

Les Français, leur banque, leurs attentes

Hauts-de-France

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 **363** personnes résidant dans les Hauts-de-France 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 :

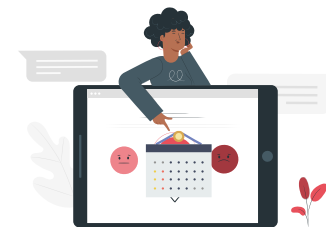
○ ○ Désignent des écarts significativement supérieurs/inférieurs à la moyenne. Lorsque les résultats ne sont pas entourés, cela signifie qu'ils ne se distinguent pas significativement (seuil de confiance à 95%) de la moyenne.

↗ +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

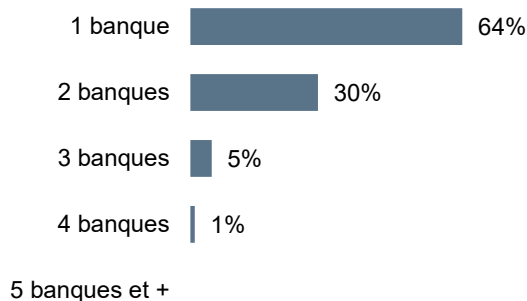


Le portrait du client français

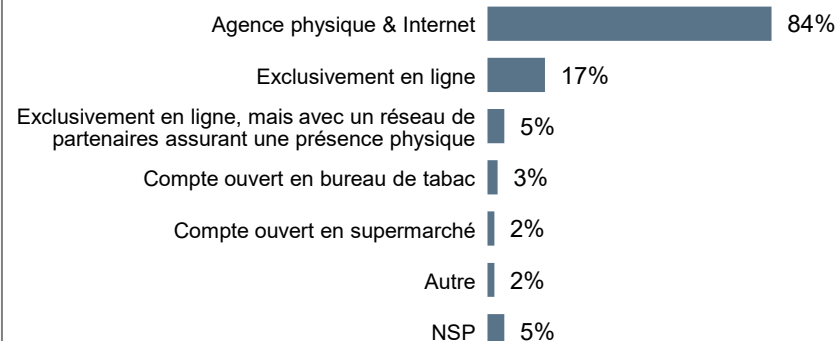


Le portrait client de la région Hauts-de-France en 2025

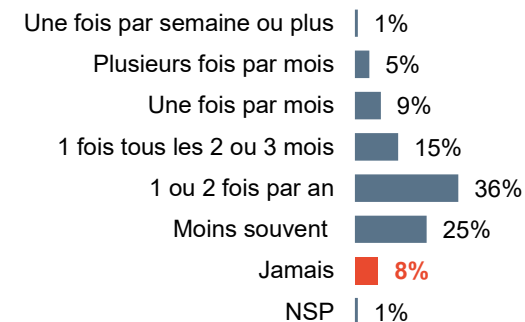
Nombre de banques par client



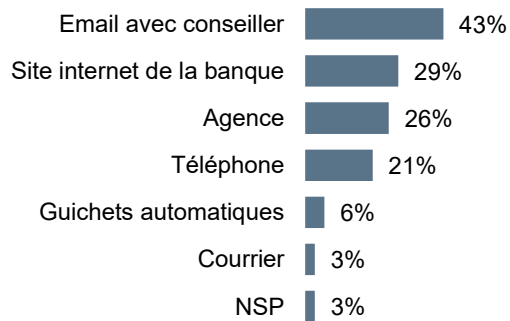
Type de banque



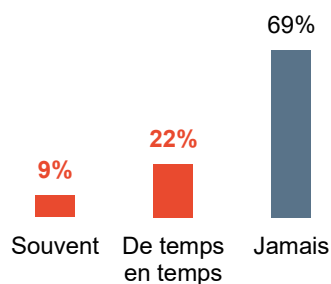
Fréquence du déplacement en agence



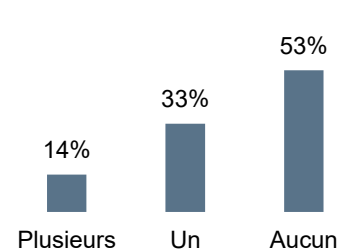
Modes de contact privilégié



Expérience de découverts



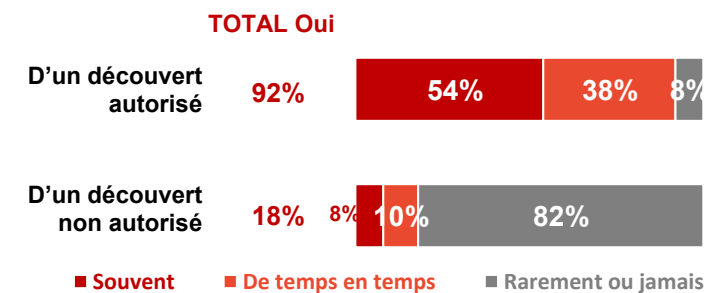
Possession de crédit(s)



Le type de découvert rencontré

NEW

Base : A ceux ayant été en situation de découverts, soit 31% 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

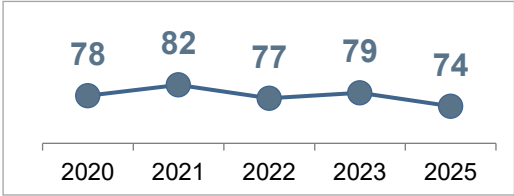
Une très nette préférence se maintient pour une banque permettant à chacun de choisir entre services digitaux et agences en fonction de ses besoins (même si les interviewés de cette région semblent plus attachés aux banques physiques que l'ensemble des Français)

