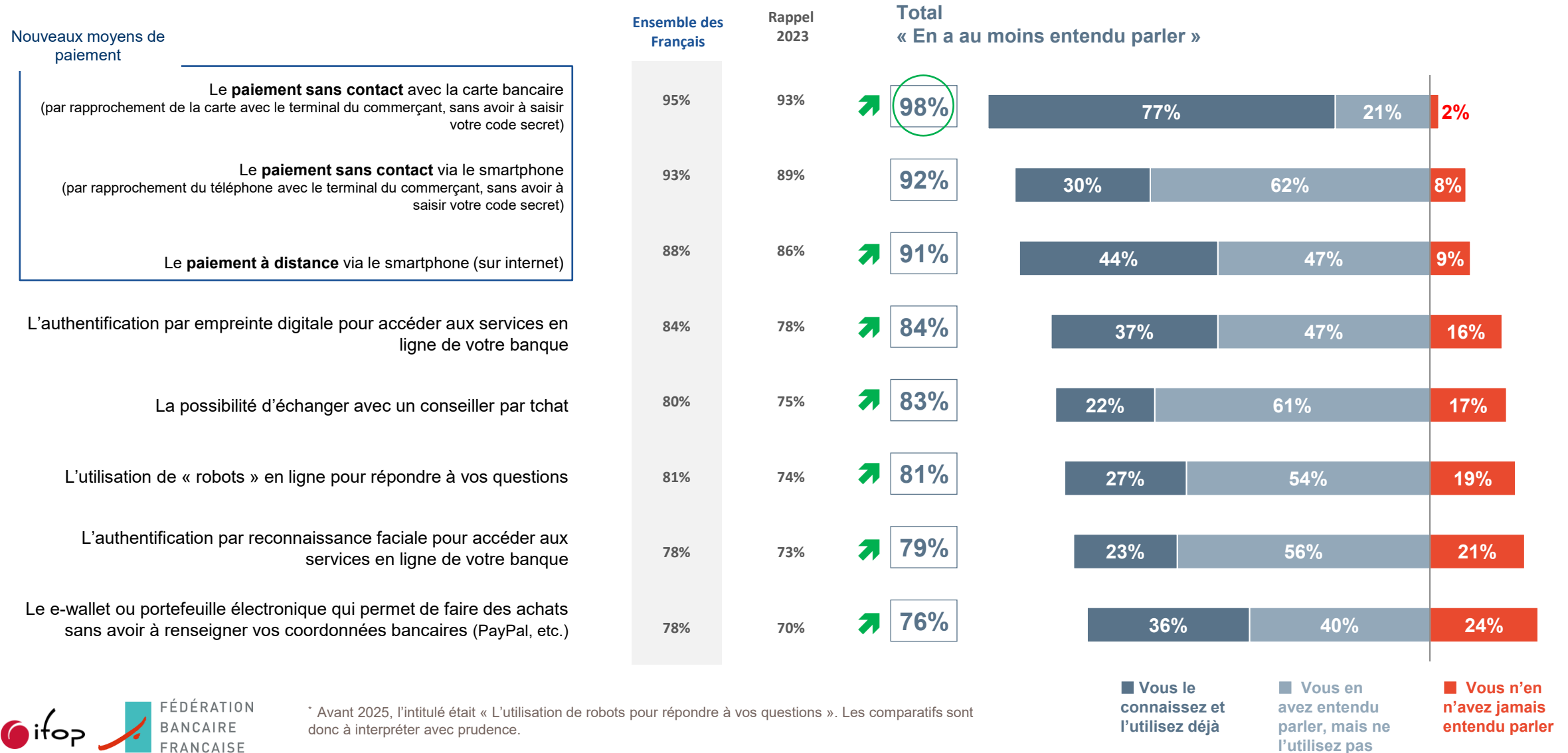


(*) Total supérieur à 100%, les interviewés ayant pu donner trois réponses

A photograph of a person's hands holding a smartphone and a calculator at night. The background is filled with warm, out-of-focus bokeh lights, suggesting an outdoor setting like a cafe or street. The image is overlaid with large, semi-transparent red circular shapes. The title text is positioned on the right side, within the red overlay.

