OBSERVATOIRE DE LA MATURITÉ DIGITALE DES BANQUES – VOLET FRANCE

DÉCEMBRE 2022

VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

Etienne Mercier
etienne.mercier@ipsos.com

Alice Tétaz
alice.tetaz@ipsos.com

Pierre Latrille
pierre.latrille@ipsos.com

sopra steria
GAME CHANGERS

Ipsos

Fiche technique

ÉCHANTILLON

Enquête menée en France, auprès d'un échantillon de **2000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus,** disposant d'un compte bancaire dans une banque traditionnelle et/ou en ligne

DATES DE TERRAIN

Du 2 au 25 août 2022.

METHODOLOGIE

Échantillon interrogé **par Internet** via l'Access Panel Online d'Ipsos.

Méthode des quotas :

Sexe, âge, région, type d'établissement et niveau d'étude..

Note de lecture : *tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%)*
Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95%) il est encadré

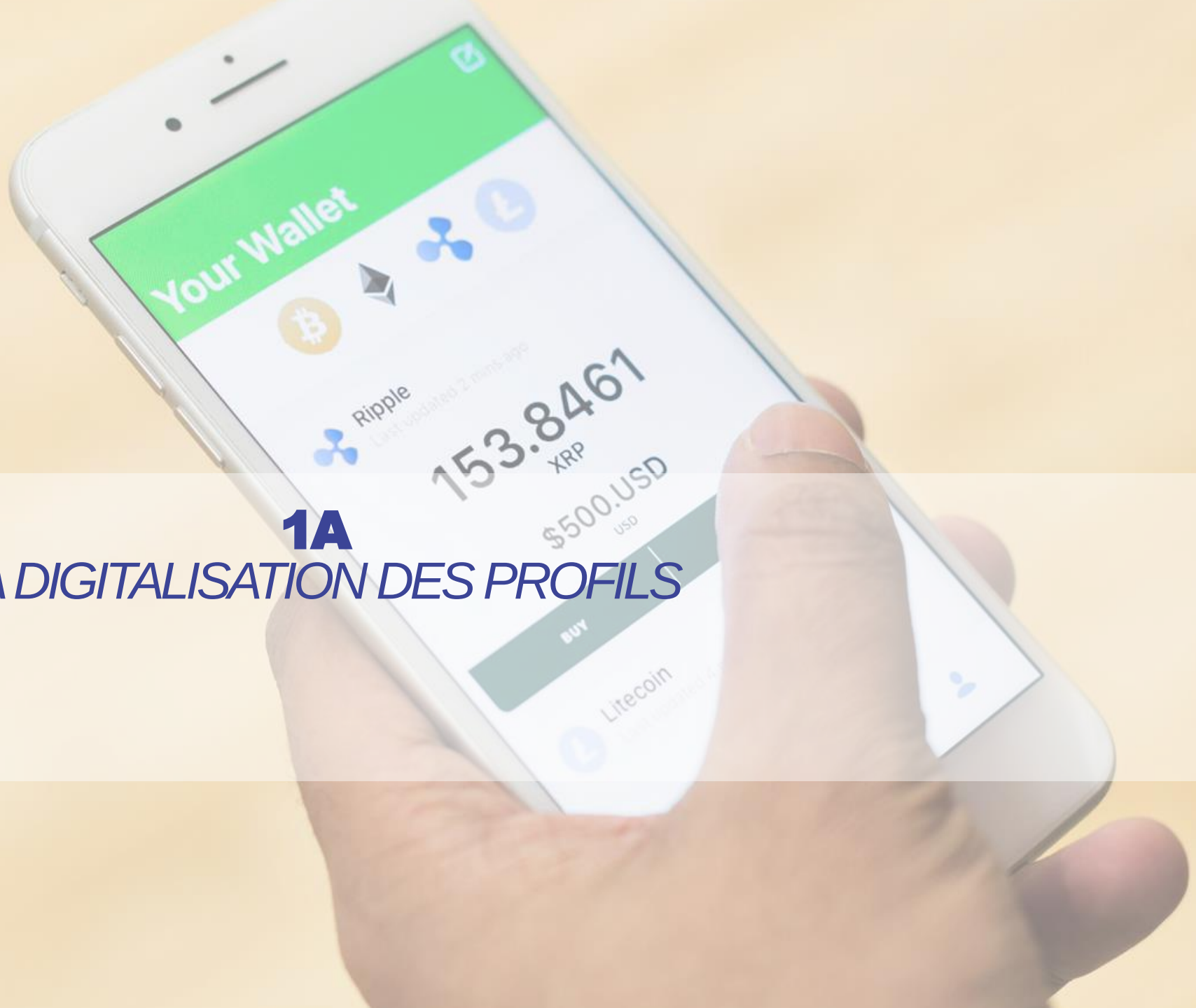
Enquête réalisée pour sopra steria

Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».
Ce rapport a été relu par Etienne Mercier, Directeur de département Opinion & Santé (Ipsos Public Affairs).

GAME CHANGERS Ipsos | sopra steria

1

DES CLIENTS DONT LE PROFIL ET LES COMPORTEMENTS SONT EN TRAIN DE SE DIGITALISER À GRANDE VITESSE

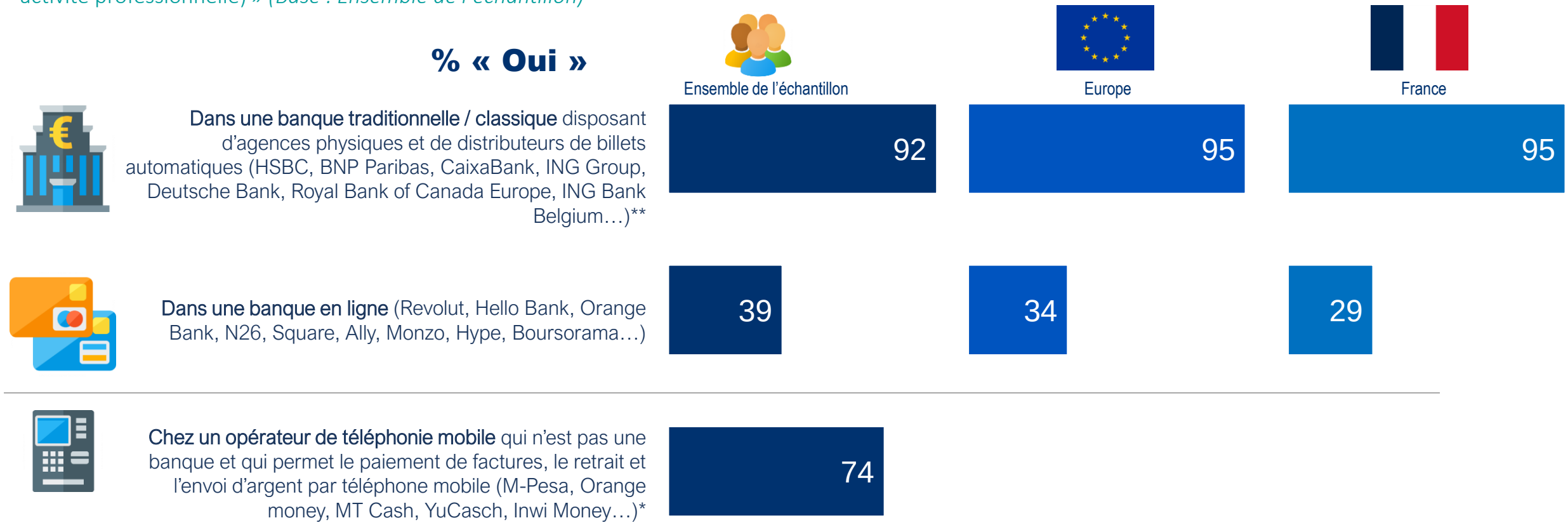


1A

LA DIGITALISATION DES PROFILS

Si près d'un Français sur trois a désormais une banque en ligne, on remarque que cette proportion est plus faible que la moyenne mondiale et européenne.

Question : « Disposez-vous d'un compte… (Merci de considérer uniquement vos comptes personnels, et non les comptes détenus dans le cadre de votre activité professionnelle) *» (Base : Ensemble de l'échantillon)*



** Item posé uniquement dans les pays Africains (Maroc, Afrique du Sud, Côte d'Ivoire et Kenya)*

*** Liste de banque variant selon les pays (liste en annexe)*

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

La France est un des trois pays où l'on compte la plus grande part de répondants clients exclusivement d'une banque traditionnelle.

Question : « Disposez-vous d'un compte… (Merci de considérer uniquement vos comptes personnels, et non les comptes détenus dans le cadre de votre activité professionnelle) *»*
(Base : Ensemble de l'échantillon)

Parmi les répondants…

En France

72% sont exclusivement clients d'une banque traditionnelle.

5% sont exclusivement clients d'une banque en ligne.

23% sont clients d'une banque traditionnelle et d'une banque en ligne.

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

Les clients exclusifs de banque traditionnelle sont plus seniors, moins intéressés par les nouveaux services digitaux, peu intéressés par de nouveaux acteurs de la banque.

Ces clients sont surtout :

Âgés (36% ont 60 ans ou plus)

Clients d'une seule banque (74%)

Très peu investisseurs dans la cryptomonnaie (5%)

Peu sensibles à l'écologie (22%)

Ils sont **systématiquement moins intéressés** que la moyenne des répondants par **les nouveaux produits et services** comme par exemple : **le remplacement de leur carte bancaire physique par une carte numérique** (31% contre 39% en moyenne) ou bien que leur banque sorte de son rôle traditionnel et **leur propose des services immobiliers** (34% contre 42%)

Ils sont **peu attirés par de potentiels nouveaux acteurs** dans le secteur bancaire (par exemple, pour **les acteurs du commerce de biens ou de services en ligne**, 19% seulement seraient intéressés contre 26% pour l'ensemble des répondants).

Les clients exclusifs de banque en ligne : plus jeunes, plus inactifs, moins possesseurs de produits financiers, moins intéressés par les nouveaux services.

Ces clients sont surtout :

Des personnes jeunes (37% ont moins de 35 ans)

Inactifs (49%)

Plus souvent investisseurs dans la cryptomonnaie (21% contre 13%)

Ils détiennent moins de produits dans leur banque (Seuls 55% ont un chéquier et 46% un produit d'épargne)

Ils sont **souvent plus intéressés** que la moyenne des répondants par **les nouveaux produits et services,** et notamment les **nouveaux services de paiement**. Ainsi, 71% sont intéressés par le regroupement de leurs moyens de paiement dans une seule application, contre 54% pour l'ensemble des répondants.

Ils ont **moins souvent été en contact avec leur banque dans les moments importants de leur vie** (par exemple, 51% l'ont été lorsqu'ils ont eu un projet à financer, contre 80% pour l'ensemble des répondants).

Ils sont **un peu plus attirés par de potentiels nouveaux acteurs** dans le secteur bancaire (par exemple, pour les grands acteurs du commerce, 35% seraient intéressés, contre 26% pour l'ensemble des répondants)

Les clients cumulant banques en ligne et banques traditionnelles : plus jeunes, plus connectés avec leur banque, plus investisseurs en cryptomonnaie, etc.