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

74%

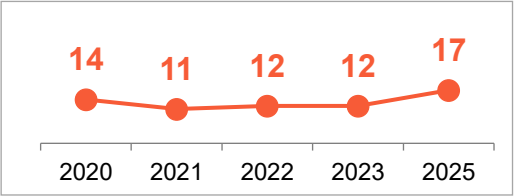


Ensemble des Français : 78%

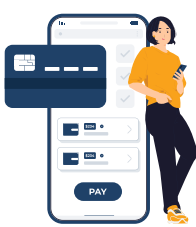


Une banque qui propose uniquement à ses clients ses services en agence physique

17%

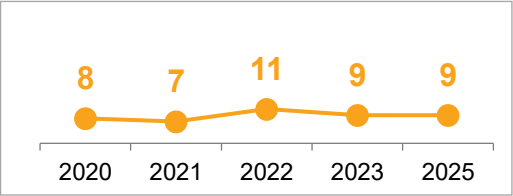


Ensemble des Français : 13%



Une banque qui propose uniquement à ses clients des services digitaux

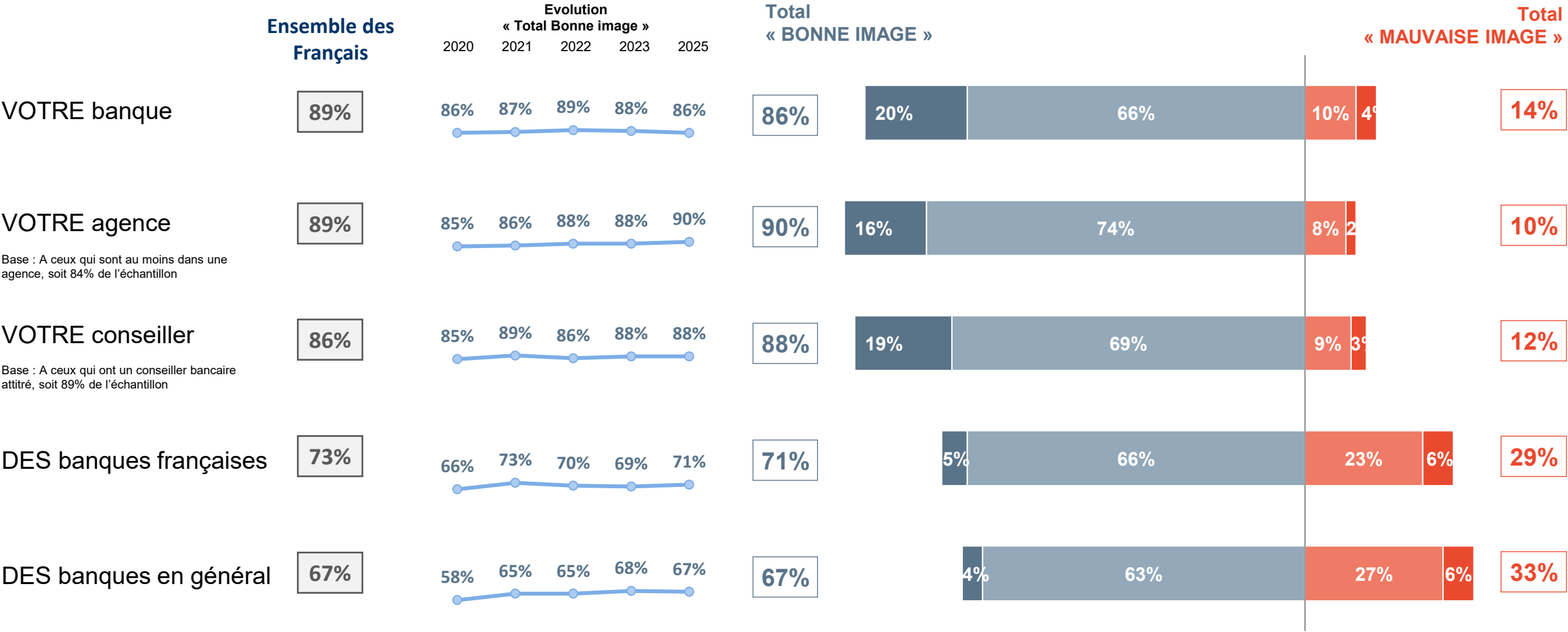
9%



Ensemble des Français : 9%

Comme les années précédentes, les habitants des Hauts-de-France expriment une très bonne image à l'égard de leur banque (agence, conseiller)