La perception des changements

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



Les nouveaux services bancaires – RÉCAPITULATIF : notoriété, confiance

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



Le **paiement sans contact** avec la carte bancaire (par rapprochement de la carte avec le terminal du commerçant, sans avoir à saisir votre code secret)

Le **paiement sans contact** via le smartphone (par rapprochement du téléphone avec le terminal du commerçant, sans avoir à saisir votre code secret)

Le **paiement à distance** via le smartphone (sur internet)

Connus mais
confiance à gagner

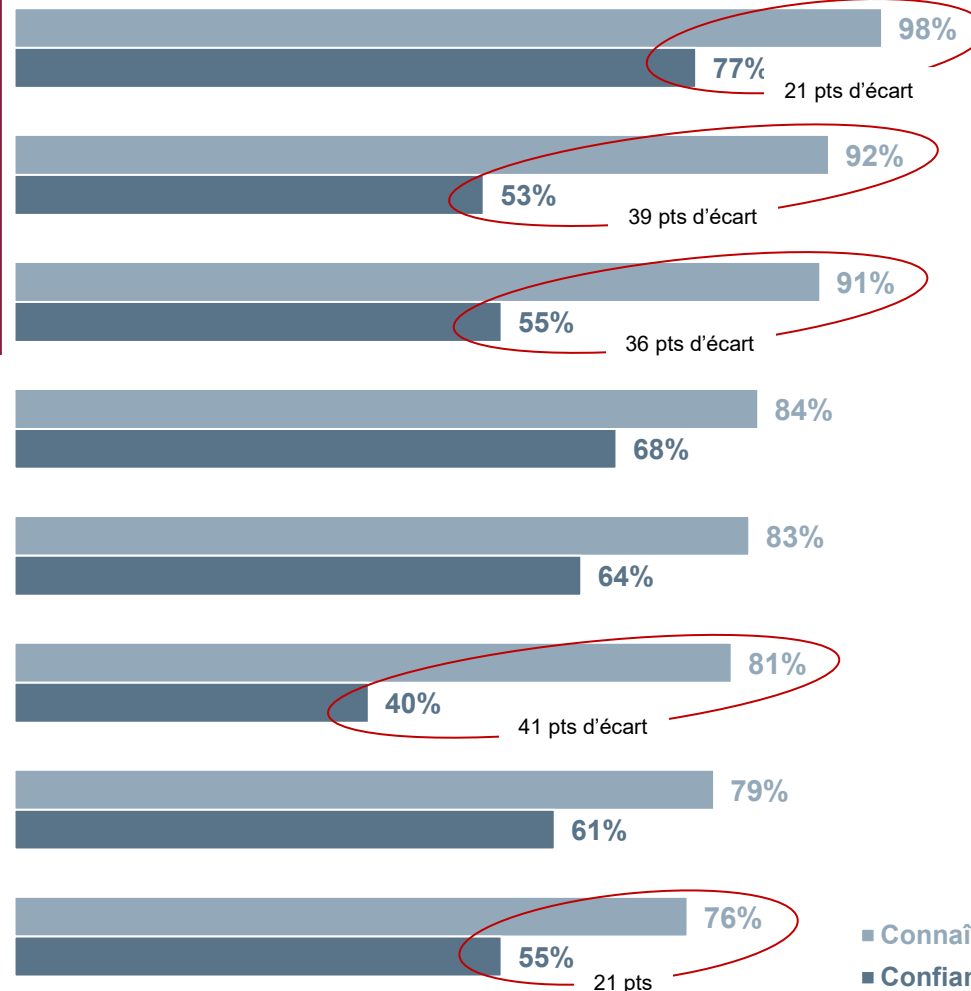
L'authentification par empreinte digitale pour accéder aux services en ligne de votre banque

La possibilité d'échanger avec un conseiller par tchat

L'utilisation de robots pour répondre à vos questions

L'authentification par reconnaissance faciale pour accéder aux services en ligne de votre banque

