

# Les Français et la banque, une relation distendue

*Etude menée par Happydemics en novembre 2021, publiée en janvier 2022.*

# Synthèse

*Julhiet Sterwen, cabinet de conseil en transformation et en innovation s'associe à Happydemics afin de réaliser une étude autour de relation entre les Français et leur banque. Et, si le tableau nous présente des Français peu investis et volatils, il propose toutefois des pistes de réflexion pour changer le regard de nos concitoyens sur leur banque.*

## **Des Français peu attachés à leur banque**

Si 23% des Français voient leur banquier comme un partenaire, ils sont 36% à le considérer comme simplement utile. 23% ne voient pas l'intérêt de lui parler, et 10% vont jusqu'à s'en méfier. Devant ce constant, comment s'étonner du fait que 33% des Français ne se sentent pas du tout investis dans la relation avec leur banque et que 45% restent dans leur banque principale par habitude ? Pire encore, ce manque de lien et d'investissement fait que les Français sont très volatils. 15% de nos concitoyens ont quitté leur banque principale au cours des trois dernières années, et ils sont surtout 25% à se dire susceptibles de faire de même... Précisons que les banques en ligne sont encore plus touchées que les autres : 35% des Français affiliés à une banque en ligne pourraient changer de banque.

## **La banque, un vestige d'un autre temps ?**

Le manque d'attachement des Français s'explique sans doute notamment par le fait que ces derniers ont une vision médiévale de l'utilité que la banque peut avoir pour eux.

Les Français interrogés sur l'utilité de leur banque répondent prioritairement « fournir des moyens de paiement » (56%), « mettre [leur] argent en sécurité » (43%) et « prêter de l'argent » (24%). « La banque vue par les Français, c'est une institution quasi-médiévale. Ses rôles les plus élémentaires, vitaux pour la société, sont bien perçus.

Elle peine toutefois à se positionner sur les activités financières les plus modernes, susceptibles de créer plus de valeur pour les clients. Or, de nouvelles voies existent, notamment sur l'épargne », souligne Sophie Madet, partner au sein du cabinet Julhiet Sterwen.

## **Un attachement à la relation et au conseil**

La priorité des Français dans leur relation à leur banque ? La dimension relationnelle. 19% évoquent la qualité du service client, et 19% également plébiscitent la proximité avec leur conseiller. Au-delà de la dimension humaine, justement, le conseiller remplit un autre rôle clé. En effet, 31% des Français indiquent que leur banque ressemblerait « à une pharmacie [où ils se rendraient] pour parler à des experts ». « Cet aspect est primordial », poursuit Sophie Madet. « Entre évolution des réseaux bancaires et digitalisation, on a parfois tendance à oublier l'importance qu'a, pour les clients, le dialogue avec des conseillers experts, formés aux produits et capables de proposer la bonne offre au bon moment, soutenus par la force de la data. »

## **Repenser les offres**

Autant dire que l'humain se taille la part du lion, surtout en comparaison avec les offres. Seuls 16% de clients les citent en effet dans la liste de leur priorités... Les offres ne semblent donc pas être des éléments majeurs d'attractivité. Le champ des possibles est immense pour les banques qui souhaiteraient se différencier et attirer de nouveaux clients. « A ce jour, l'offre n'est pas un facteur d'attractivité pour les clients. La banque de demain, en plus de travailler la dimension relationnelle, doit se réinventer, et repenser ses offres, pour séduire le client d'après-demain. » Repenser ses offres, à l'aune des évolutions sociétales et technologiques, c'est bien le challenge à relever pour les années qui viennent.

Bonne lecture !

**Etude menée par Happydemics, sur 1082 répondants.**

*763 répondants mono-bancarisés, 308 répondants multi-bancarisés.*

*940 répondants clients d'une banque traditionnelle, 74 répondants clients d'une banque en ligne, 47 répondants clients d'une néobanque.*

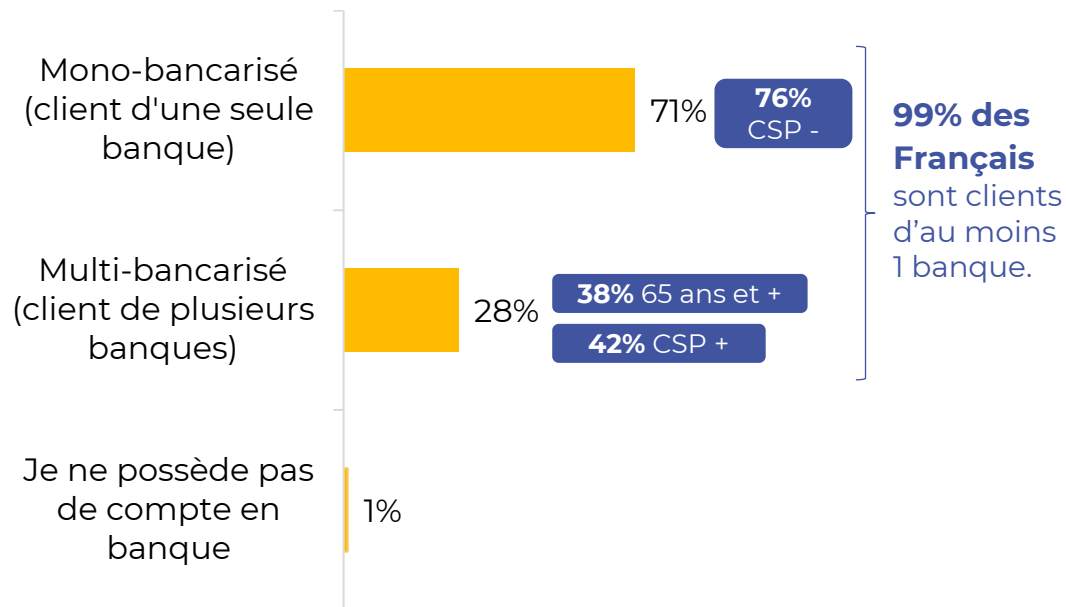
PARTIE 1

# Situation bancaire des Français

## 70% des Français sont clients d'une seule banque.

Ce sont les Français **les plus âgés et les CSP+** qui sont le plus **multi-bancarisés**.

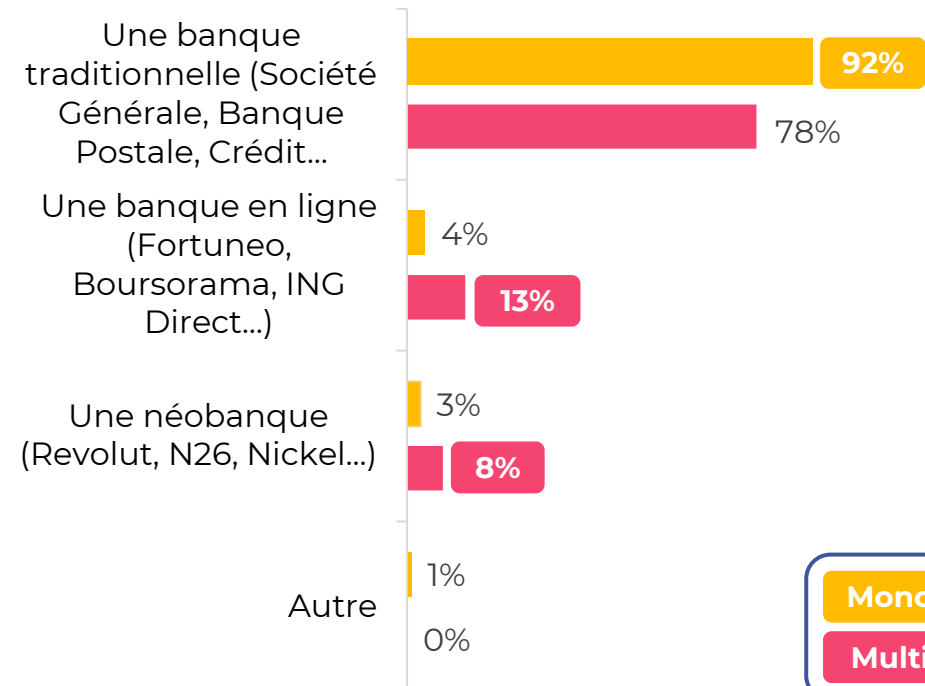
### Êtes-vous :



## Nous observons une **différence de comportement** entre **mono-bancarisé** et **multi-bancarisé**. Ces derniers sont davantage à avoir comme banque principale une banque en ligne ou une néobanque.

Globalement, la majorité des Français sont affiliés à une banque traditionnelle.

### Votre banque principale est-elle :



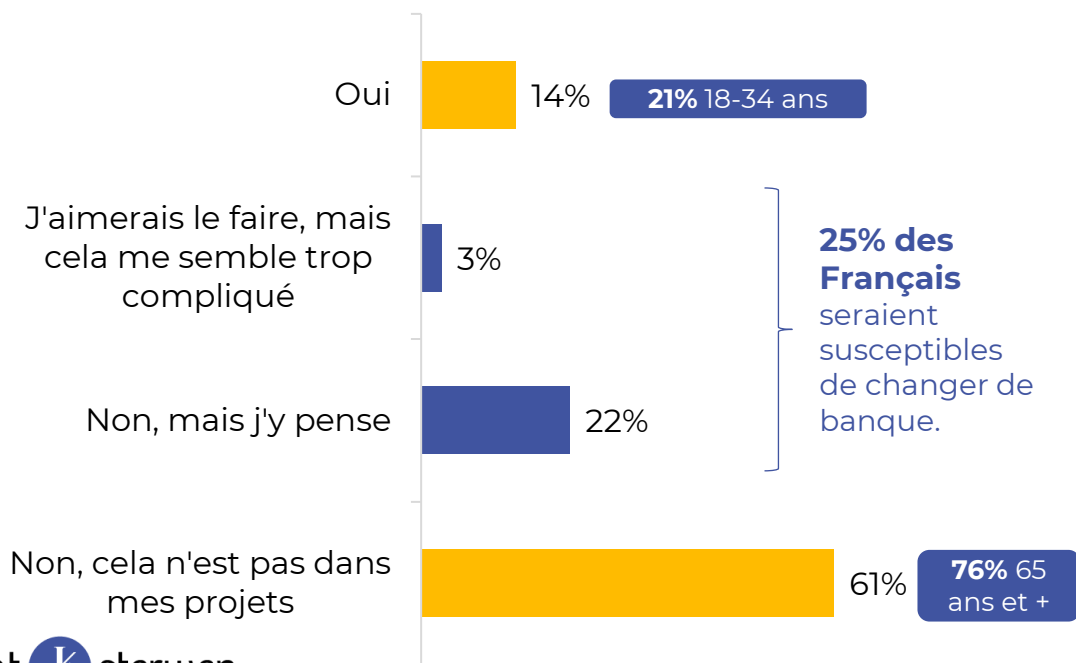
## Un quart des Français sont « intentionnistes » vis-à-vis de leur mobilité bancaire.

