

Internet modifie la relation des Français à leurs banques

Présentation du 12 janvier 2010

Objectif et méthodologie

- Objectif
 - Mesurer le type de services bancaires possédés par les Français
 - Analyser les comportements bancaires
 - Etudier l'ampleur et les causes à l'origine du désir de changer de banque
 - Etudier l'intérêt pour de nouveaux services bancaires
 - Mesurer pour ces dimensions s'il existe des différences socio-démographiques
- Méthodologie
 - Enquête quantitative par téléphone réalisée auprès de 1000 individus représentatifs de la population, âgés de 16 ans et plus et résidants en France métropolitaine



Synthèse 1

Internet a modifié la relation des Français avec leurs banques

Internet s'est imposé comme le principal média pour consulter la situation de ses comptes courants.

- 50% des personnes interrogées le font depuis un ordinateur;
- 34% en recevant leurs relevés de compte par courrier;
- 12% se déplacent en agence.

L'âge, les revenus et les diplômes déterminent fortement le recours à l'un ou l'autre de ces différents médias pour consulter ses comptes.

Les Français consultant leurs comptes sur Internet sont plus souvent :

- Des ménages disposant de plus de 1830€ mensuels ;
- Des 16-44 ans ;
- Des cadres ;
- Des artisans, commerçants, chefs d'entreprise ;
- Des diplômés de l'enseignement supérieur ;
- Des professions intermédiaires.

A l'inverse, ceux recourant aux relevés de comptes sont plus souvent :

- Des plus de 55 ans;
- Des détenteurs d'un certificat d'étude primaire ou des non diplômés ;
- Des retraités ;
- Des ménages disposant de moins de 1220€ mensuels.

Internet est également devenu le moyen le plus régulièrement utilisé pour contacter une banque.

- 27% des Français utilisent Internet pour contacter régulièrement une banque ;
- contre 21% qui se rendent en agence.

L'important recours à Internet pour entrer en relations avec les banques s'inscrit dans une tendance de fond à la croissance de l'usage quotidien d'Internet, notamment en termes de recherche d'information.

Ces contacts réguliers entre les internautes et les banques ont plusieurs conséquences importantes en matière de relation client.

Les internautes, plus fréquemment exposés aux campagnes de communication des banques :

- constituent de ce fait des clients à qui les banques peuvent logiquement espérer proposer plus de produits et de services ;
- seront plus informés et de ce fait plus exigeants en matière de produits et de services financiers.

Pour les Français, Internet bénéficie d'un atout important en matière de gestion de compte : sa flexibilité.

- Ainsi, les principaux avantages d'Internet sont de pouvoir gérer ses comptes à toute heure (63%) et ailleurs qu'en agence (23%).

Internet bénéficie également d'un important atout :

- des délais plus courts pour enregistrer les opérations bancaires (32%).

Synthèse 2

Internet correspond bien à des individus autonomes, à l'aise avec la technique et désirant s'impliquer dans la gestion de leur patrimoine. C'est pourquoi :

- 23% apprécient la possibilité de passer eux-mêmes leurs opérations en toute discrétion (23%);
- 16% déclarent qu'Internet permet de ne pas dépendre d'un conseiller (16%).

Cet intérêt pour des relations bancaires flexibles ne semble pas se construire en réaction à des horaires d'agence jugés trop restrictifs.

- En effet, seuls 18% des Français estiment que les horaires d'ouverture de leur banque principale ne sont plutôt pas ou pas du tout adaptés à leurs contraintes d'emploi du temps.
- Toutefois, parmi ceux-ci, les catégories plus nombreuses à utiliser Internet dans leurs relations bancaires sont sur représentées (cadres, revenus élevés, diplômés du supérieur).
- On retrouve également plus de jeunes, ce qui semble indiquer que le développement d'Internet dans les relations bancaires va continuer de croître.

Les Français ayant choisi de confier la gestion de leurs comptes et de leur épargne à des sociétés exclusivement en ligne sont encore peu nombreux. En effet, 2% des personnes interrogées sont aujourd'hui clientes des banques en ligne.

Importance des frais et valeur des conseils : principaux critères d'évaluation de la relation bancaire

Les critères jugés les plus importants dans le choix d'un établissement bancaire sont :

- son coût (29%),
- sa gamme de services (25%);
- sa solidité financière (21%).

L'importance accordée aux coûts des prestations bancaires concerne plus les 25-34 ans et les professions intermédiaires.

Elle semble reposée sur des dimensions plus émotionnelles que raisonnées. En effet, 74% des Français déclarent ne pas connaître les montants des frais bancaires qu'ils ont reçus sous la forme d'un relevé au cours de l'année 2009.

Les 16-24 ans s'intéressent plus à la gamme de services, alors que les 35-44 ans montrent un plus grand attrait pour la gamme de produits financiers.

Au regard de l'importance accordée aux services et aux produits financiers, le rôle du conseiller clientèle apparaît comme déterminant. Parmi les 66% de Français qui ont été en contact avec un conseiller clientèle d'une banque au cours des 12 derniers mois, seuls 12% n'ont pas été satisfaits de ce contact.

Synthèse 3

Ces clients insatisfaits sont plus souvent :

- Des ménages aux revenus élevés (34%);
- Des artisans, commerçants, chefs d'entreprise (29%);
- Des hommes (16%).

Deux raisons amènent à être insatisfait de son conseiller :

- Ne pas avoir obtenu de réponse satisfaisante aux questions posées (68%);
- S'être vu proposer un produit dont la personne juge ne pas avoir besoin (39%).

12% des Français déclarent être insatisfaits de leur banque.

Là encore, il s'agit plus souvent de:

- Ménages aux revenus élevés (35%);
- D'artisans, commerçants ou chefs d'entreprise (32%).

Il existe deux motifs principaux d'insatisfaction :

- l'importance des frais bancaires (69%);
- l'insuffisance des conseils reçus (61%).
- Les diplômés du supérieur et les couples sont plus nombreux à fustiger l'insuffisance de conseils.

10% des personnes interrogées envisagent de changer de banque en 2010. Il s'agit plus souvent :

- d'artisans commerçants ou chefs d'entreprises (30%),
- de 16-44 ans (16%),
- de professions intermédiaires (16%),
- d'employés (15%).

Parmi elles, 12% comptent s'orienter vers une banque exclusivement en ligne.

Quatre raisons motivent plus de la moitié des personnes désirant changer de banque :

- Obtenir de meilleurs conseils (72%);
- Réduire leurs frais bancaires (70%);
- Disposer d'une agence à proximité de leur domicile ou de leur lieu de travail (56%);
- Pouvoir gérer leurs comptes en ligne (52%).

Parmi les personnes envisageant de changer de banque mais ne souhaitant pas devenir clients d'une banque exclusivement en ligne :

- Près de 90% déclarent que c'est parce qu'ils disposent d'une agence bancaire.
- 82% pour avoir un conseiller dédié.
- 56% parce qu'ils n'ont pas confiance dans les banques en ligne.



Synthèse 4

En couple, la gestion des comptes reste une activité relativement plus féminine que masculine

Pour une large majorité des personnes vivant en couple, l'ensemble des tâches relatives à la gestion du budget familial peut être exercé indifféremment par l'homme ou la femme. C'est tout particulièrement le cas pour :

- Choisir une banque (86%);
- Contracter un crédit à la consommation (84%);
- Contracter une assurance (78%);
- Négocier un prêt immobilier (74%);
- Investir en bourse (70%).

Toutefois, certaines activités, continuent de dépendre plus directement de l'homme ou de la femme.

Les activités jugées plus particulièrement féminines sont :

- Faire les courses (35%);
- Gérer les comptes (22%);
- Gérer les factures (22%).

Les activités plus spécialement masculines concernent :

- Investir en bourse (26%);
- Contacter le banquier (25%);
- Négocier un prêt (21%).

Hommes et femmes surjouent cette sexualisation des rôles. En effet, les hommes sont plus nombreux que la moyenne à estimer que c'est à eux qu'il revient :

- d'investir en bourse,
- de contacter le banquier;
- de négocier un prêt.

A l'inverse, les femmes sont plus nombreuses à estimer que leur sont réservées le fait:

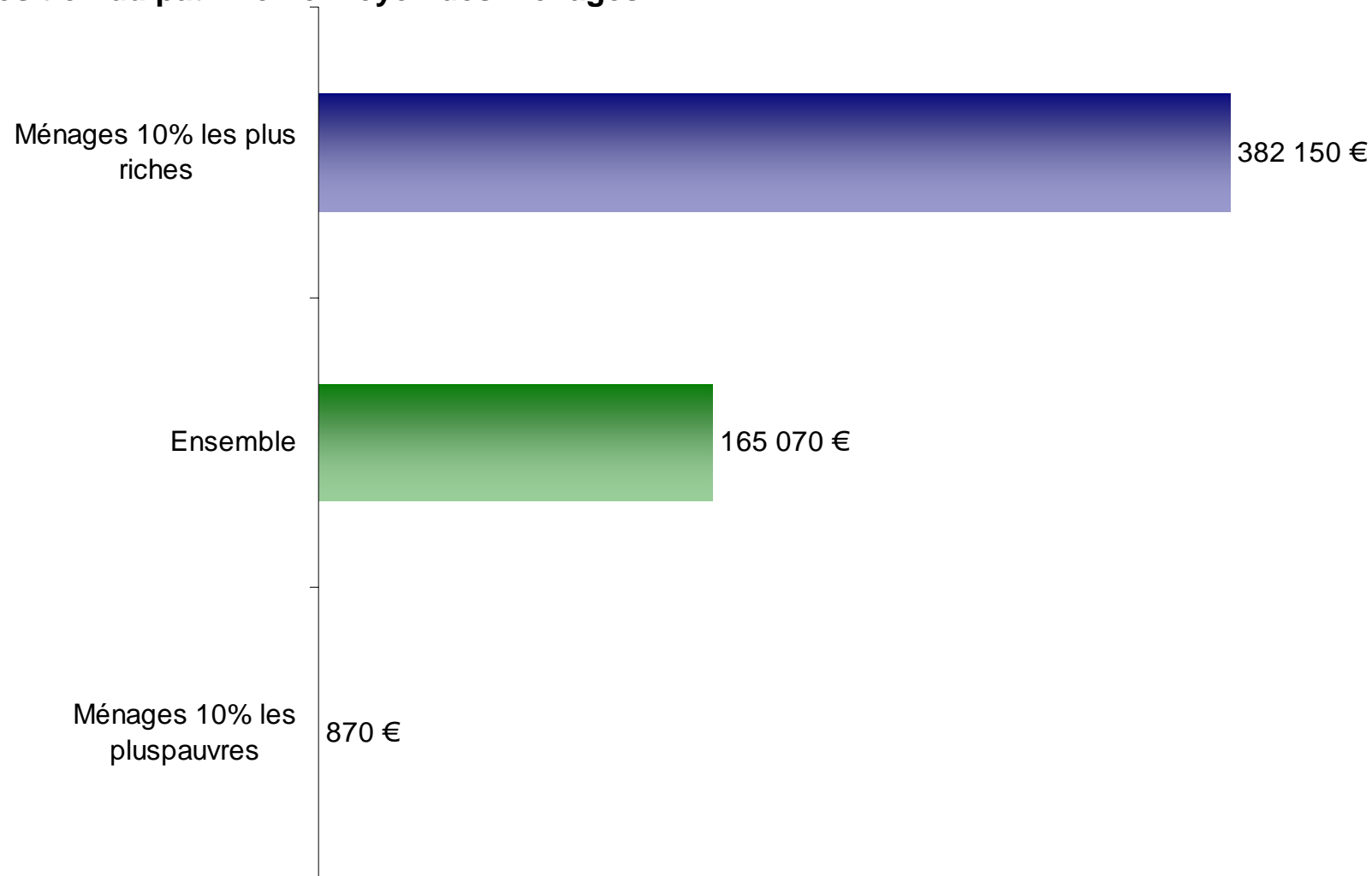
- de faire les courses;
- de gérer les comptes;
- De gérer les factures leur sont réservés.

Les activités plus particulièrement féminines sont également plus souvent citées par les seniors.

On voit sans doute apparaître un effet de génération, les générations les plus âgées ayant une vision plus traditionnelle de la répartition des rôles dans le couple.

Le patrimoine moyen des ménages français s'élève à 165 070€

Composition du patrimoine moyen des ménages



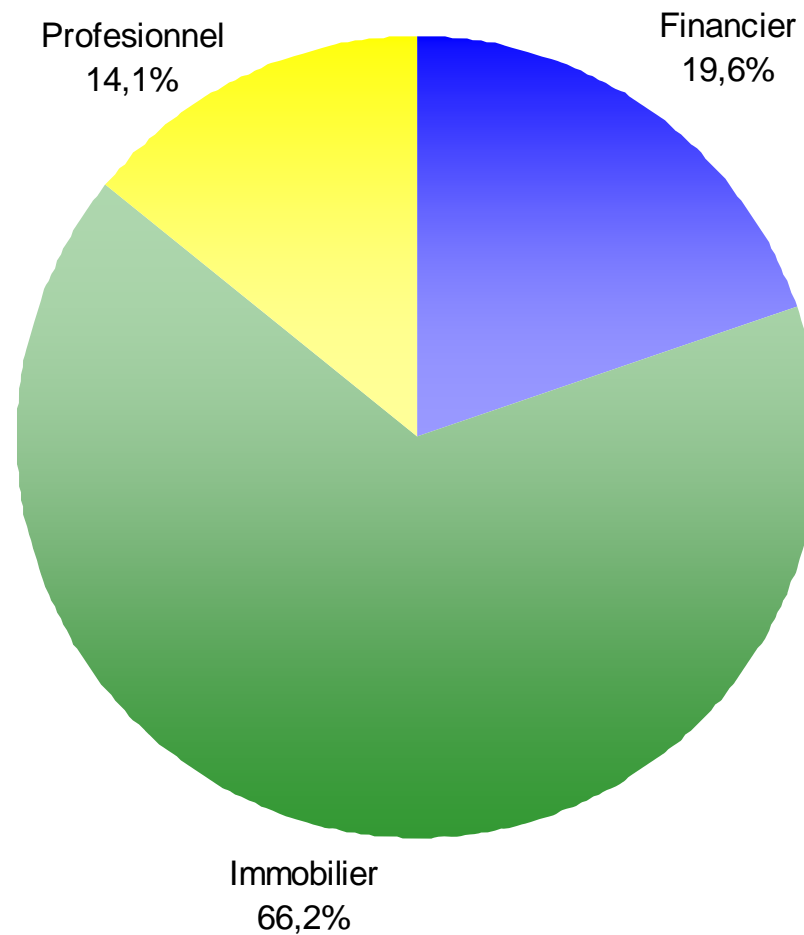
Source : INSEE, enquête Patrimoine des ménages - 2004



De loin la banque la plus proche.