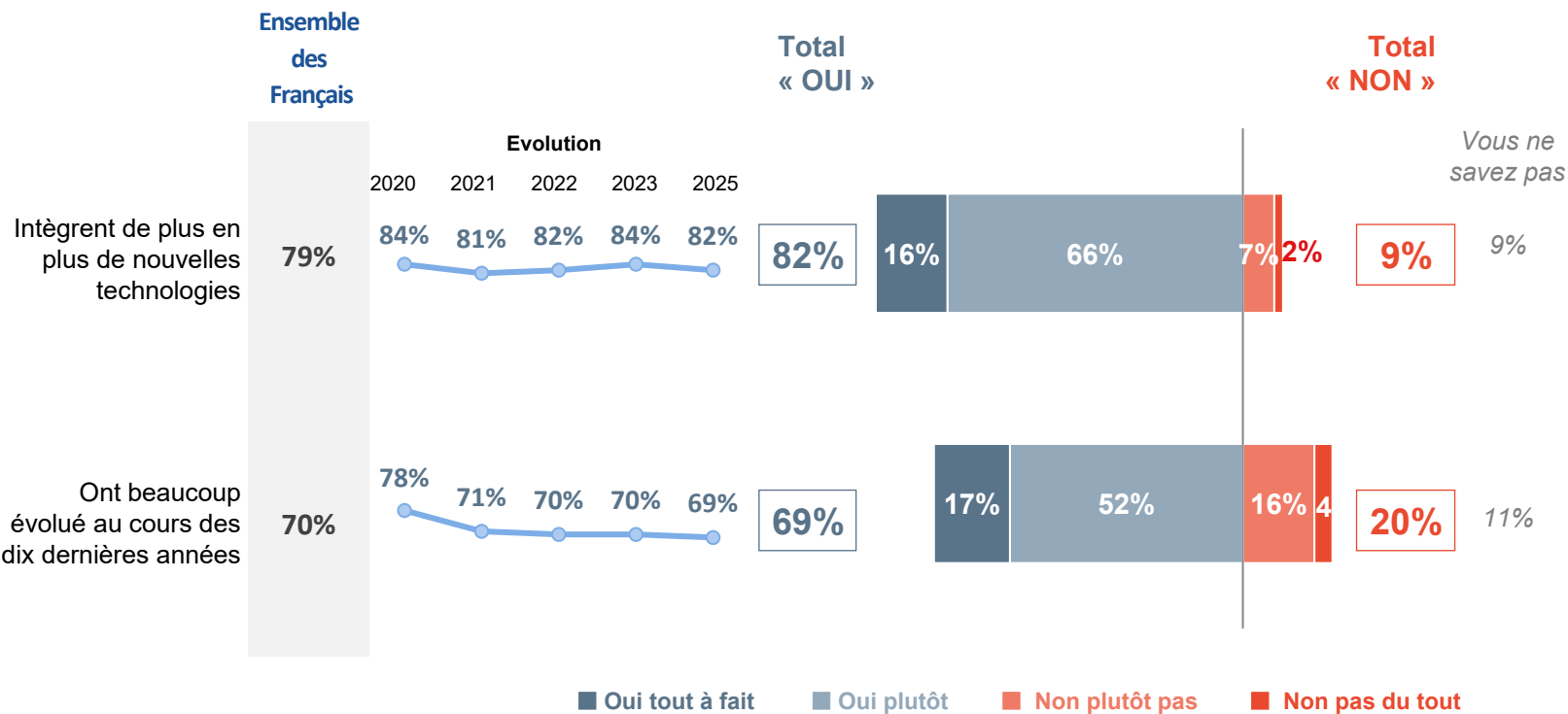
Le e-wallet ou portefeuille électronique qui permet de faire des achats sans avoir à renseigner vos coordonnées bancaires (Paylib développé par certaines banques françaises, PayPal, etc.)



■ Connait
■ Confiant

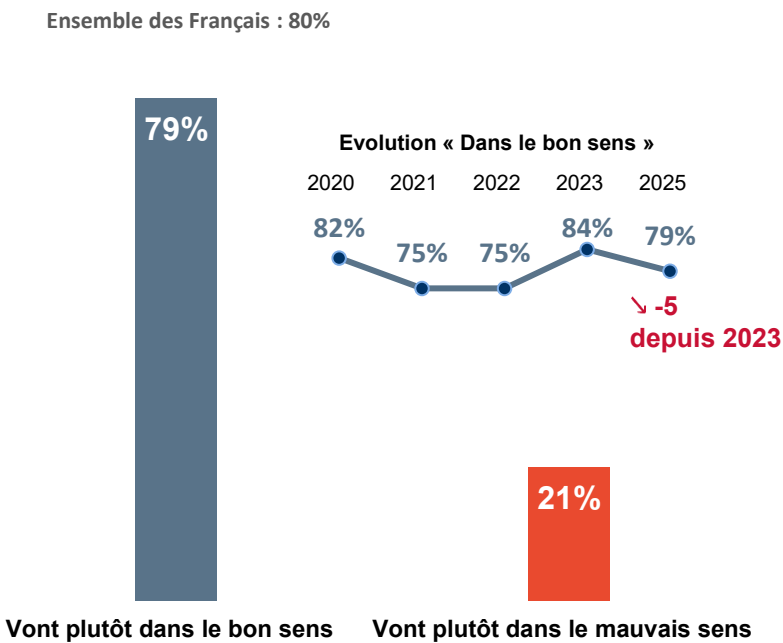
L'innovation et les changements des banques sont toujours très remarqués par les habitants de la région, et plus de 4 sur 5 estiment qu'ils vont dans le bon sens