La majorité n'a cependant pas l'intention de changer de banque.

Tendance plus marquée auprès des plus âgés.

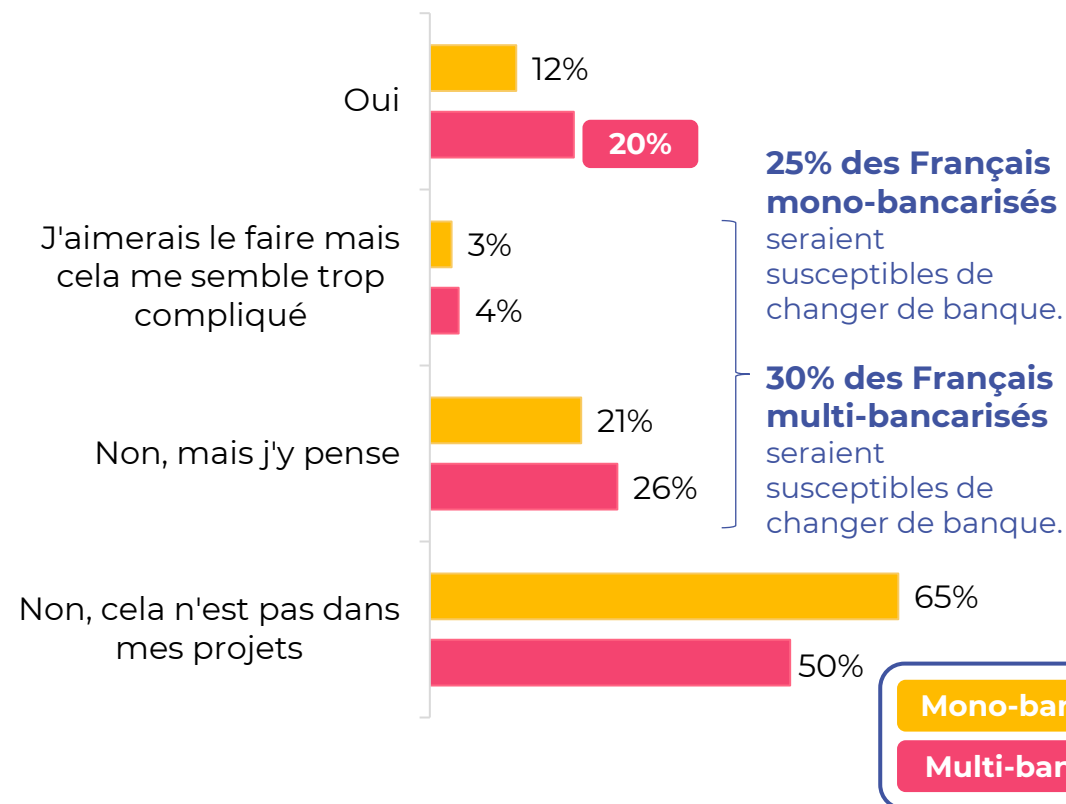
A l'inverse, ce sont les moins de 35 ans qui ont le plus changé de banque au cours des trois dernières années.

Avez-vous changé de banque principale au cours des trois dernières années ?



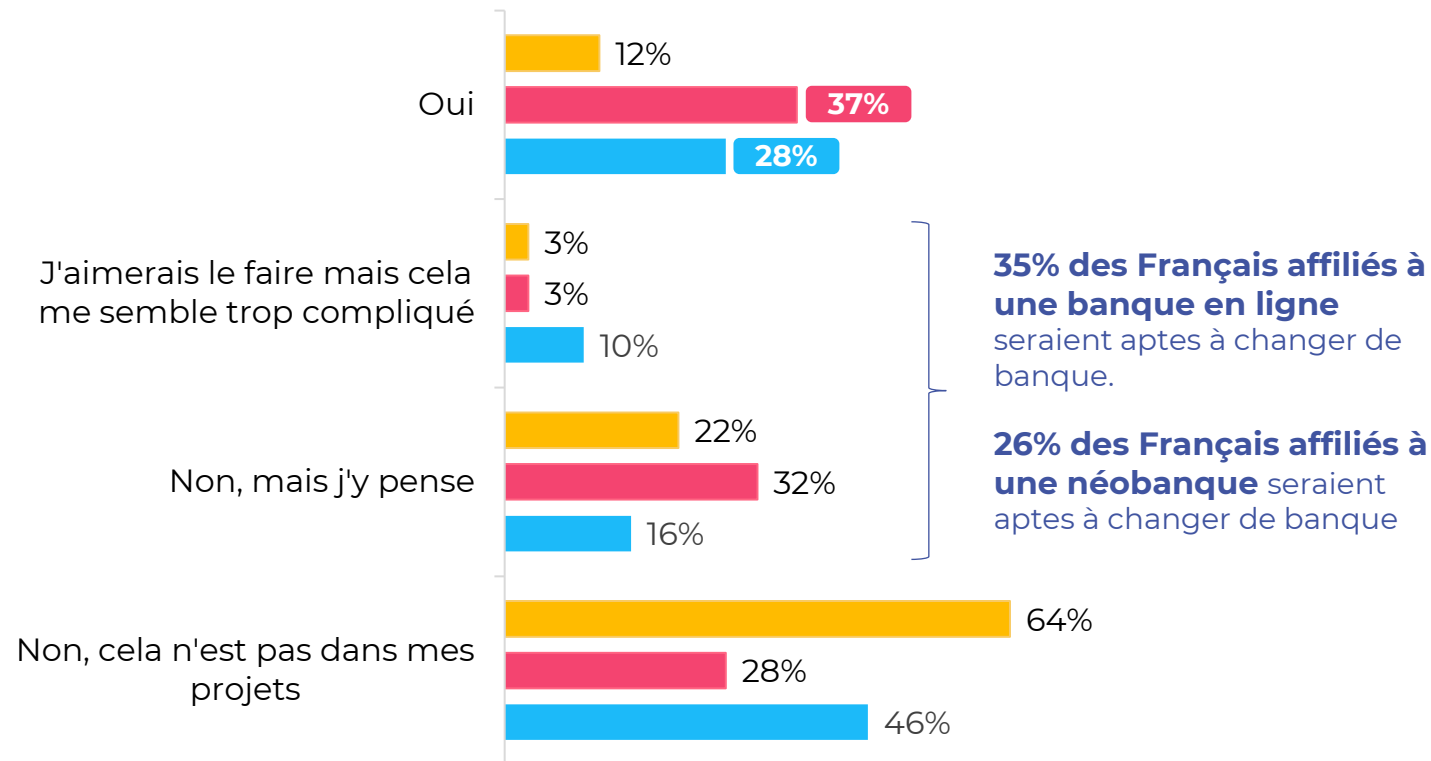
## Les Français multi-bancarisés ont significativement plus changé de banque que la moyenne au cours des trois dernières années. Ils sont plus enclins à envisager de changer de banque que les Français mono-bancarisés.

Avez-vous changé de banque principale au cours des trois dernières années ?



**Les Français affiliés à une banque en ligne ou à une néobanque ont significativement plus changé de banque** que la moyenne par rapport aux Français affiliés à une banque traditionnelle. Ils sont également plus enclins à la mobilité bancaire que les Français affiliés à une banque traditionnelle.

Avez-vous changé de banque principale au cours des trois dernières années ?



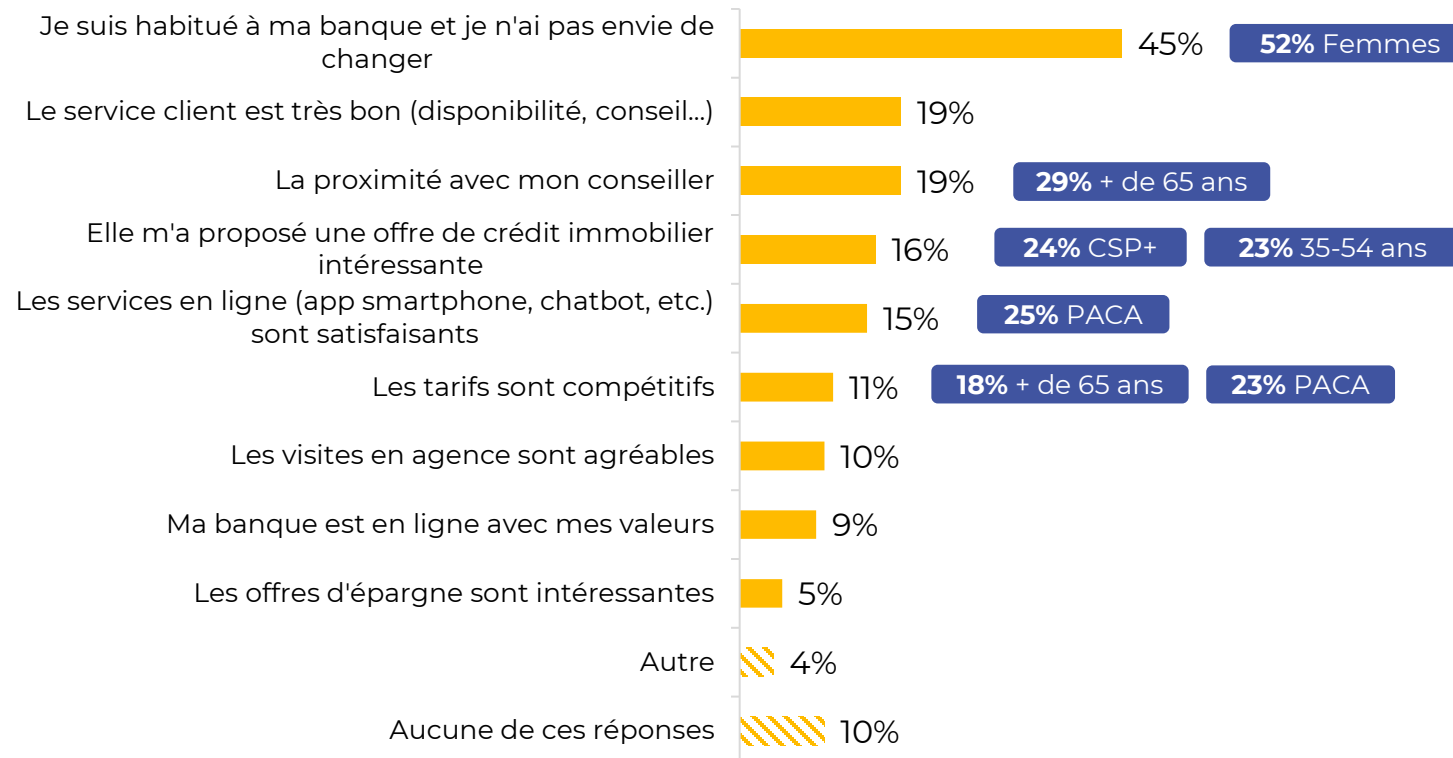
**PARTIE 2**

# **Relation des Français avec leur(s) banque(s)**

## Près de la moitié des Français justifient leur affiliation à leur banque principale par l'habitude.

Des dynamiques selon la CSP, l'âge et le genre se retrouvent : les plus âgés, par exemple, sont particulièrement attachés à leur banque en raison des tarifs compétitifs proposés et de leur relation avec le conseiller.

### Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous client de votre banque principale ? (Multi)

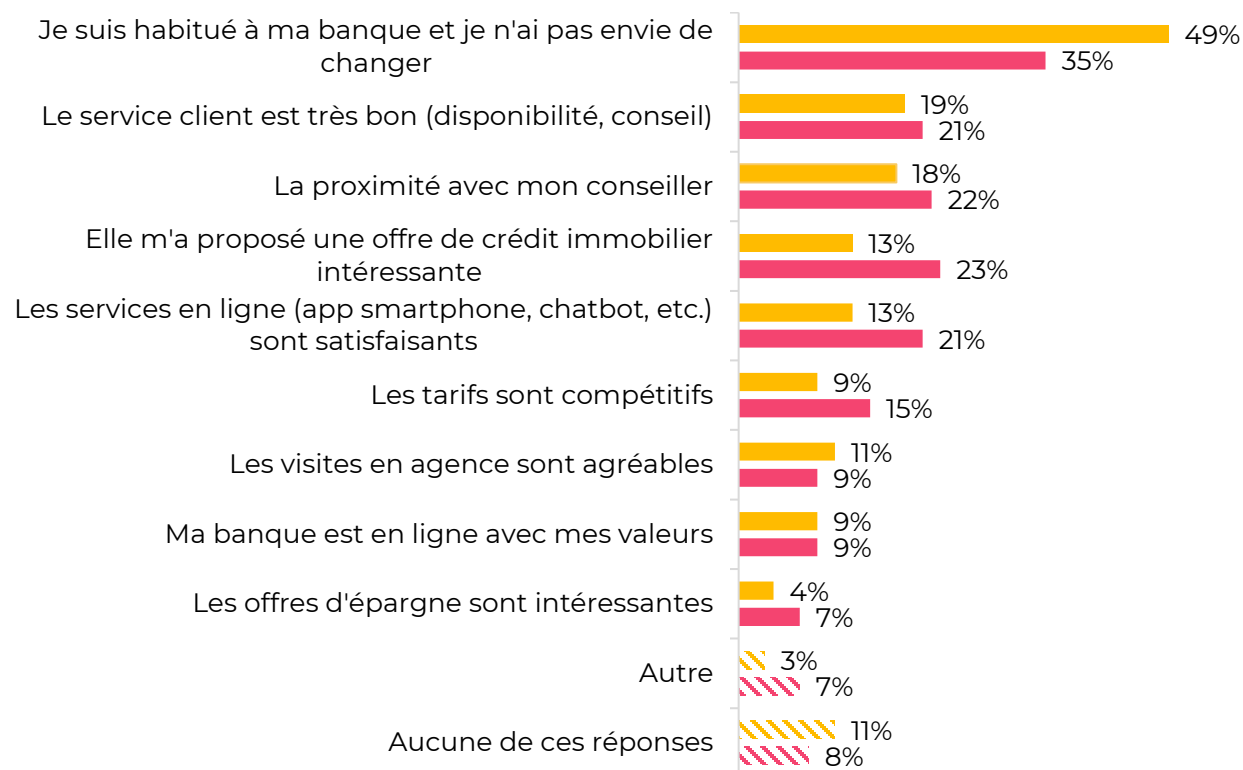




## Trois éléments sont particulièrement importants pour les Français multi-bancarisés dans la relation avec leur banque principale :

- Ses services en ligne ;
- La compétitivité de ses tarifs ;
- La compétitivité de ses crédits immobiliers.

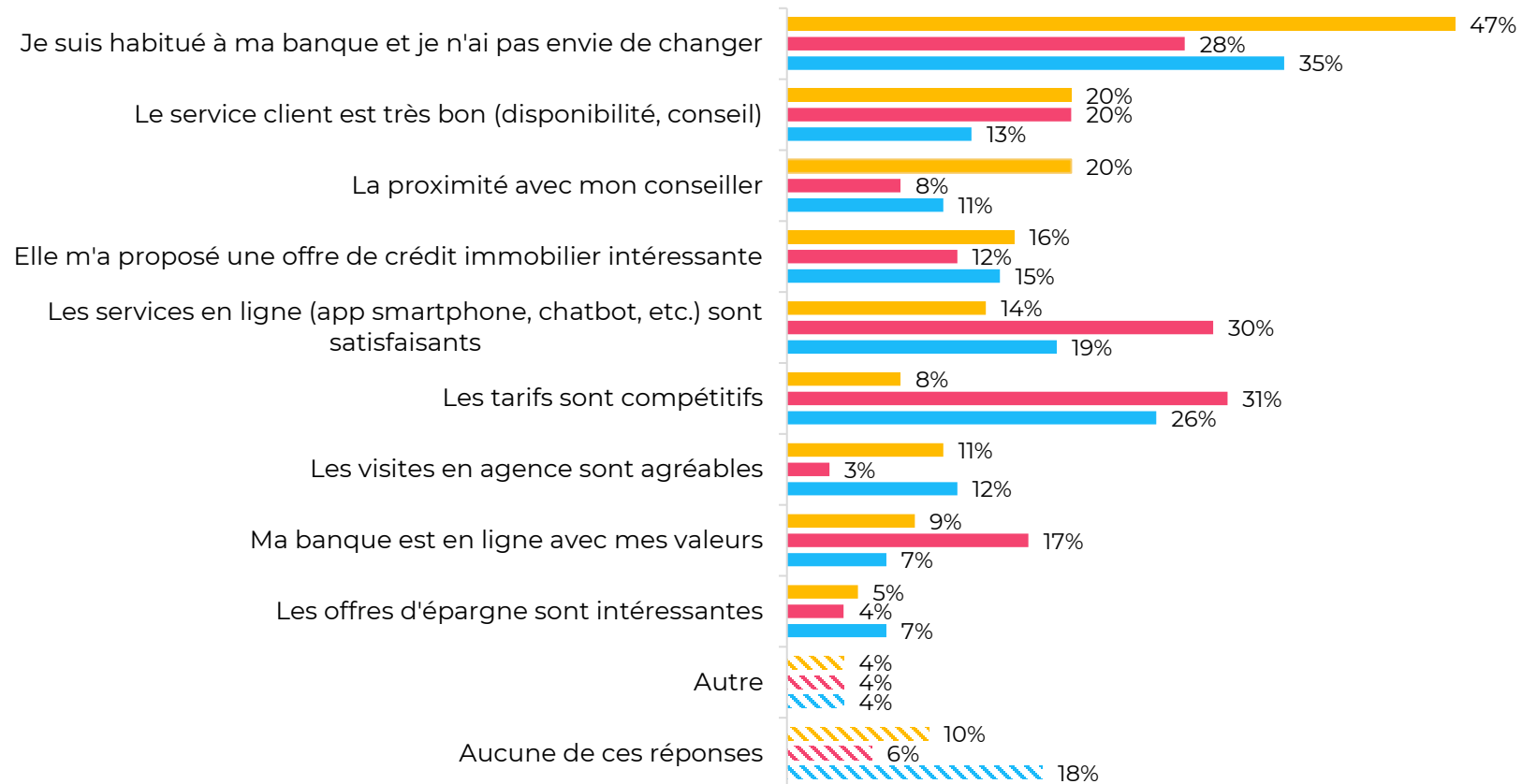
Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous client de votre banque principale ? (Multi)



## Similairement aux multi-bancarisés, deux éléments sont particulièrement importants pour les Français clients d'une banque en ligne :

- Ses services en ligne ;
- La compétitivité de ses tarifs.

Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous client de votre banque principale ? (Multi)



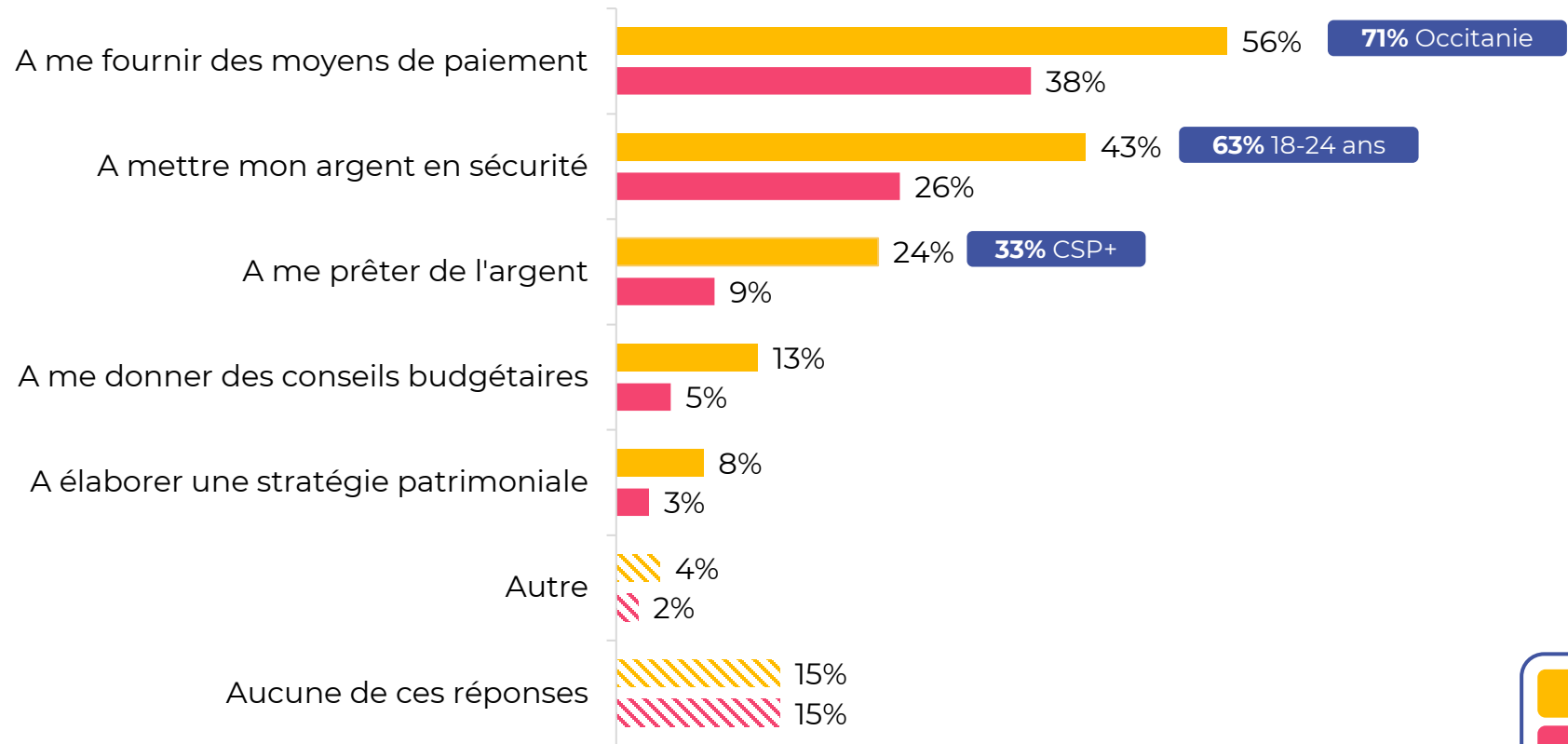
Banque traditionnelle

Banque en ligne

Néobanque

Les Français considèrent que **leur banque leur sert principalement à recevoir des moyens de paiement**. Les jeunes valorisent l'aspect sécurité, tandis que les CSP+ valorisent l'aspect emprunt.

