

Sommaire

Contenu et méthodologie de l'étude	5
Les Français et leur banque	8
Le choix de sa banque principale	8
<i>La fidélité à sa banque</i>	8
<i>Les raisons du choix d'une banque</i>	10
<i>Les raisons d'un changement de banque, les critères de choix</i>	12
La volonté de changement de banque principale	15
<i>Les intentions de changement de banque dans les 6 prochains mois</i>	15
<i>Les critères décisifs ou importants dans le choix d'une nouvelle banque</i>	16
Le conseiller bancaire	18
La fréquentation de l'agence commerciale	18
L'accès à un conseiller référent, attiré	18
La fréquence de contact et d'échange avec son conseiller, les spécificités suivant le profil des clients (âge, revenus...)	19
Réactivité, expertise, autonomie... L'opinion sur le conseiller bancaire	21
<i>L'évaluation du conseiller suivant l'âge, la CSP des clients</i>	23
<i>L'évaluation du conseiller suivant la banque principale des clients</i>	24
Le conseiller par rapport aux autres sources d'information dans le cadre d'une souscription	27
Le conseiller bancaire vs l'algorithme	29
L'usage des services numériques, les spécificités suivant le profil des clients	31
La fréquence d'utilisation des services en ligne de la banque principale suivant les écrans	31
Le téléchargement de l'application mobile de la banque principale	33
La place du canal numérique suivant les opérations menées par les clients et leurs besoins	35
Les écrans utilisés suivant les opérations menées par les clients et leurs besoins	38
E-mail, visio-conférence, réseaux sociaux : les moyens utilisés pour contacter le service client	43
La souscription en ligne	45
Les produits et services financiers et d'assurance les plus souscrits sur Internet	45
Les facteurs et leviers favorables au développement de la souscription en ligne	48
L'opinion sur la qualité des services numériques des banques	51
L'évaluation des services en ligne suivant la banque principale des clients	52
Les nouveaux services numériques les plus attendus	54
Dématérialisation, archivage, « temps réel », pilotage des dépenses... Le niveau d'intérêt	54
Les spécificités selon l'âge des clients	56
Nouveaux services et données personnelles	57
La confiance dans l'exploitation des données clients par les banques	57
L'accès à de nouvelles données personnelles en contrepartie d'un meilleur service	57

Nouveaux modèles de financement participatif : connaissance, usages et opinions.....	61
La connaissance et le recours aux plates-formes de financement participatif	61
L'intérêt et les leviers d'utilisation des services de financement participatif	64
Les Français et les nouveaux opérateurs bancaires : acteurs Internet, télécoms, assureurs, grande distribution.....	65

Liste des graphiques

Graphique 1 Structure de l'échantillon initial (1 000 personnes) suivant le sexe et l'âge	5
Graphique 2 Structure de l'échantillon des moins de 35 ans (Millenials) suivant le sexe, l'âge et le statut..	6
Graphique 3 Le profil en matière de placement financier.....	7
Graphique 4 La banque principale des Français connectés	8
Graphique 5 La fréquence de changement de la banque principale des Français	9
Graphique 6 Les raisons du choix de la banque principale lorsqu'elle n'a jamais changé	10
Graphique 7 La principale raisons du choix de la banque principale lorsqu'elle n'a jamais changé.....	11
Graphique 8 La date du dernier changement de banque principale	12
Graphique 9 Les raisons du choix de la banque principale actuelle lorsqu'elle a changé	13
Graphique 10 La principale raison du choix de la banque principale actuelle lorsqu'elle a changé	14
Graphique 11 La volonté de changer de banque principale dans les 6 prochains mois	15
Graphique 12 Les critères de choix d'une nouvelle banque	16
Graphique 13 La fréquentation de l'agence de la banque principale	18
Graphique 14 L'accès à un conseiller bancaire attiré, référent	19
Graphique 15 La fréquence des contacts et échanges avec son conseiller bancaire suivant le revenu du foyer des clients.....	20
Graphique 16 La fréquence des contacts et échanges avec son conseiller bancaire suivant l'âge des clients	20
Graphique 17 L'opinion des clients sur leur conseiller bancaire suivant différents critères (réactivité, expertise, autonomie...)	22
Graphique 18 L'opinion des clients sur le conseiller bancaire selon la banque principale (Moyenne sur 10 des notes aux 7 critères)	26
Graphique 19 Les sources d'information préalables à la souscription d'un produit financier.....	27
Graphique 20 Les sources d'information les plus fiables en matière de souscription d'un placement ou produit financier	28
Graphique 21 Les sources d'information les plus faciles à comprendre en matière de souscription d'un placement ou produit financier	29
Graphique 22 Le conseiller bancaire face à l'algorithme	30
Graphique 23 La fréquence d'utilisation des services de banque en ligne suivant les écrans	32
Graphique 24 Le téléchargement et l'utilisation de l'application de gestion de compte	34
Graphique 25 Le canal le plus utilisé suivant les opérations bancaires menées par les clients ou leurs besoins	36
Graphique 26 L'écran le plus utilisé suivant les opérations menées par les clients ou leurs besoins parmi les clients multi-équipés	39
Graphique 27 L'écran le plus utilisé suivant les opérations bancaires menées par les clients par les personnes de moins de 35 ans	42
Graphique 28 Les moyens utilisés pour contacter le service client.....	43
Graphique 29 Les produits et services financiers et d'assurance les plus souscrits sur Internet	46