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 : A ceux qui ont perçu des changements depuis 10 ans dans leur banque, soit 69% de l'échantillon

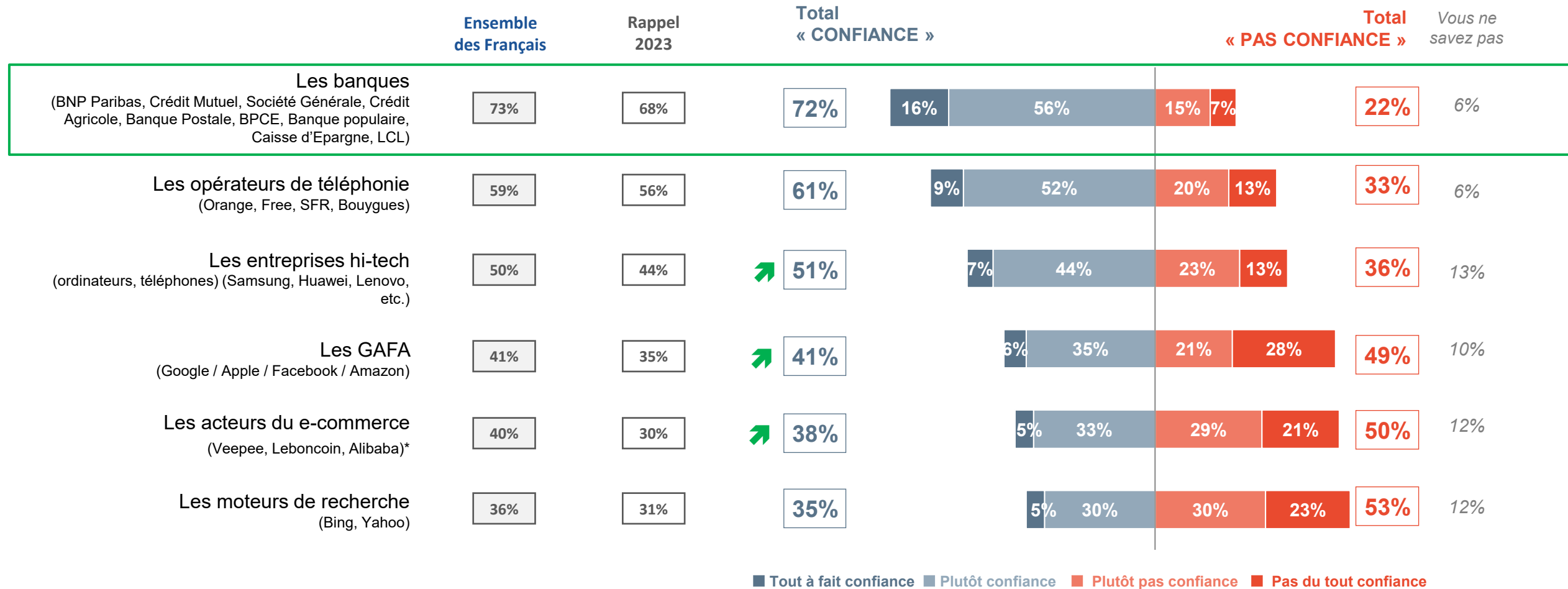




Focus protection des données et pratiques à risques

En 2025, la confiance à l'égard des entreprises high tech, des GAFA et des acteurs du e-commerce pour sécuriser ses données personnelles croît, sans que cela ne remette en doute celle déjà largement accordée aux banques

Question : Pour chacun des acteurs suivants, diriez-vous que vous lui faite confiance ou pas confiance s'agissant de la sécurisation des données personnelles ?



¹Les rappels sont à interpréter avec prudence en raison d'une légère reformulation des items suite à l'ajout des GAFA : en 2018 « Les entreprises hi-tech (ordinateurs, téléphones) (Apple, Samsung, Huawei, Lenovo, etc. », « Les acteurs du e-commerce (Amazon, Alibaba) », « Les moteurs de recherche (Google, Bing, Yahoo) ».