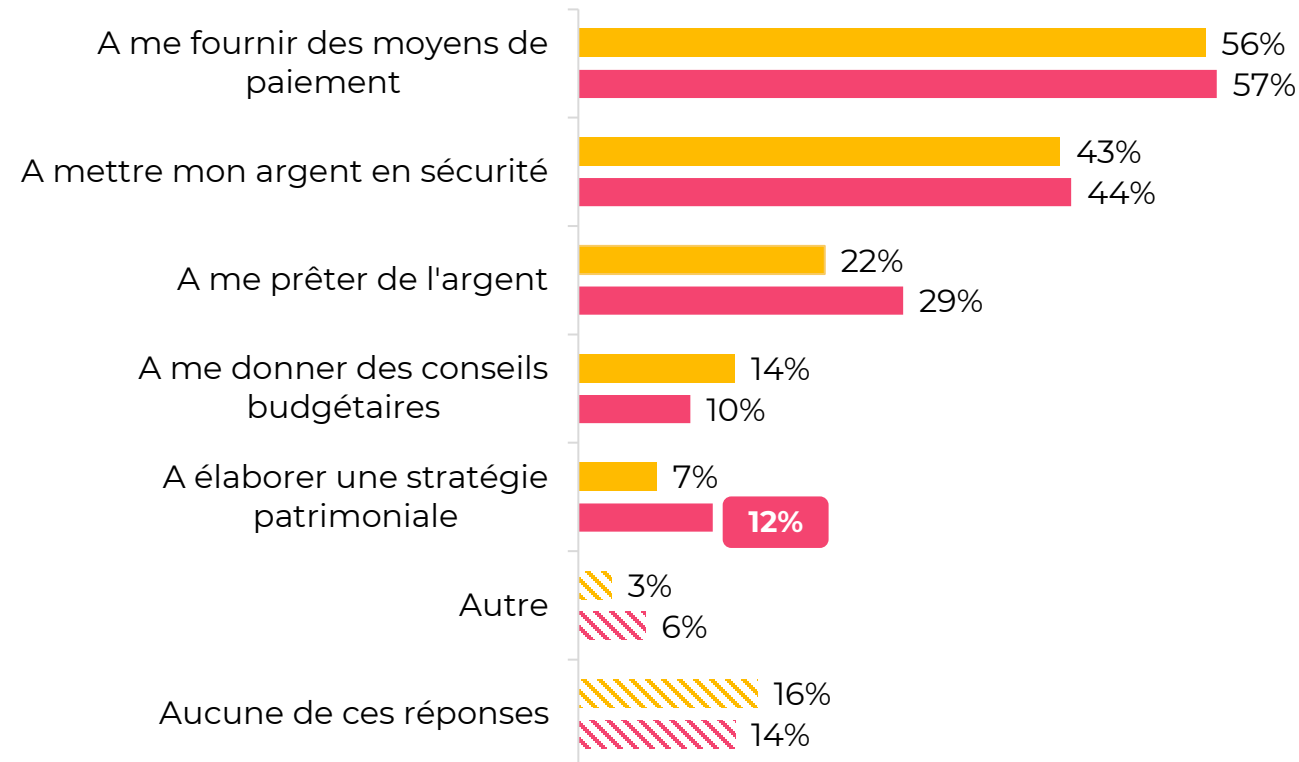
A quoi vous sert votre banque ? (Ranking)



La vision du rôle de la banque est globalement homogène selon que l'on soit mono ou multi-bancarisé.

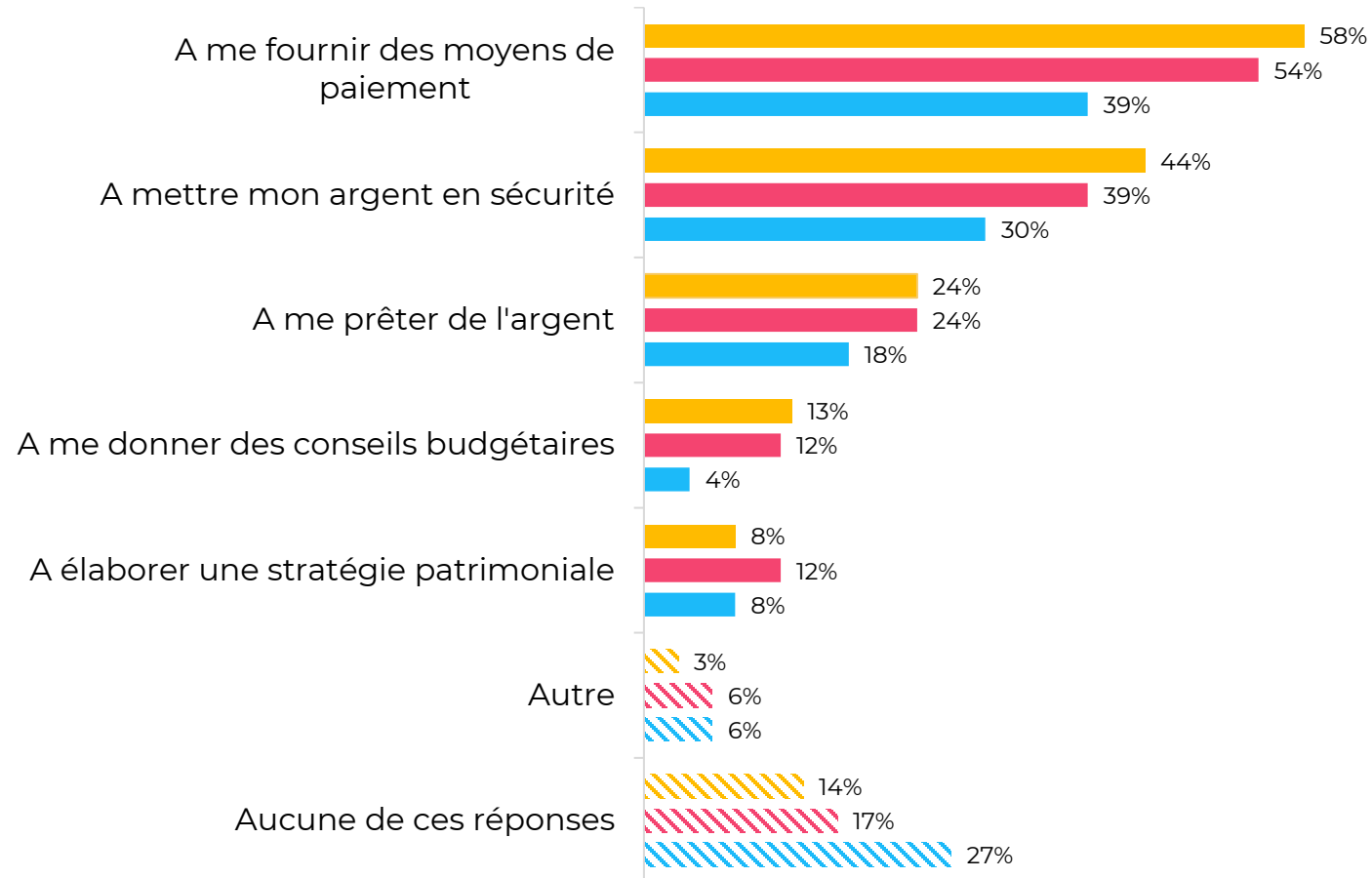
Seul un élément ressort, pour les Français multi-bancarisés : ils considèrent particulièrement que leur banque doit servir à élaborer une stratégie patrimoniale.

A quoi vous sert votre banque ? (Ranking)



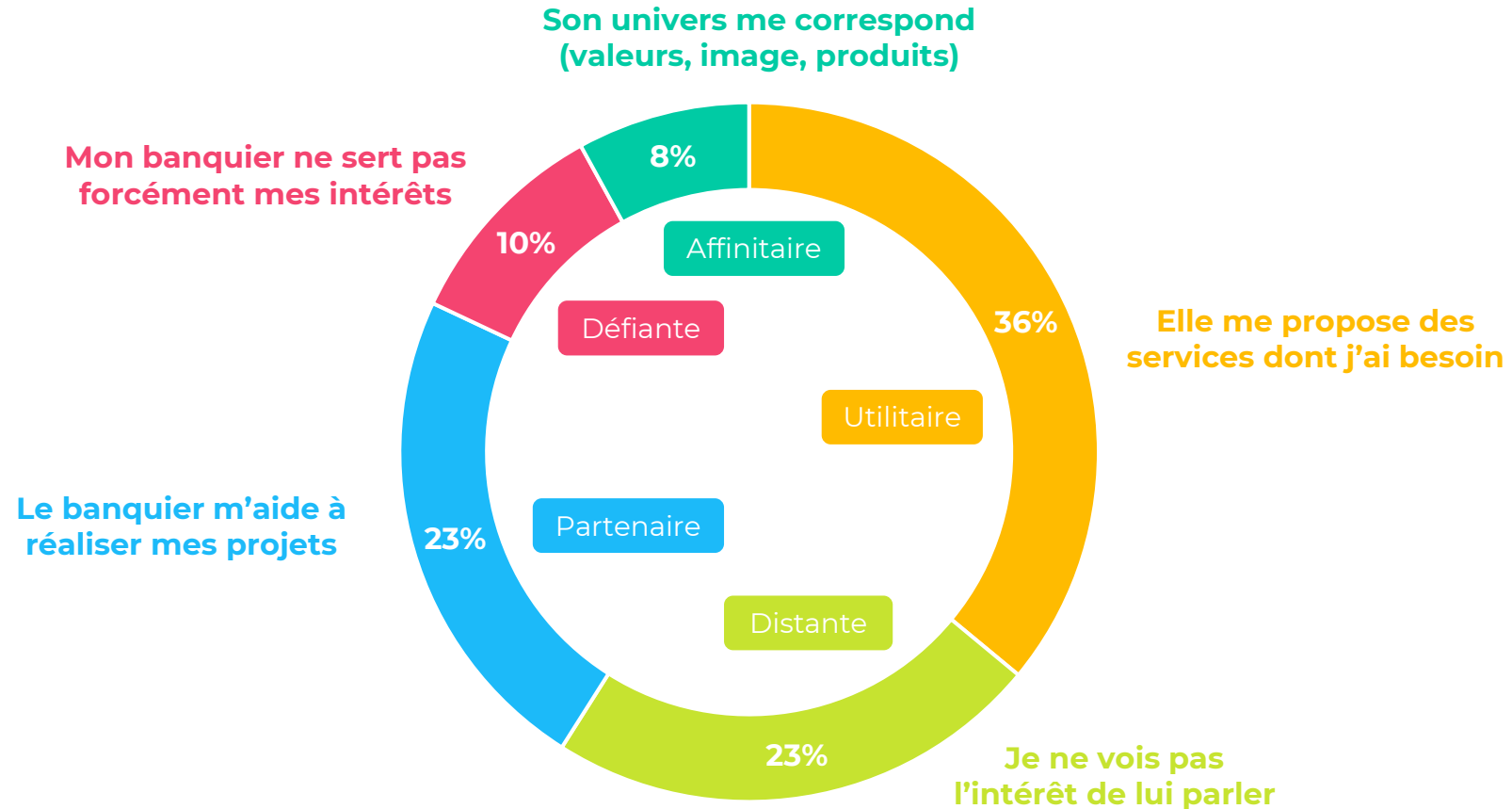
**De même, la vision du rôle de la banque est globalement homogène selon le type de banque affilié. Aucun élément ne ressort davantage auprès d'une des 3 cibles.**