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

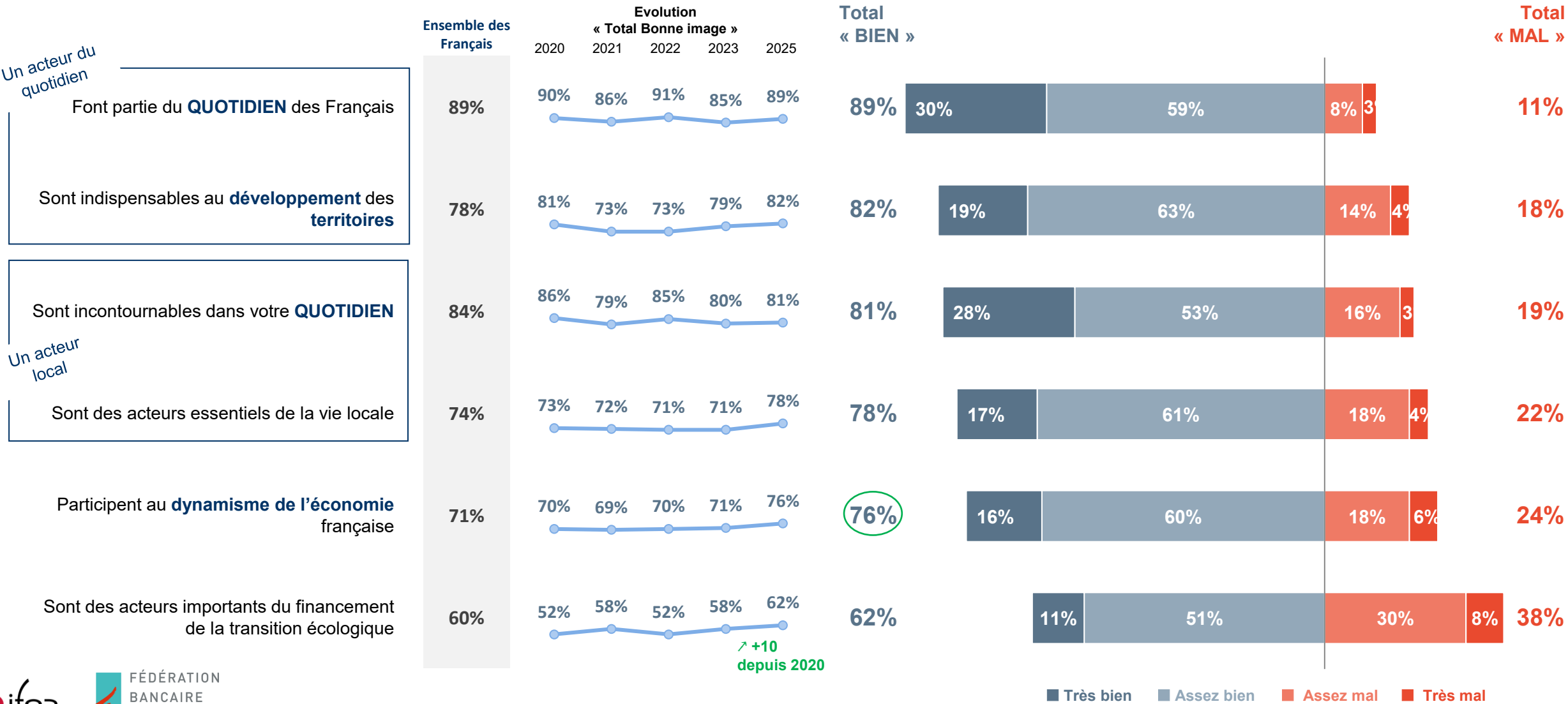


Base : A ceux qui sont au moins dans une agence, soit 84% de l'échantillon

Base : A ceux qui ont un conseiller bancaire attitré, soit 89% de l'échantillon

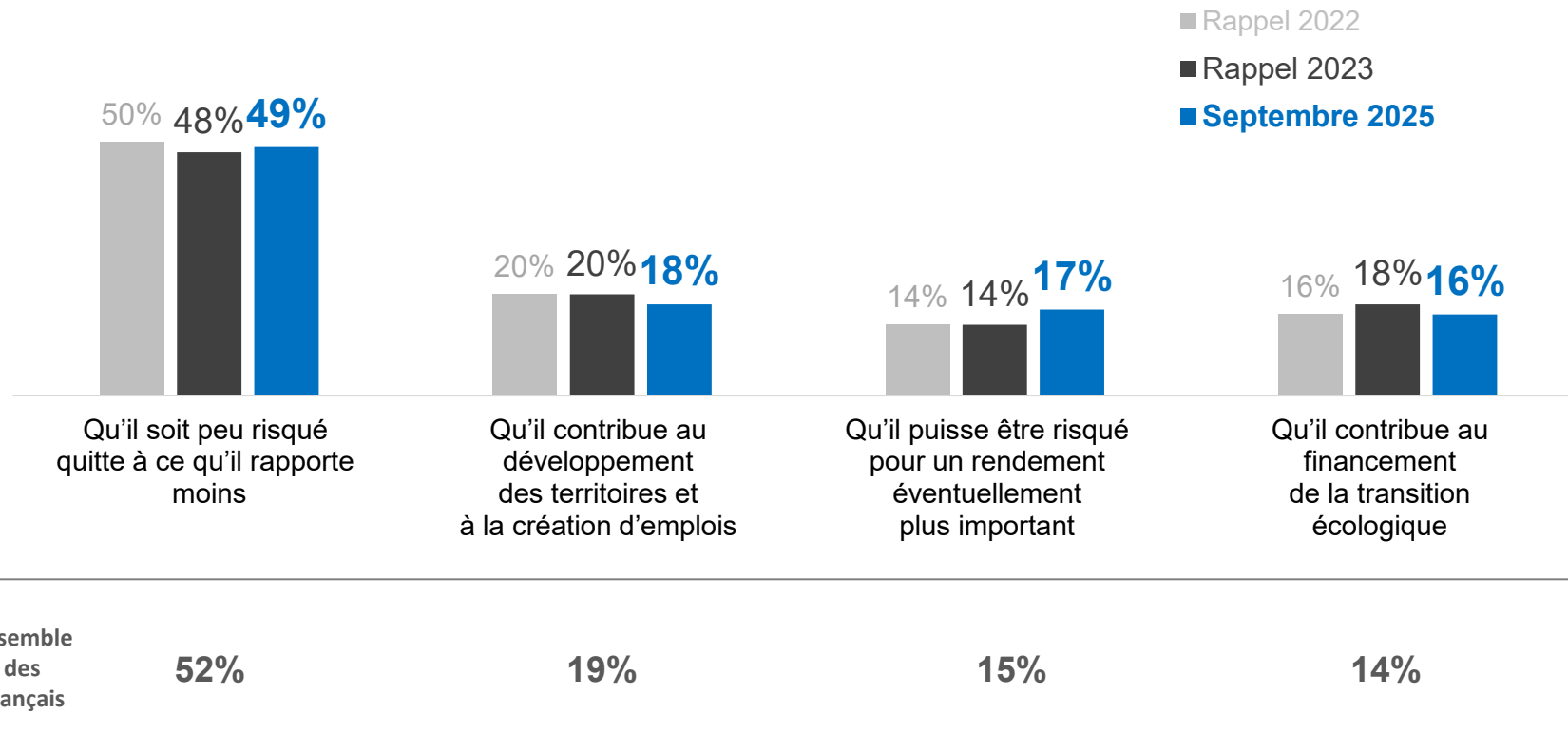
Les banques sont, aujourd’hui encore, reconnues comme des acteurs du quotidien des habitants de la région

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...



A l'instar des autres régions, les habitants de la région Hauts-de-France attendent avant tout d'un produit d'épargne qu'il soit peu risqué

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

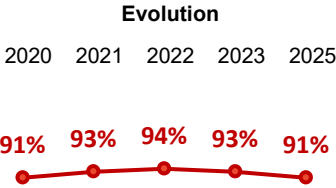
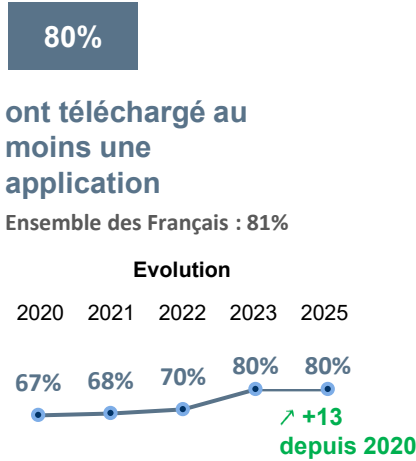
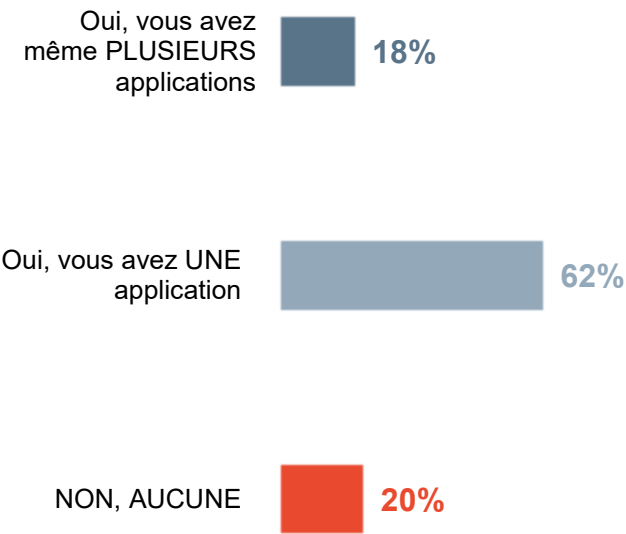




Les pratiques des clients

91% des habitants des Hauts-de-France utilisent au moins un des outils numériques mis à disposition par leur banque – une proportion légèrement en-deçà du niveau national

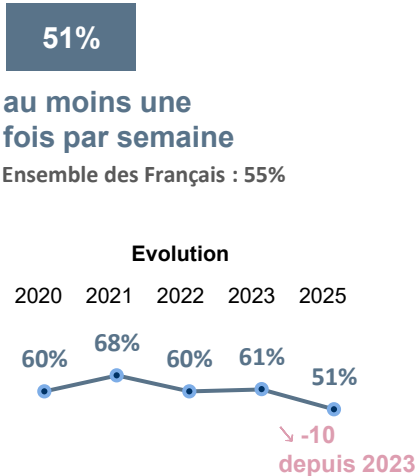
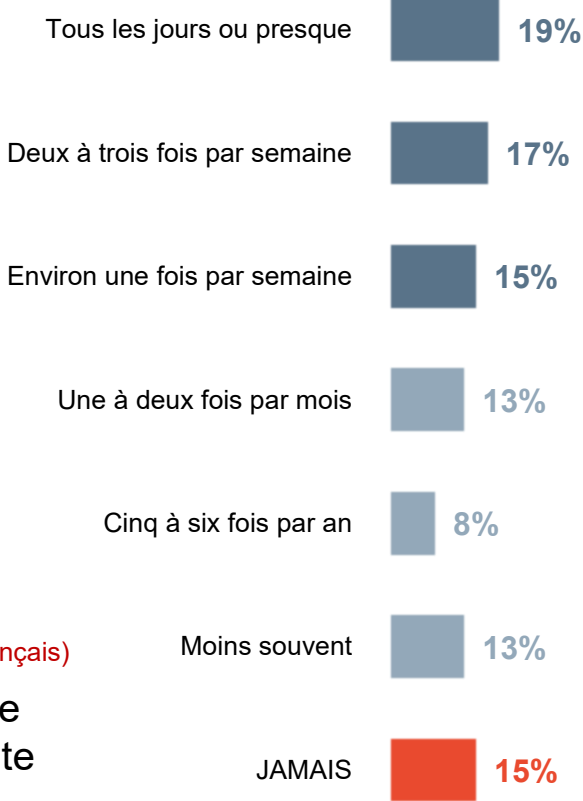
Question : Avez-vous téléchargé l'application smartphone de votre (ou vos) banque(s), vous permettant de gérer à distance vos comptes ?



91% (vs. 94% des Français)

des habitants de cette région 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) ?