<u>Ces clients sont surtout :</u>

Jeunes (40% ont moins de 35 ans)

Cadres (23%) ou professions intermédiaires (33%)

Des personnes qui regardent souvent leur compte en banque (53% le font au moins une fois par jour)

Investisseurs dans la cryptomonnaie (37%)

Sensibles à l'écologie (35%)

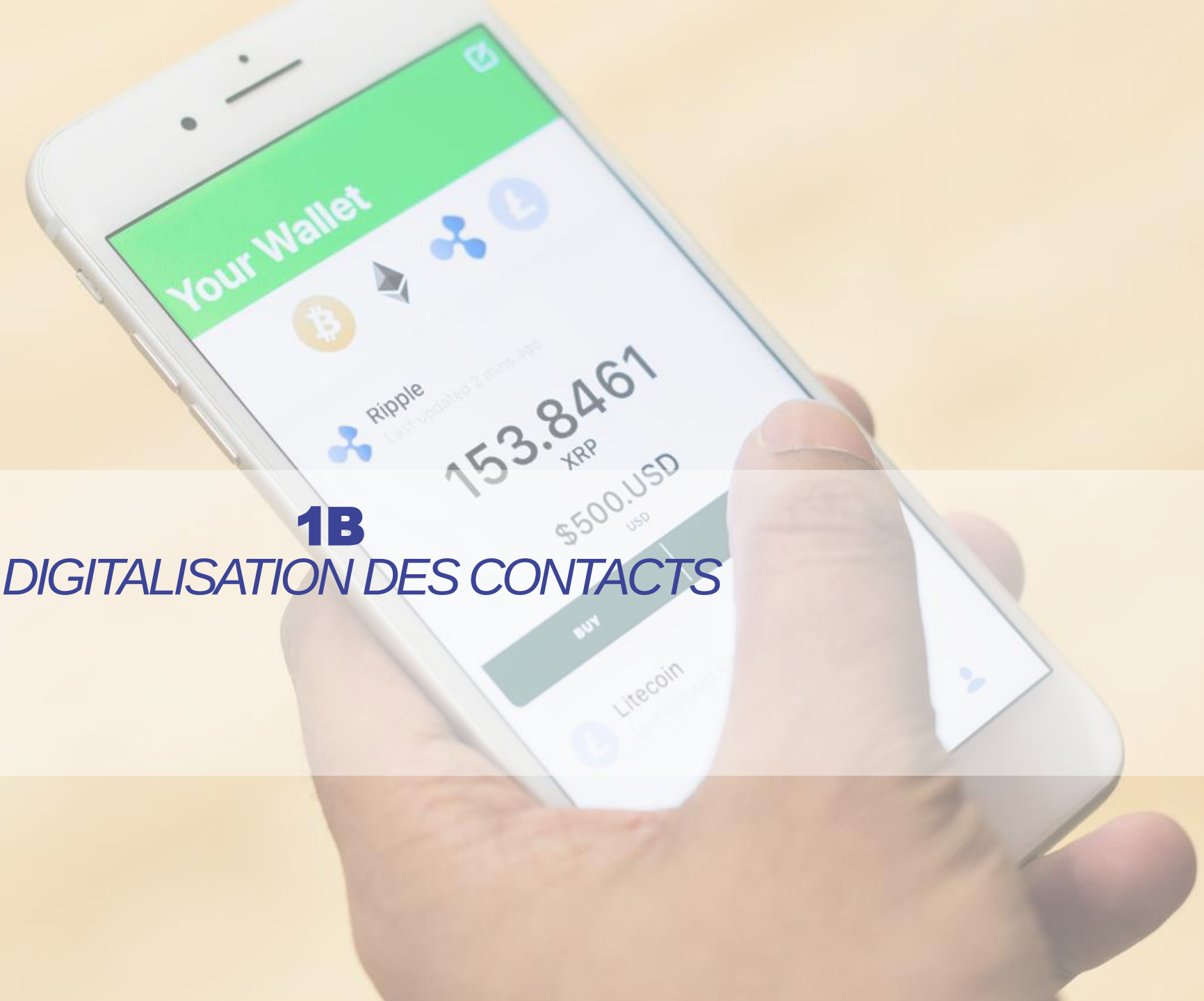
Clients de plusieurs banques (88%)

Ils ont été **plus souvent en contact avec leur banque lors de leurs différents moments de vie** (76% ont été en contact au moins une fois dans leur vie avec leur banque, contre 66% en moyenne)

Ils sont systématiquement **plus utilisateurs ou intéressés** que la moyenne des répondants par les différents produits et services, comme par exemple le fait de disposer de services immobiliser (64% l'utilisent ou seraient intéressés contre 42% en moyenne).

Ils sont **attirés par les potentiels nouveaux acteurs,** comme les grands acteurs de commerce de biens ou de services en ligne (46% contre 26%).

Ils sont nombreux à souhaiter absolument voir un conseiller pour souscrire à un service (67%).

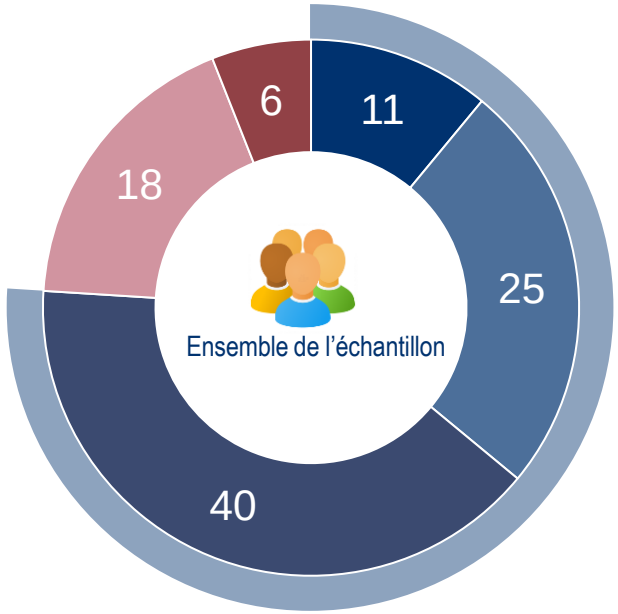


1B

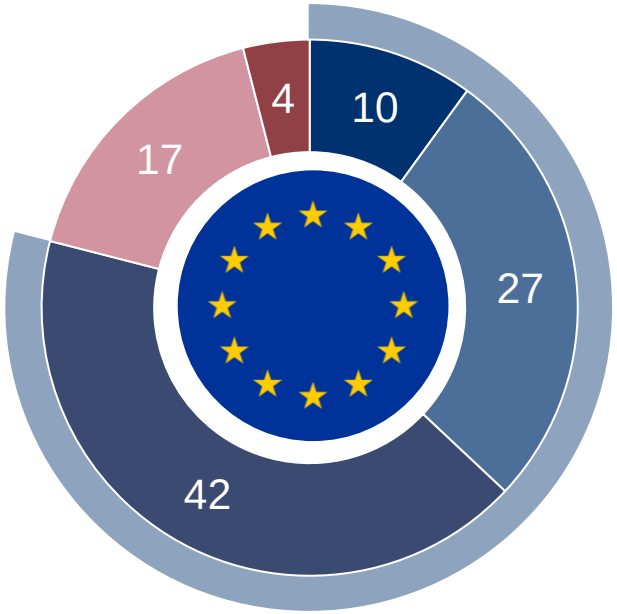
LA DIGITALISATION DES CONTACTS

Dans ce contexte de digitalisation, la consultation de ses comptes est aujourd'hui très fréquente, près d'un Français sur deux le faisant au moins une fois par jour.

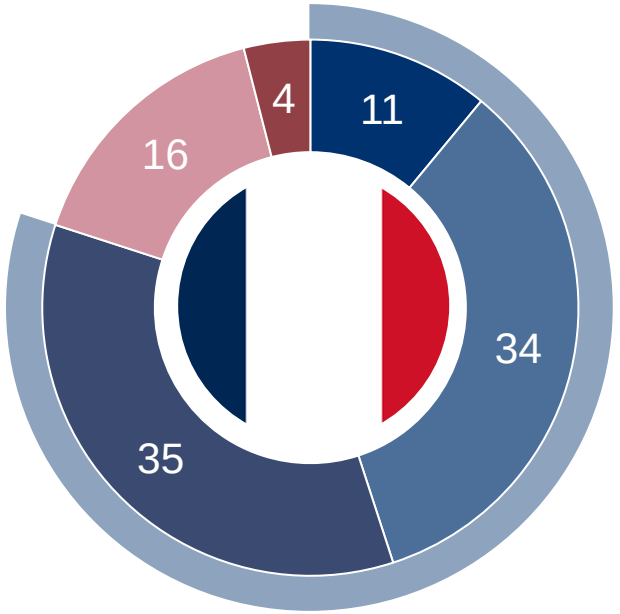
Question : « Généralement, à quelle fréquence consultez-vous vos comptes ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



% « Une fois par semaine » : 76



% « Une fois par semaine » : 79



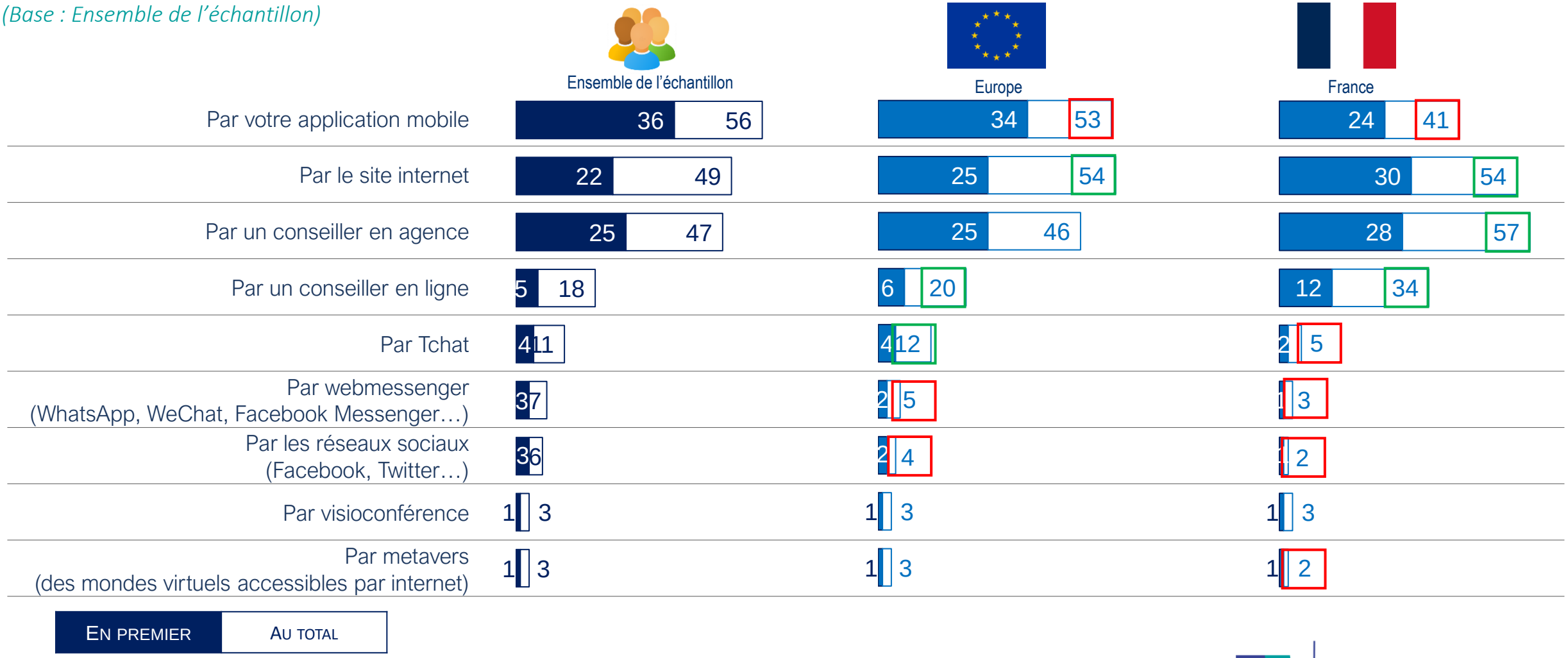
% « Une fois par semaine » : 80

Au moins 2 fois ou plus par jour	1 fois par jour	Entre 1 et 3 fois par semaine	Entre 1 et 4 fois par mois	Moins d'une fois par mois

GAME CHANGERS

En France, le conseiller en agence reste le premier canal d'échange alors qu'en Europe il est dépassé par le site internet et l'application mobile.

Question : « Par quel canal échangez-vous le plus fréquemment avec votre/vos banque(s) ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



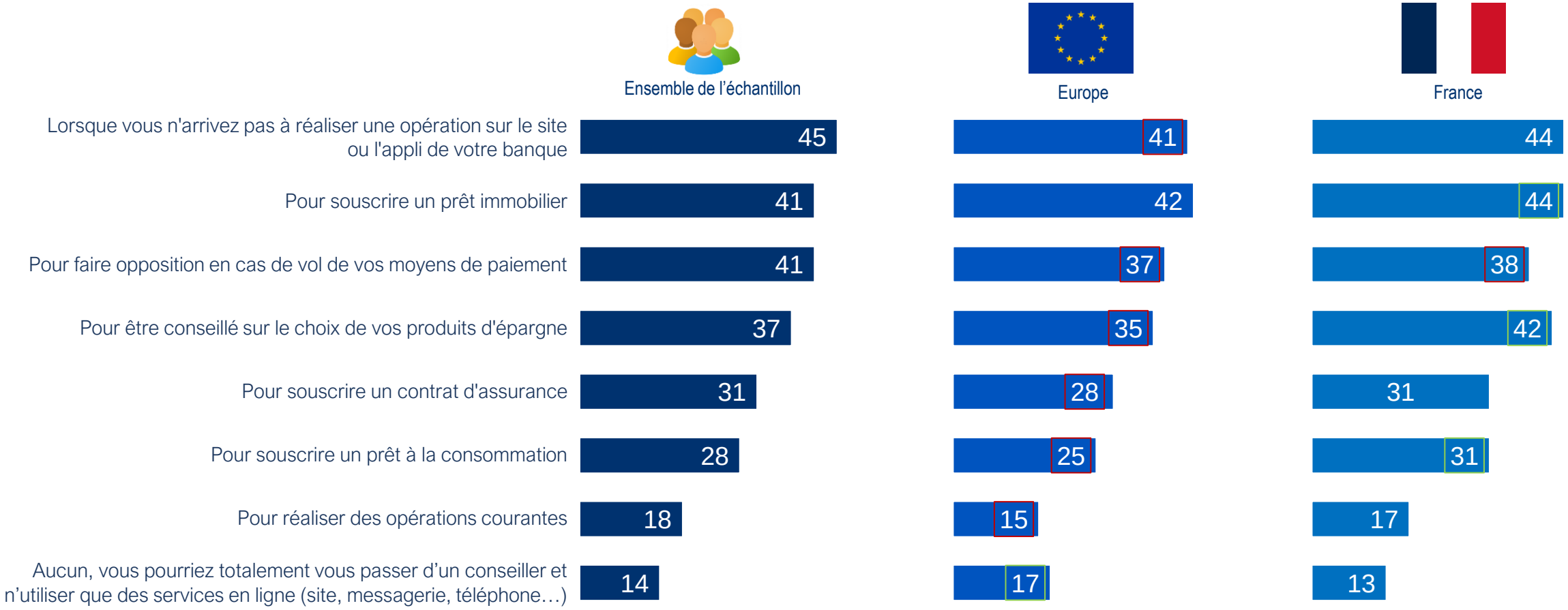
GAME CHANGERS

1c

LA DIGITALISATION DU CONSEIL : UN INTÉRÊT MOINDRE POUR LE CONSEILLER DÉDIÉ

Aucune situation ne suscite aujourd'hui majoritairement le besoin d'un conseiller, notamment sur les conseils à haute valeur ajoutée : seulement 6 clients sur 10 disent qu'ils voudraient absolument voir un conseiller lorsqu'il s'agit de souscrire à un service.