20% du patrimoine des ménages constitué de produits financiers

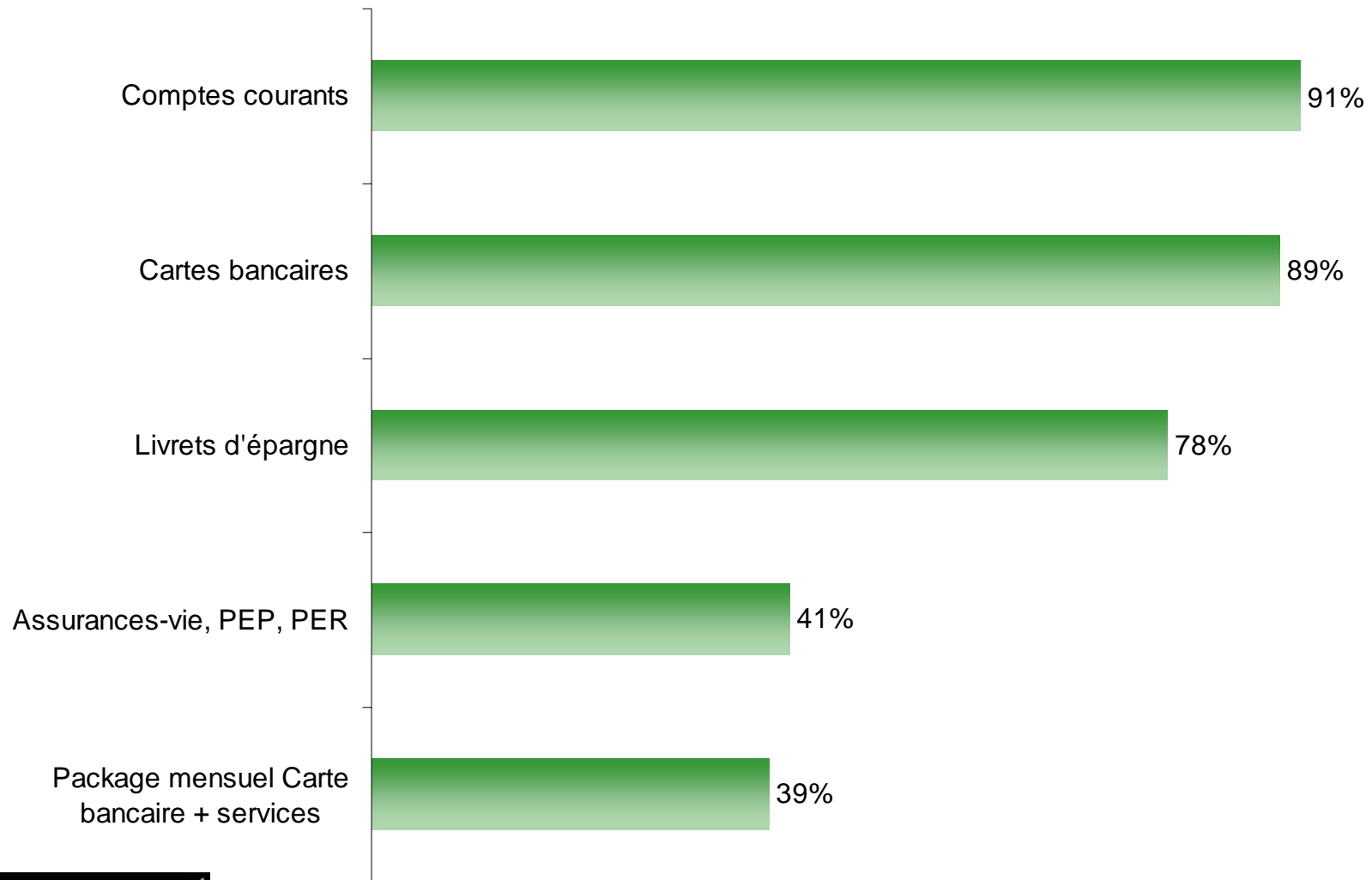
Composition du patrimoine moyen des ménages



Plus de 80% des clients des banques de réseaux possèdent au moins un compte courant ou une carte bancaire

« Auprès des banques de réseaux, détenez-vous ? »

Base: 982 personnes âgées de 16 ans et plus



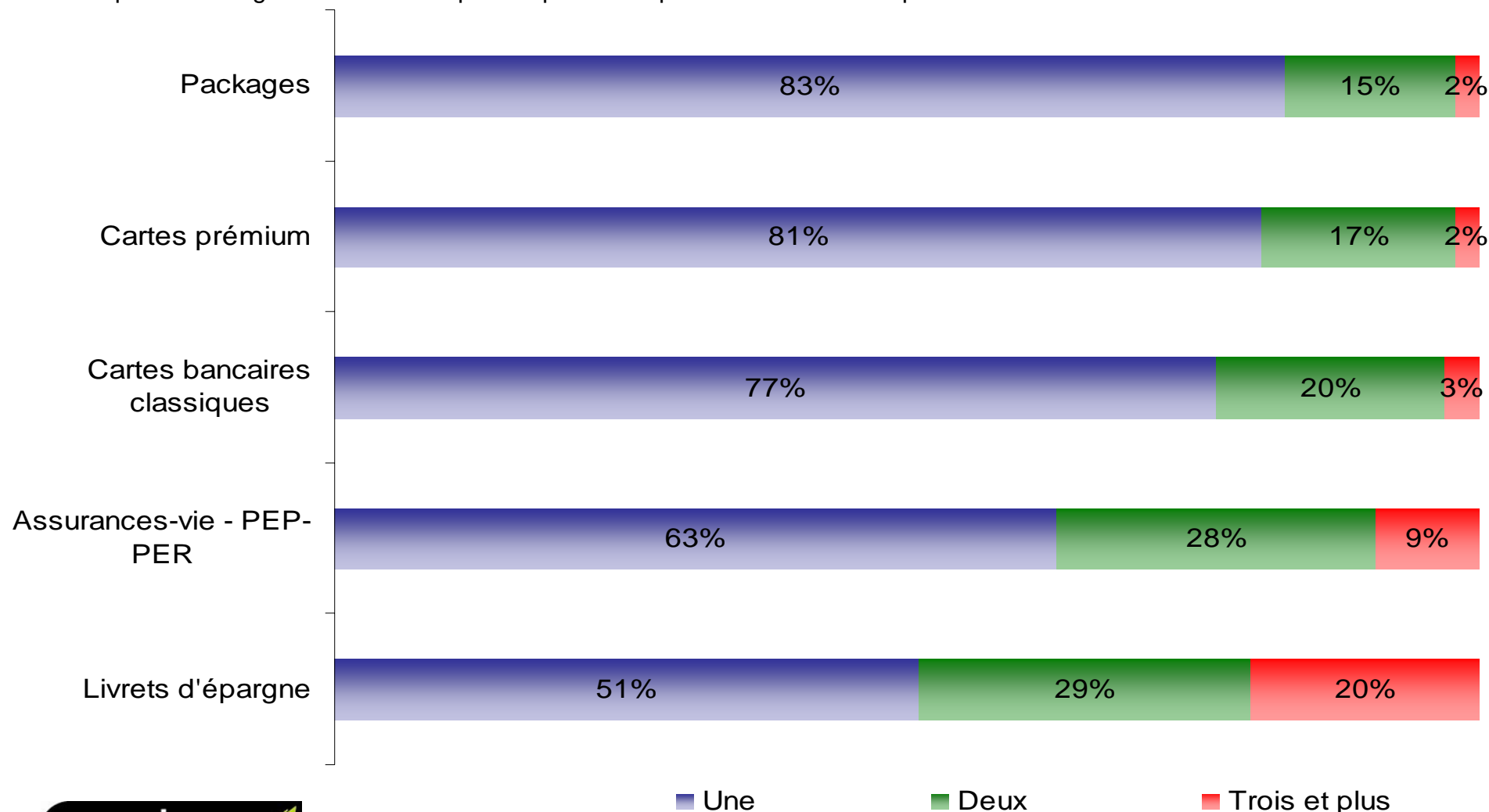
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

49% des Français détenant un livret d'épargne en possèdent au moins deux

« Auprès des banques de réseaux, détenez-vous ? »

Base: personnes âgées de 16 ans et plus disposant du produit dans une banque de réseau



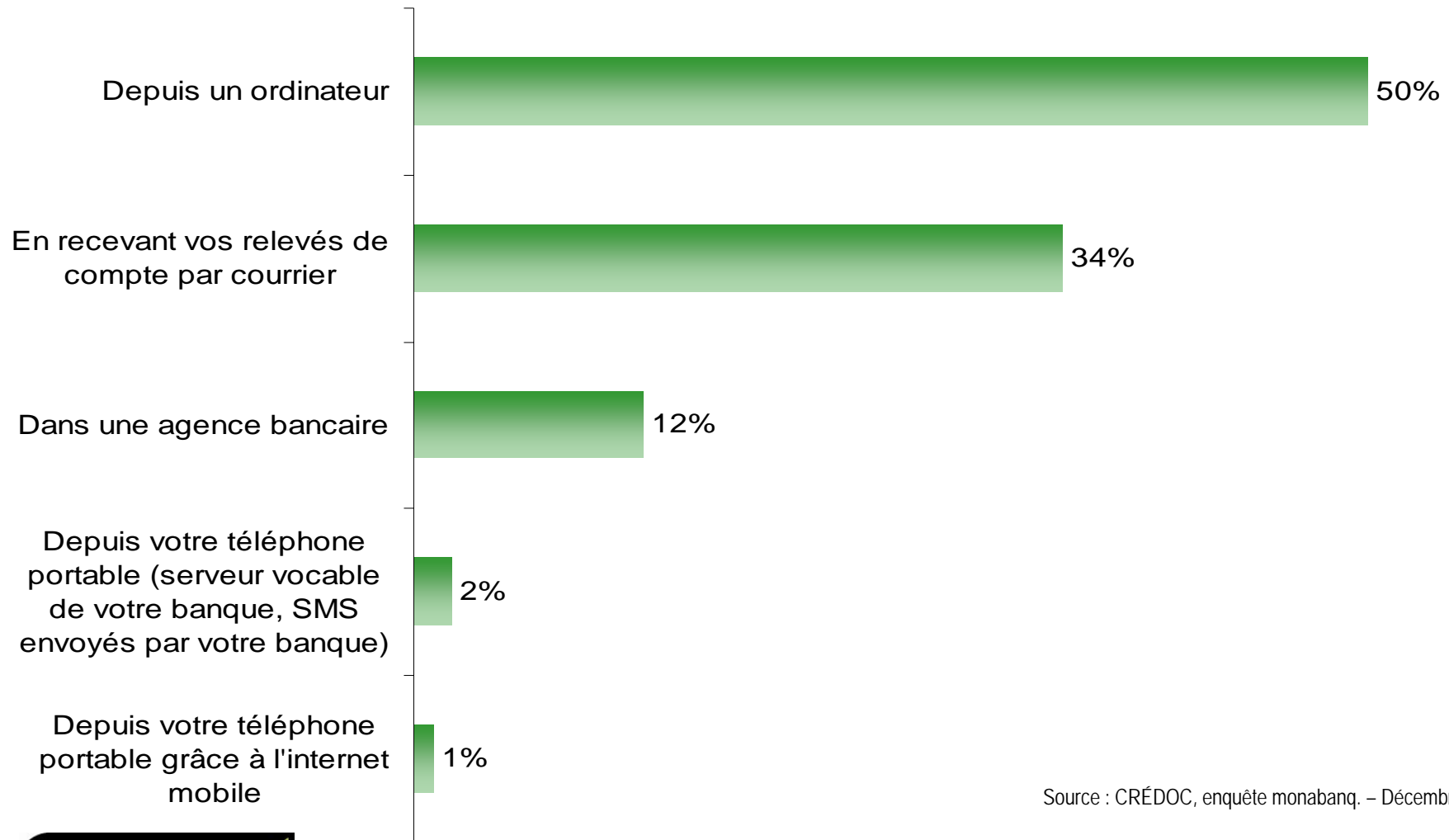
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. - Décembre 2009

50% des Français consultent la situation de leur compte sur Internet

« Le plus souvent, vous consultez la situation de votre compte courant ? »

Base: 991 personnes âgées de 16 ans et plus



Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

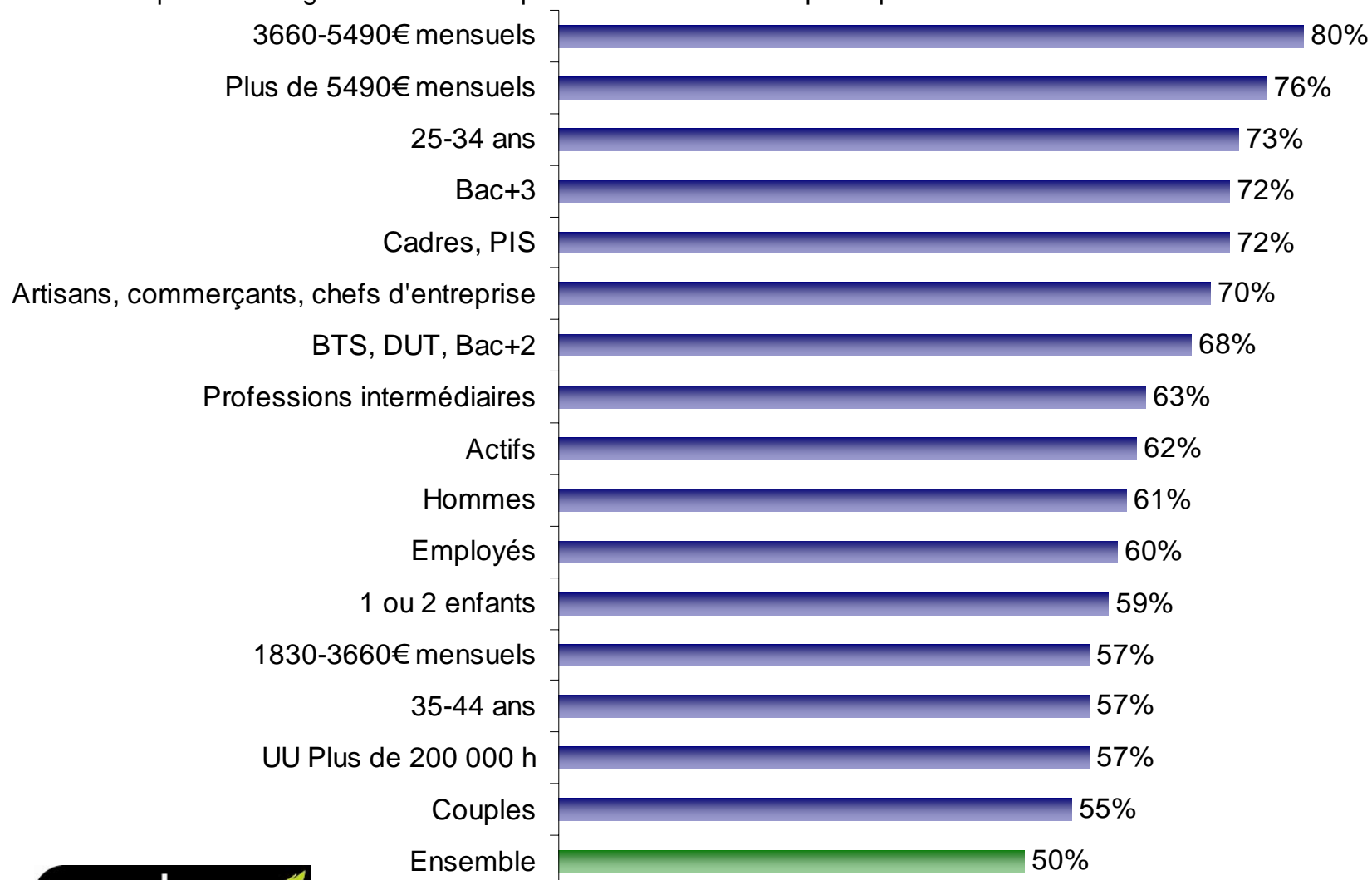


De loin la banque la plus proche.