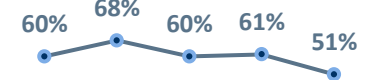


51%
au moins une fois par semaine

Ensemble des Français : 55%

Evolution

2020 2021 2022 2023 2025



↘ -10 depuis 2023

Les usages de l'application et du site internet tendent à se différencier, l'application étant privilégiée dans les Hauts-de-France pour les actions liées la gestion des comptes

Comparatif « Total des citations »

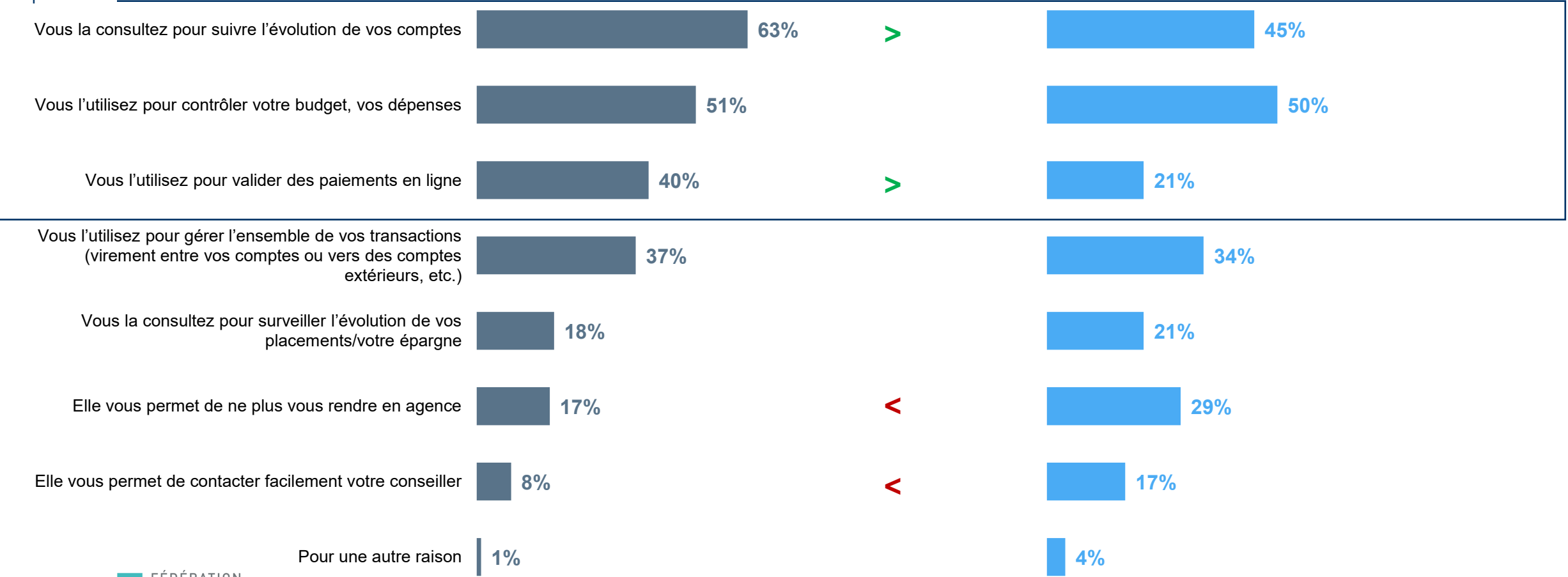


Question : Quelle utilisation faites-vous, en général, de cette (ces) application (s) ?
En premier ? Et ensuite ?
Base : A ceux qui ont téléchargé au moins une application, soit 80% de l'échantillon



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 85% de l'échantillon

Gestion des comptes



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

La validation des paiements en ligne justifie en partie la hausse du recours aux applications

Comparatif « Total des citations »



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

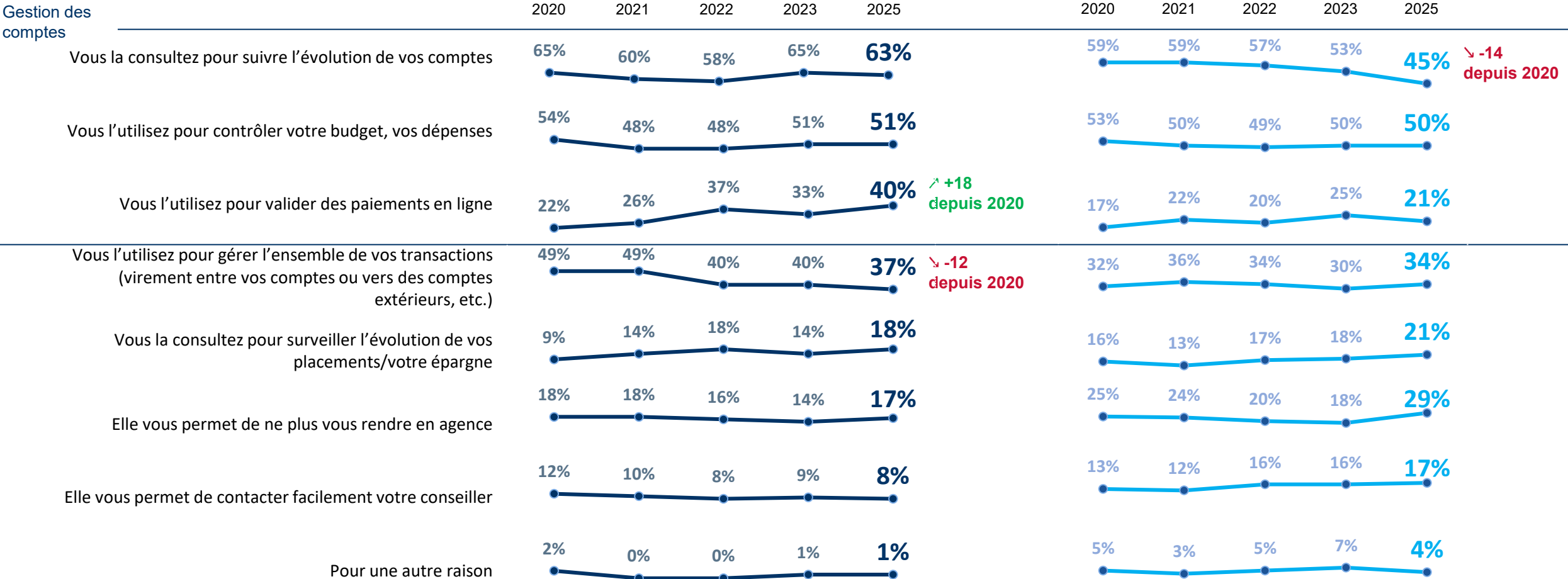
Base : A ceux qui ont téléchargé au moins une application, soit 80% de l'échantillon