Question : « Dans quel cas souhaitez-vous absolument pouvoir parler ou voir un conseiller dédié au lieu de pouvoir faire les choses par internet ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles



	Ensemble de l'échantillon	Europe	France
% « Pour souscrire à un service »	**59**	**57**	**60**

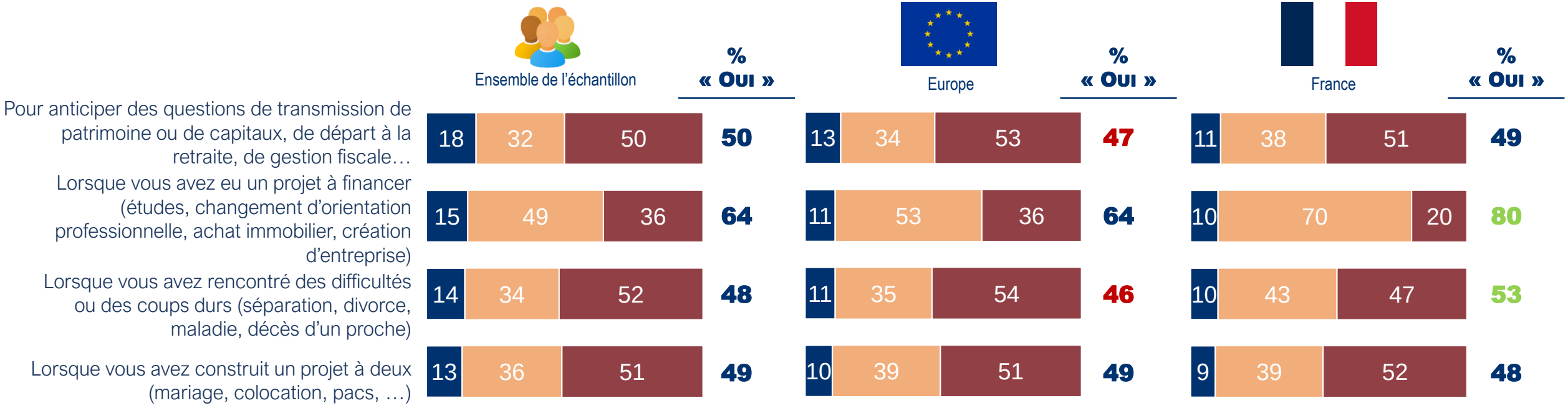
GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

2

DANS CE CONTEXTE DE TRÈS FORTE DIGITALISATION DES COMPORTEMENTS BANCAIRES, LES BANQUES SONT SOUVENT PERÇUES COMME ABSENTES DES MOMENTS IMPORTANTS DE LA VIE DE LEURS CLIENTS : ELLES SUSCITENT UN NIVEAU DE SATISFACTION MODÉRÉ

Dans les grands moments de leur vie, les banques oublient leurs clients et bon nombre d'entre eux ne pensent pas non plus à elles.

Question : « A l'occasion des événements suivants, avez-vous été en contact avec votre avec votre/vos banque(s) ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

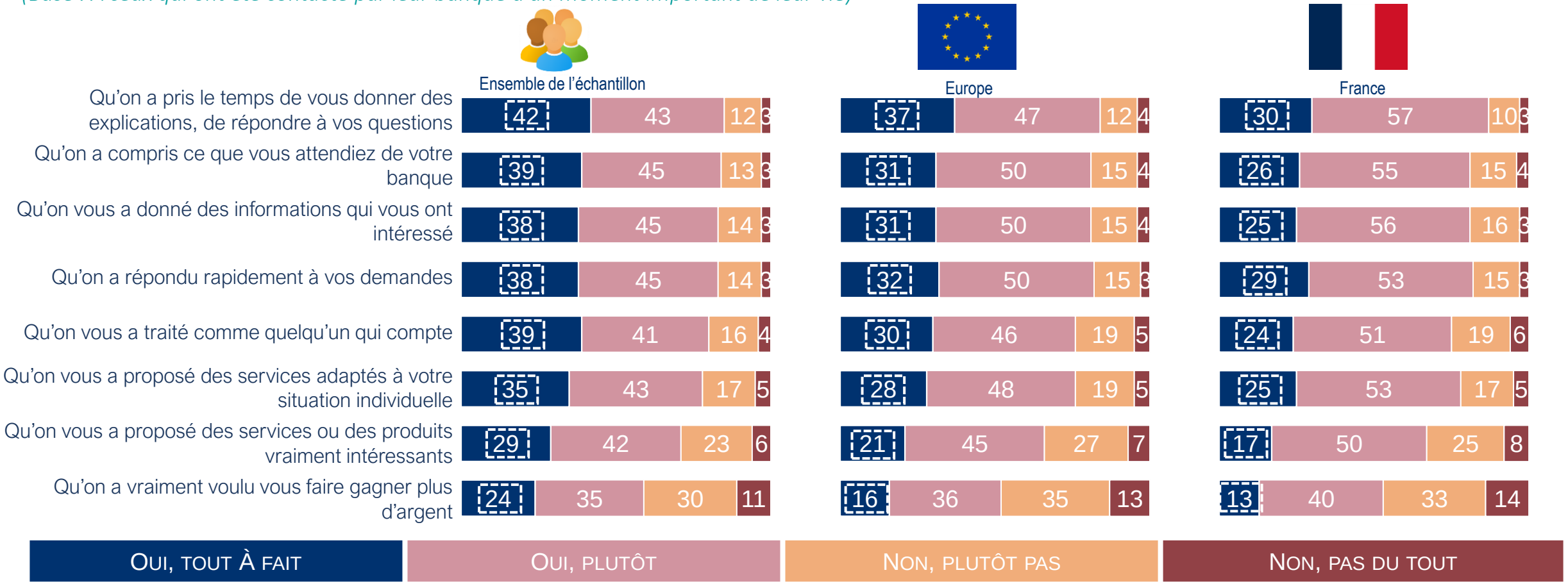


Oui et c'est votre banque qui a pris contact avec vous	Oui et c'est vous qui avez pris contact avec votre banque	Non, vous n'avez pas été en contact avec votre banque

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

Par ailleurs, les contacts avec la banque lorsqu'ils ont lieu lors de ces moments importants de la vie des clients génèrent aujourd'hui un niveau de satisfaction modéré, avec des niveaux d'insatisfaction parfois conséquents.

Question : « Pensez à la dernière fois que vous avez été en contact avec votre/vos banque(s) à un moment important de votre vie, avez-vous eu le sentiment… ? »
(Base : À ceux qui ont été contacté par leur banque à un moment important de leur vie)



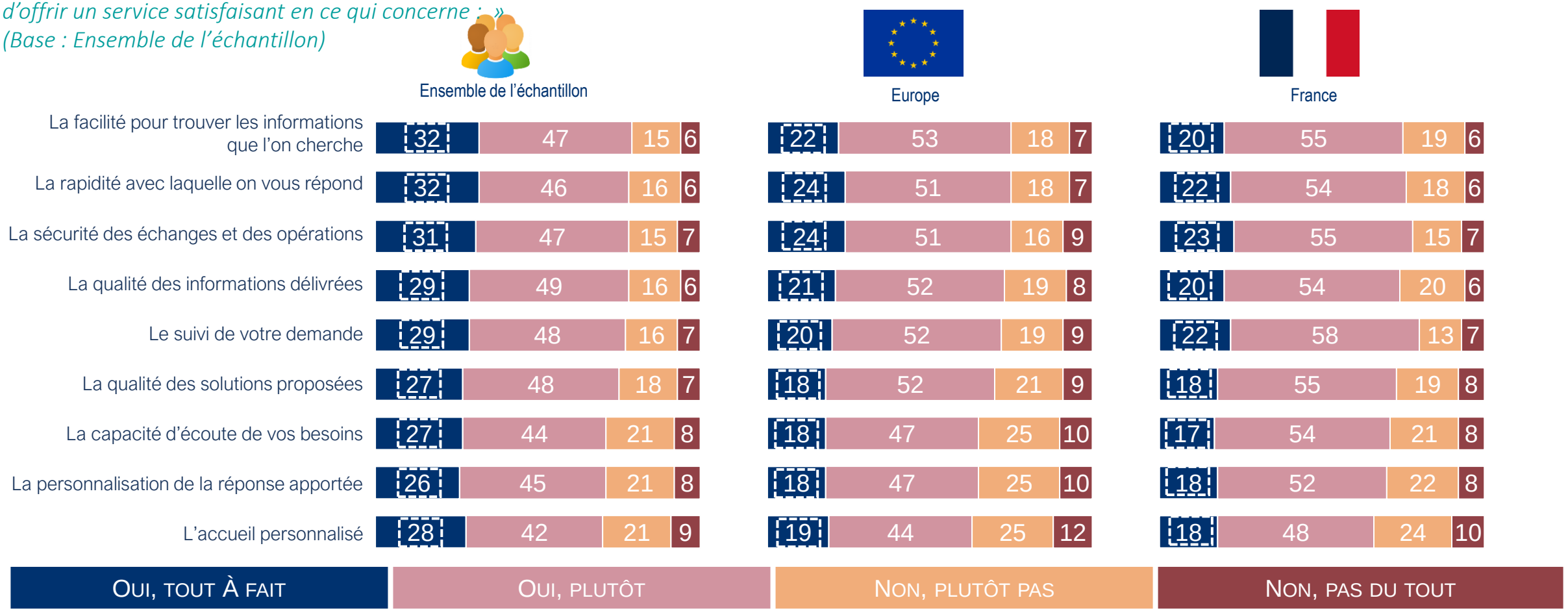
GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

3

UN MANQUE DE PROXIMITÉ ET DE PROACTIVITÉ DES BANQUES QUI VA DE PAIR AVEC UNE SATISFACTION MODÉRÉE À L'ÉGARD DES OUTILS NUMÉRIQUES PROPOSÉS

Malgré leur omniprésence, les outils numériques ne suscitent pas une forte satisfaction, notamment en ce qui concerne la personnalisation des services et de l'accueil, la capacité d'écoute ou encore la qualité des solutions proposées.

Question : « Plus précisément, pensez-vous que les outils numériques (site internet, messagerie instantanée, application mobile, etc.) permettent aux banques d'offrir un service satisfaisant en ce qui concerne : »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

4

EN FRANCE, L'INTÉRÊT DES CLIENTS POUR DES ACTEURS NON BANCAIRES EST PLUS MODÉRÉ QUE DANS LES AUTRES PAYS EUROPÉENS MAIS BEAUCOUP POURRAIENT SE LAISSER TENTER

Par rapport à l'ensemble des répondants, les Français se montrent beaucoup plus dubitatifs sur les acteurs non bancaires. Ils sont systématiquement moins nombreux à se dire prêts à ouvrir un compte chez un de ces acteurs.