Les ménages les plus aisés, les 25-44 ans, les CSP+ et les classes moyennes supérieures plus nombreux à consulter la situation de leur compte sur Internet

« Le plus souvent, vous consultez la situation de votre compte courant ? » - Depuis un ordinateur

Base: 495 personnes âgées de 16 ans et plus consultant son compte depuis un ordinateurs



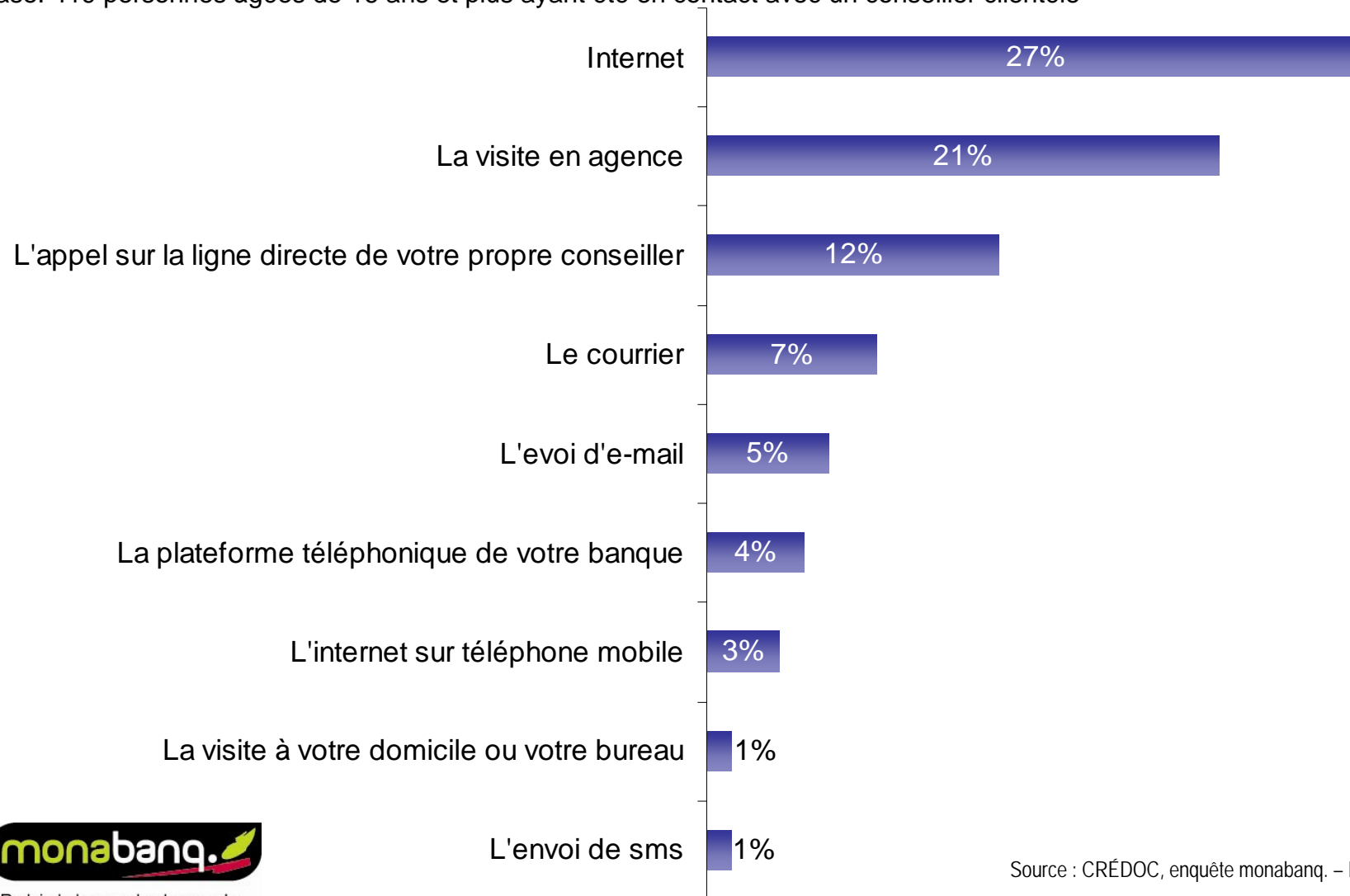
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

Pour contacter une banque, les Français se déplacent d'abord en agence mais utilisent le plus fréquemment Internet

« Au cours des 6 derniers mois, pour contacter une banque, avez-vous utilisé ? »
Réponse - Régulièrement

Base: 419 personnes âgées de 16 ans et plus ayant été en contact avec un conseiller clientèle



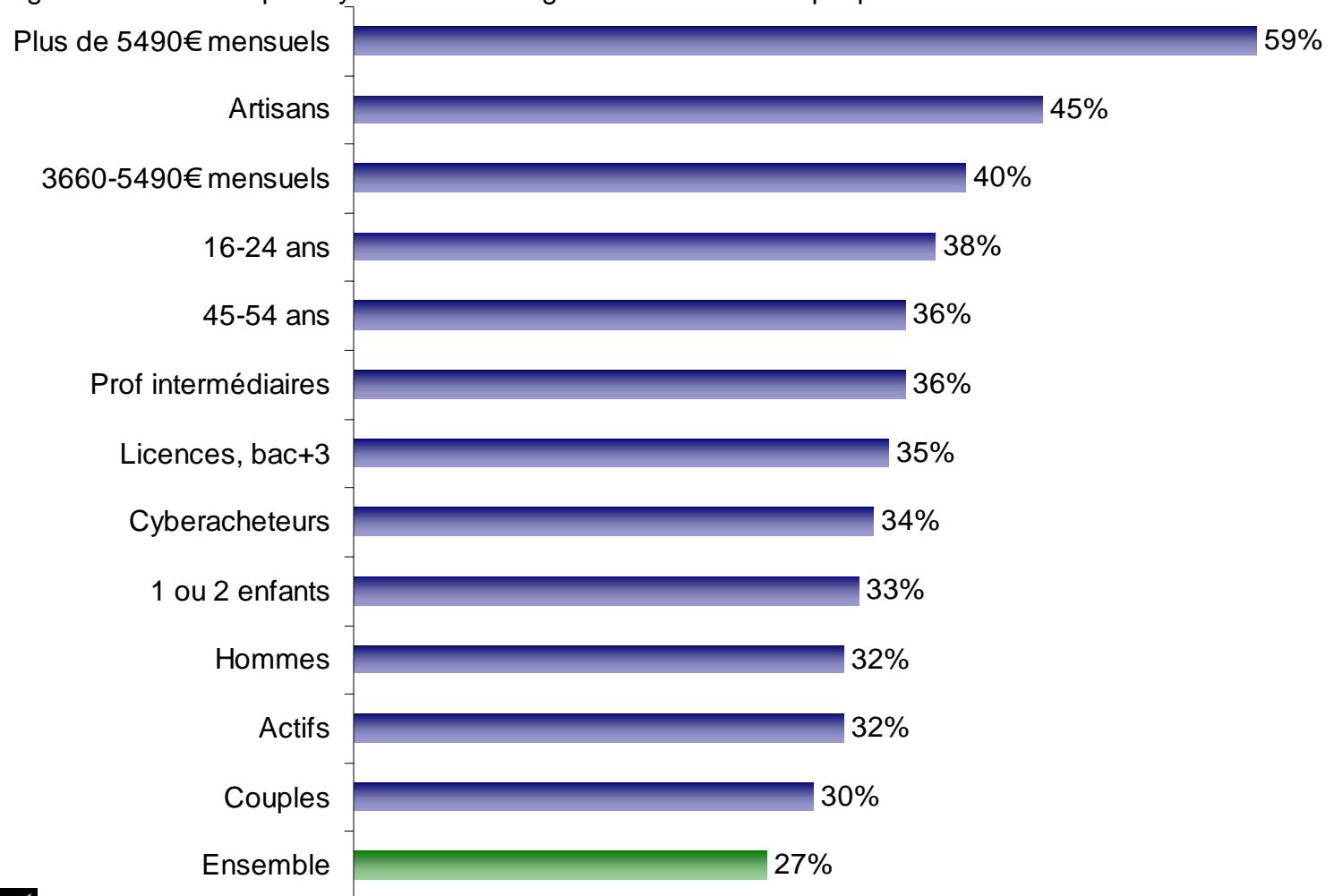
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

Les ménages les plus aisés, les 16-24 ans utilisent le plus fréquemment Internet pour contacter une banque

« Au cours des 6 derniers mois, pour contacter une banque, avez-vous utilisé ? »
Réponse « Internet – régulièrement »

Base: 655 personnes âgées de 16 ans et plus ayant contacté régulièrement une banque par Internet



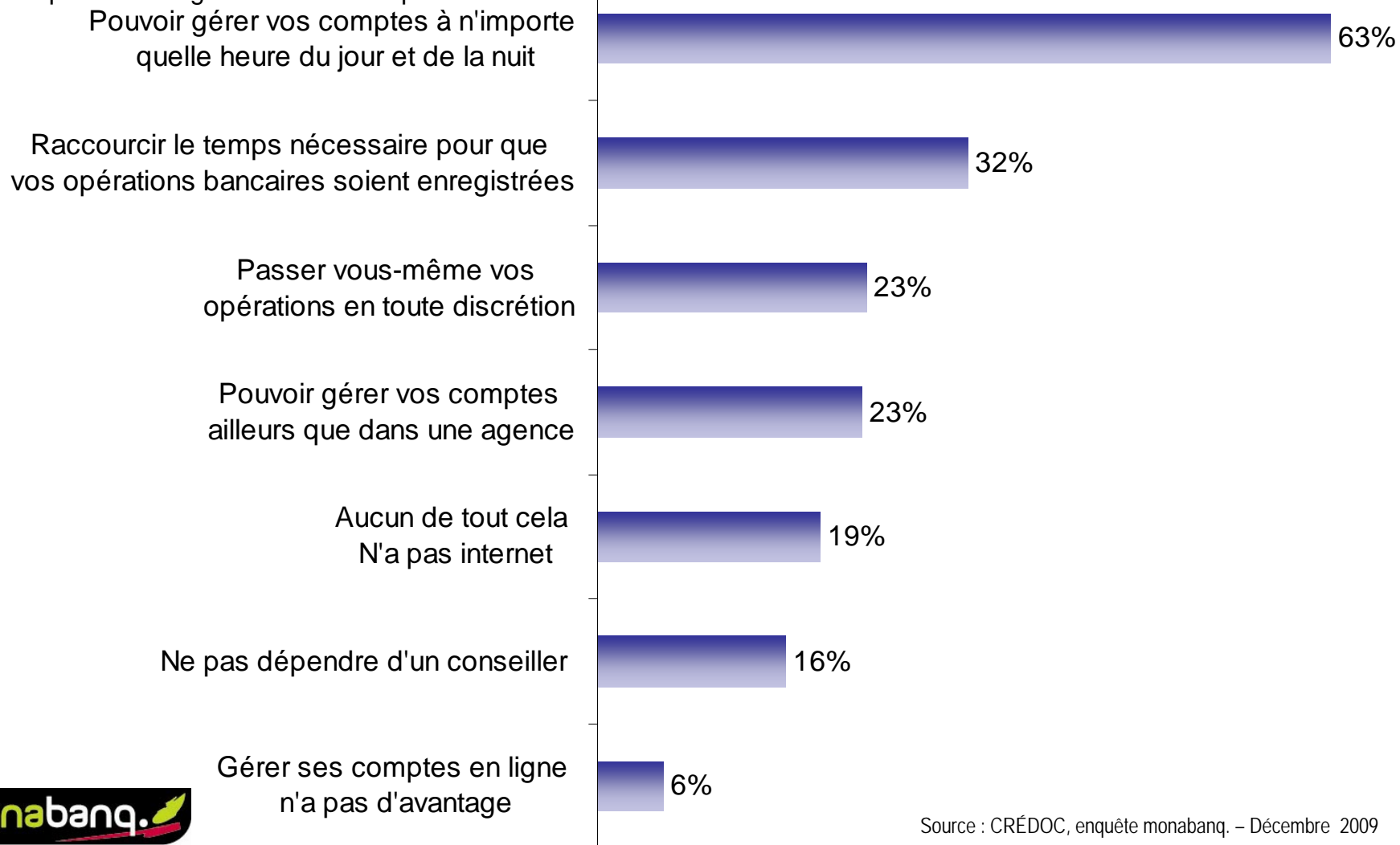
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

En matière de gestion de compte, le principal avantage d'Internet, c'est sa flexibilité horaire

« Parmi les éléments suivants, quels sont, selon vous, les deux principaux avantages de pouvoir gérer ses comptes sur internet ? »