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 85% de l'échantillon

Gestion des comptes



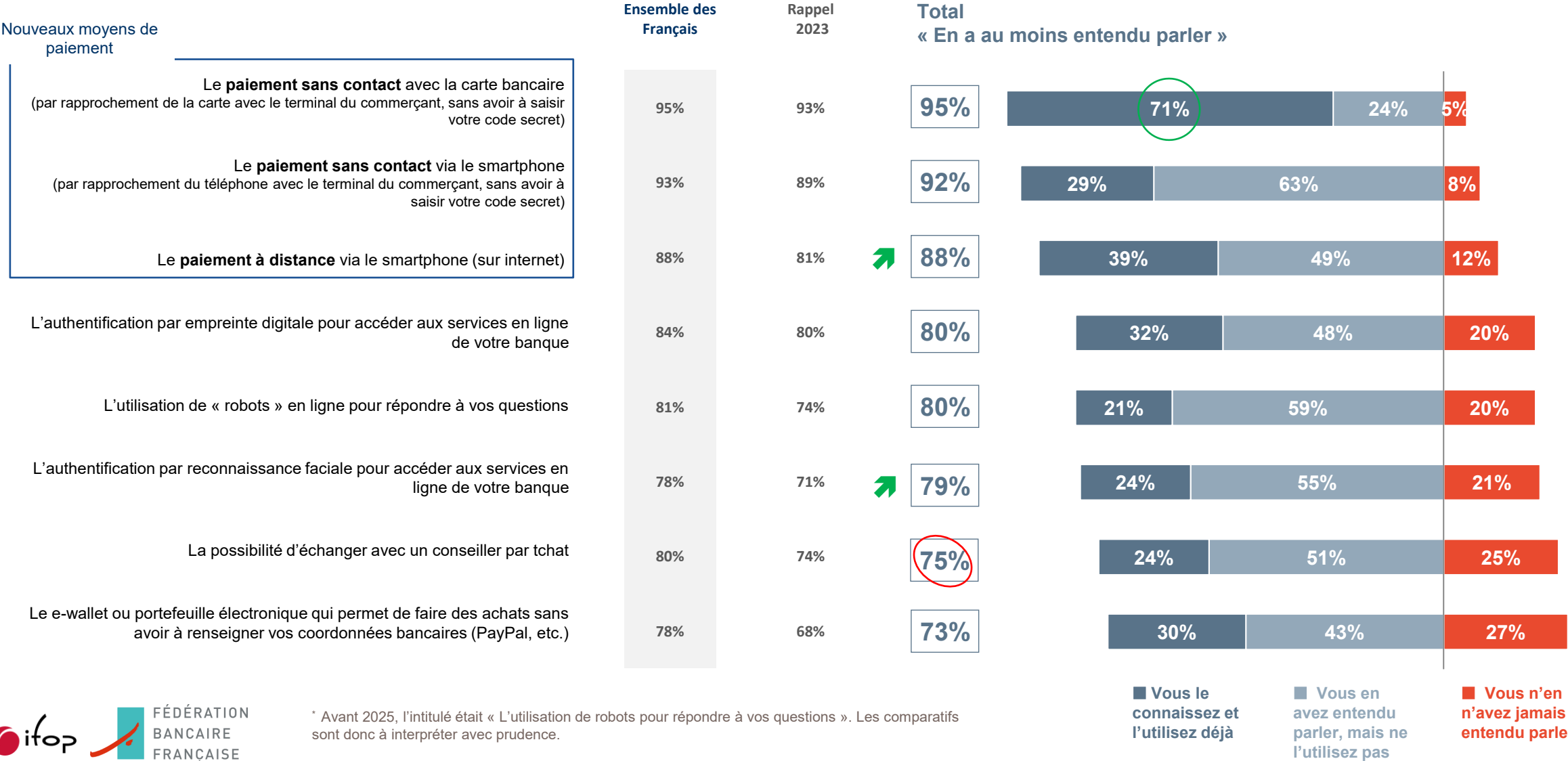
(*) Total supérieur à 100%, les interviewés ayant pu donner trois réponses

A photograph of a person's hands holding a smartphone and a calculator. The background is a bokeh of warm, out-of-focus lights, suggesting an evening outdoor setting. The image is overlaid with large, semi-transparent red circular shapes. The text 'La perception des changements' is written in white on the right side of the image.

La perception des changements

En 2025, la majorité des nouveaux services bancaires sont bien identifiés par les habitants de cette région (plus de 7 répondants sur 10 connaissent chacun d'entre eux)

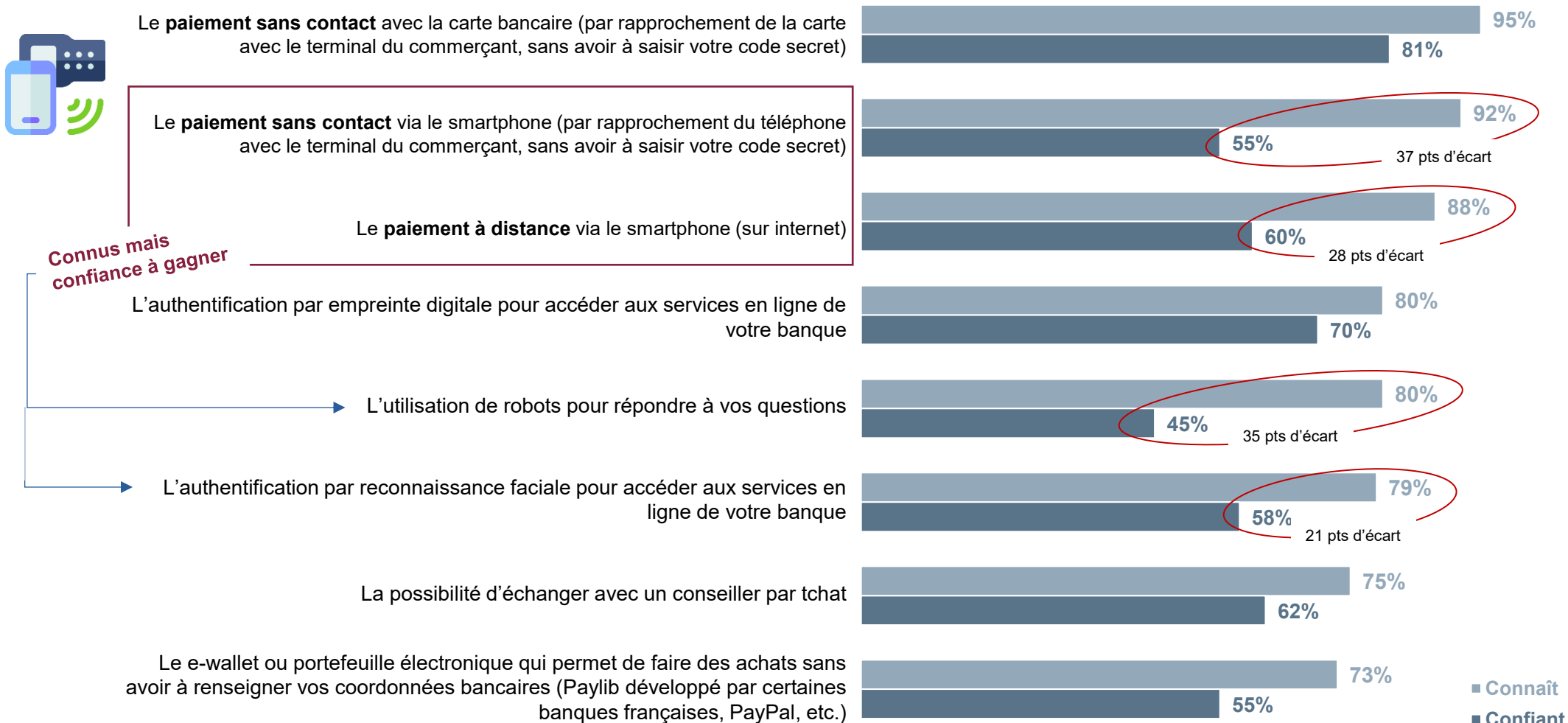
Question : Pour chacun des services suivants, diriez-vous que ... ?



* Avant 2025, l'intitulé était « L'utilisation de robots pour répondre à vos questions ». Les comparatifs sont donc à interpréter avec prudence.