Question : « Seriez-vous prêt à avoir un compte chez chacun des acteurs suivants si demain, ils proposaient des produits financiers intéressants ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

	Ensemble de l'échantillon				% « Oui »	Europe				% « Oui »	France				% « Oui »
Les grands acteurs du commerce de biens ou de services en ligne (Amazon, Alibaba, Uber…)	19	27	23	31	46	10	23	26	41	33	8	18	24	50	26
Les acteurs de la distribution d'électricité, de gaz ou d'eau	19	27	25	29	46	9	24	30	37	33	7	19	27	47	26
Les fournisseurs de matériel et logiciel High Tech (Apple, Microsoft, etc.)	18	28	25	29	46	9	23	29	39	32	7	17	27	49	24
Les fournisseurs de solutions de messagerie et de moteur de recherche (ex Google)	18	26	25	31	44	9	22	28	41	31	7	16	25	52	23
Les opérateurs télécom (Orange, SFR, …autres opérateurs selon pays)	17	26	27	30	43	8	22	31	39	30	6	18	29	47	24
Les plateformes de réseaux sociaux (Facebook, …)	16	21	23	40	37	7	17	25	51	24	6	12	20	62	18

Oui, certainement | Oui, probablement | Non, probablement pas | Non, certainement pas

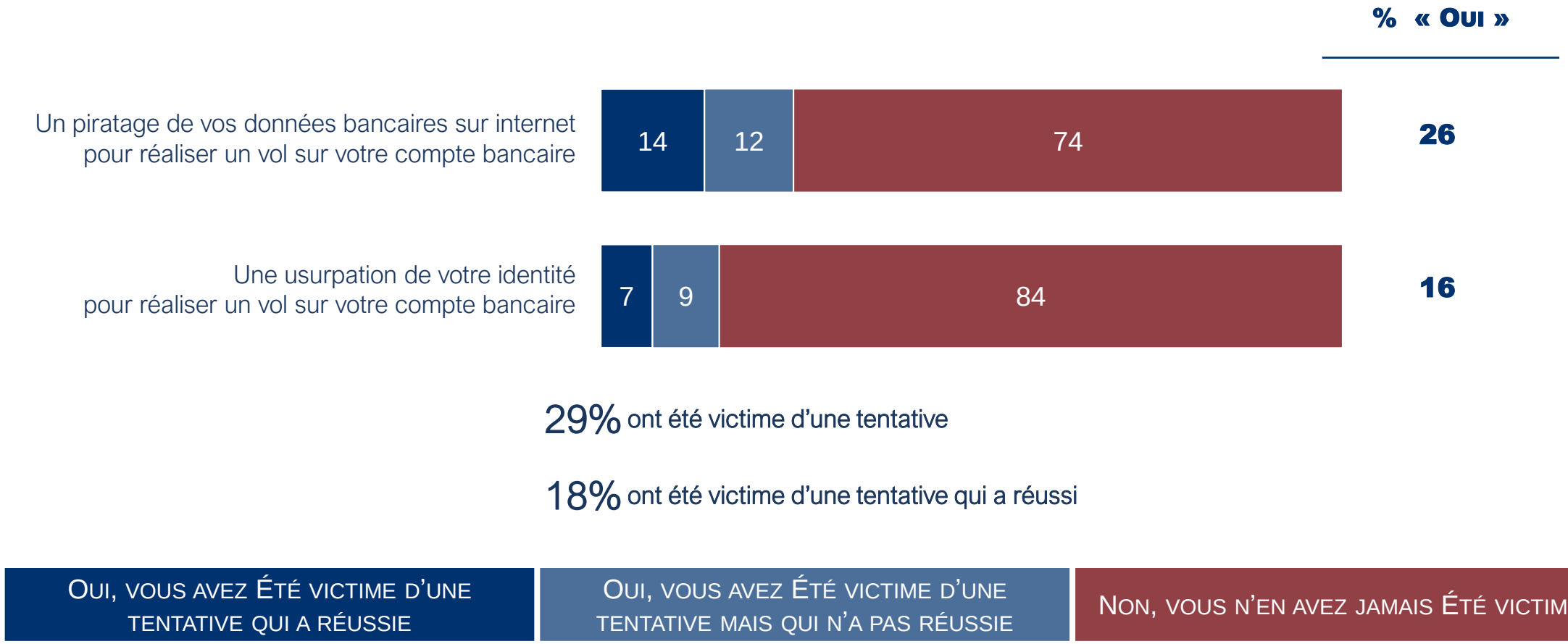
GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

5

LA DIGITALISATION N'EST PAS SANS DANGER POUR LES CLIENTS : LES PROBLÈMES DE CYBER SÉCURITÉ FONT PARTIE DE LEUR QUOTIDIEN ET LA RÉPONSE DES BANQUES N'EST PAS TOUJOURS SATISFAISANTE

Plus d'un client français sur quatre a déjà fait l'objet d'une tentative de piratage de ses données bancaires ou d'usurpation d'identité ; une tentative qui a abouti près d'1 fois sur 5.

Question : « Avez-vous été victime de chacune des situations suivantes ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

Les personnes victimes de tentatives de piratage sont plus souvent des jeunes, qui consultent plus souvent leurs comptes, plus investisseurs dans de la cryptomonnaie.

<u>Ces clients sont surtout :</u>

Jeunes (36% ont moins de 35 ans)

Des personnes qui consultent souvent leur compte (52% le font au moins une fois par jour)

Des personnes ayant davantage investi dans la cryptomonnaie (29%)

Clients de plusieurs banques (48%)

La mise en place de l'identité renforcé est le moyen qui les convainc le plus (54%) même s'ils sont moins nombreux à considérer cela que la moyenne des répondants (61%)

Ils sont plus convaincus que la moyenne par **la mise en place d'un intermédiaire de confiance pour transmettre leurs données** (26% contre 17%)

Ils sont attirés par la possibilité de nouveaux acteurs, notamment les grands acteurs du commerce en ligne (42% contre 26% pour l'ensemble des répondants).

Malgré la tentative de piratage dont ils ont été victimes, 76% d'entre eux (et 80% de ceux victimes d'une tentative qui a réussi) considèrent que **le digital a contribué à la sécurité des échanges et des opérations avec leur banque**

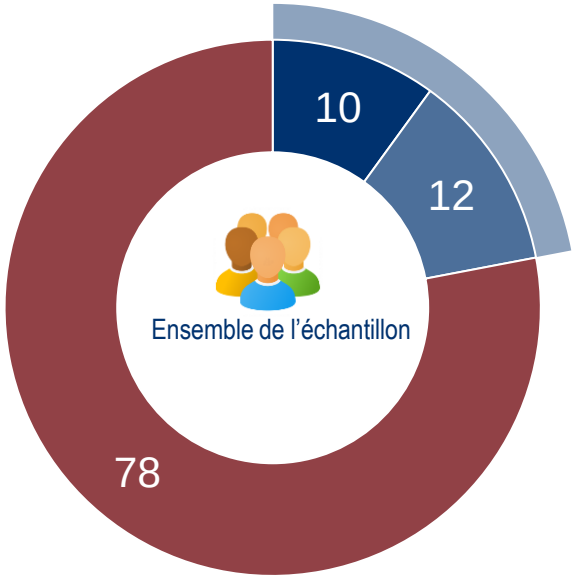
GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

En France, le nombre personnes victime d'une tentative de piratage de leur données bancaires est plus élevé que la moyenne.

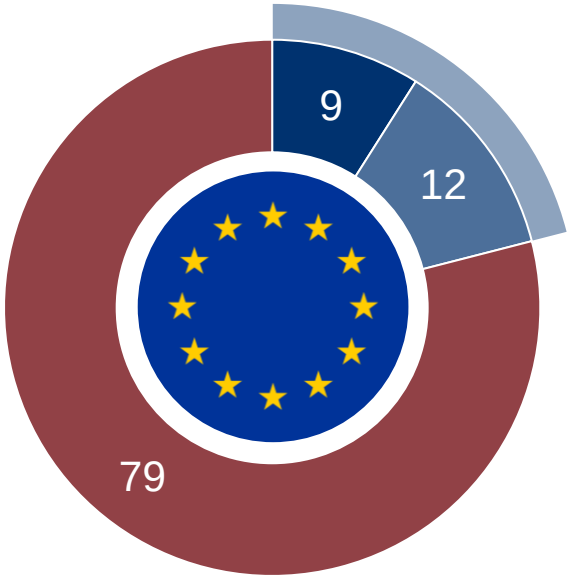
Question : « Avez-vous été victime de chacune des situations suivantes ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

UN PIRATAGE DE VOS DONNÉES BANCAIRES SUR INTERNET POUR RÉALISER UN VOL SUR VOTRE COMPTE BANCAIRE

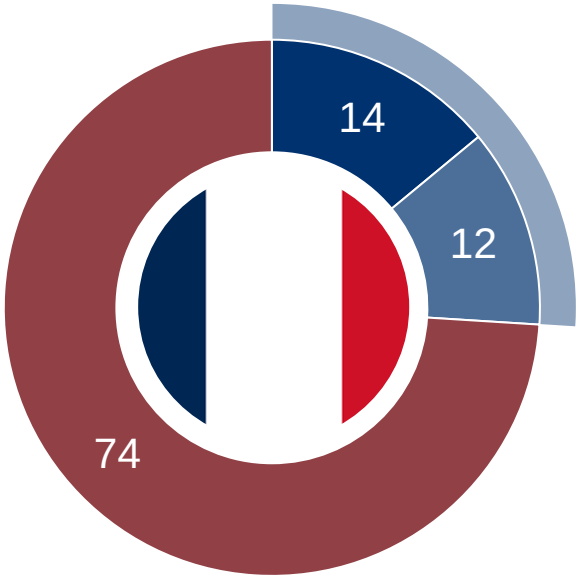
% « Oui » : 22



% « Oui » : 21



% « Oui » : 26



Oui, vous avez été victime d'une tentative qui a réussie	Oui, vous avez été victime d'une tentative mais qui n'a pas réussie	Non, vous n'en avez jamais été victime

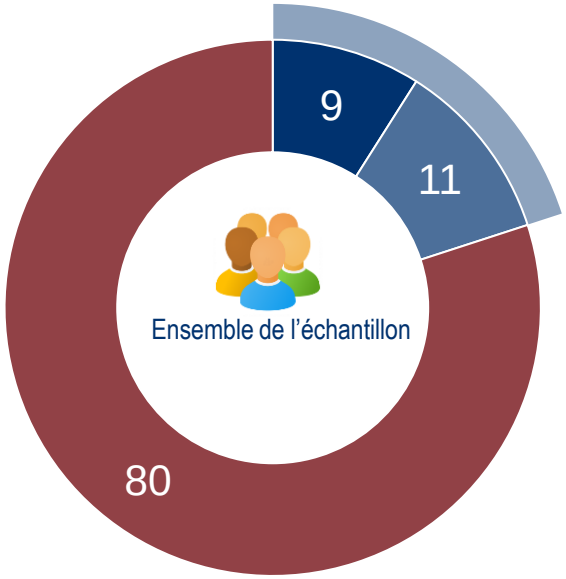
GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

En revanche, les cas de tentative d'usurpation d'identité sont moins nombreux en France.

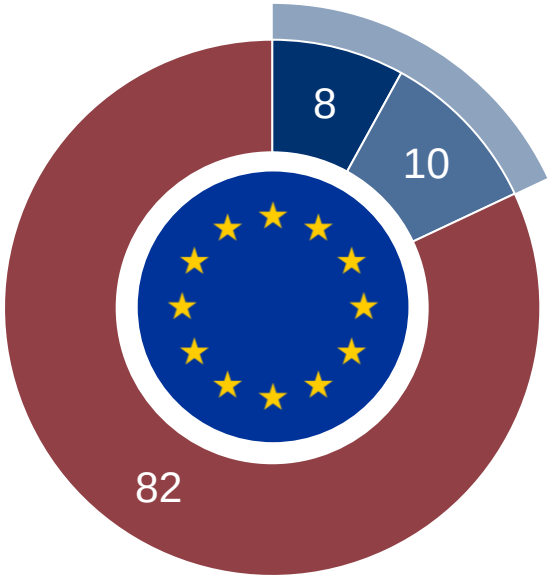
Question : « Avez-vous été victime de chacune des situations suivantes ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