Base: 991 personnes âgées de 16 ans et plus



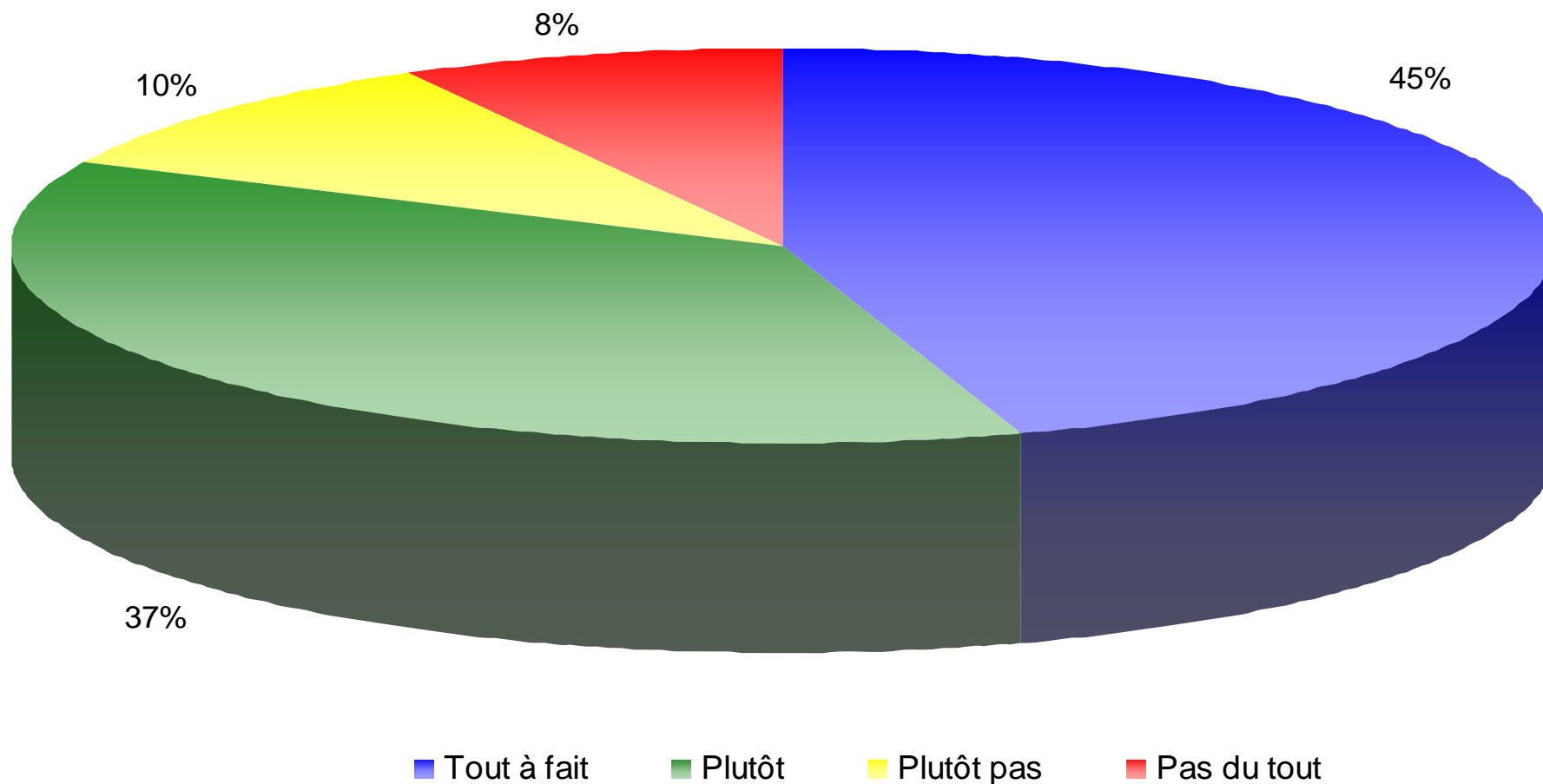
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

18% des Français insatisfaits des horaires d'ouverture de leur banque principale

« Les horaires d'ouverture de votre banque principale sont-ils adaptés à vos contraintes d'emploi du temps ? »

Base: 970 personnes âgées de 16 ans et plus



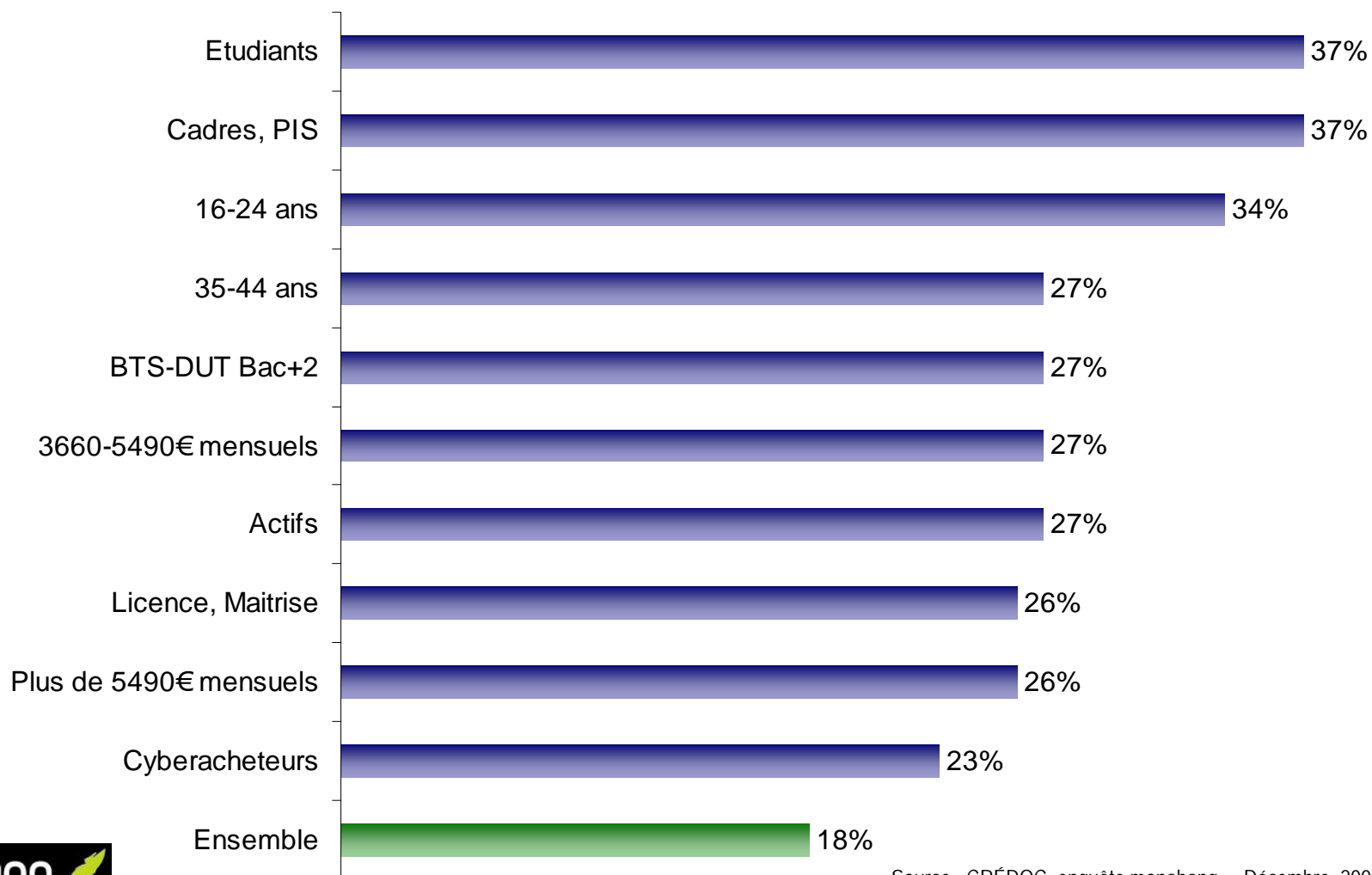
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

Les cadres, les 16-24 ans et les ménages à revenus élevés plus nombreux à estimer les horaires d'ouverture des banques inadaptés à leurs contraintes d'emploi du temps

« Les horaires d'ouverture de votre banque principale sont-ils adaptés à vos contraintes d'emploi du temps ? » - Réponse « Plutôt pas ou pas du tout »

Base: 175 personnes âgées de 16 ans et plus n'étant pas satisfaites des horaires d'ouverture de leur banque



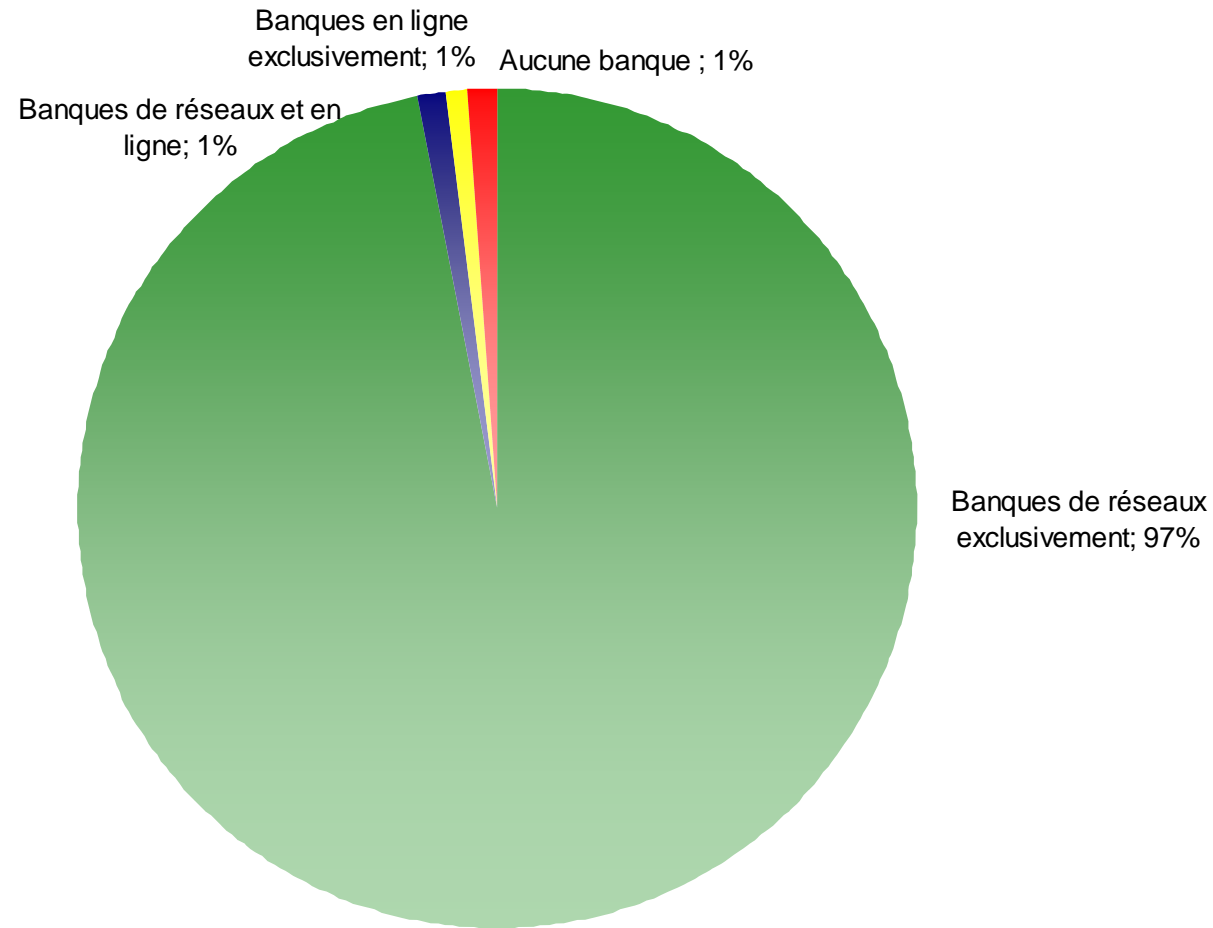
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

98% des Français clients de banques de réseaux

« De quelle(s) banque(s) êtes-vous client ? »

Base: 1000 personnes âgées de 16 ans et plus



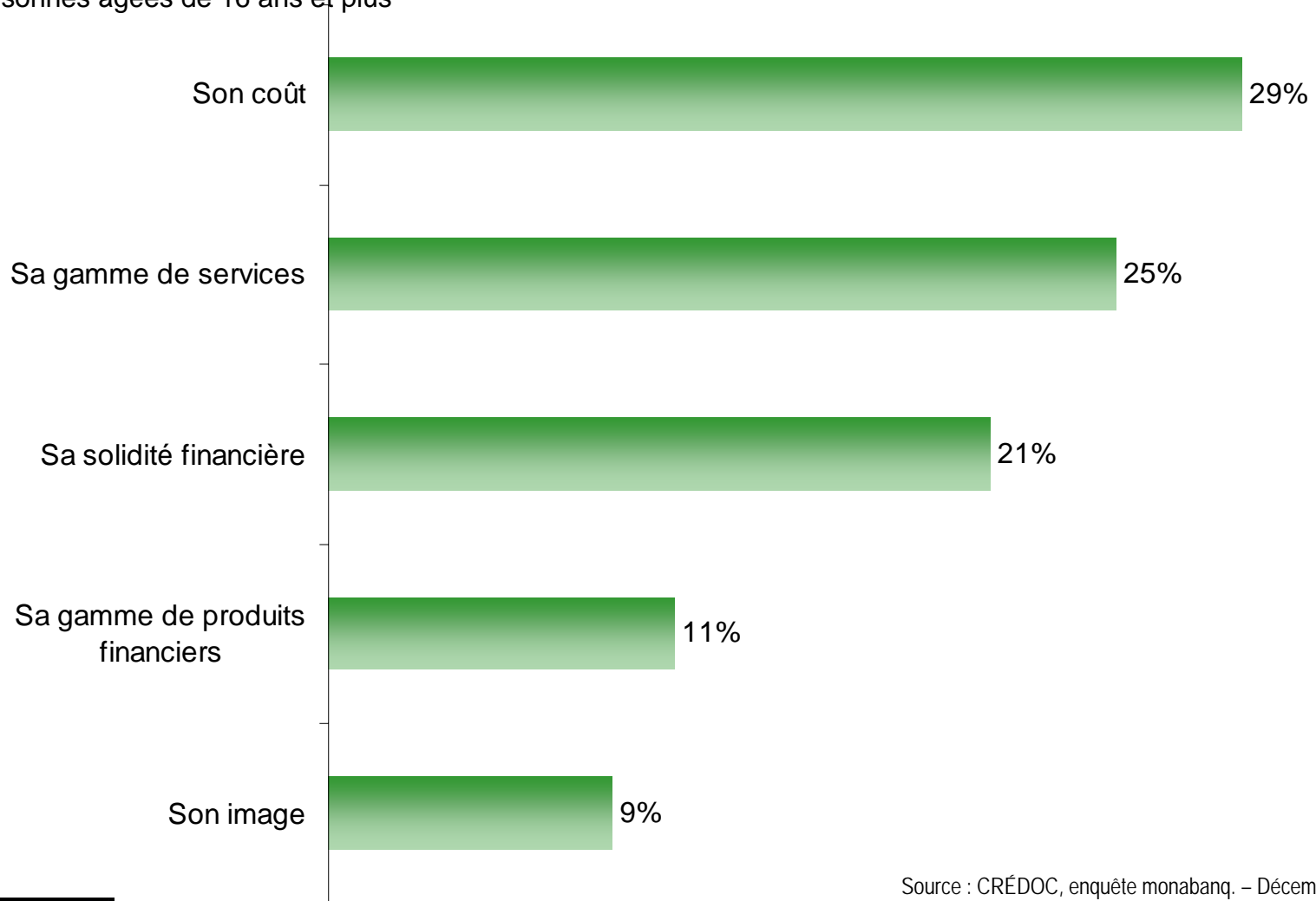
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

Le coût et la gamme de services sont les deux principaux critères pour changer de banque

« Quel est selon vous le critère le plus important pour changer de banque ? »

Base: 994 personnes âgées de 16 ans et plus



Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

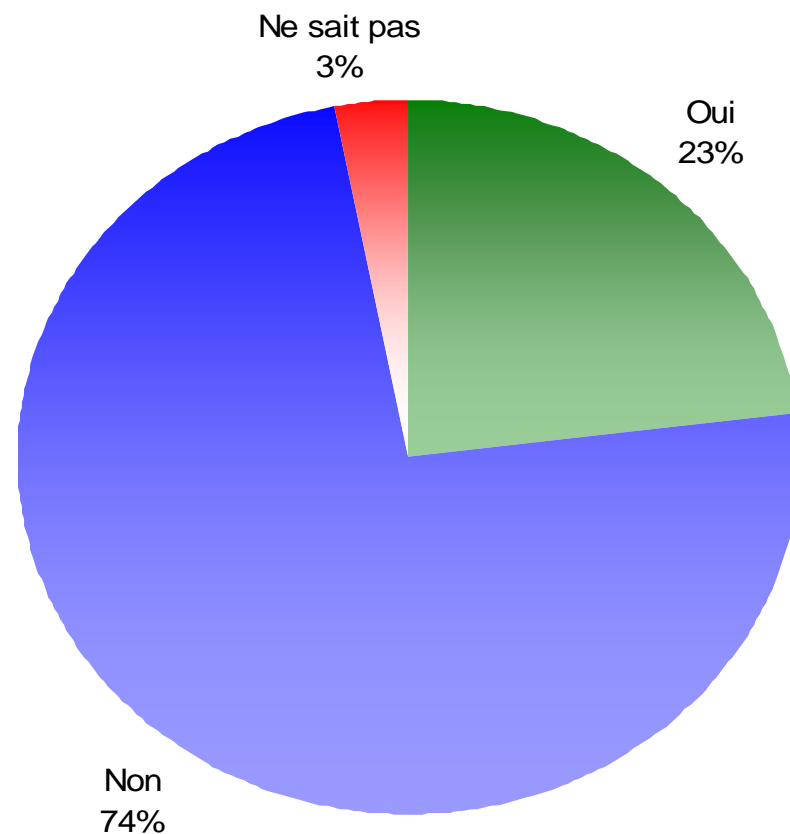


De loin la banque la plus proche.