**A quoi vous sert votre banque ? (Ranking)**



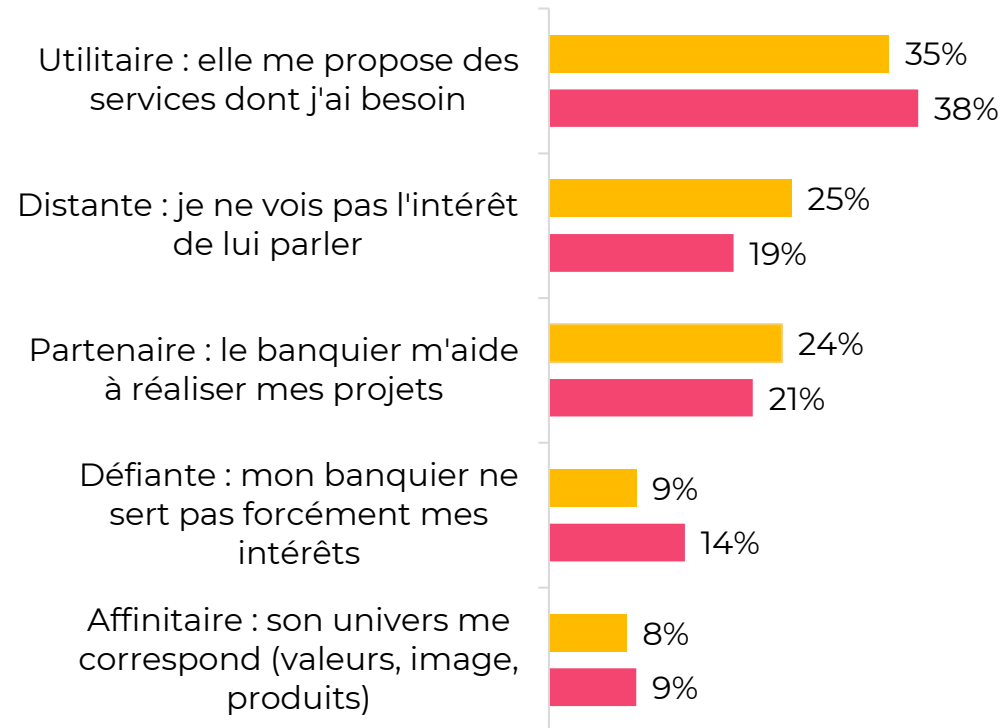
# Les Français considèrent principalement que leur relation avec leur banque est **utilitaire** : elle propose des services dont ils ont besoin.

Qu'est-ce qui qualifie le mieux votre relation à votre banque ? (Multi)



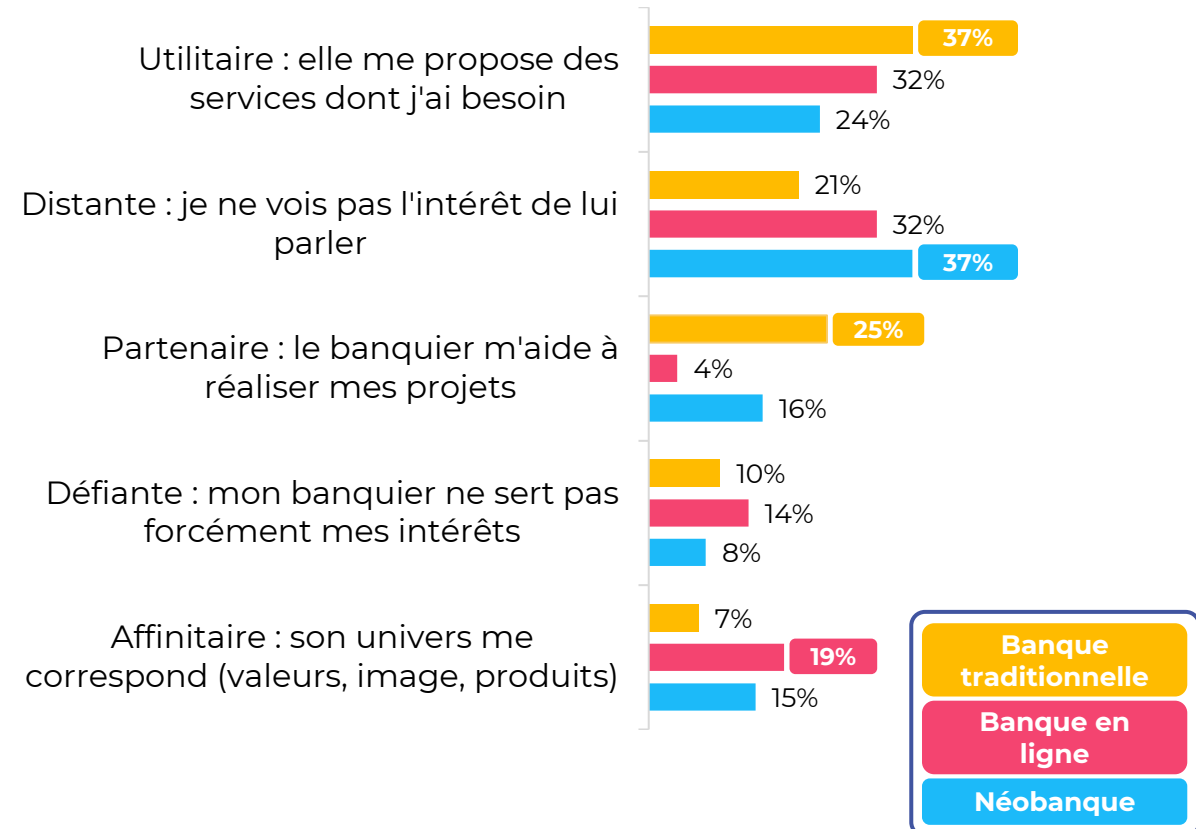
**La relation à la banque selon la mono ou la multi-bancarisation ne change pas. Aucun élément ne ressort davantage auprès d'une des 2 cibles.**

**Qu'est-ce qui qualifie le mieux votre relation à votre banque ?**  
(Multi)



**Les Français affiliés à une banque en ligne sont plus susceptibles que la moyenne d'avoir une relation affinitaire avec leur banque.**

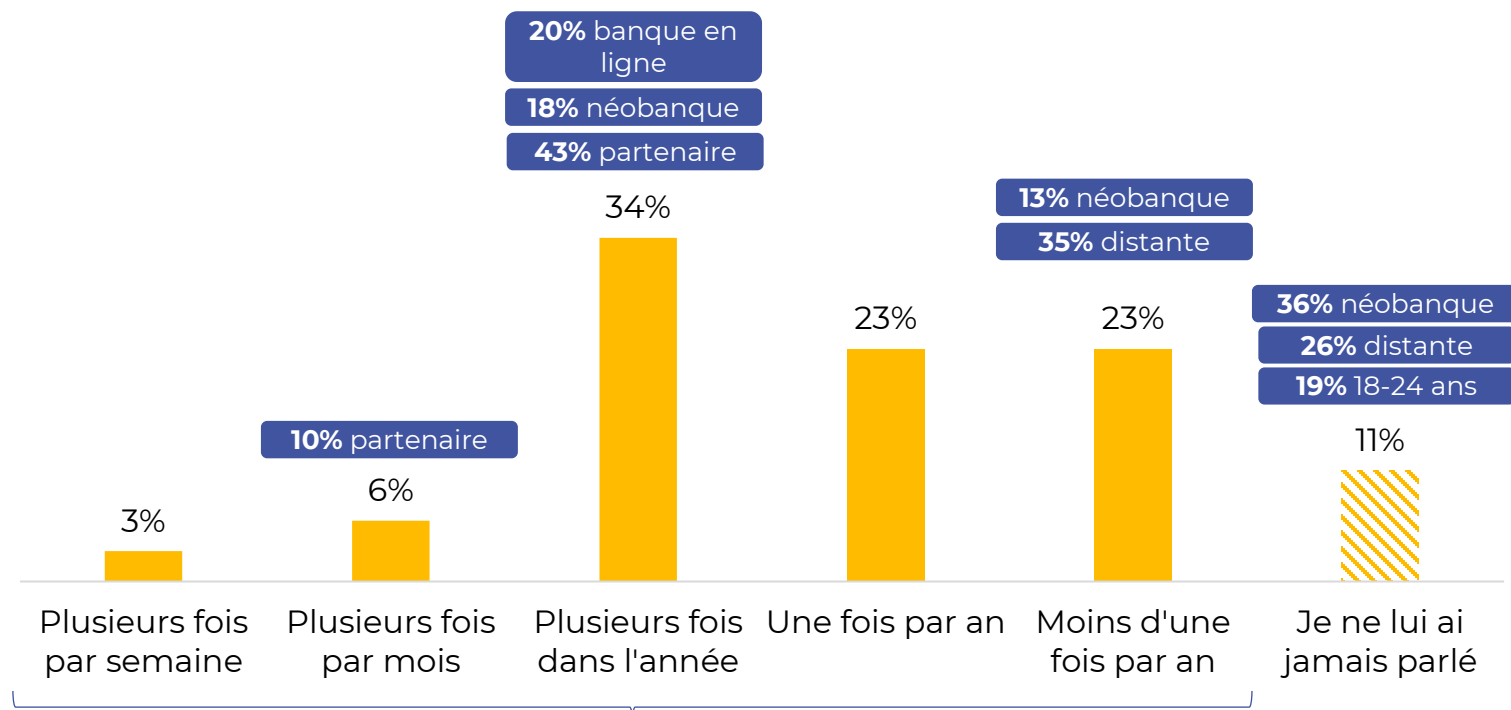
**Qu'est-ce qui qualifie le mieux votre relation à votre banque ?**  
(Multi)



## La très grande majorité des Français ont déjà parlé à leur conseiller bancaire au moins une fois.

Ils parlent avec lui **majoritairement plusieurs fois dans l'année**, tendance logiquement plus marquée auprès des Français déclarant entretenir une relation « Partenaire » avec leur banque.