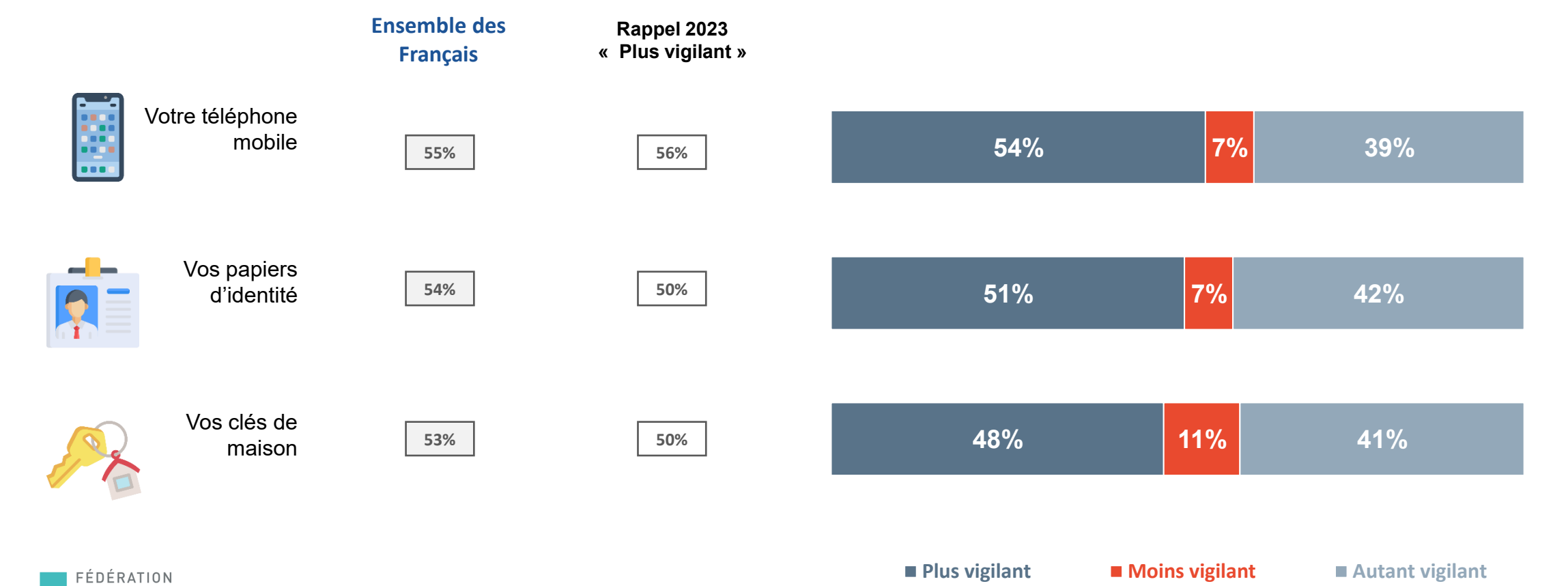
²Jusqu'en 2020, l'item était « Les banques (BNP Paribas, Crédit Mutuel, Société Général, Crédit Agricole, Banque Postale, BPCE, Banque Populaire ...) ».

* Avant 2025, l'item était « Les acteurs du e-commerce (Vente Privée, Alibaba) ».

A l’instar des résultats nationaux, à peine plus de la moitié des habitants de la région AURA déclarent porter une attention renforcée à leurs données bancaires personnelles