74% des Français déclarent ne pas connaître le montant des frais bancaires qui leur a été envoyé

« Vous avez reçu votre premier relevé de frais bancaires en début d'année. En connaissez-vous le montant ? »

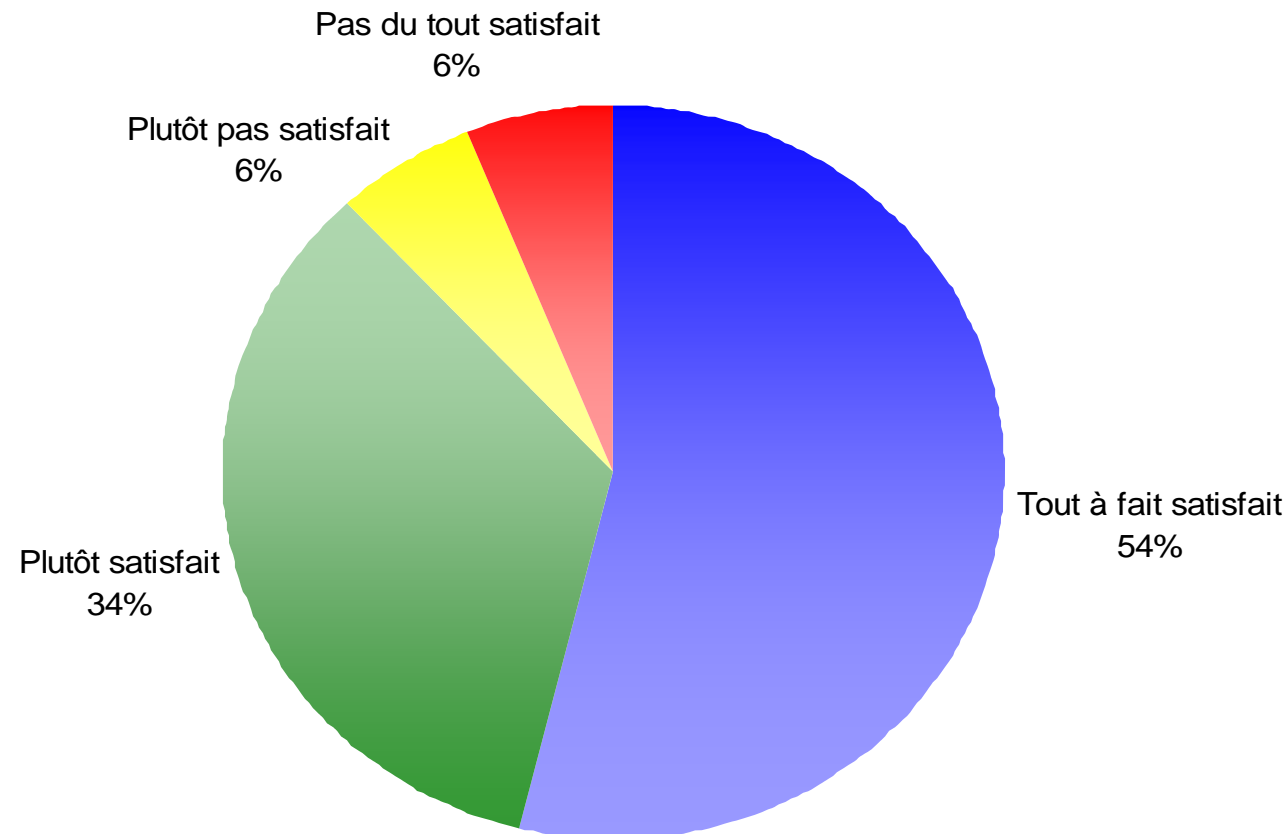
Base: 991 personnes âgées de 16 ans et plus



88% des personnes ayant été en contact avec un conseiller clientèle ont été satisfaites de ce contact

« Avez-vous été satisfait du contact que vous avez eu avec un conseiller clientèle ? »

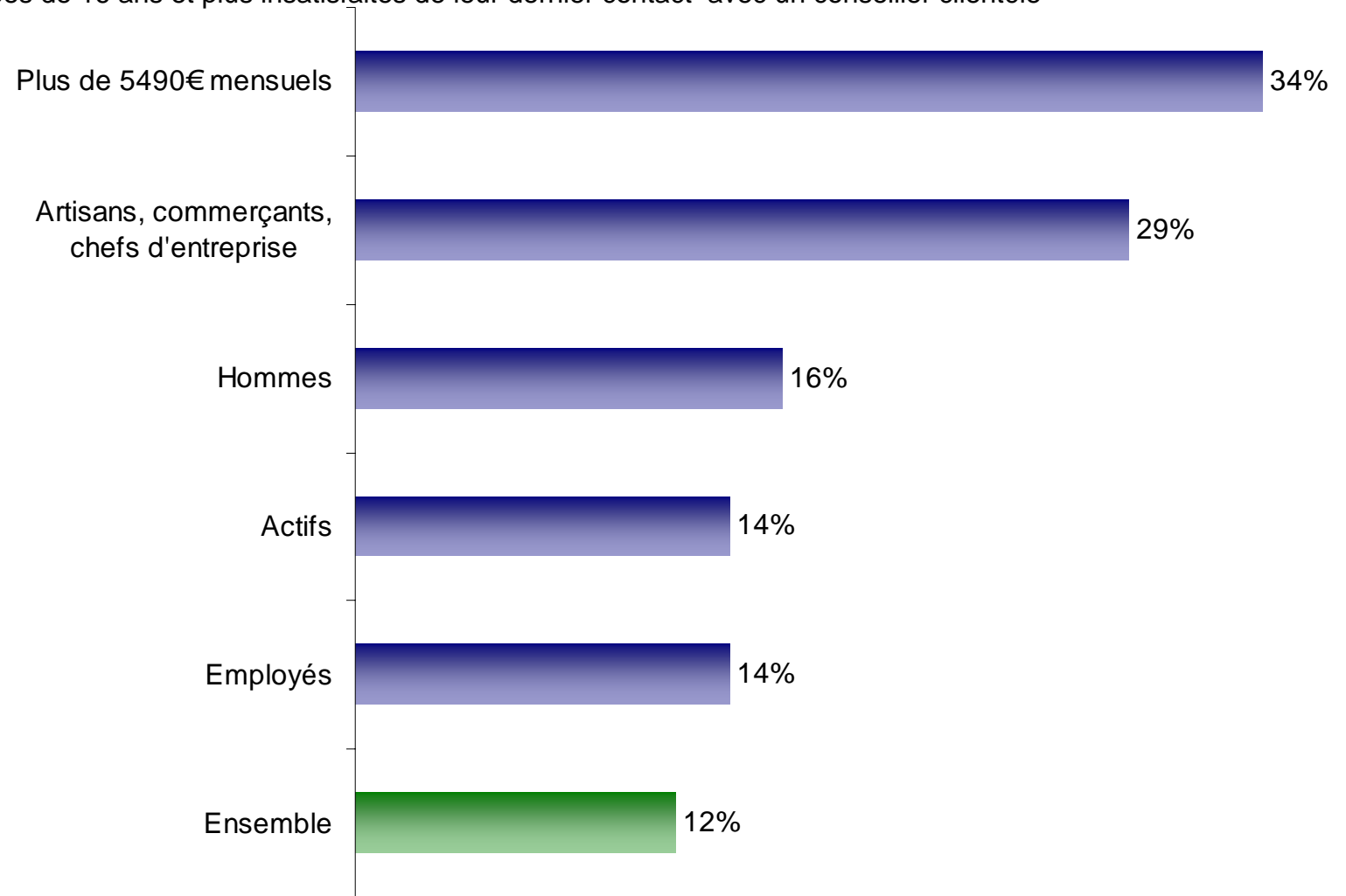
Base: 655 personnes âgées de 16 ans et plus ayant été en contact avec un conseiller clientèle



Les ménages à revenus élevés plus nombreux à ne pas avoir été satisfaits du contact avec un conseiller clientèle

« Avez-vous été satisfait de ce contact ? » - Réponse « Plutôt pas ou pas du tout satisfait »

Base: 79 personnes âgées de 16 ans et plus insatisfaites de leur dernier contact avec un conseiller clientèle



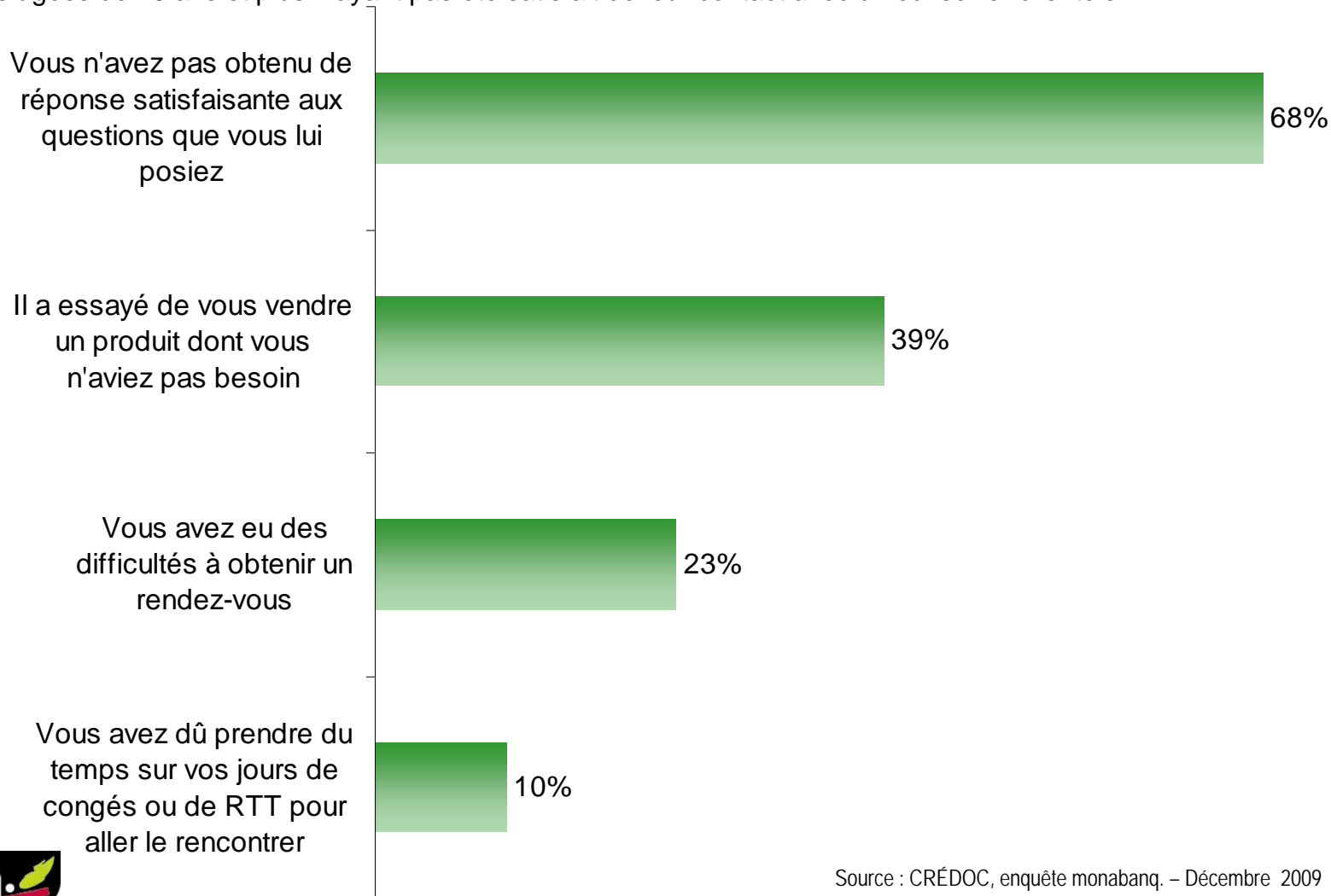
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. - Décembre 2009

Ne pas avoir obtenu de réponse satisfaisante de la part du conseiller clientèle est la principale raison d'insatisfaction

« Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas été satisfait de votre contact avec votre conseiller clientèle ? »

Base: 80 personnes âgées de 16 ans et plus n'ayant pas été satisfait de leur contact avec un conseiller clientèle