UNE USURPATION DE VOTRE IDENTITÉ POUR RÉALISER UN VOL SUR VOTRE COMPTE BANCAIRE

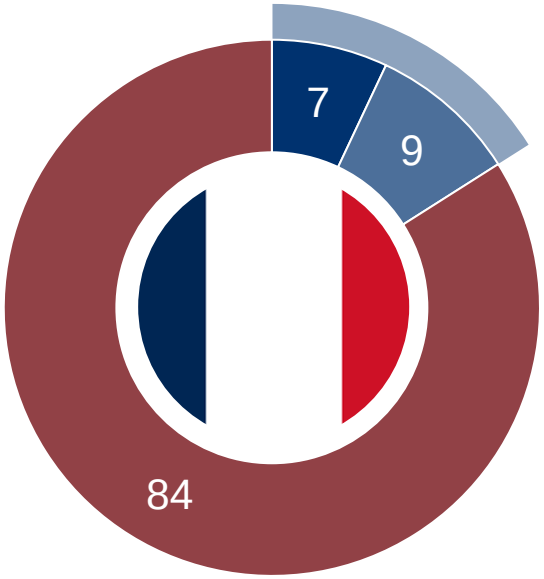
% « Oui » : 20



% « Oui » : 18



% « Oui » : 16



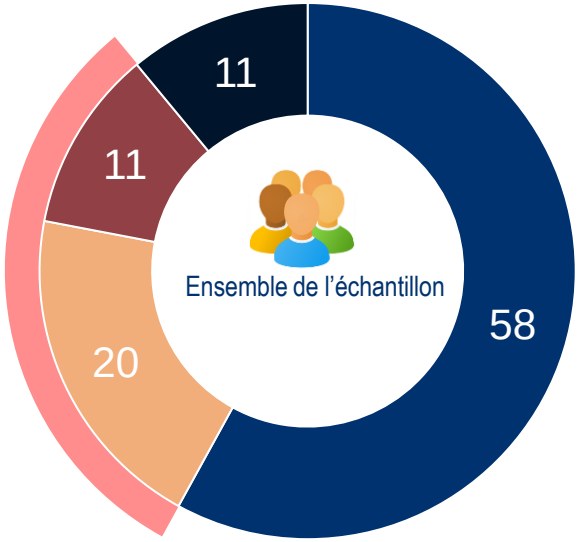
Oui, vous avez été victime d'une tentative qui a réussie	Oui, vous avez été victime d'une tentative mais qui n'a pas réussie	Non, vous n'en avez jamais été victime

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

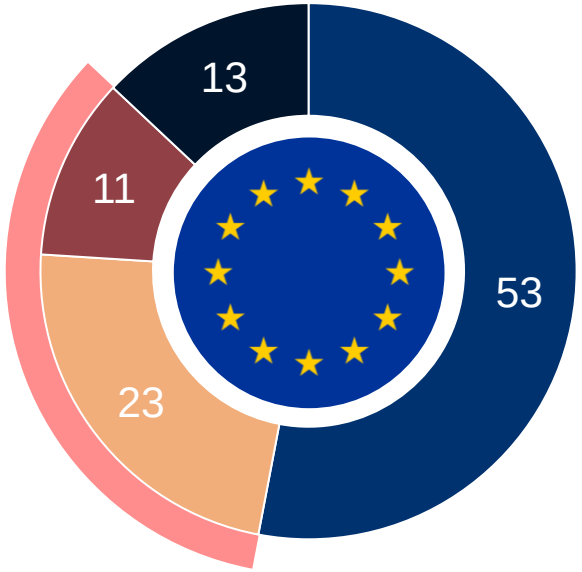
Si dans la majorité des cas, en France comme pour l'ensemble, la banque est intervenue efficacement, près d'un tiers des clients constate que l'intervention a été inefficace ou bien n'a carrément pas eu lieu.

Question : « Et face aux conséquences de ce piratage, quelle a été la réaction de votre banque ? »
(Base : À ceux qui ont été victime d'un piratage)

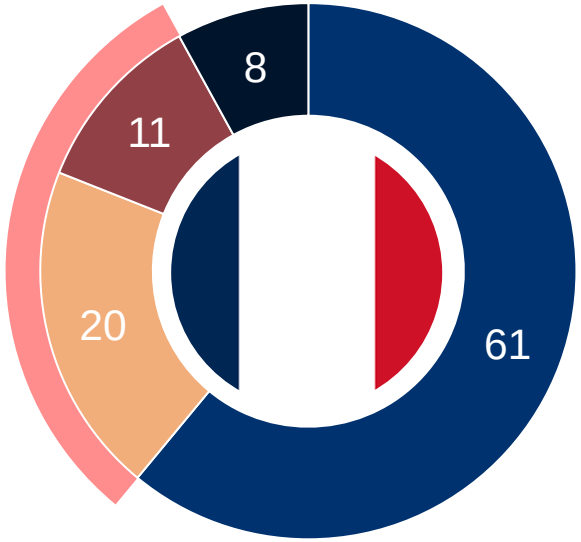
% N'A PAS ÉTÉ EFFICACE OU N'EST PAS INTERVENUE : 31



% N'A PAS ÉTÉ EFFICACE OU N'EST PAS INTERVENUE : 34



% N'A PAS ÉTÉ EFFICACE OU N'EST PAS INTERVENUE : 31

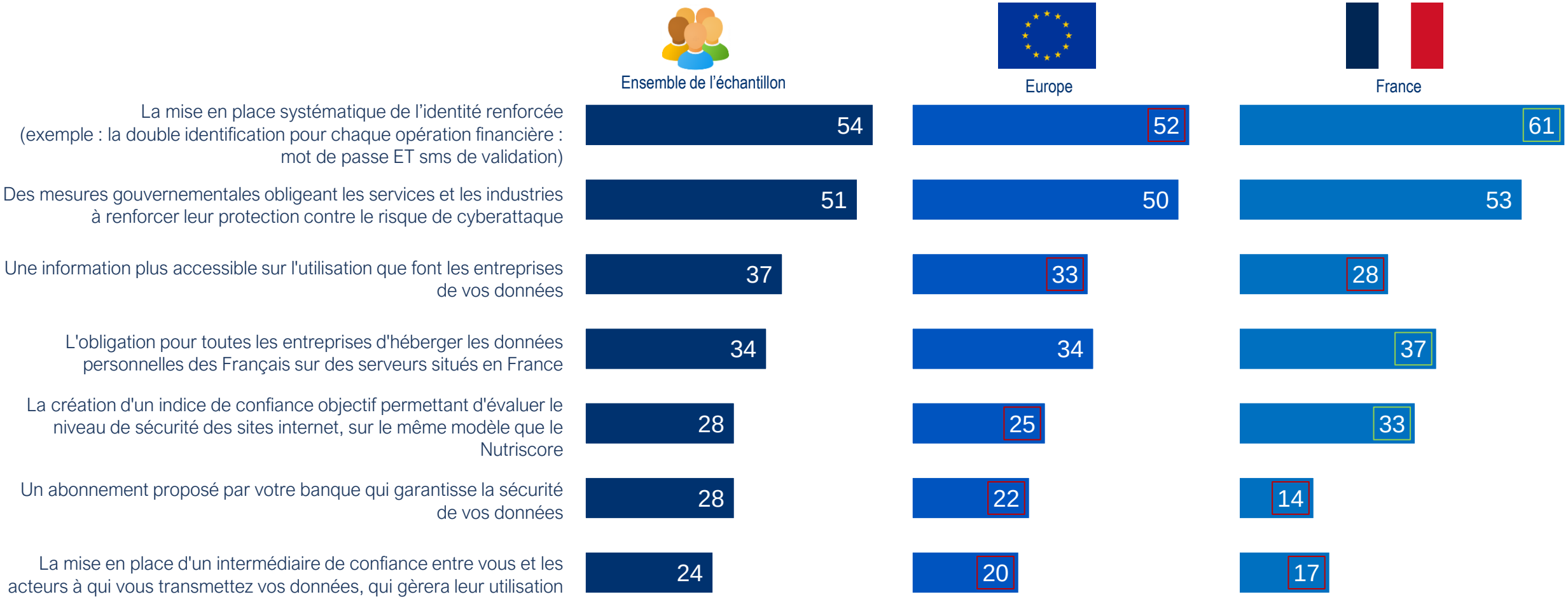


ELLE EST INTERVENUE ET ELLE A ÉTÉ EFFICACE	ELLE EST INTERVENUE MAIS ELLE N'A PAS ÉTÉ EFFICACE	ELLE N'EST PAS INTERVENUE ALORS QU'ELLE AURAIT DÛ LE FAIRE	ELLE N'A PAS EU BESOIN D'INTERVENIR

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

La réassurance des clients passe aujourd'hui en priorité par la mise en place systématique de l'identité renforcée et des mesures gouvernementales obligeant les services et les industries à renforcer leur protection contre le risque de cyberattaque.

Question : « Qu'est ce qui parmi ces propositions pourrait vous rassurer sur la sécurisation de vos comptes et de vos transactions face aux risques de piratage et de cyberattaques ? » (Base : Ensemble de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles



GAME CHANGERS

6

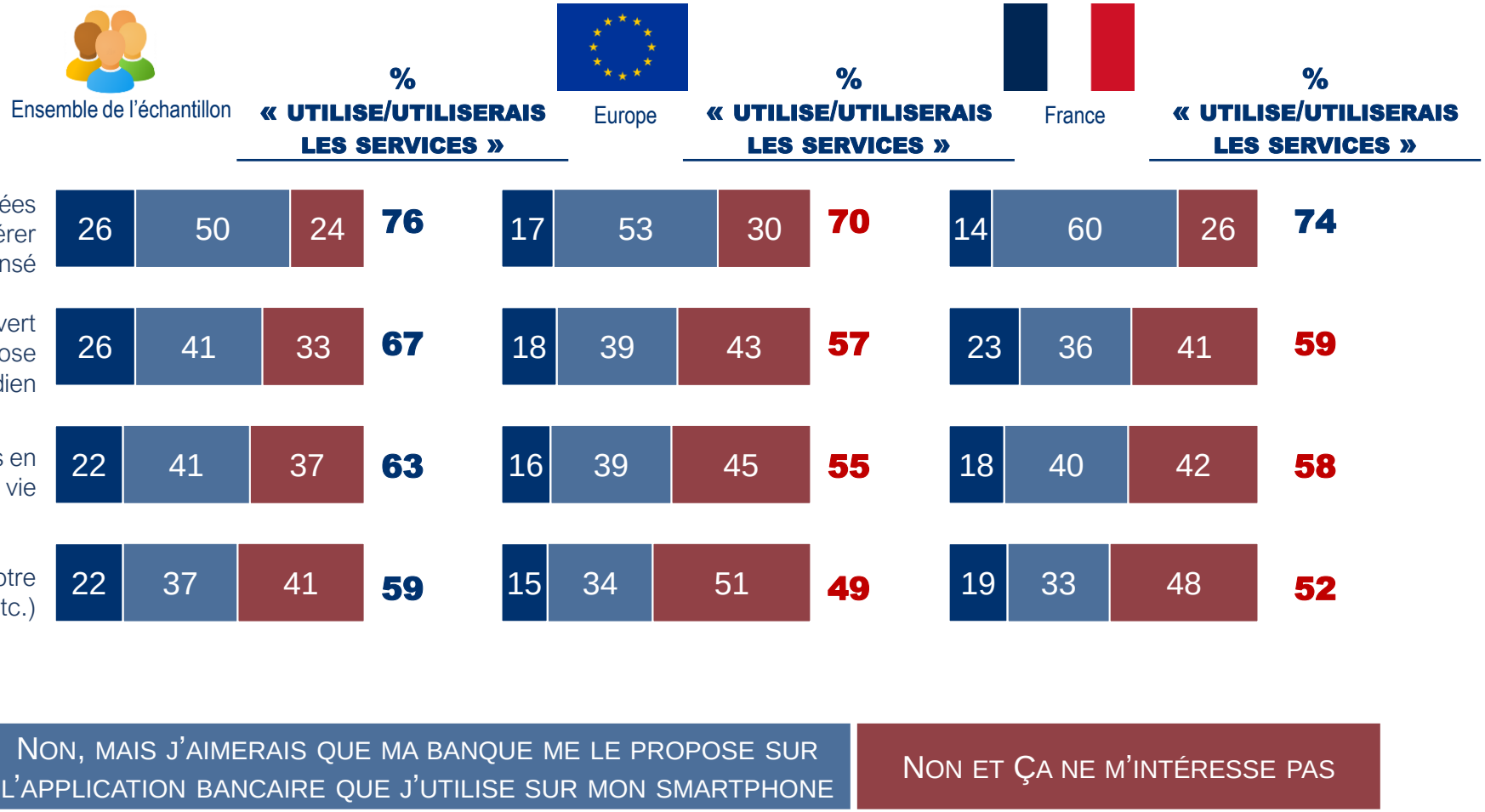
UN INTÉRÊT MOINS PRONONCÉ AUPRÈS DES RÉPONDANTS FRANÇAIS POUR DE POTENTIELS NOUVEAUX SERVICES PROPOSÉS PAR LES BANQUES

6A

DANS LA VIE QUOTIDIENNE : DES APPLICATIONS SUR SMARTPHONE OFFRANT PLUS DE PROXIMITÉ, DE CONSEILS PERSONNALISÉS AU JOUR LE JOUR ET DE RÉACTIVITÉ

Dans la vie de tous les jours, d'abord des services qui permettent aux clients de gagner en pouvoir d'achat mais aussi des conseils sur certains placements financiers en fonction de leurs différents moments de vie : de la proximité, de l'adaptation et de la réactivité.

