

N° 442 • du 19 septembre 2000

Actualité Bancaire

Naissance de la
Fédération bancaire
française
Page 4

Création de l'observa-
toire de la carte
bancaire
Page 4

Sondage

Billet

SECTEUR BANCAIRE : IMAGE À LA HAUSSE

La 14^{ème} vague de l'Observatoire de l'opinion AFB/IREQ met en lumière une amélioration globale de l'image des banques, certains changements de comportement des Français dans l'utilisation de leurs moyens de paiement, ainsi qu'un fort attentisme des Français vis-à-vis de l'euro.

Avec 75 % des Français qui déclarent avoir une "très bonne" ou une "plutôt bonne" image des banques en général, on enregistre cette année une progression de 6 points de l'image globale du secteur par rapport à 1999 (cf. tableau 1). La tendance est également plutôt à la hausse pour l'image de sa banque personnelle, traditionnellement meilleure que l'image sectorielle : 84 % d'image favorable, contre 82 % en 1999 (cf. tableau 2). Le nombre de personnes qui se disent prêtes "à recommander leur banque à leurs amis" reste quant à lui globalement stable d'une année sur l'autre : 79 % en 1998, 78 % en 1999, 80 % cette année (cf. tableau 3).

Cette amélioration se double d'une progression des taux de satisfaction sur plusieurs éléments constitutifs de cette image : ainsi, on note cette année une amélioration sur la plupart des items concernant l'information et le conseil d'une part, la relation banques/entreprises, d'autre part (cf. tableau 4). En contrepoint, on enregistre un recul des attentes sur deux grands points : la tolérance des banques vis-à-vis des difficultés financières ponctuelles de leurs clients et le soutien aux entreprises.

Ce dernier point est sans doute à rapprocher du fait que les Français ont le sentiment que les entreprises ont plus facilement accès au crédit qu'il y a quelques années : à la question "Depuis un an, avez-vous le sentiment que l'accès au crédit pour les entreprises est plus – ou moins – difficile ?", nos concitoyens ne sont plus que 19 % à répondre "plus difficile" (contre 28 % en 1999, 32 % en 1998 et 48 % en 1996).

Monnaie unique

L'Observatoire de l'opinion comprend depuis maintenant 4 ans un large volet consacré à la monnaie unique. L'édition 2000 met en lumière deux grandes tendances, qui peuvent d'ailleurs apparaître relativement contradictoires :

- tout d'abord, une certaine érosion de la confiance des Français dans la qualité de l'information qui leur est prodiguée. Alors que l'Observatoire enregistrait depuis 3 ans une progression constante du nombre de sondés s'estimant bien informés sur l'euro (24 % en 1997, 56 % en 1998, 68 % en 1999), on note cette année un net recul (59 %). Il est dû au premier chef aux populations les plus âgées et à celles ayant un niveau de formation initiale assez faible.

- en contrepoint, on constate une propension de la population à l'attentisme. Les Français ne sont que 12 % à envisager d'ouvrir un compte courant en euros avant 2002, et 11 % à vouloir demander avant cette date un chéquier en euros.

Les banques et l'Internet

Un large volet de questions était, pour la première fois cette année, consacré à Internet. On y découvre que 2 Français sur 10 ayant aujourd'hui accès à Internet (soit environ 20 % de la population) l'utilisent pour effectuer des opérations bancaires sur leur compte et/ou rechercher des informations boursières ou financières. Dans un proche avenir, c'est trois Français sur dix qui se déclarent prêts à effectuer une ou plusieurs opérations bancaires par ce truchement. Mais en tout état de cause, nos concitoyens pensent majoritairement que "le développement de l'offre de services bancaires via Internet ne les conduira pas à se rendre moins fréquemment dans leur agence" (cf. tableau 5). Et un petit tiers d'entre eux se déclarent prêts à devenir clients d'une banque "tout internet" (cf. tableau 6).

EN PLACE !

"Ce qui nous rassemble est plus important que ce qui nous sépare".

C'est sur ce principe fondateur que les banques commerciales et mutualistes ont décidé de créer ensemble la Fédération bancaire française (FBF). Ce nouvel organisme professionnel intègre en effet l'ensemble des établissements de crédit.

Pour les banques commerciales et mutualistes, les enjeux sont aujourd'hui communs : relations entre banques et consommateurs, politique du risque, espace financier européen, euro, impact des nouvelles technologies, réglementations etc...

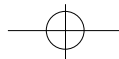
La création de la FBF témoigne de la volonté de la communauté bancaire de préparer l'avenir ensemble.

C'est un événement historique qui fera date dans l'histoire de la banque en France.

Rappel : L'Observatoire de l'opinion, mis en place par l'AFB fin 1988, porte sur un échantillon de 1000 personnes représentatives de l'ensemble de la population française de 15 ans et plus. Les questions sont posées en face à face. Le questionnaire comprend un volet de 39 questions constantes, concernant l'image des banques et les attentes du public, et un volet d'actualité.



ASSOCIATION FRANÇAISE DES BANQUES



Sondage

Le paysage bancaire français

A la question "pensez-vous que le système bancaire français soit aujourd'hui solide", 2/3 des personnes interrogées répondent désormais par l'affirmative. Après la période de pessimisme qui avait marqué les deux années 1996 et 1997 (durant lesquelles on enregistrait respectivement 46 et 51 % de réponses positives à cette question), on revient cette année presque au niveau record de 1994.