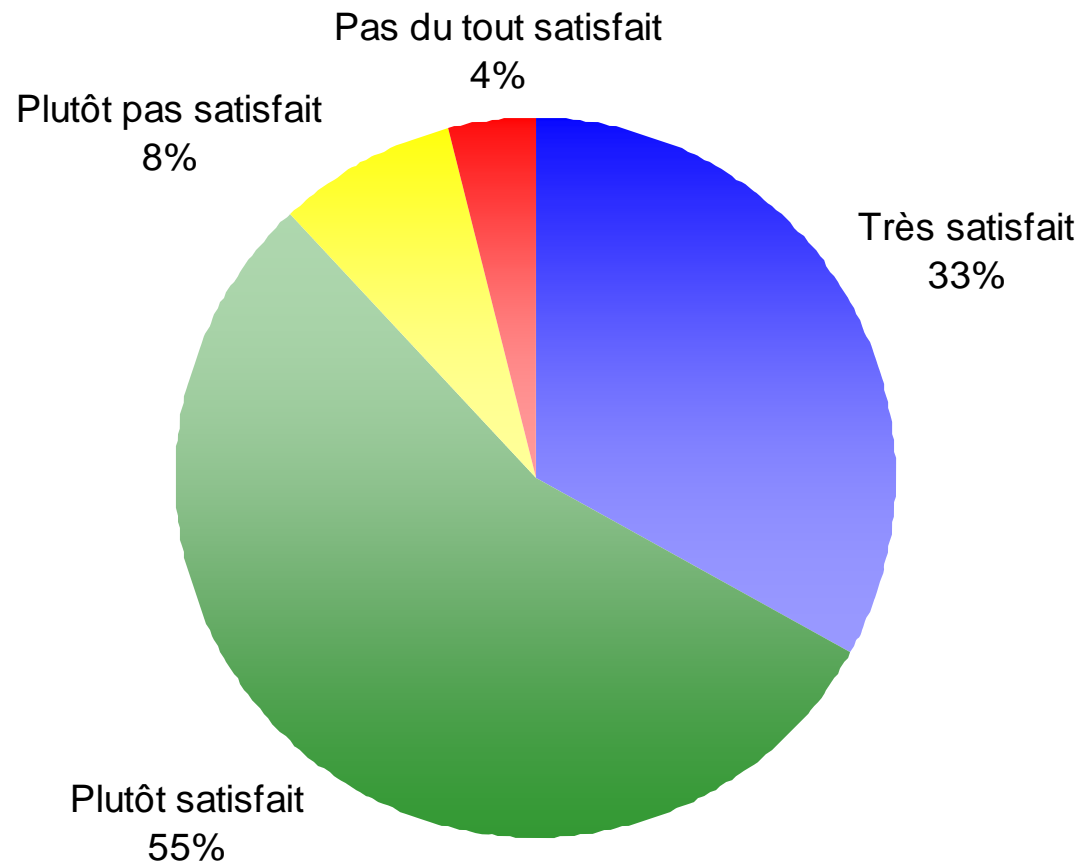
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. - Décembre 2009

88% des Français satisfaits de leur banque

« Etes-vous satisfait de votre banque ? »

Base: 991 personnes âgées de 16 ans et plus



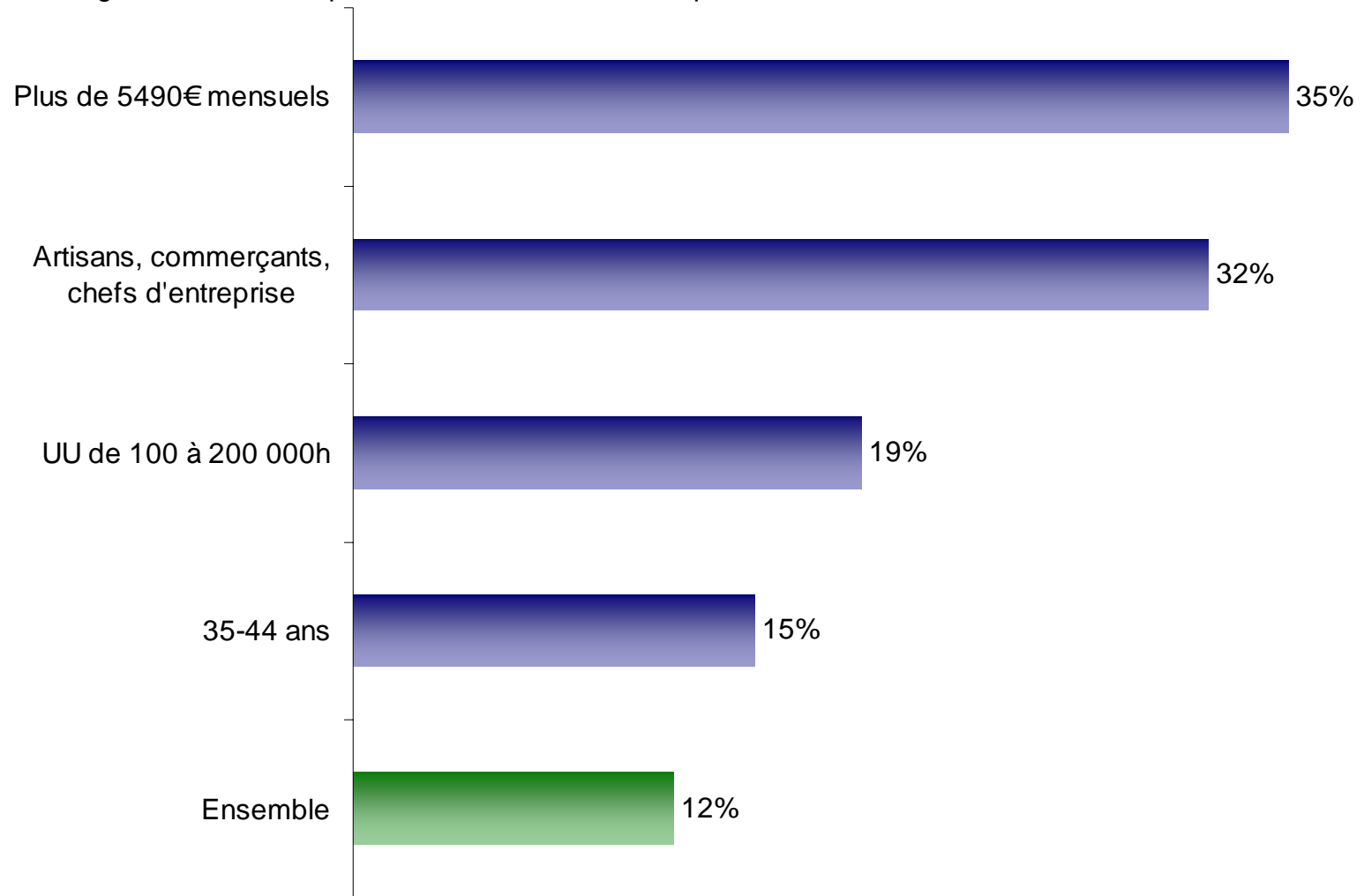
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

Les ménages aux revenus élevés plus nombreux à ne pas être satisfaits de leur banque

« Etes-vous satisfait de votre banque ? » - Réponse « Plutôt pas ou pas du tout satisfait »

Base: 119 personnes âgées de 16 ans et plus insatisfaites de leur banque



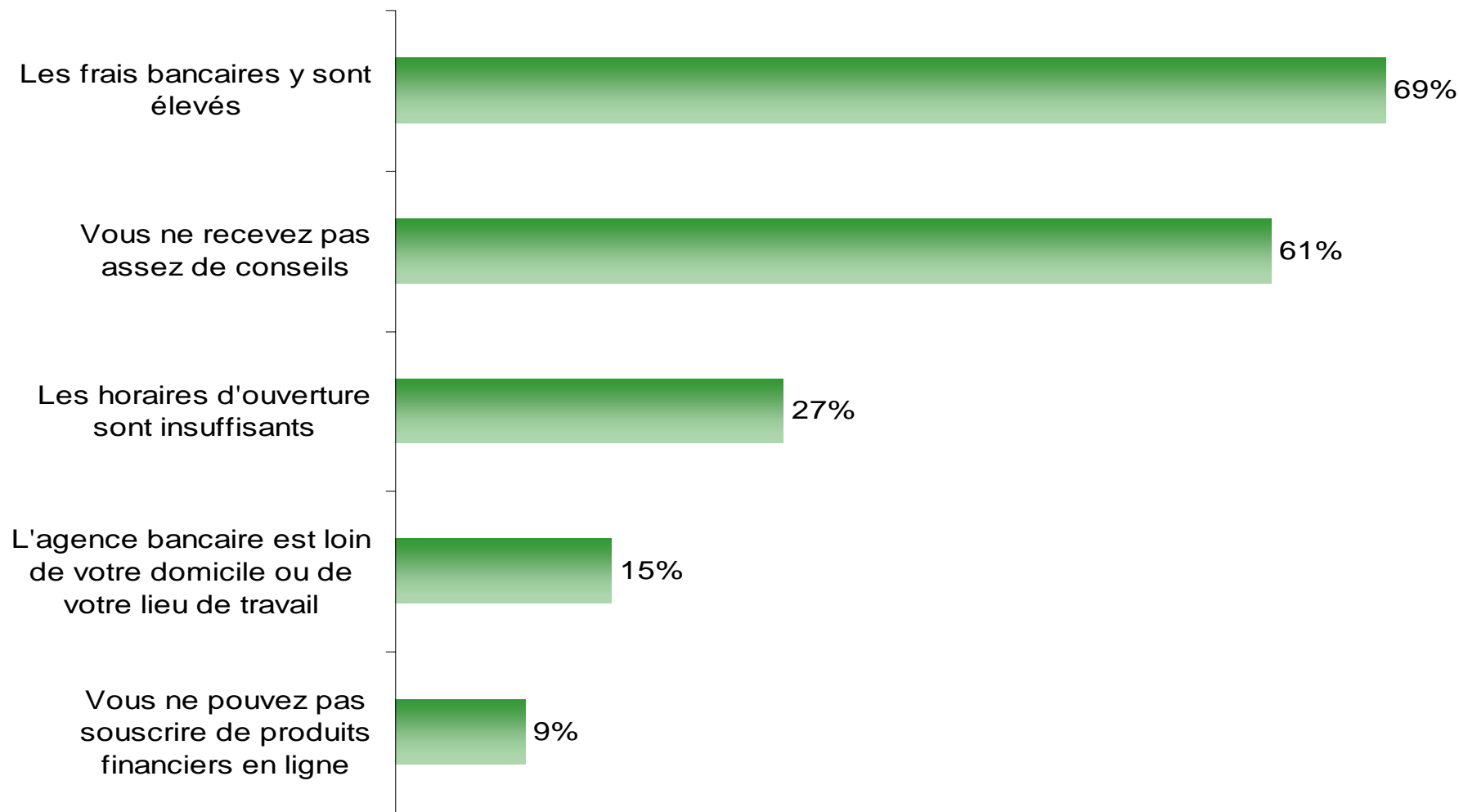
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

Frais élevés et manque de conseils rassemblent la majorité des insatisfactions face aux banques

« Pour quelle(s) raison(s) n'êtes-vous plutôt pas ou pas du tout satisfait ? »

Base: 116 personnes âgées de 16 ans et plus déclarant ne pas être satisfaites de leur banque



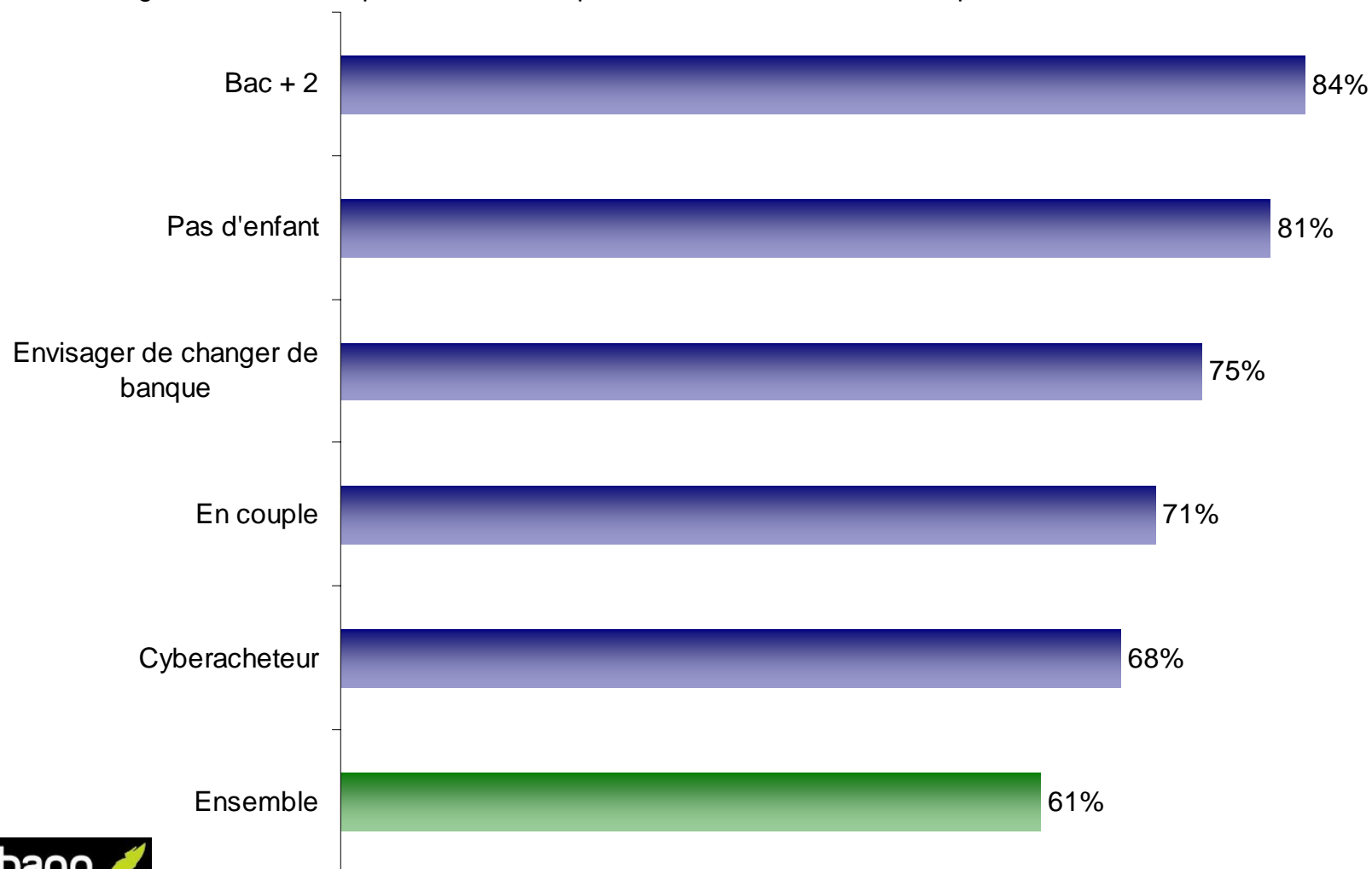
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

Frais élevés et manque de conseils rassemblent la majorité des insatisfactions face aux banques

« Pour quelle(s) raison(s) n'êtes-vous plutôt pas ou pas du tout satisfait ? »
Réponse « Vous ne recevez pas assez de conseils »

Base: 116 personnes âgées de 16 ans et plus déclarant ne pas être satisfaites de leur banque