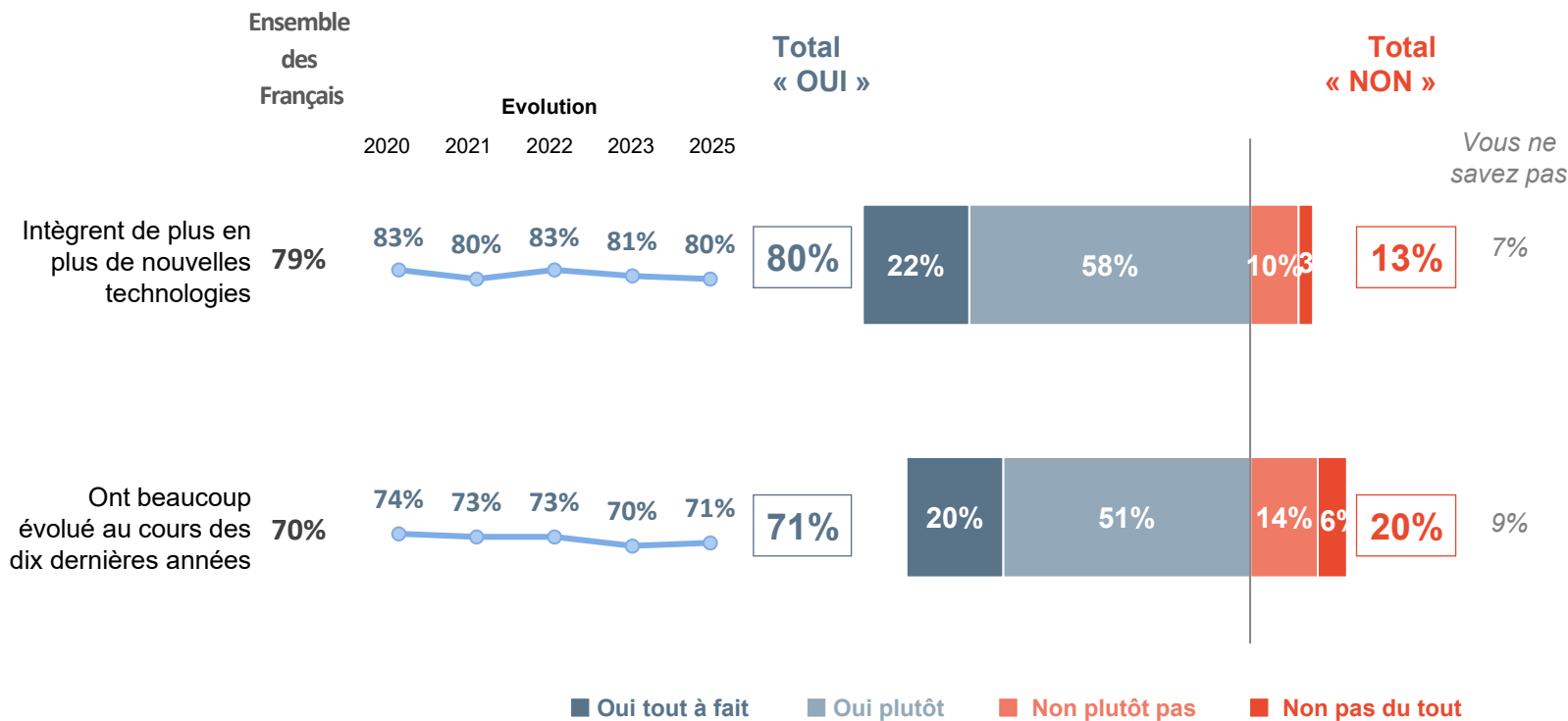
Les nouveaux services bancaires – RÉCAPITULATIF : notoriété, confiance

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



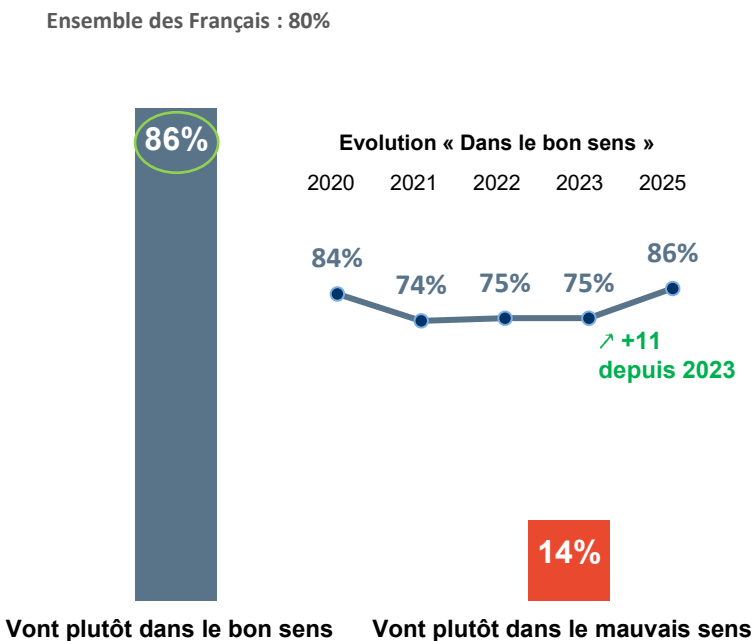
8 habitants des Hauts-de-France sur 10 reconnaissent le caractère innovant des banques et ont cette année largement la sensation que ces innovations vont « plutôt dans le bon sens »

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

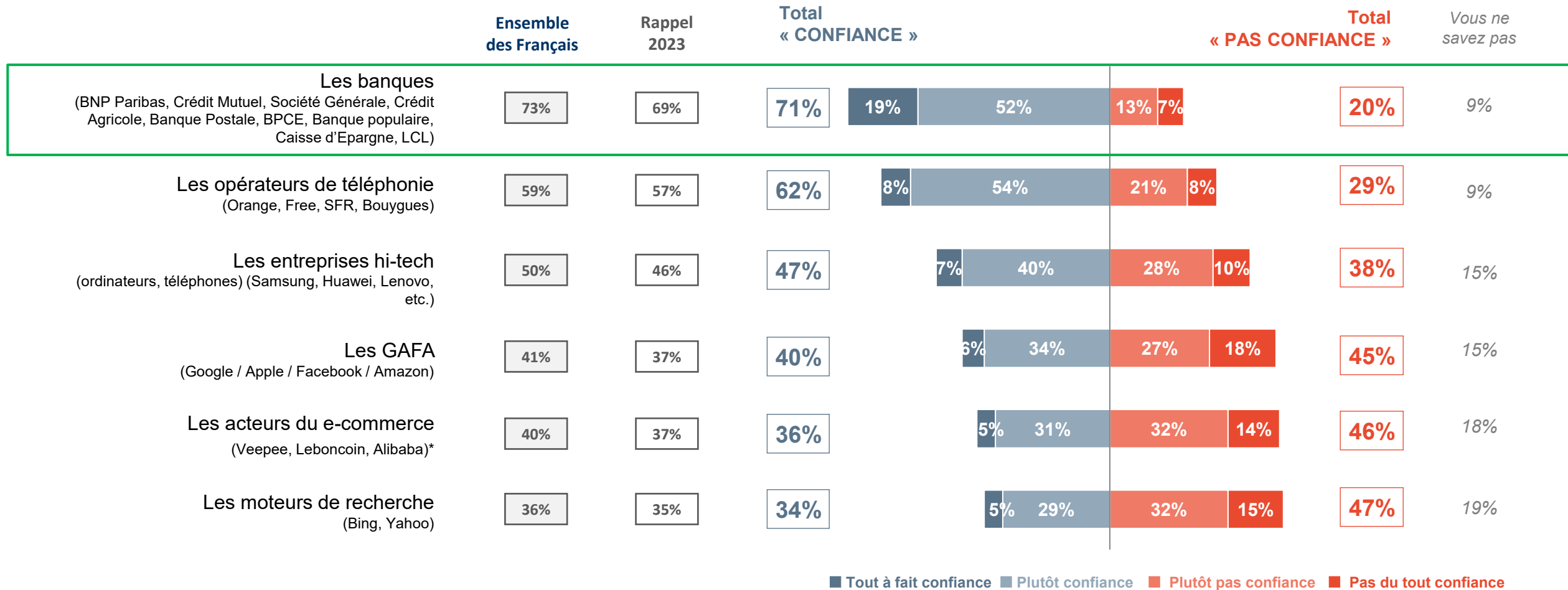




Focus protection des données et pratiques à risques

A l'instar des autres régions, les habitants des Hauts-de-France placent avant tout leur confiance dans les banques s'agissant de la sécurisation des données personnelles – devant les opérateurs de téléphonie et les entreprises hi-tech

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) ».