Question : « Si votre banque vous les proposait seriez-vous prêt à utiliser les services suivants »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



OUI, ET JE L'UTILISE DÉJÀ | NON, MAIS J'AIMERAIS QUE MA BANQUE ME LE PROPOSE SUR L'APPLICATION BANCAIRE QUE J'UTILISE SUR MON SMARTPHONE | NON ET ÇA NE M'INTÉRESSE PAS

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

6B

POUR RÉALISER SES PAIEMENTS : DES APPLICATIONS SUR SMARTPHONE OFFRANT PLUS D'UNICITÉ, DE PRATICITÉ ET DE FACILITÉ

En revanche, en ce qui concerne les nouveaux services de paiement, les Français sont souvent plus critiques que la moyenne des Européens.

Question : « Si votre banque vous les proposait seriez-vous prêt à utiliser les services suivants »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

	Ensemble de l'échantillon			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »	Europe			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »	France			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »
Regrouper tous vos moyens de paiement dans une seule application (cartes de crédit, paiement par virement…)	32	36	32	68	27	34	39	61	25	29	46	54
Réaliser des transferts d'argent quel que soit le pays facilement et en temps réel	31	37	32	68	26	35	39	61	21	29	50	50
Pouvoir payer un achat en plusieurs fois (paiement fractionné)	24	37	39	61	17	34	49	51	18	36	46	54
Remplacer votre carte bancaire physique par une carte numérique (paiement via votre téléphone mobile)	27	31	42	58	21	27	52	48	13	26	61	39
Effectuer des virements immédiats par un SMS	24	32	44	56	16	28	56	44	17	30	53	47
Remplacer toutes formes de paiements en espèces par des moyens de paiements exclusivement numériques	24	30	46	54	17	26	57	43	14	24	62	38
Profiter de micro-crédits instantanés	16	33	51	49	9	28	63	37	9	27	64	36

OUI, ET JE L'UTILISE DÉJÀ | NON, MAIS J'AIMERAIS QUE MA BANQUE ME LE PROPOSE SUR L'APPLICATION BANCAIRE QUE J'UTILISE SUR MON SMARTPHONE | NON ET ÇA NE M'INTÉRESSE PAS

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

6C

POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT : DES CONSEILS PERSONNALISÉS SUR SMARTPHONE MAIS AUSSI UNE TRÈS FORTE DISPONIBILITÉ LORSQUE LE BESOIN S'EN FAIT SENTIR

Dans le domaine de l'expérience client, la mise en place de conseils d'investissements financiers personnalisés est plébiscitée, même si les Français, comme les Européens, se montrent moins enthousiastes que la moyenne.

Question : « Si votre banque vous les proposait seriez-vous prêt à utiliser les services suivants »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

	Ensemble de l'échantillon			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »	Europe			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »	France			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »
Vous donner des conseils personnalisés en termes d'investissements financiers pour gagner plus d'argent ou faire plus d'économies	25	44	31	**69**	19	42	39	**61**	17	43	40	**60**
Joindre un conseiller à tout moment, 24h sur 24h, tous les jours de l'année	27	41	32	**68**	19	40	41	**59**	20	42	38	**62**
Dialoguer avec un conseiller sur le canal de votre choix 24h sur 24h, tous les jours de l'année (tchat, mail, visio, réseaux sociaux...)	26	40	34	**66**	19	39	42	**58**	17	38	45	**55**

OUI, ET JE L'UTILISE DÉJÀ | NON, MAIS J'AIMERAIS QUE MA BANQUE ME LE PROPOSE SUR L'APPLICATION BANCAIRE QUE J'UTILISE SUR MON SMARTPHONE | NON ET ÇA NE M'INTÉRESSE PAS

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

6D

POUR LES OPÉRATIONS COURANTES : D'ABORD DES GAINS EN TERMES DE POUVOIR D'ACHAT, PLUS D'UNICITÉ ET DE CONSEILS PERSONNALISÉS

Dans le domaine des opérations courantes : des économies d'argent et de temps dans les démarches administratives, des solutions de regroupement des moyens de paiement et de l'ensemble de ses comptes et enfin des conseils suscitent l'intérêt, même si encore une fois les répondants français sont moins intéressés.

Question : « Si votre banque vous les proposait seriez-vous prêt à utiliser les services suivants »

(Base : Ensemble de l'échantillon)

	Ensemble de l'échantillon			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »	Europe			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »	France			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »
Vous permettre d'économiser de l'argent ou de gagner du temps dans vos démarches administratives	24	45	31	69	16	45	39	61	13	50	37	63
Disposer d'une solution permettant de regrouper vos moyens de paiements et de consulter depuis l'interface de votre banque (web, mobile) l'ensemble de vos comptes, y compris ceux se trouvant dans d'autres établissements	26	38	36	64	20	34	46	54	23	29	48	52
Une solution de pilotage d'épargne et d'investissements qui vous guide dans vos choix en tenant compte de vos objectifs personnels, de vos contraintes et de votre niveau de risque accepté	21	41	38	62	15	38	47	53	13	36	51	49
Être coaché et accompagné personnellement pour économiser et mieux gérer vos revenus et dépenses	19	38	43	57	12	35	53	47	10	30	60	40
Un courtier en ligne qui facilite la comparaison des services proposés par les banques et qui optimise vos choix de services (emprunt, assurance, achat de titres…)	16	39	45	55	11	35	54	46	8	36	56	44
Centraliser la gestion de tous vos abonnements (deezer, netflix, salle de sport, téléphonie mobile...) pour vous faciliter le suivi de vos contrats	17	37	46	54	11	34	55	45	8	31	61	39

OUI, ET JE L'UTILISE DÉJÀ | NON, MAIS J'AIMERAIS QUE MA BANQUE ME LE PROPOSE SUR L'APPLICATION BANCAIRE QUE J'UTILISE SUR MON SMARTPHONE | NON ET ÇA NE M'INTÉRESSE PAS

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

6E

POUR LES AUTRES SERVICES : LES BANQUES LÉGITIMES POUR PROPOSER DES SERVICES D'ASSURANCE, DES SERVICES DE STOCKAGE MAIS AUSSI DES SERVICES IMMOBILIERS, DES PROPOSITIONS DE VOYAGE OU ENCORE DES PROPOSITIONS D'INVESTISSEMENT DANS LES CRYPTOMONNAIES

Dans le domaine des autres services, la légitimité des banques est forte pour bon nombre de leurs clients, mais assez faible pour les clients français et européens.

Question : « Si votre banque vous les proposait seriez-vous prêt à utiliser les services suivants »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

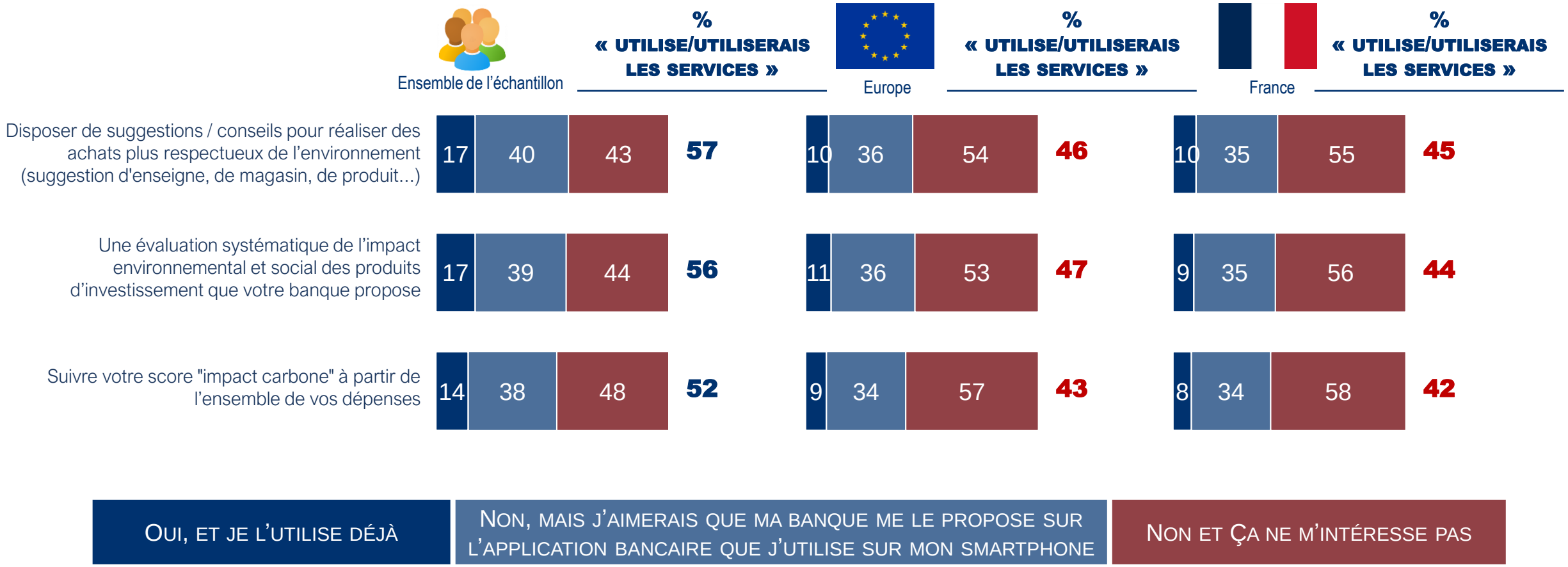
	Ensemble de l'échantillon			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »	Europe			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »	France			% « UTILISE/UTILISERAIS LES SERVICES »
Des services d'assurance pour votre habitation, votre famille, vos voyages….	27	34	39	61	22	31	47	53	26	26	48	52
Un service numérique de stockage sécurisé de vos factures et autres documents importants	20	39	41	59	15	35	50	50	15	29	56	44
Des services immobiliers (accompagnement dans le choix d'un achat ou d'une location immobilière, et dans les procédures administratives)	17	35	48	52	11	31	58	42	11	31	58	42
Un abonnement de téléphonie mobile	20	27	53	47	11	23	66	34	10	18	72	28
Des propositions de voyages	14	33	53	47	8	27	65	35	7	29	64	36
Vous proposer d'investir dans des cryptomonnaies	14	31	55	45	8	25	67	33	7	23	70	30

OUI, ET JE L'UTILISE DÉJÀ | NON, MAIS J'AIMERAIS QUE MA BANQUE ME LE PROPOSE SUR L'APPLICATION BANCAIRE QUE J'UTILISE SUR MON SMARTPHONE | NON ET ÇA NE M'INTÉRESSE PAS

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

Un intérêt moins important en France et en Europe pour les services ayant un caractère écologique.

Question : « Si votre banque vous les proposait seriez-vous prêt à utiliser les services suivants »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

6F

FOCUS SUR LE PROFIL DES PERSONNES INTÉRESSÉES PAR CES NOUVEAUX SERVICES BANCAIRES

On retrouve un intérêt systématiquement plus marqué pour les nouveaux services chez certains répondants : des jeunes, CSP +, clients de plusieurs banques et ayant l'habitude d'utiliser les outils digitaux pour contacter leur banque.

Parmi les différents types de répondants, certains se montrent systématiquement plus intéressés par ces potentiels nouveaux services. Il s'agit :

- De personnes jeunes (moins de 35 ans)
- De cadres ou des professions intermédiaires
- De personnes ayant un compte à la fois dans une banque traditionnelle et dans une banque en ligne
- De personnes clientes de plusieurs banques
- De personnes qui consultent leurs comptes en banque au moins une fois par jour
- De personnes qui contactent leur banque via leur application mobile
- De personnes qui sont intéressés par les potentiels nouveaux acteurs du secteur bancaire
- De personnes sensibles à l'écologie

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

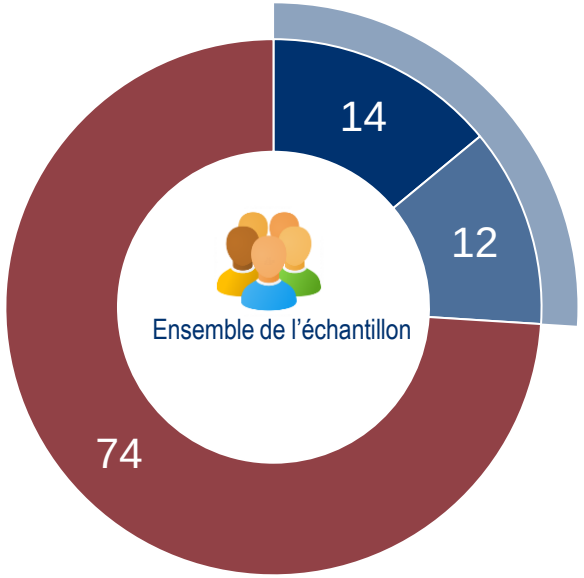
7

L'ACCOMPAGNEMENT PAR LES BANQUES DANS L'INVESTISSEMENT DE CRYPTOMONNAIES, QUELLES ATTENTES DE LA PART DES CLIENTS BANCAIRES ? UN AXE DE DÉVELOPPEMENT POUR LES BANQUES ?