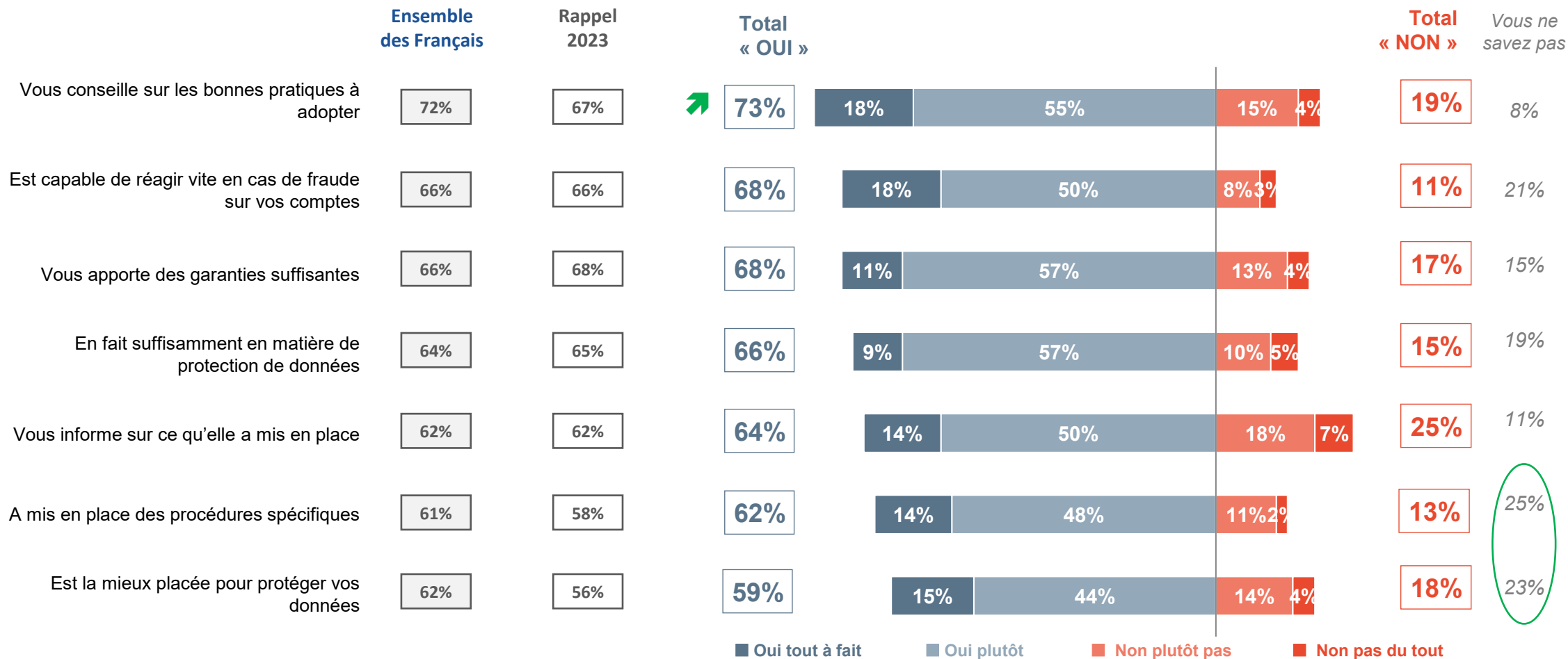
Mise à niveau : lorsque l’on parle de données bancaires personnelles, il s’agit du n° de compte, des indications présentes sur votre carte bancaire, du code secret associé à votre carte.

Question : S’agissant de vos données bancaires personnelles (n° de compte, de CB, code secret, etc.), diriez-vous que vous êtes plus, moins ou autant vigilant que ... ?



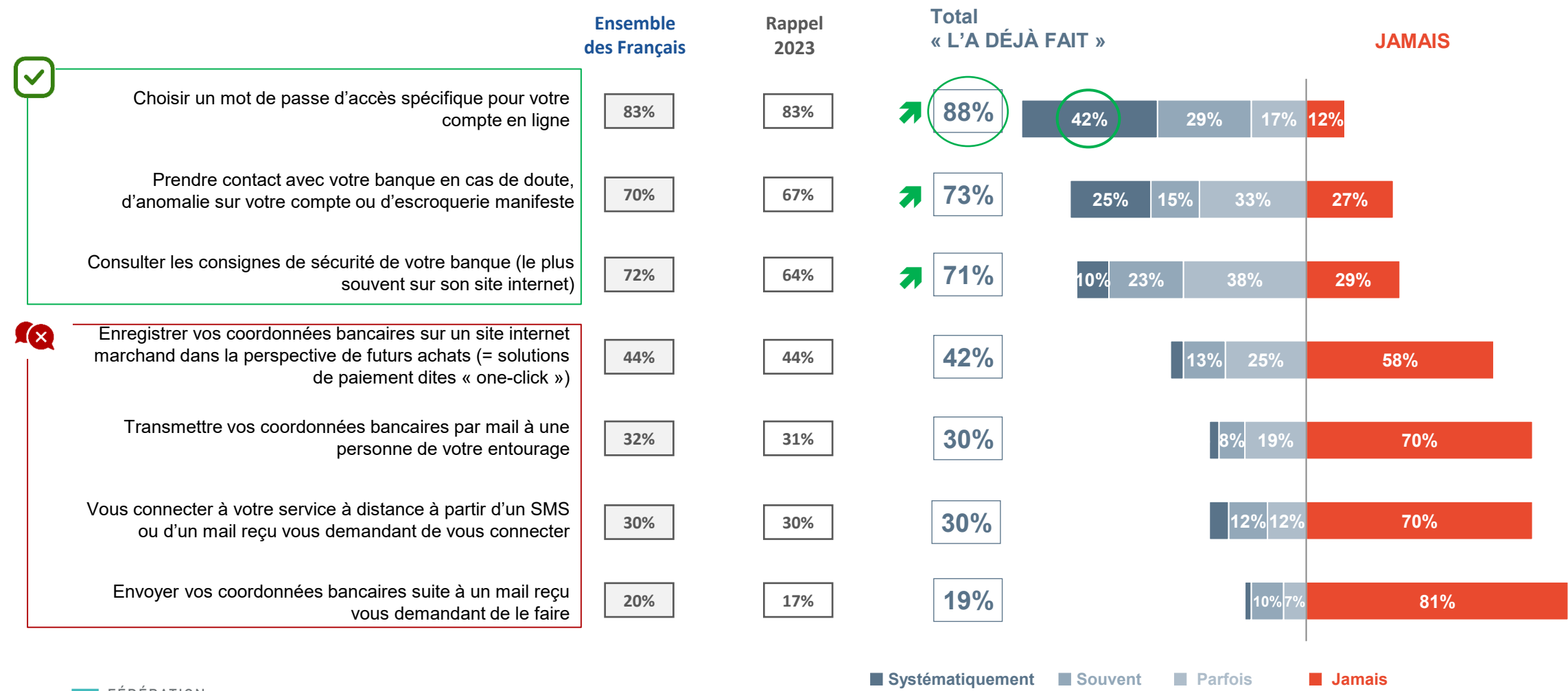
Malgré tout, le sentiment que son conseiller informe sur les bonnes pratiques à adopter progresse au sein de la région AURA

