

Nantes, le 3 juin 2024

## Etude FBF-IFOP 2024 « Les Français, leur banque, leurs attentes » La banque acteur de confiance pour les habitants des Pays de la Loire

La Fédération bancaire française (FBF) et l'institut français d'opinion publique (IFOP) dévoilent les résultats de leur 5<sup>ème</sup> étude « Les Français, leur banque, leurs attentes ». Celle-ci dresse notamment le portrait du client bancaire, montre ses principales attentes vis-à-vis de la banque, l'utilisation qu'il en fait et dévoile sa vision du secteur.

### 1. Le portrait du client bancaire

**66% des habitants des Pays de la Loire** possèdent un compte dans une seule banque, et ont, pour 49%, un ou plusieurs crédits. Ils **se rendent en agence au moins une fois par trimestre** (pour 31%). Les modes de contacts sont multiples : email pour 47% ; site internet de la banque pour 37%, agence 29% ou téléphone 16%.

### 2. Les attentes des clients

**81% des Ligériens** préfèrent une banque qui laisse la possibilité de recourir à des services à la fois sur Internet ou en agence, en fonction des besoins. La sécurité (des comptes et des données) arrive en tête des attentes citées spontanément par 40% des personnes interrogées. Vient ensuite la disponibilité pour 31% d'entre elles, une banque devant être joignable au téléphone, en agence ou par tchat.

En matière d'épargne, les clients attendent avant tout d'un produit qu'il soit peu risqué pour 51% d'entre eux, 21% qu'il contribue au développement des territoires et à la création d'emplois, 15% qu'il contribue au financement de la transition écologique. Enfin pour 13%, qu'il puisse être plus risqué pour un rendement éventuellement plus important.

### 3. Les pratiques des clients

**94% des sondés consultent le site internet ou utilisent l'application de leur banque**, principalement pour suivre l'évolution des comptes, contrôler le budget / les dépenses, gérer les transactions. Ils sont aujourd'hui **77% à avoir téléchargé au moins une application bancaire**, soit **une augmentation de 11 points depuis 2020**.

Les usages de l'application et du site Internet sont globalement similaires, avec en premier lieu la gestion des comptes : suivi de l'évolution des comptes (61% via l'application et 57% via le site), contrôle du budget et des dépenses (42% et 41%).

### 4. La perception des changements

**Plus de 8 habitants des Pays de la Loire sur 10 reconnaissent le caractère innovant des banques** et estiment que cela va dans le bon sens. Le paiement sans contact avec la carte bancaire est ainsi une pratique largement connue (94%), en laquelle ils ont confiance (80%). D'autres possibilités récentes sont aussi amplement connues telles que le paiement sans contact via smartphone (93%), le paiement à distance via smartphone (85%), l'authentification par empreinte digitale pour accéder aux services en ligne (76%). Il reste sur un certain nombre de ces innovations un travail de pédagogie à faire du côté des banques pour renforcer la confiance dans ces outils.

#### 5. La banque relationnelle reconnue comme un soutien fort

Lorsqu'ils sont interrogés sur l'image qu'ils ont de la banque, les sondés soulignent le lien étroit entre proximité et satisfaction : **94% d'entre eux ont une bonne image de leur agence, 93% une bonne image de leur banque, et 95% de leur conseiller. La participation des banques à la vie quotidienne et locale est d'ailleurs reconnue et considérée comme centrale, puisque pour 91% des répondants** les banques font partie du quotidien des Français. Pour 88%, elles sont même incontournables au quotidien. L'étude montre que les banques françaises sont largement considérées comme des acteurs indispensables au développement des territoires et essentiels à la vie locale.

#### 6. La banque, un secteur stratégique pour l'économie

L'image de l'industrie bancaire française se renforce. Ainsi **86% des personnes considèrent que les banques financent les entreprises françaises, 82% qu'elles sont un atout pour l'économie du pays, 81% qu'elles sont performantes. Près de 9 personnes sur 10 déclarent que le secteur bancaire est stratégique**, le plaçant en deuxième position après l'alimentation.

#### CONTACTS

Benoît DANTON : 06 73 48 80 40 - [bdanton@fbf.fr](mailto:bdanton@fbf.fr)  
Clara DELMOTE : 06 31 06 60 39 – [cdelmote@fbf.fr](mailto:cdelmote@fbf.fr)



@FBFFrance