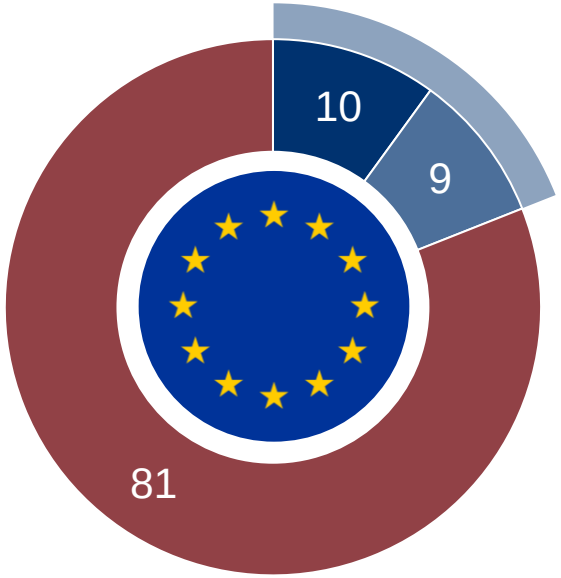
Si près d'un client sur quatre a déjà investi dans les cryptomonnaies, les Français sont nettement moins nombreux à l'avoir déjà fait

Question : « Avez-vous déjà investi dans de la cryptomonnaie ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

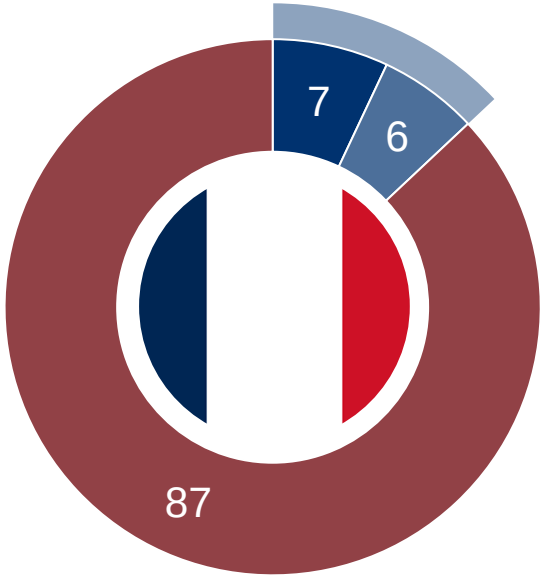
% « Oui » : 26



% « Oui » : 19



% « Oui » : 13



Oui, plusieurs fois	Oui, une fois	Non

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

Les répondants investissant de la cryptomonnaie sont plutôt des hommes, des personnes très connectées à leur banque, des personnes sensibles à l'écologie et multi-clients des banques.

<u>Ces clients sont surtout :</u>

Des hommes (60%)

Jeunes (61% ont moins de 35 ans)

Des cadres (26%) ou des professions intermédiaires (34%)

Des personnes qui consultent souvent leur compte (61% le font au moins une fois par jour)

Des personnes sensibles à l'écologie (49%)

Des clients de plusieurs banques (64%)

Ils ont souvent été en contact avec leur banque pendant les moments importants de leur vie, et ont pris plus souvent contact que la moyenne des répondants

Ils feraient confiance à leur banque, et se montreraient intéressés :
- Pour être informés sur les cryptomonnaies (57%)
- Pour leur servir d'intermédiaire (54%)

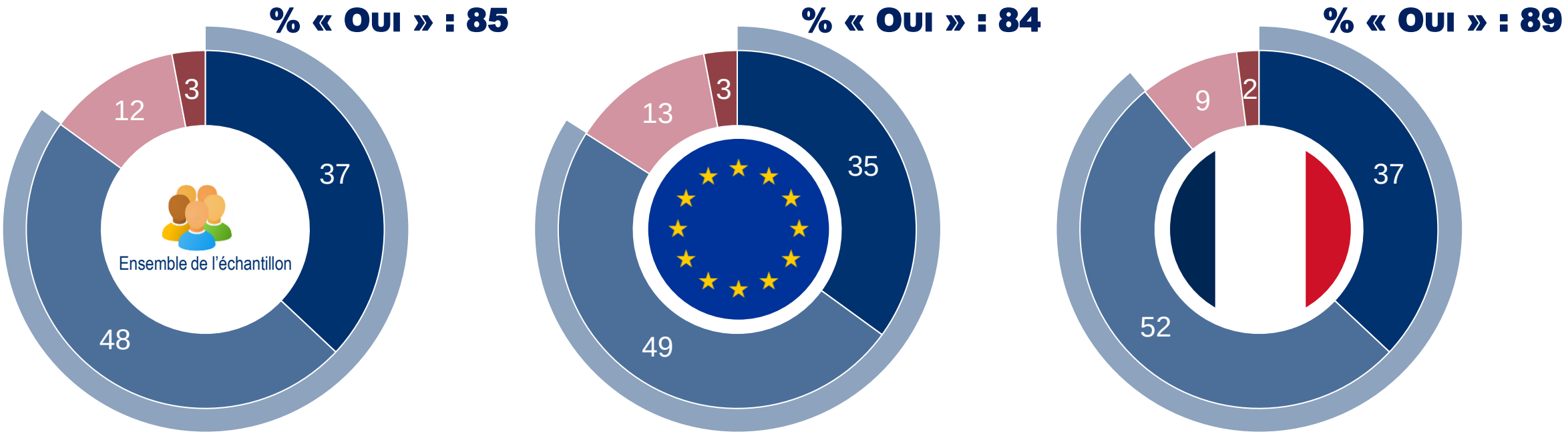
Ils sont systématiquement plus intéressés que la moyenne des répondants par les nouveaux services

Ils sont plus souvent victimes de piratage, ceux qui ont subi une tentative sont plus nombreux à considérer que leur banque n'a pas été efficace

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

Une confiance majoritaire mais modérée des investisseurs en cryptomonnaie dans les organismes qui les accompagnent actuellement.

Question : « Avez-vous confiance dans l'intermédiaire par lequel vous êtes passé pour investir dans de la cryptomonnaie ? »
(Base : À ceux qui ont déjà investi dans de la cryptomonnaie)

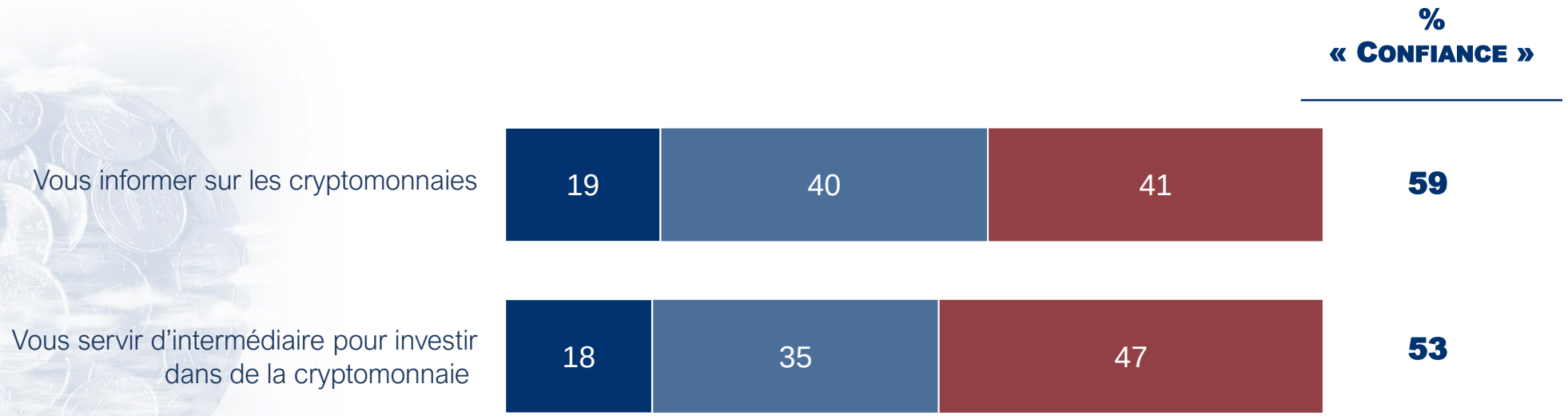


Oui, tout à fait	Oui, plutôt	Non, plutôt pas	Non, pas du tout

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

Une majorité des clients français ferait confiance à leur banque pour investir dans de la cryptomonnaie et un sur cinq serait intéressé par ces services en matière de cryptomonnaie.

Question : « Feriez-vous confiance à votre/vos banque(s) pour vous proposer les services suivants ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



Oui, je lui ferai confiance et cela m'intéresse | Oui, je lui ferai confiance mais cela ne m'intéresse pas | Non, je ne lui ferai pas confiance

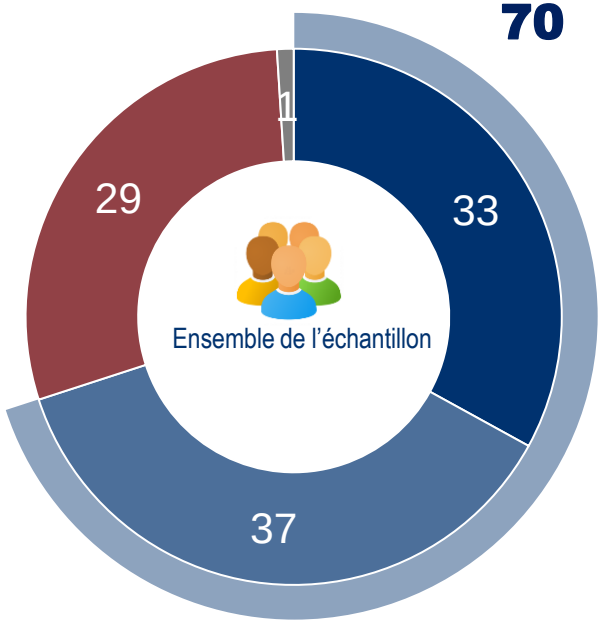
GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

Un intérêt moins marqué en France, dans un pays où l'investissement dans de la cryptomonnaies est plus faible.

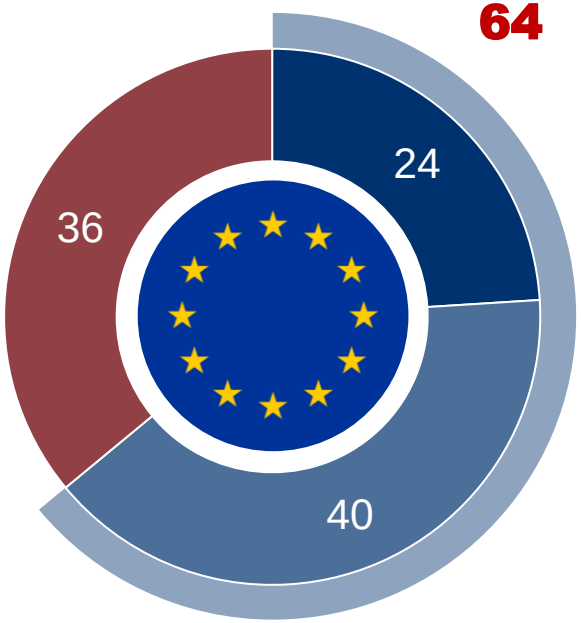
Question : « Feriez-vous confiance à votre/vos banque(s) pour vous proposer les services suivants ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

VOUS INFORMER SUR LES CRYPTOMONNAIES

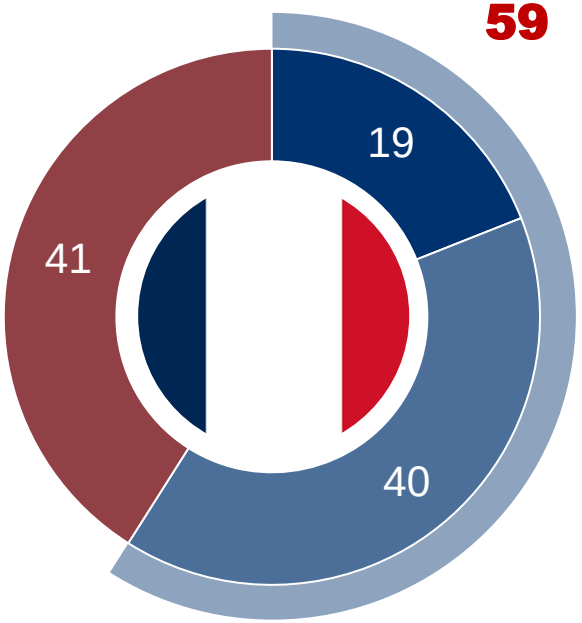
% « CONFIANCE » : 70



% « CONFIANCE » : 64



% « CONFIANCE » : 59



OUI, JE LUI FERAI CONFIANCE ET CELA M'INTÉRESSE	OUI, JE LUI FERAI CONFIANCE MAIS CELA NE M'INTÉRESSE PAS	NON, JE NE LUI FERAI PAS CONFIANCE	NE SE PRONONCE PAS

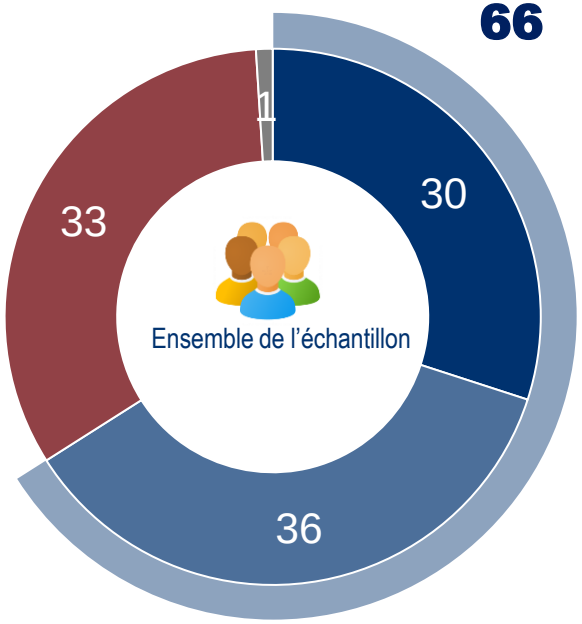
GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

De la même manière, le souhait de voir sa banque servir d'intermédiaire est moins fort en France.