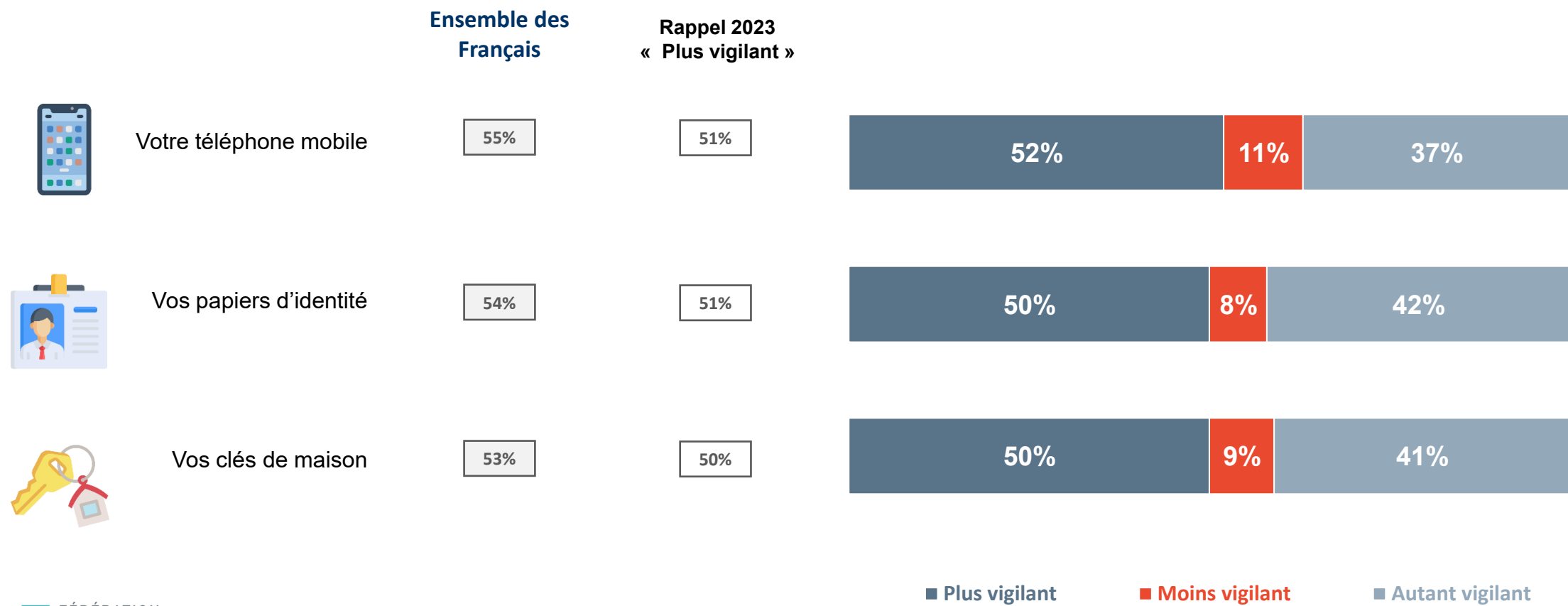
²Jusqu'en 2020, l'item était « Les banques (BNP Paribas, Crédit Mutuel, Société Général, Crédit Agricole, Banque Postale, BPCE, Banque Populaire ...) ».

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

En 2025, à peine plus de la moitié des habitants des Hauts-de-France accordent une vigilance renforcée à l'égard de leurs données bancaires personnelles

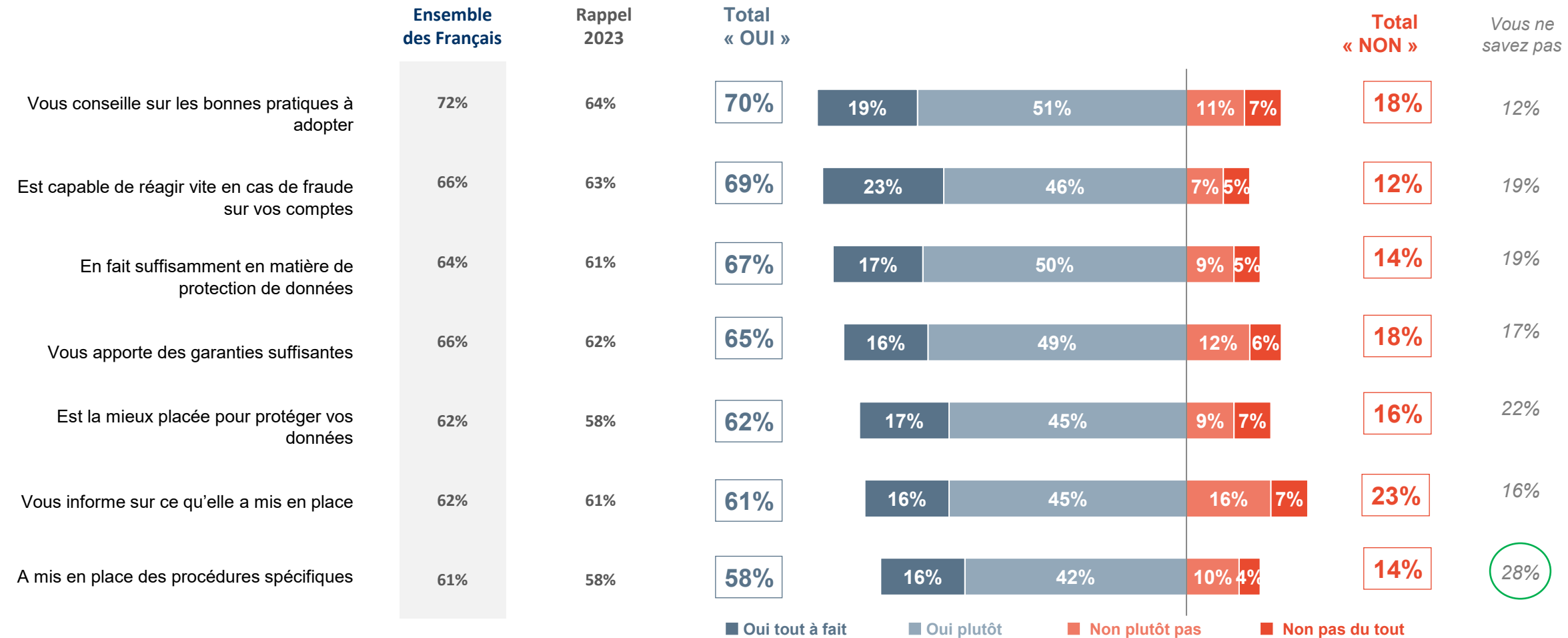
Mise à niveau : lorsque l'on parle de données bancaires personnelles, il s'agit du n° de compte, des indications présentes sur votre carte bancaire, du code secret associé à votre carte.

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 ... ?