De manière générale, à quelle fréquence contactez-vous votre conseiller bancaire ?



**89% des Français** ont déjà parlé au moins une fois à son conseiller bancaire.



**PARTIE 3**

# **Image et perception des Français vis-à-vis de leur(s) banque(s)**

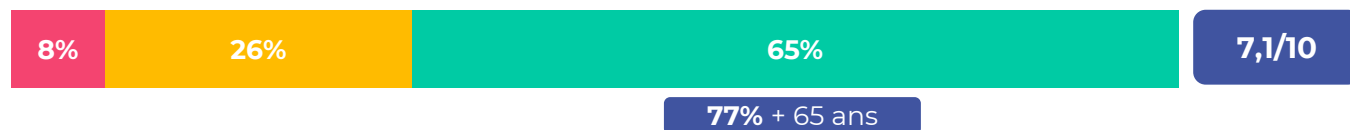
Globalement, **les Français aiment leur banque principale et ont confiance en elle**. De plus, ces deux éléments sont fortement corrélés entre eux.

A quel point faites-vous confiance à votre banque principale ?  
Aimez-vous votre banque actuelle ?

### Confiance



### Agrément



### Corrélation



### Clés de lecture

#### Les corrélations :

Le coefficient de corrélation est compris entre -1 et 1 :

- > Plus le coefficient est proche de 1, plus la relation linéaire positive entre les variables est forte.
- > Plus le coefficient est proche de -1, plus la relation linéaire négative entre les variables est forte.
- > Plus le coefficient est proche de 0, plus la relation linéaire entre les variables est faible.

3 ou -

4-6

7 ou +

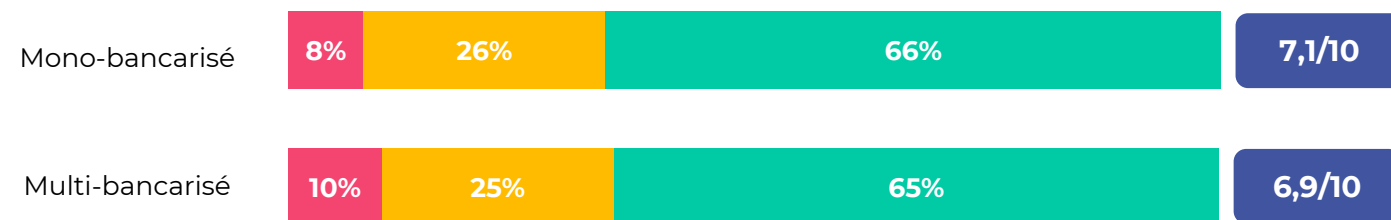
L'agrément et la confiance ne diffèrent pas énormément selon que l'on soit mono ou multi-bancarisé : **les multi-bancarisés ont légèrement moins confiance en leur banque principale et lui portent moins d'affection**, ce qui peut s'expliquer par le fait qu'ils possèdent plusieurs banques.

A quel point faites-vous confiance à votre banque principale ?  
Aimez-vous votre banque actuelle ?

### Confiance



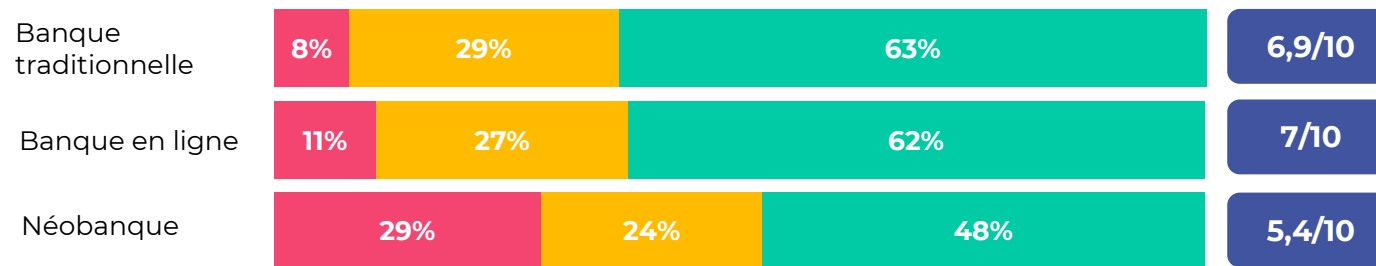
### Agrément



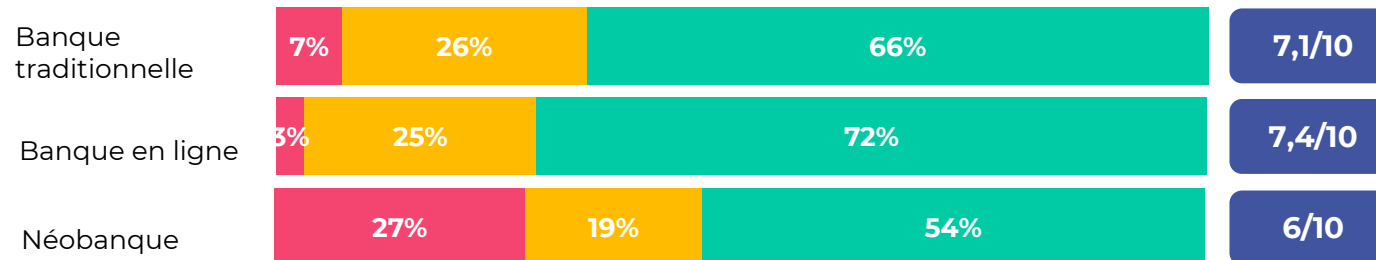
En revanche, l'agrément et la confiance diffèrent selon le type de banque. **Les Français affiliés à une banque en ligne ont globalement moins confiance** et en ont une perception plus négative.

A quel point faites-vous confiance à votre banque principale ?  
Aimez-vous votre banque actuelle ?

### Confiance



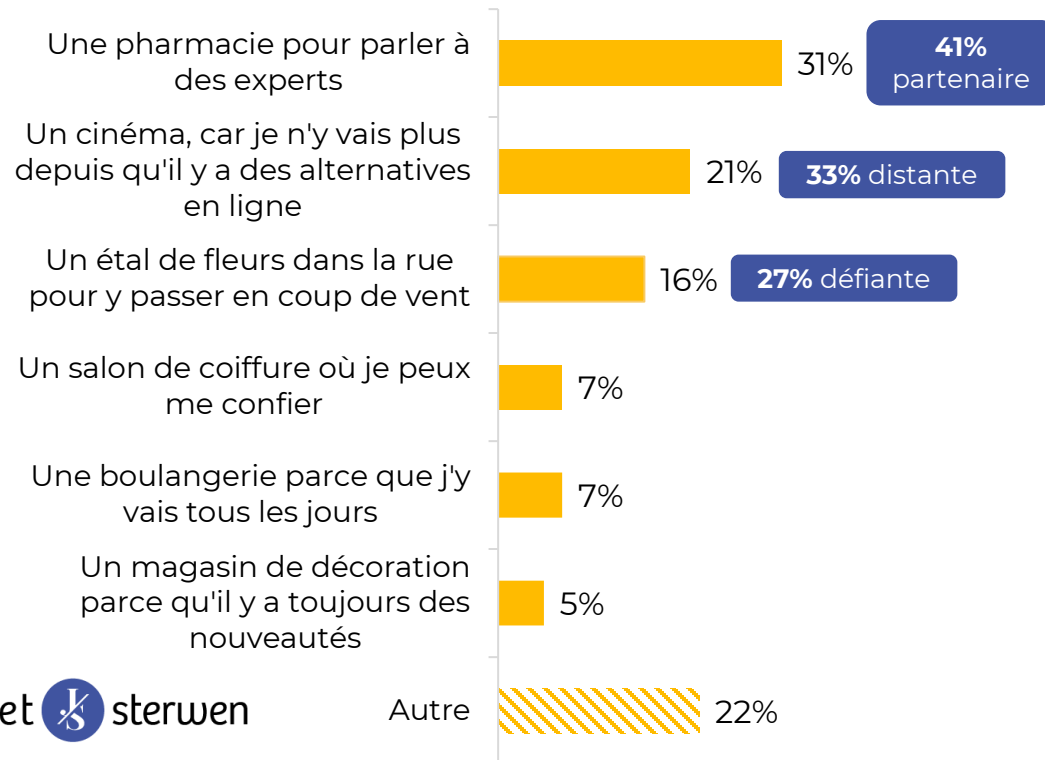
### Agrément



Les Français assimilent majoritairement leur relation avec leur banque idéale à une pharmacie : ils souhaitent parler à des experts.

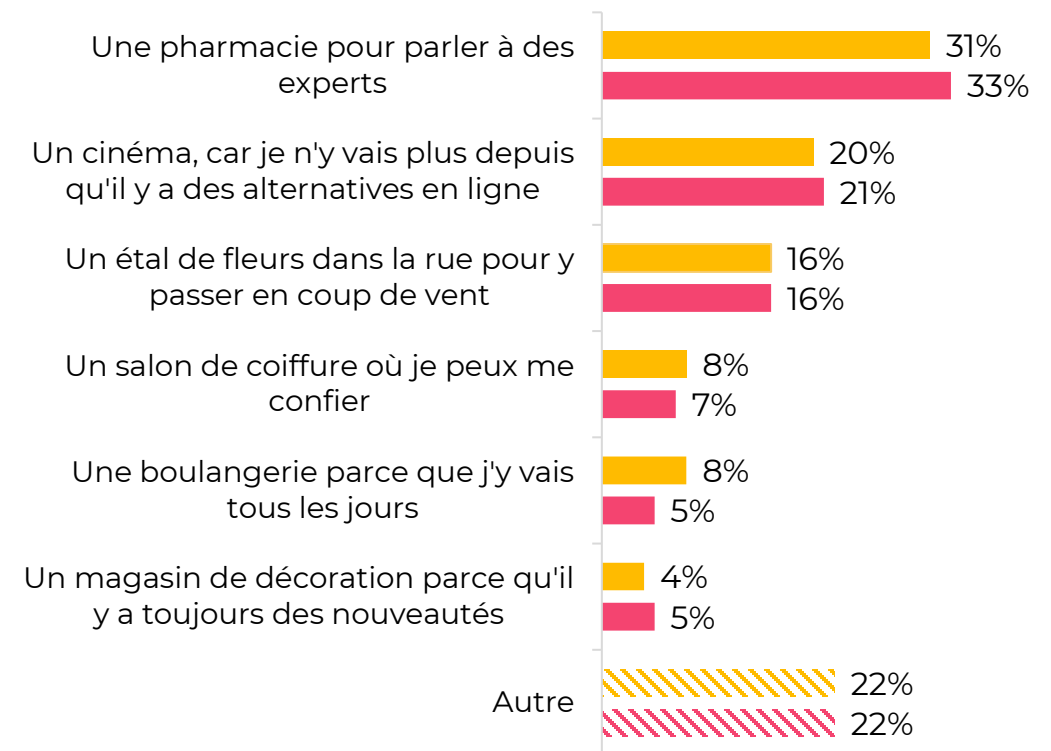
C'est particulièrement vrai pour les Français entretenant une relation « partenaire » avec leur banque.