Le processus de concentration des banques françaises est également bien perçu par nos concitoyens. 24 % d'entre eux estiment que ce processus avantagera les clients, 45 % qu'il ne changera rien pour eux et 17 % seulement (contre 26 % l'an dernier) qu'il les désavantagera ■

Les pratiques des Français en matière bancaire (juin 2000)

☞ *Quelques chiffres*

- 39 % des clients déclarent se rendre "très souvent" ou "plutôt souvent" dans leur agence bancaire (contre 44 % en 1999)
- 78 % déclarent posséder un compte chèque bancaire, 20 % un compte chèque postal
- 32 % déclarent posséder une carte bancaire nationale, 46 % une internationale. Le nombre de détenteurs de carte bancaire internationale aurait donc doublé depuis 1993
- Pour payer un achat d'un montant de 150 frs, 36 % disent utiliser plutôt des espèces, 23 % plutôt un chèque, 41 % plutôt une carte bancaire
- 22 % des personnes interrogées disent avoir un crédit de trésorerie en cours, 18 % un crédit à l'habitat, 6 % les 2
- 82 % affirment suivre de près la gestion de leur compte courant, 62 % la gestion de leur portefeuille
- 10 % des Français consultent les services bancaires sur minitel, dont 70 % fréquemment
- 24 % consultent les services bancaires par téléphone, dont 41 % fréquemment
- 5 % ont changé de banque au cours des 12 derniers mois, 19 % depuis qu'ils possèdent un compte chèque.

tableau 1

• IMAGE DES BANQUES •

Diriez-vous de l'image que vous avez des banques qu'elle est ... :

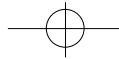
	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
TOTAL BONNE	75 %	76 %	75 %	75 %	72 %	70 %	69 %	↗ 75 %
• très bonne	5 %	6 %	8 %	9 %	6 %	7 %	10 %	8 %
• plutôt bonne	70 %	70 %	67 %	66 %	66 %	63 %	59 %	↗ 67 %
TOTAL MAUVAISE	25 %	24 %	25 %	25 %	28 %	30 %	31 %	↘ 25 %
• plutôt mauvaise	21 %	20 %	22 %	22 %	24 %	28 %	27 %	↘ 22 %
• très mauvaise	4 %	4 %	3 %	3 %	4 %	2 %	4 %	3 %

tableau 2

• IMAGE DES BANQUES •

Diriez-vous de l'image que vous avez de votre banque (principale) qu'elle est ... :

	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
TOTAL BONNE	88 %	87 %	86 %	85 %	86 %	85 %	82 %	84 %
• très bonne	16 %	18 %	18 %	20 %	21 %	23 %	24 %	21 %
• plutôt bonne	72 %	69 %	68 %	65 %	65 %	62 %	58 %	63 %
TOTAL MAUVAISE	12 %	13 %	14 %	15 %	14 %	15 %	18 %	16 %
• plutôt mauvaise	10 %	11 %	12 %	13 %	12 %	13 %	14 %	13 %
• très mauvaise	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	4 %	3 %



Sondage

tableau 3

• IMAGE DES BANQUES •

Tout bien pesé, est-ce que vous recommanderiez votre banque à des amis ?

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
OUI...	81 % ↗	88 %	86 % ↘	79 %	81 %	79 %	78 %	80 %
• ...certainement	27 %	37 %	33 %	35 %	37 %	35 %	35 %	33 %
• ...probablement	54 %	51 %	53 % ↗	44 %	44 %	44 %	43 %	47 %
NON...	19 % ↘	12 %	14 % ↗	21 %	19 %	21 %	22 %	20 %
• ...probablement pas	14 %	7 %	11 %	15 %	11 %	13 %	14 %	13 %
• ...certainement pas	5 %	5 %	3 %	6 %	8 %	8 %	8 %	7 %

tableau 4

• IMAGE DES BANQUES •

Entre 1999 et 2000, l'image s'est améliorée sur les thèmes suivants :

	1999	2000
■ L'INFORMATION et le CONSEIL		
• La compétence du personnel	82 %	86 %
• Les banques conseillent des produits adaptés aux besoins des clients	73 %	77 %
• La qualité du conseil dispensé aux clients	72 %	76 %
• Les banques sont des partenaires avec lesquels les clients sont en confiance	71 %	75 %
• Les banques sont à l'écoute des besoins des clients	65 %	69 %
■ La relation BANQUES/ENTREPRISES		
• Les banques fournissent aux entreprises les moyens d'investir	66 %	70 %
• Les banques aident les créateurs d'entreprise	55 %	59 %
• Les banques soutiennent les entreprises en difficulté	44 %	48 %

tableau 5

• LES BANQUES ET INTERNET •

Le développement de l'offre de services bancaires via internet vous conduira-t-il personnellement à vous rendre moins fréquemment dans votre agence bancaire ?

(question non posée les années précédentes)

	2000
■ OUI	14 %
• ... certainement	5 %
• ... probablement	9 %
■ NSP	22 %
■ NON	64 %
• ... probablement pas	17 %
• ... certainement pas	47 %

tableau 6

• LES BANQUES ET INTERNET •

Si les comptes courants étaient rémunérés, une rémunération plus attrayante serait-elle pour vous une raison suffisante pour ouvrir un compte auprès d'un établissement accessible uniquement par Internet ?

(question non posée les années précédentes)

	2000
■ OUI	30 %
• ... vraiment	5 %
• ... peut-être	25 %
■ NON	70 %
Autres facteurs d'incitation :	% oui
• ... une offre plus complète	33 %
• ... un accès plus facile et plus rapide	32 %
• ... la notoriété de l'établissement	28 %