Question : En matière de sécurité et de protection de vos données personnelles bancaires diriez-vous qu'aujourd'hui votre banque ... ?



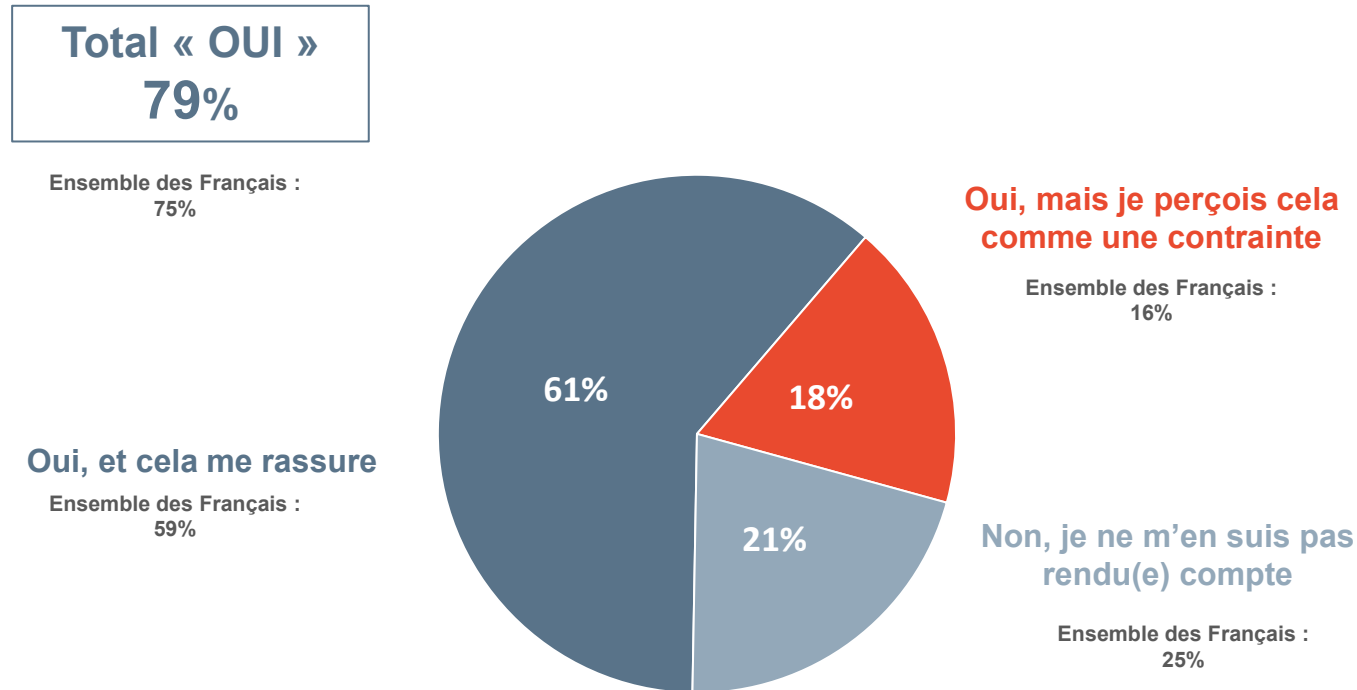
Les pratiques vertueuses en matière de protection des données semblent également progresser cette année au sein de cette région, aussi bien en préventif qu'en cas de doute face à l'identification d'une anomalie

Question : Parmi les différentes pratiques suivantes, vous est-il déjà arrivé de ... ?