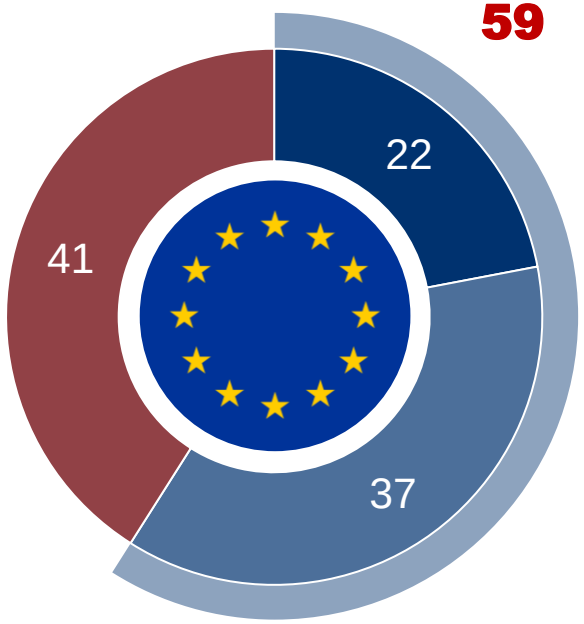
Question : « Feriez-vous confiance à votre/vos banque(s) pour vous proposer les services suivants ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

VOUS SERVIR D'INTERMÉDIAIRE POUR INVESTIR DANS DE LA CRYPTOMONNAIE

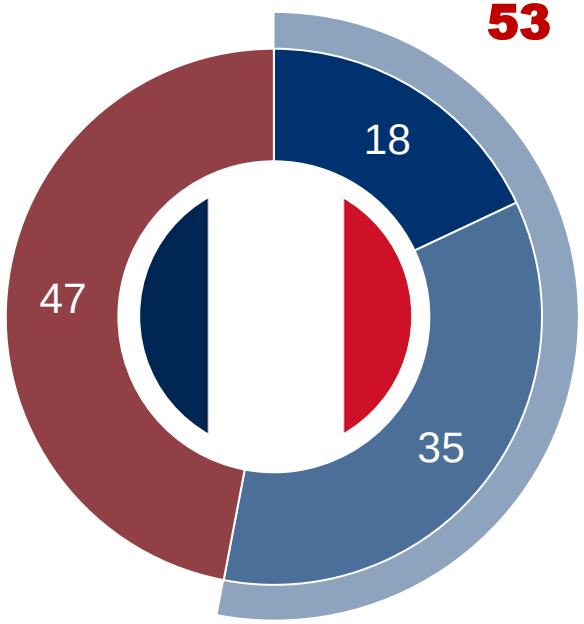
% « CONFIANCE » : 66



% « CONFIANCE » : 59



% « CONFIANCE » : 53



OUI, JE LUI FERAI CONFIANCE ET CELA M'INTÉRESSE	OUI, JE LUI FERAI CONFIANCE MAIS CELA NE M'INTÉRESSE PAS	NON, JE NE LUI FERAI PAS CONFIANCE	NE SE PRONONCE PAS

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

8

L'ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL DES BANQUES : UN CRITÈRE DE CHOIX MAIS QUI RESTE MOINS IMPORTANT EN FRANCE

L'engagement des banques pour lutter contre le réchauffement climatique est un critère de choix fort pour les clients, mais moins important pour les clients français.

Question : « Etes-vous d'accord avec les propositions suivantes. Pour moi, le critère de la lutte contre le réchauffement climatique… : »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

	Ensemble de l'échantillon				% « Oui »	Europe				% « Oui »	France				% « Oui »
Est suffisamment pris en compte sérieusement par ma banque	19	40	30	11	59	15	41	31	13	56	10	37	37	16	47
Est un critère important pour choisir mes placements	22	35	26	17	57	17	36	27	20	53	16	35	29	20	51
Est plus important que le niveau de rentabilité de mes placements	20	35	29	16	55	15	35	31	19	50	14	32	34	20	46
Est un critère important pour choisir ma banque	19	33	30	18	52	15	34	31	20	49	14	32	32	22	46

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

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

Le profil des clients sensibles aux critères environnementaux : plus souvent des cadres, des possesseurs de comptes dans des banques en ligne, investisseurs en cryptomonnaie, plus intéressés par les nouveaux services digitaux.

Nous avons identifié 25% des répondants comme étant des personnes sensibles à l'écologie

Ces clients sont surtout :

Des jeunes (38% ont moins de 35 ans)

Des clients de plusieurs banques (47%)

Des personnes consultant souvent leur compte (53% le font au moins une fois par jour)

Des personnes ayant un compte dans une banque traditionnelle et en ligne (33%)

Des personnes ayant plus souvent investi dans la cryptomonnaie (26%)

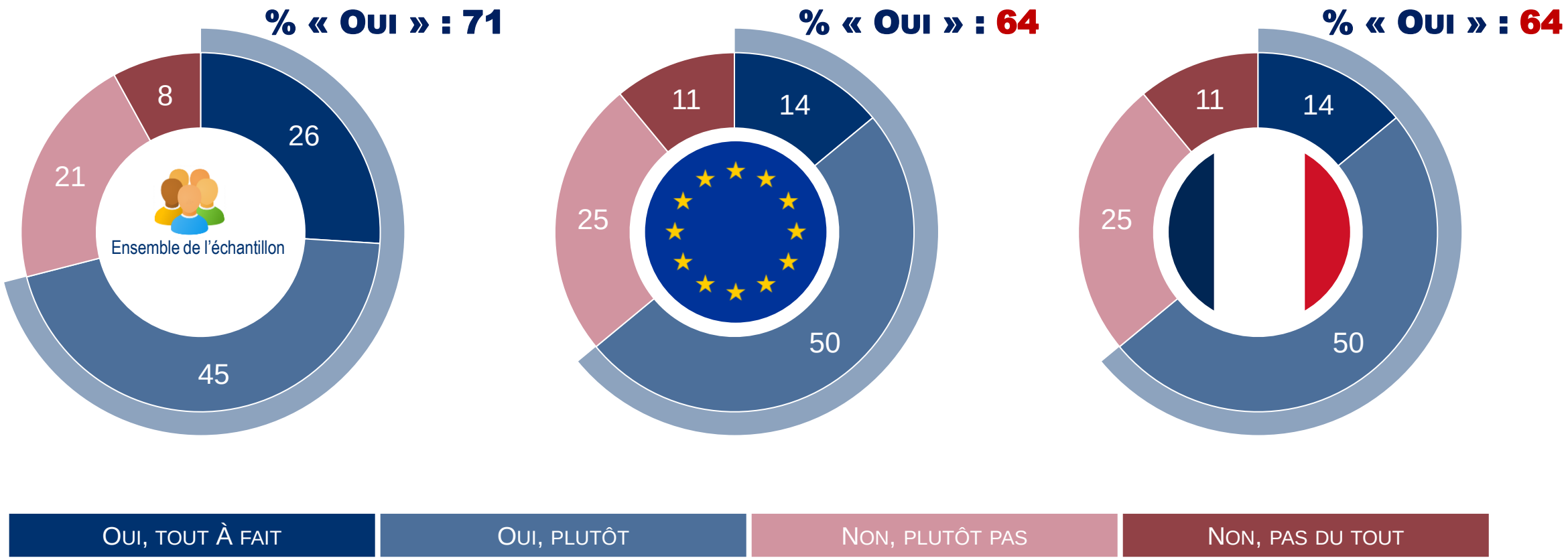
Ils sont systématiquement **plus intéressés par les nouveaux services**, et **notamment les services à vocation écologique** comme une évaluation systématique de l'impact environnemental et social des produits qu'on leur propose (71% contre 44% pour l'ensemble)

Une grande majorité d'entre eux (82%) feraient **confiance à leur banque pour leur proposer des produits financiers et d'épargne plus respectueux de l'environnement**

Ils ont une **bonne opinion de l'apport du numérique à la qualité des services bancaires**

Néanmoins, la confiance est modérée : moins d'un 1 client français sur 5 ferait tout à fait confiance à sa banque pour lui proposer des produits véritablement respectueux de l'environnement.

Question : « Si demain votre banque vous proposait des produits financiers et d'épargne, plus respectueux de l'environnement, est-ce que vous feriez confiance à votre banque pour que ces produits soient véritablement respectueux de l'environnement ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

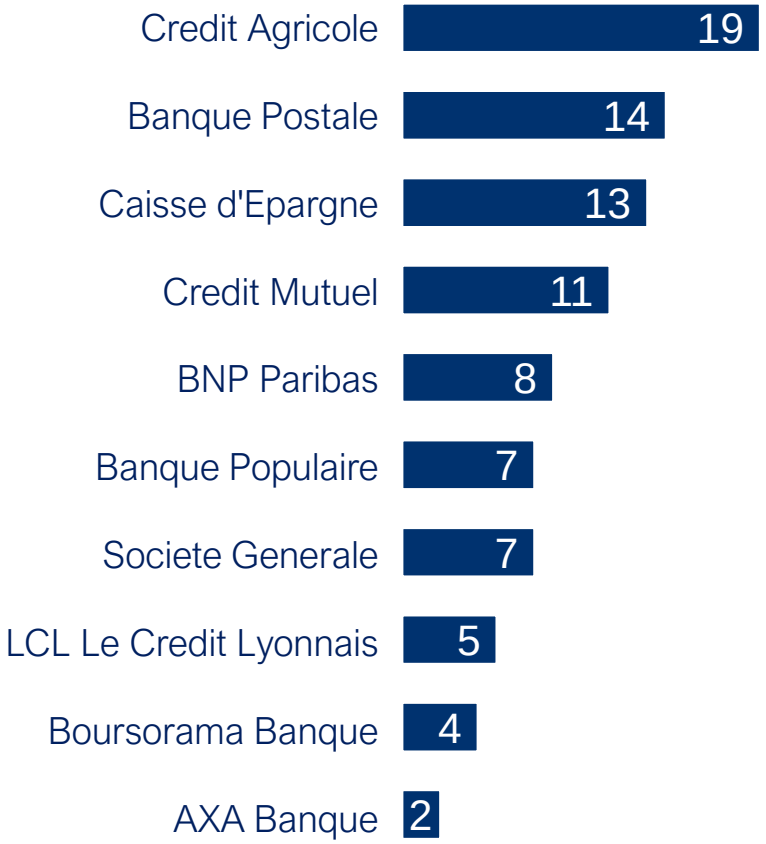
ANNEXES

ANNEXE 1

PRINCIPALES BANQUES

LISTE DES PRINCIPALES BANQUES - FRANCE

Question : « Quel est le nom de votre banque principale, c'est-à-dire celle dans laquelle vous avez le compte que vous utilisez le plus ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

ANNEXE 2

NOS ENGAGEMENTS

Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **Mar**ket Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**

- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.

- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

GAME CHANGERS

Fiabilité des résultats :
Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon :** structure et représentativité
- **Questionnaire :** le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage :** Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible…
- **Suivi du terrain :** La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,…).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

GAME CHANGERS Ipsos sopra steria

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

"Game Changers" – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.
La clef du succès se résume par une vérité simple :
« YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE* »

*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.

GAME CHANGERS Ipsos | sopra steria