Graphique 30 Les principaux leviers d'incitation à la souscription en ligne d'un produit ou service financier	49
Graphique 31 L'opinion des clients sur les services en ligne de leur banque principale suivant différents critères	51
Graphique 32 L'opinion des clients sur les services en ligne de leur banque principale	53
Graphique 33 Le potentiel d'utilisation des nouveaux services numériques dans la banque et l'assurance	55
Graphique 34 La mise à disposition de nouvelles données numériques pour obtenir une meilleure rémunération de ses placements – niveau d'intérêt suivant les revenus du foyer	57
Graphique 35 La mise à disposition de nouvelles données numériques en contrepartie d'offres promotionnelles de partenaires de la banque – niveau d'intérêt suivant les revenus du foyer	58
Graphique 36 La connaissance des acteurs du financement participatif	61
Graphique 37 Les mécanismes par lesquels sont connus les acteurs du financement participatif	62
Graphique 38 L'intérêt pour les services de financement participatif	64
Graphique 39 L'intérêt pour l'ouverture de compte bancaire ailleurs que dans une banque	65

Liste des tableaux

Tableau 1 Les critères de choix d'une nouvelle banque, les spécificités suivant l'âge	17
Tableau 2 L'opinion des clients sur leur conseiller bancaire suivant l'âge	23
Tableau 3 L'opinion des clients sur leur conseiller bancaire suivant la CSP	24
Tableau 4 L'opinion des clients sur le conseiller bancaire selon la banque principale	25
Tableau 5 Le conseiller bancaire face à l'algorithme	30
Tableau 6 La fréquence d'utilisation des services en ligne suivant les différents écrans et suivant l'âge ..	32
Tableau 7 Le téléchargement et l'utilisation de l'application de sa principale suivant l'âge des clients	35
Tableau 8 Le canal le plus utilisé suivant l'âge et le type d'opérations bancaires	37
Tableau 9 L'écran le plus utilisé suivant les opérations bancaires menées par les clients	40
Tableau 10 Les moyens utilisés pour contacter le service client suivant l'âge	44
Tableau 11 Les produits bancaires ou d'assurances souscrits sur Internet.....	46
Tableau 12 Les produits bancaires ou d'assurances souscrits sur Internet chez les 18 – 34 ans.....	47
Tableau 13 Les principaux leviers d'incitation à la souscription en ligne d'un produit ou service financier suivant l'âge.....	50
Tableau 14 L'opinion des clients sur les services en ligne de leur banque principale	52
Tableau 15 Le potentiel d'utilisation des nouveaux services numériques dans la banque et l'assurance suivant l'âge des clients.....	56
Tableau 16 L'accès à de nouvelles données personnelles – Les spécificités suivant l'âge	59
Tableau 17 La possibilité d'ouvrir l'accès à un établissement financier aux publications sur Facebook en contrepartie d'avantages – Les spécificités suivant l'âge	60
Tableau 18 La possibilité d'ouvrir l'accès à un établissement financier aux différents relevés bancaires en contrepartie d'avantages – Les spécificités suivant l'âge	60
Tableau 19 L'opinion des Français utilisateurs sur les services de financement participatifs.....	63