61% des habitants de la région Auvergne-Rhône-Alpes ont perçu les mesures renforcées pour prévenir les fraudes lors de l'achat en ligne et en sont rassurés

Question : Les banques françaises ont mis en place, progressivement, avec l'ensemble des acteurs de l'écosystème, l'authentification forte pour les achats en ligne. Depuis, elles développent également des messages de sensibilisation sur le sujet*. Avez-vous perçu un changement lors de vos achats en ligne ?



➤ **77%** de ceux qui ont perçu les changements sont rassurés par leur mise en place.
(Ensemble des Français : 79%)

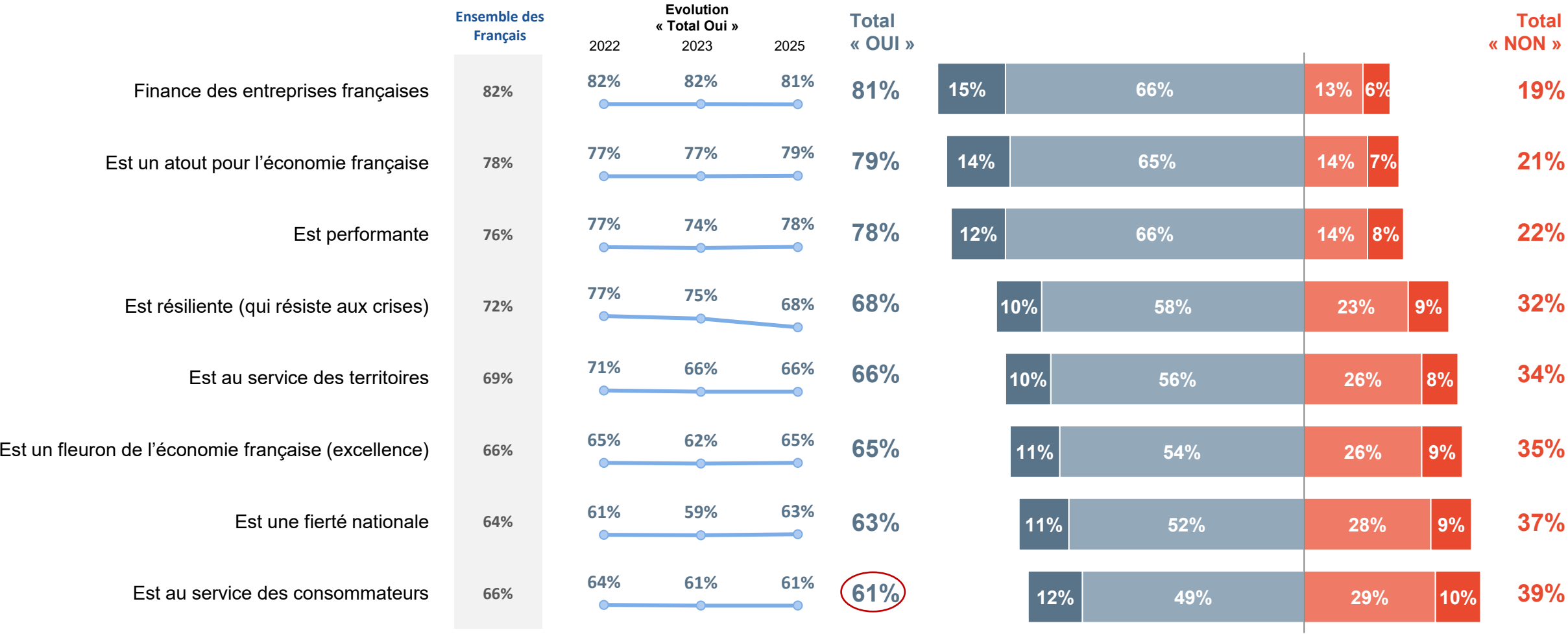
Pour **23%**, c'est une contrainte (Ensemble des Français : 21%)



Le secteur de la banque,
un atout reconnu pour la
France

L'industrie bancaire est associée à la performance des entreprises et de l'économie française plus largement

Question : Pour chacun des qualificatifs suivants, diriez-vous qu'il s'applique bien ou non au secteur de la banque, à l'industrie bancaire en France ?
Pour vous, l'industrie bancaire française...



Oui tout à fait Oui plutôt Non plutôt pas Non pas du tout

Le caractère stratégique du secteur bancaire ne se dément pas pour les habitants de l’Auvergne-Rhône-Alpes : le secteur bancaire est sur le podium

Question : Pour chacun des secteurs suivants diriez-vous qu’il est très, assez, peu ou pas du tout stratégique pour l’économie française ?