Si votre banque idéale était un commerce de proximité, à quel commerce l'assimileriez-vous ?



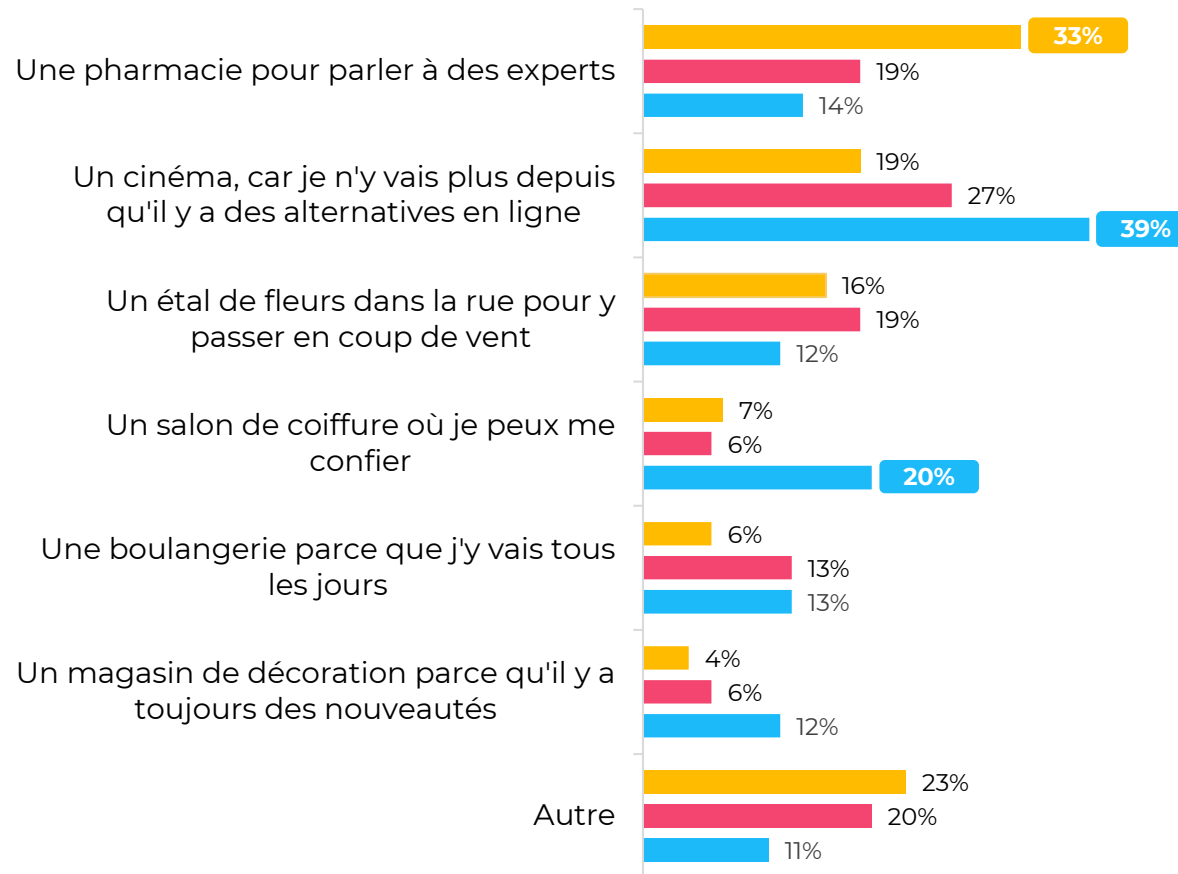
En revanche, la relation avec une banque idéale ne diffère pas selon que l'on soit mono ou multi-bancarisé. Aucun élément ne ressort en particulier.

Si votre banque idéale était un commerce de proximité, à quel commerce l'assimileriez-vous ?



**Pour les Français affiliés à une néobanque, la banque idéale est logiquement un cinéma, car ils n'y vont plus depuis que des alternatives en ligne existent.**

**Si votre banque idéale était un commerce de proximité, à quel commerce l'assimileriez-vous ?**



Banque traditionnelle

Banque en ligne

Néobanque

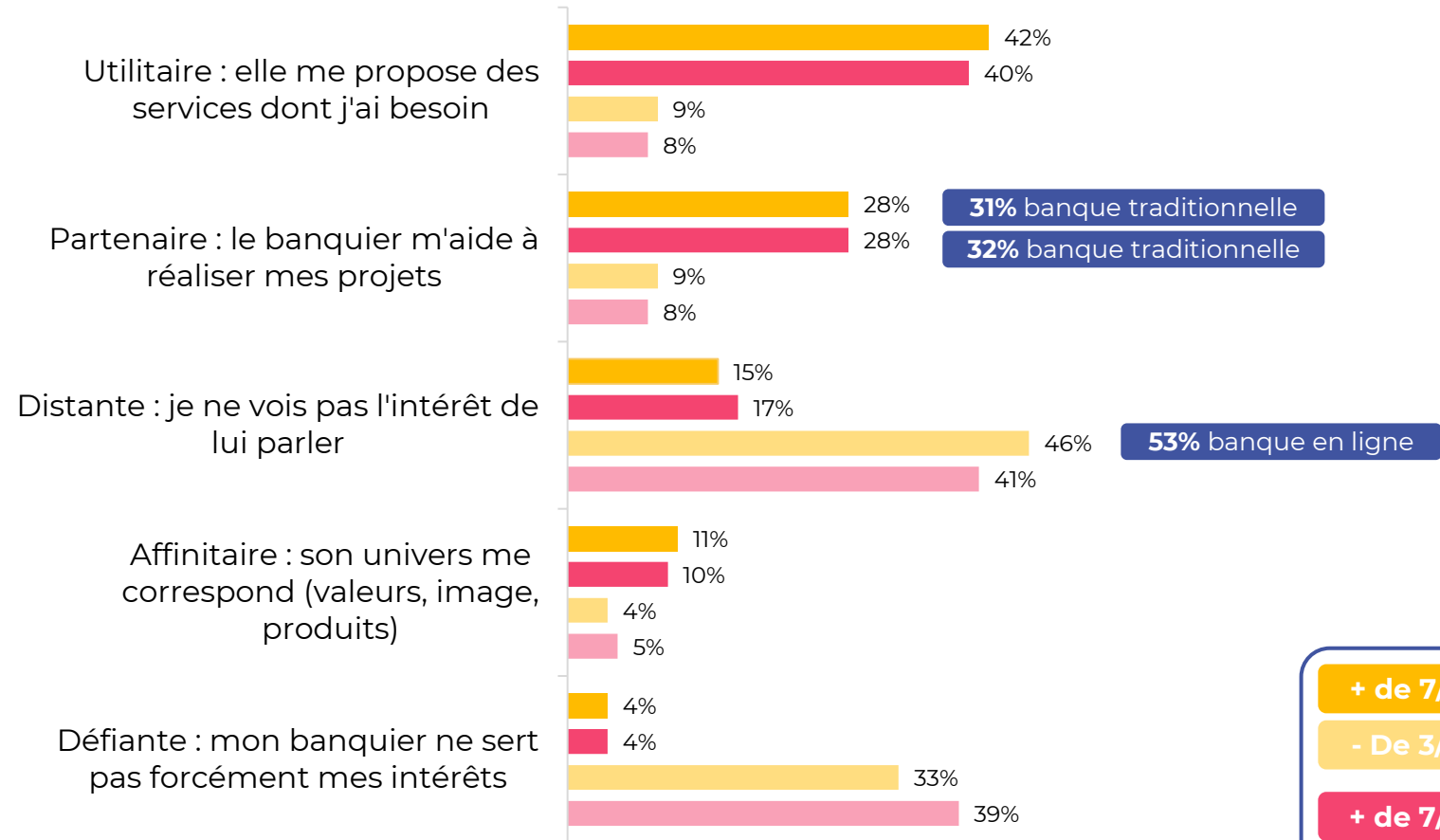
## PARTIE 3

# Image et perception des Français vis-à-vis de leur(s) banque(s)

Zoom sur les « extrêmes » : les très confiants, les peu confiants, ceux qui aiment beaucoup leur banque, ceux qui l'aiment moins...

# Les Français ayant peu confiance en leur banque sont plus nombreux que la moyenne à déclarer entretenir une relation « distante » avec elle.

Qu'est-ce qui qualifie le mieux votre relation à votre banque ?