La sécurité apportée par les banques en matière de sécurité et de protection des données personnelles est reconnue, même si une part non négligeable de répondants ne semble pas savoir précisément ce qui est mis en place

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



Les bonnes pratiques en matière de diffusion des données personnelles prévalent, mais les mauvais réflexes persistent (exception faite de la connexion à distance à partir d'un mail ou sms, qui recule)

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



Choisir un mot de passe d'accès spécifique pour votre compte en ligne

Prendre contact avec votre banque en cas de doute, d'anomalie sur votre compte ou d'escroquerie manifeste

Consulter les consignes de sécurité de votre banque (le plus souvent sur son site internet)



Enregistrer vos coordonnées bancaires sur un site internet marchand dans la perspective de futurs achats (= solutions de paiement dites « one-click »)

Transmettre vos coordonnées bancaires par mail à une personne de votre entourage

Vous connecter à votre service à distance à partir d'un SMS ou d'un mail reçu vous demandant de vous connecter

Envoyer vos coordonnées bancaires suite à un mail reçu vous demandant de le faire

Ensemble
des Français

Rappel
2023

Total
« L'A DÉJÀ FAIT »

JAMAIS

83%

84%

77%

36% 25% 16% 23%

70%

64%

68%

23% 13% 32% 32%

72%

69%

66%

13% 23% 30% 34%

44%

46%

44%

9% 30% 56%

32%

30%

27%

7% 16% 73%

30%

37%

27%

11% 12% 73%

20%

22%

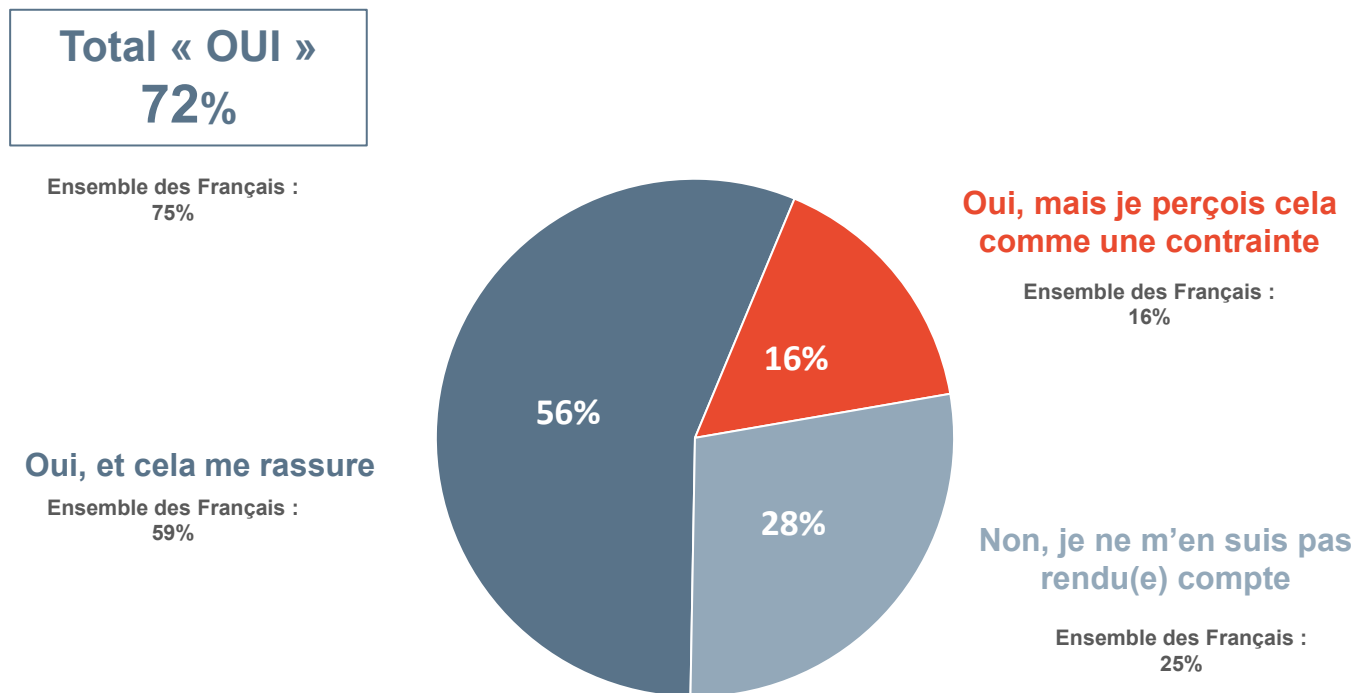
18%

5% 9% 82%

■ Systématiquement ■ Souvent ■ Parfois ■ Jamais

En 2025, 72% des habitants de cette région ont perçu le renforcement des systèmes d'authentification pour les paiements en ligne (et plus de la moitié indique que cela les rassure)

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 ?



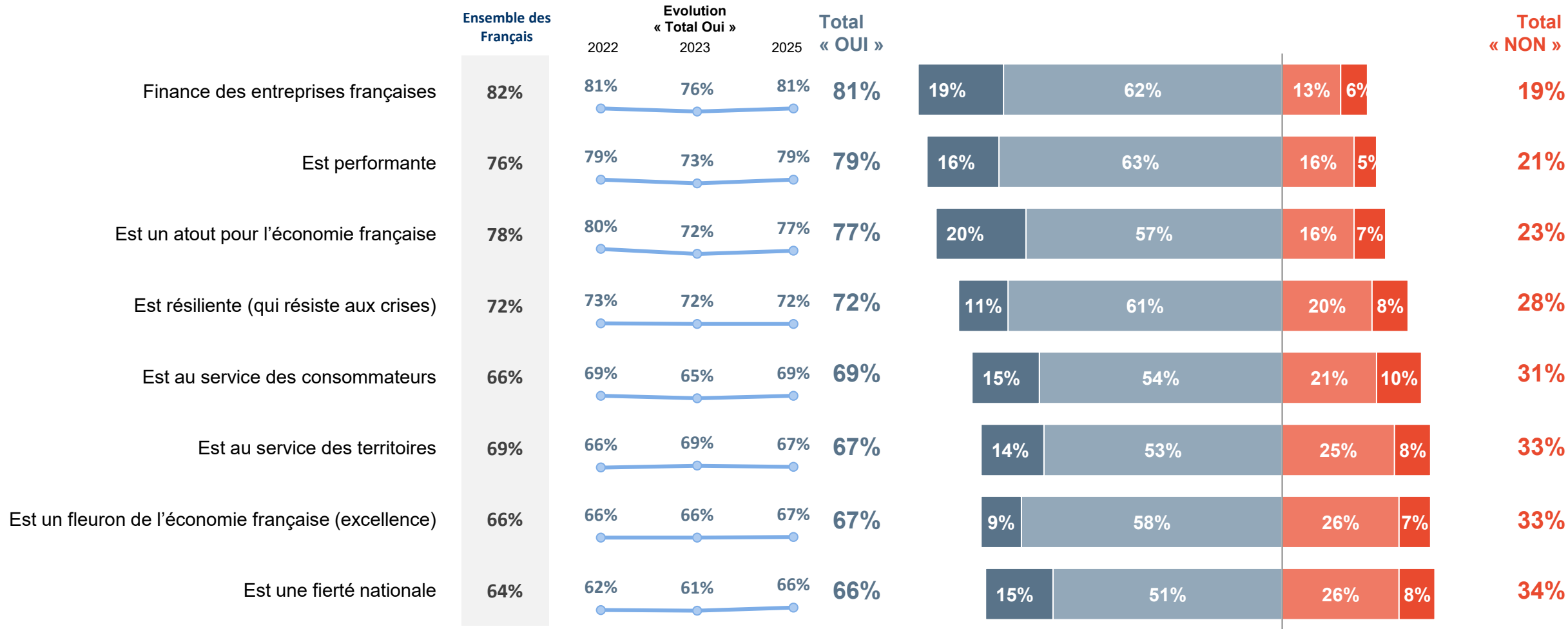
➤ **78% de ceux qui ont perçu les changements sont rassurés par leur mise en place.**
(Ensemble des Français : 79%)
Pour 22%, c'est une contrainte (Ensemble des Français : 21%)



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

Les habitants de la région reconnaissent le rôle de l'industrie bancaire pour les entreprises françaises et pour l'économie du pays en général

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

En 2025, le secteur bancaire fait toujours partie des secteurs les plus stratégiques pour les habitants de la région, derrière ceux de l'énergie et pharmaceutique

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