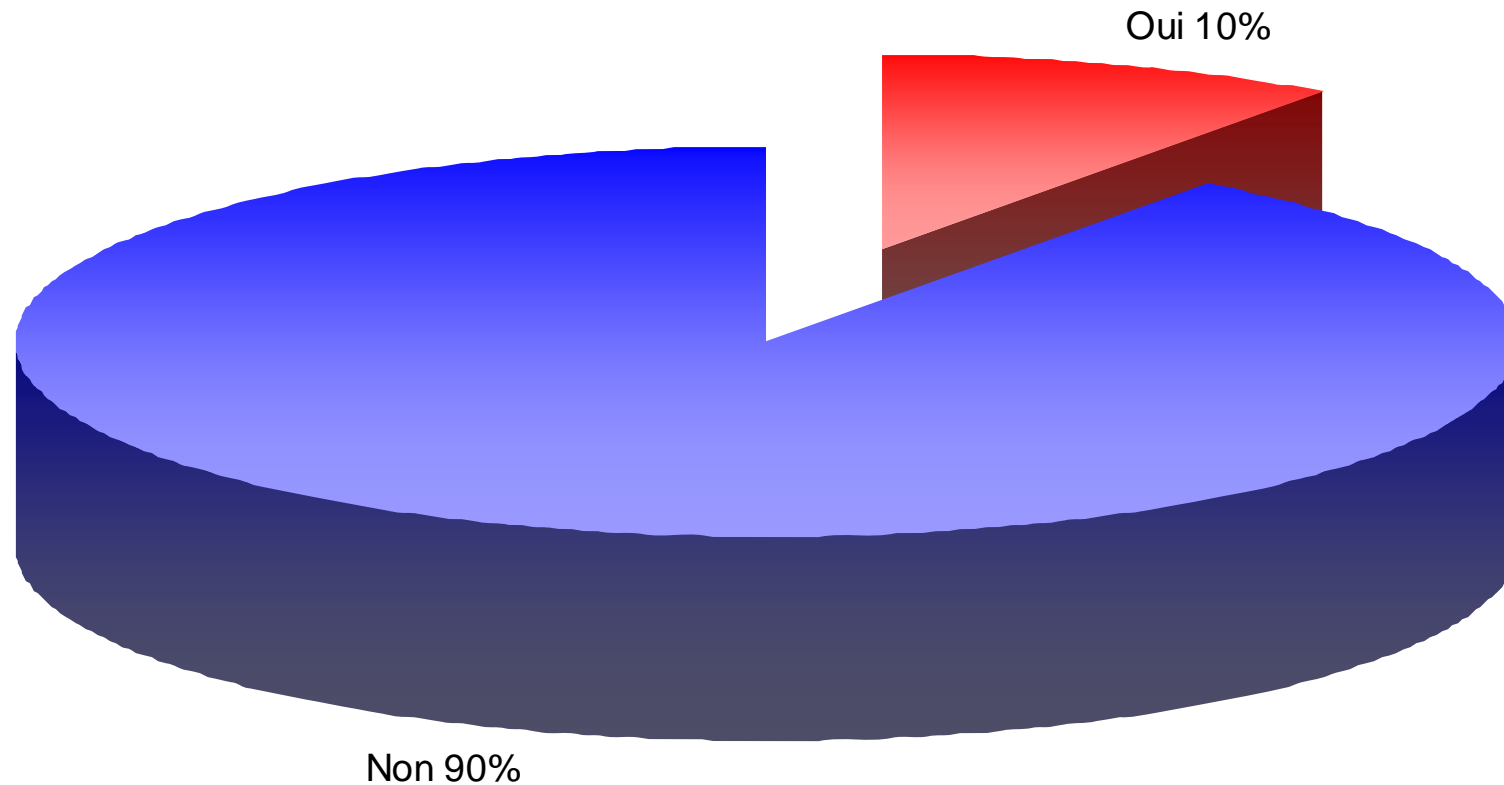
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

10% des Français envisagent de changer de banque en 2010

« Dans l'année à venir, envisagez-vous de changer de banque pour ce qui concerne votre compte courant principal ? »

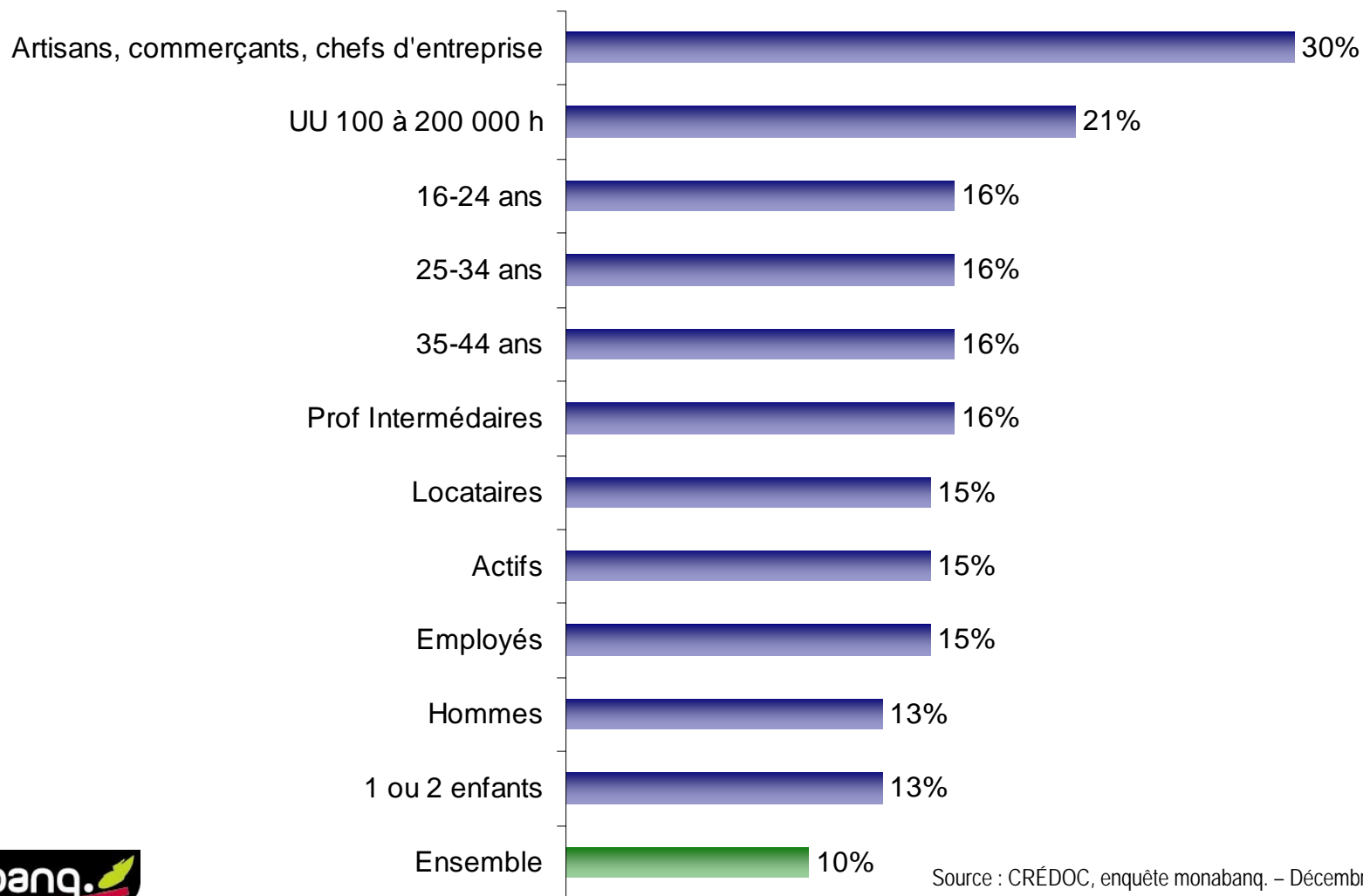
Base: 990 personnes âgées de 16 ans et plus



Les artisans, commerçants et chefs d'entreprise plus nombreux à envisager de changer de banque

« Dans l'année à venir, envisagez-vous de changer de banque pour ce qui concerne votre compte courant principal ? » - Réponse « Oui »

Base: 99 personnes âgées de 16 ans et plus envisageant de changer de banque



Source : CRÉDOC, enquête monabanq. - Décembre 2009

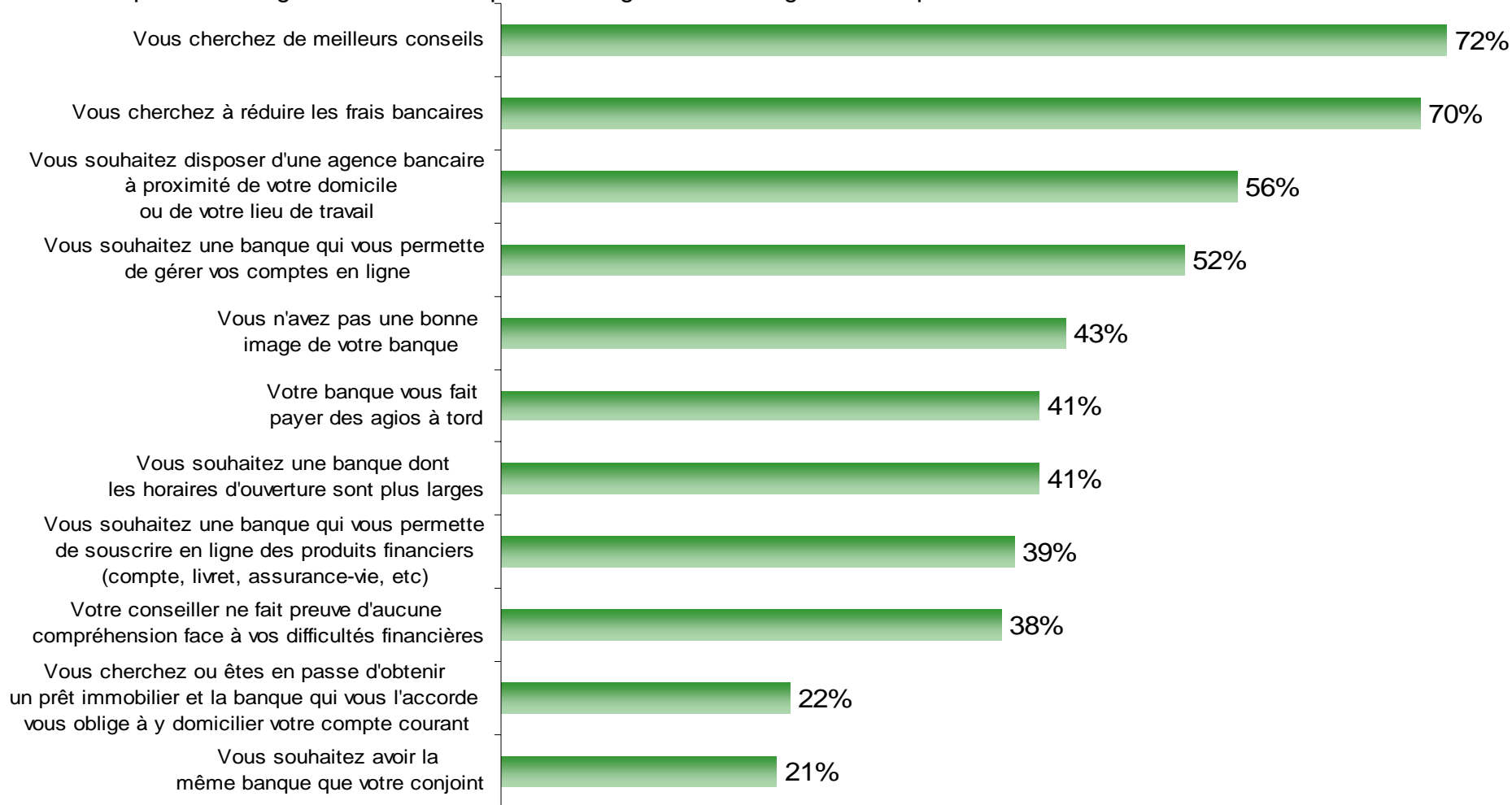


De loin la banque la plus proche.

Conseils et réduction des frais motivent les désirs de changement de banque

« Pour quelle(s) raison(s) envisagez-vous de changer de banque ? »

Base: 101 personnes âgées de 16 ans et plus envisageant de changer de banque



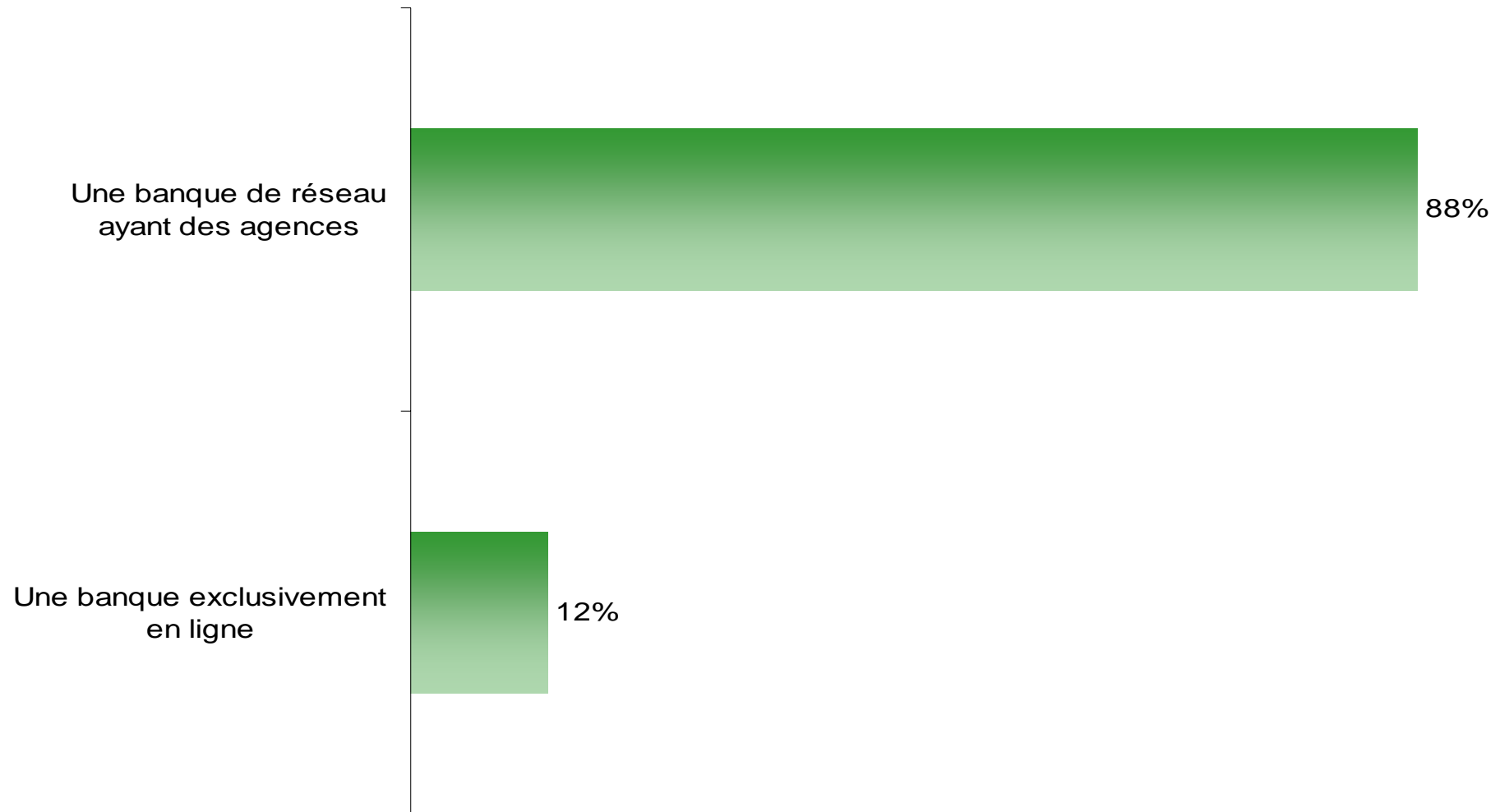
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