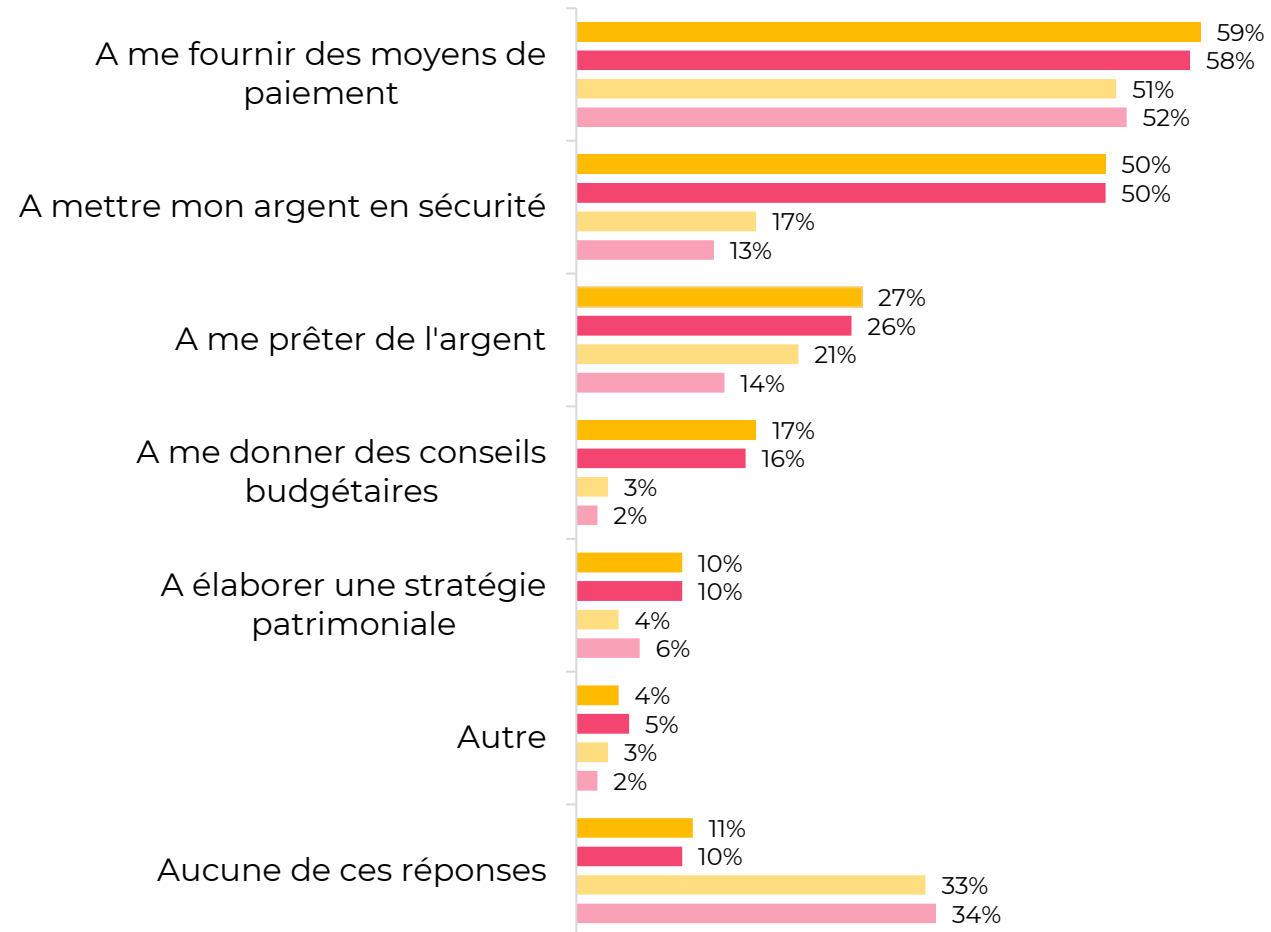


- + de 7/10 (confiance)
- De 3/10 (confiance)
- + de 7/10 (agrément)
- De 3/10 (agrément)



**Les Français ayant peu confiance et portant peu d'affection en leur banque sont nombreux à ne pas se reconnaître dans les choix d'items de réponse : ils ne savent pas véritablement à quoi leur sert leur banque, ce qui est cohérent avec la relation qu'ils déclarent entretenir avec elle.**

**A quoi vous sert votre banque ?**



**+ de 7/10 (confiance)**

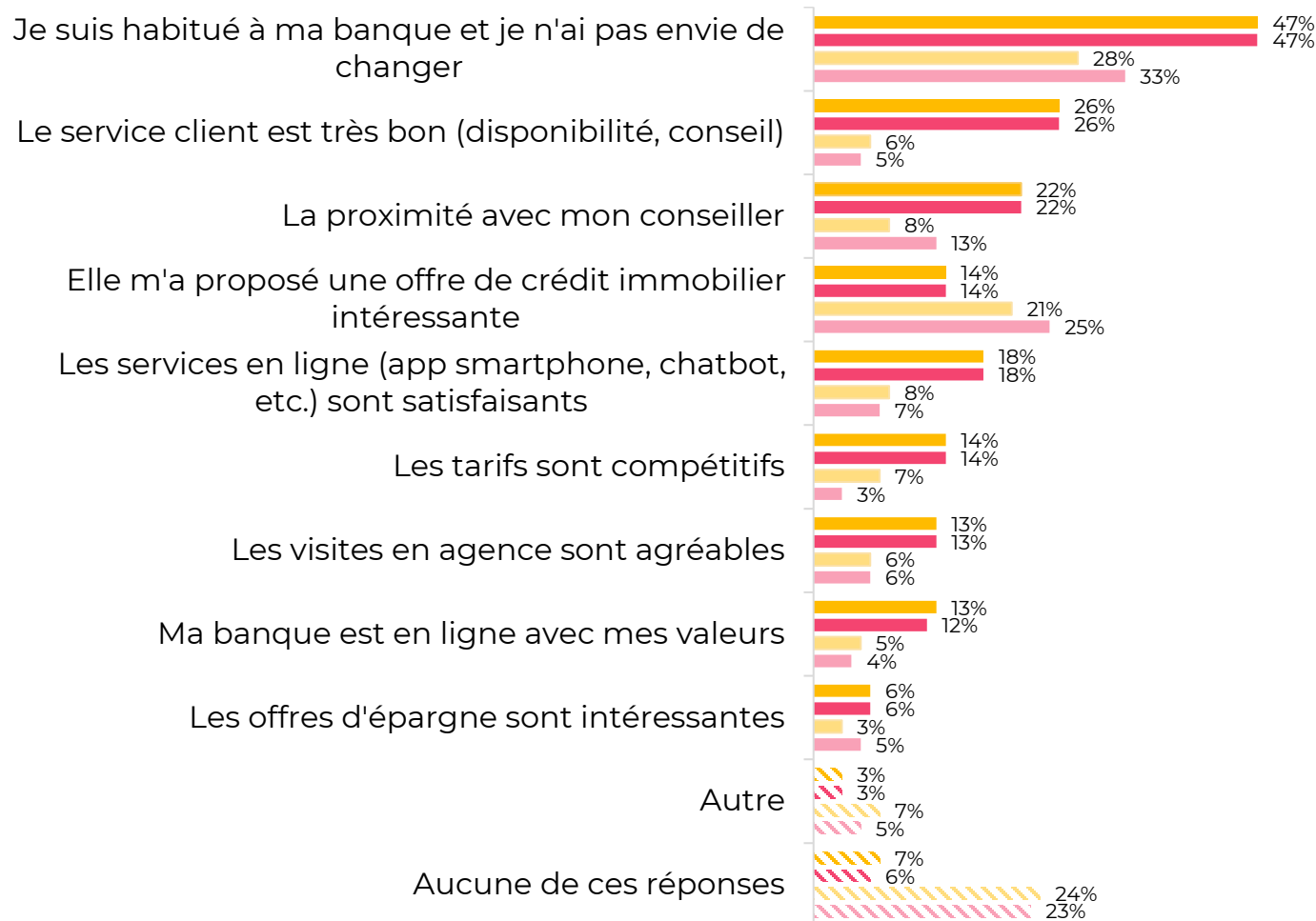
**- De 3/10 (confiance)**

**+ de 7/10 (agrément)**

**- De 3/10 (agrément)**

**A nouveau, les Français ayant peu confiance et portant peu d'affection en leur banque sont nombreux à ne pas savoir pour quelles raisons ils sont clients de leur banque principale : un quart d'entre eux ont répondu « Aucune de ces réponses ».**

**Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous client de votre banque principale ?**



+ de 7/10 (confiance)

- De 3/10 (confiance)

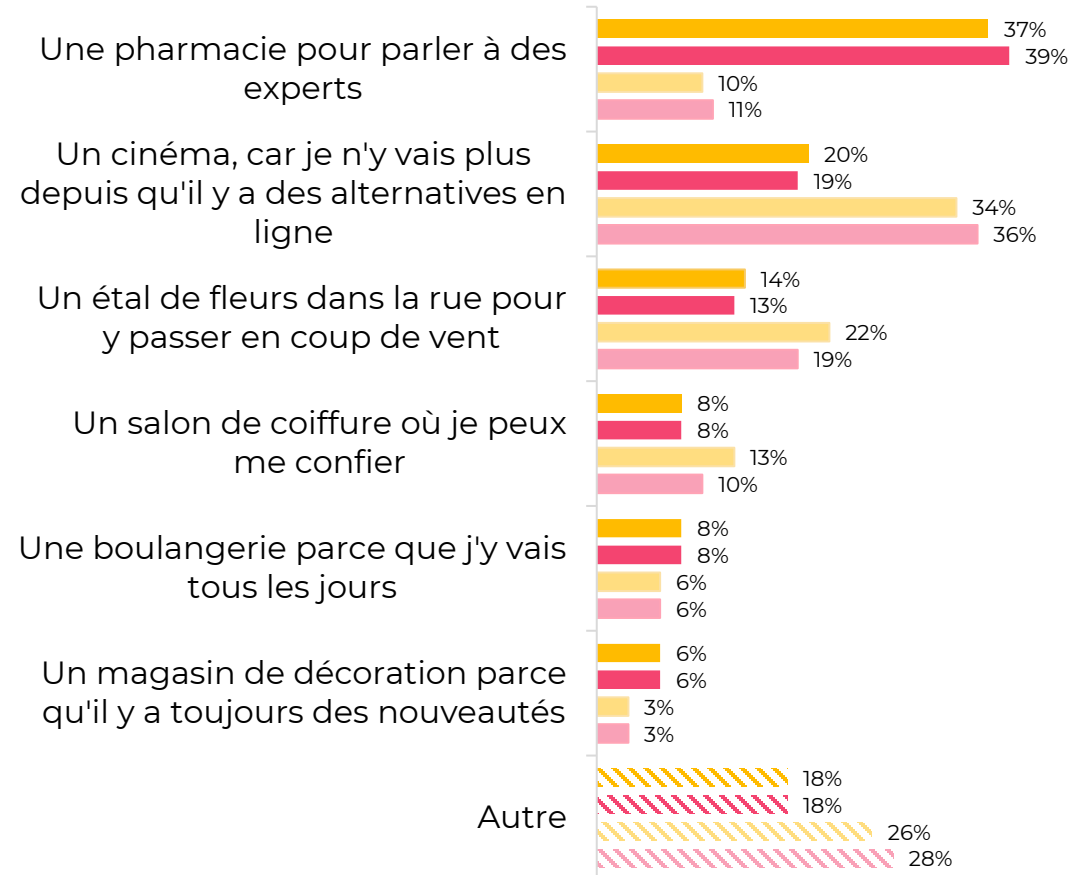
+ de 7/10 (agrément)

- De 3/10 (agrément)

## Deux dynamiques se retrouvent selon la confiance et l'agrément portés en la banque :

- **Ceux ayant très confiance et portant beaucoup d'affection considèrent que leur banque idéale est une pharmacie ;**
- **Ceux ayant peu confiance et peu d'affection la considèrent comme un cinéma.**

Si votre banque idéale était un commerce de proximité, à quel commerce l'assimileriez-vous ?



+ de 7/10 (confiance)

- De 3/10 (confiance)

+ de 7/10 (agrément)

- De 3/10 (agrément)



## VOTRE CONTACT DÉDIÉ



**Sophie Madet**  
**Partner**

**Julhiet Sterwen**

[s.madet@julhiet-sterwen.com](mailto:s.madet@julhiet-sterwen.com)