12% des personnes envisageant de changer de banque pensent s'orienter vers une banque en ligne

« Vers quel type de banque envisagez-vous d'aller ? »

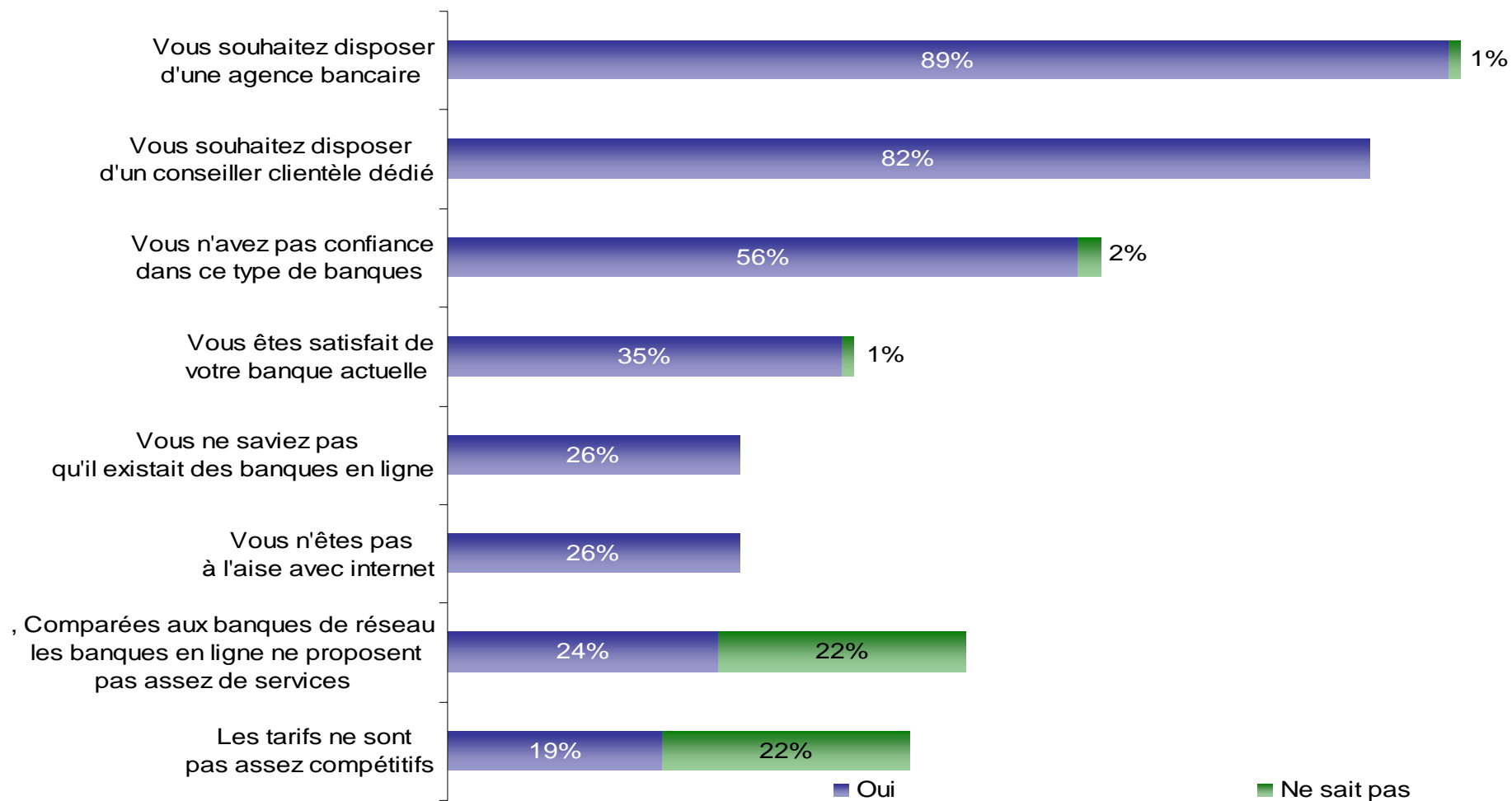
Base: 101 personnes âgées de 16 ans et plus envisageant de changer de banque



Disposer d'une agence bancaire et de conseillers clientèle dédiés sont les deux principales raisons amenant à ne pas envisager d'être client d'une banque en ligne

« Pour quelles raisons n'envisagez-vous pas d'être client d'une banque proposant ses services exclusivement en ligne ? »

Base: 89 personnes âgées de 16 ans et plus envisageant de changer de banque pour une banque de réseaux



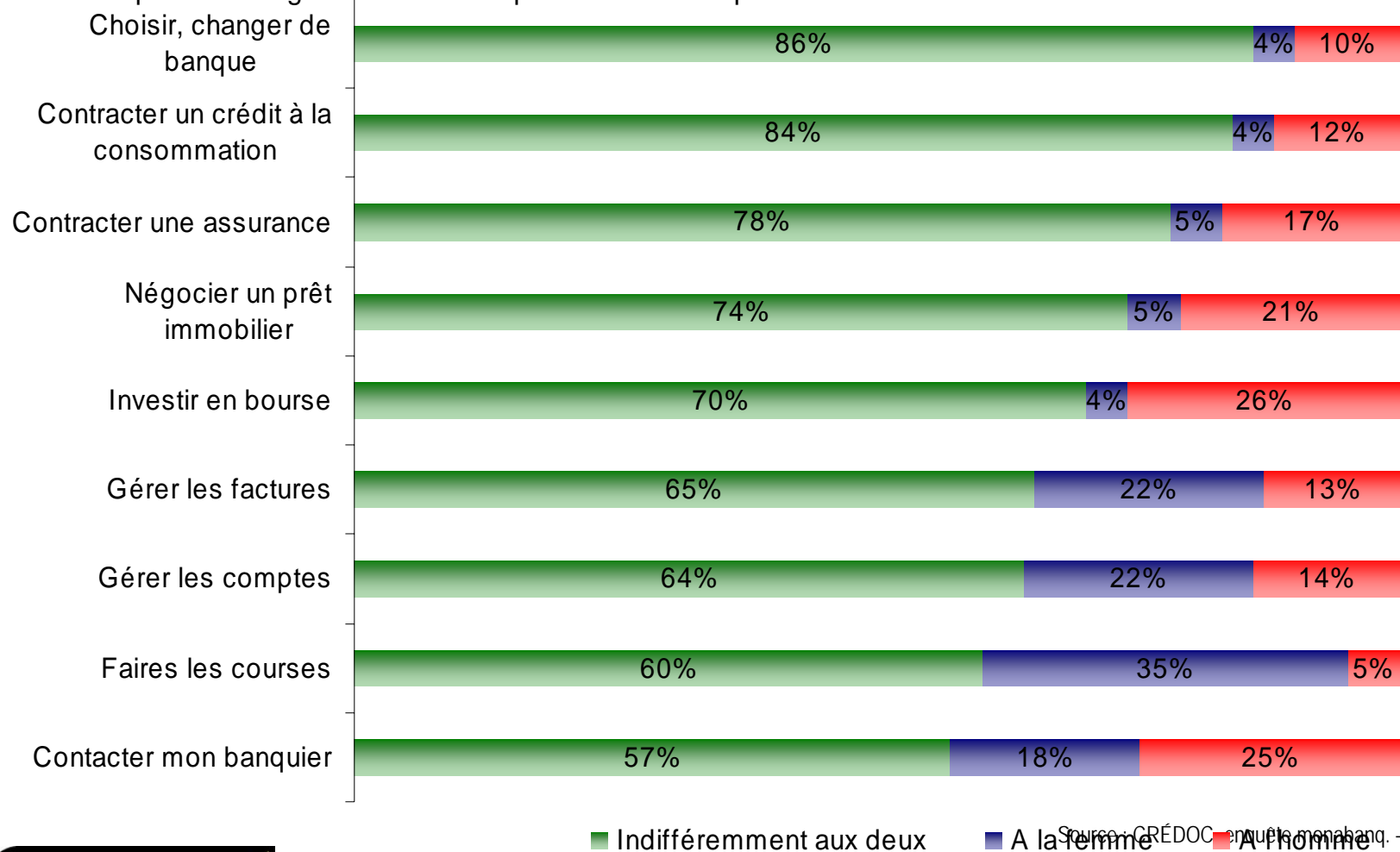
De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. - Décembre 2009

Faire les courses, gérer les comptes et les factures sont des activités nettement plus réservées aux femmes

« En ce qui concerne la gestion de votre budget familial, les tâches suivantes sont-elles selon vous principalement réservées à l'homme, à la femme ou indifféremment aux deux ... ? »

Base: 472 personnes âgées de 16 ans et plus vivant en couple



Source: CRÉDOC en partenariat avec monabanq. - Décembre 2009

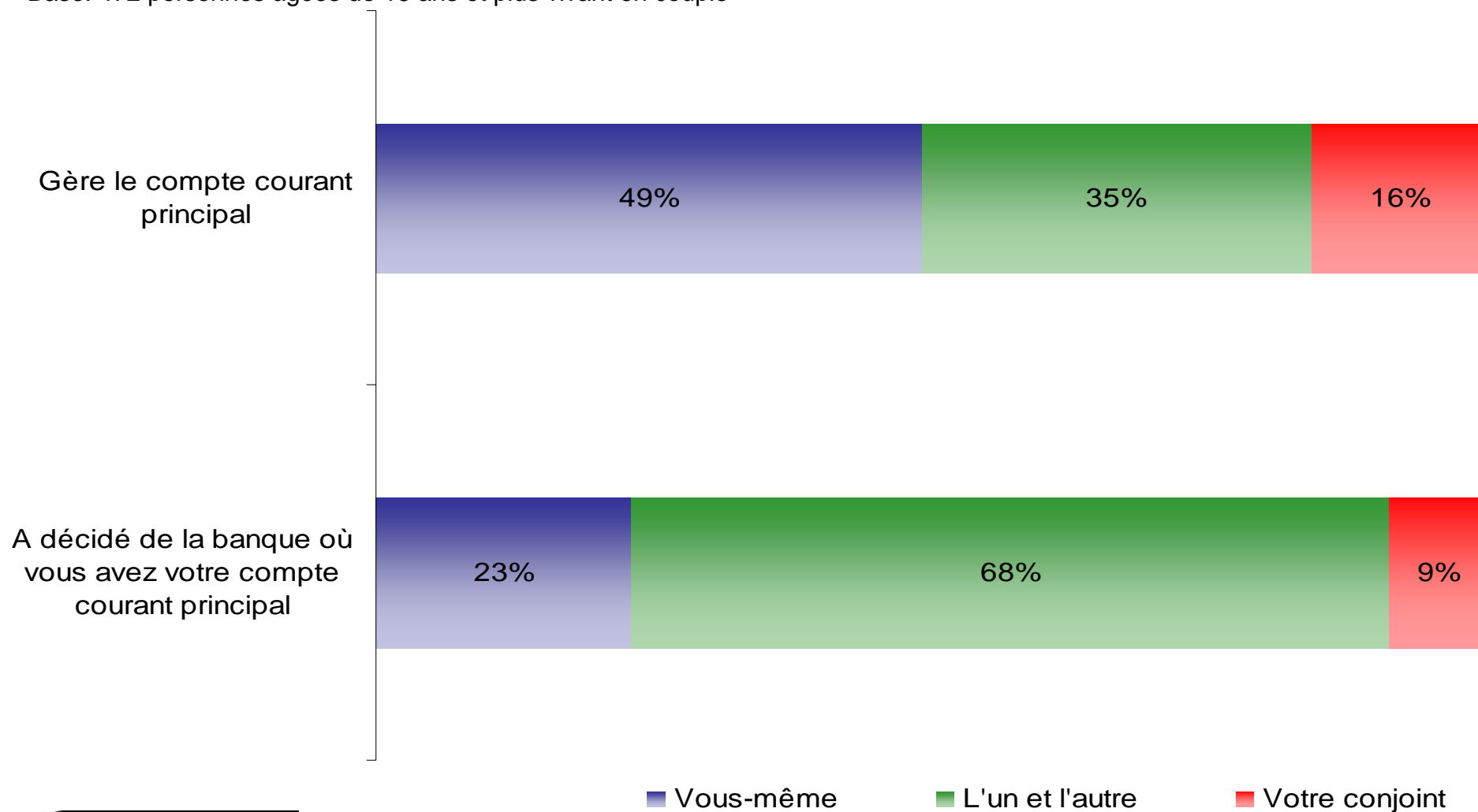


De loin la banque la plus proche.

2/3 des couples ont pris une décision commune concernant la banque où se trouve leur compte courant principal

« Qui au sein de votre couple ... ? »

Base: 472 personnes âgées de 16 ans et plus vivant en couple



De loin la banque la plus proche.

Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009

Conclusion

- Les ménages français disposent d'un patrimoine moyen de 165 070€
 - 20% de leur patrimoine est détenu en produits financiers
- Internet a modifié la relation des Français à la banque
 - Relation fréquente – Consultation des comptes
- Les Français évaluent leur relation avec leur banque à l'aune des coûts et des services qu'elle propose
 - Les 16-24 ans à la gamme de services
 - Les 35-44 ans à la gamme de produits financiers
- Un fort niveau de satisfaction par rapport aux banques (84%)
 - Exceptés parmi les hauts revenus et les artisans commerçants
 - Les principales raisons d'insatisfaction - L'importance des frais - L'insuffisance des conseils
 - 10% envisagent de changer de banque - Obtenir de meilleurs conseils - Réduire les frais bancaires - Disposer d'une agence à proximité - Pouvoir gérer ses comptes en ligne
- La gestion du budget familial peut être exercée indifféremment par l'homme ou la femme
 - Toutefois, gérer les comptes et les factures est une activité jugée comme plus souvent féminine
 - Investir et bourse, contacter le banquier ou négocier un prêt est jugé comme plus souvent masculine
 - Hommes et femmes surjouent leur rôle
 - Les seniors plus sensibles à cette répartition sexuée des tâches