

INFORMATION PRESSE
AUDIREP

Boulogne Billancourt, 17 Octobre 2014

7% des Français sont aujourd'hui clients d'une banque en ligne, probablement plus de 20% demain.

Quelles conséquences pour le secteur bancaire en France ? Où en est la position des banques en ligne « pure players », en France ? Comment se positionnent-elles face aux banques traditionnelles ? Comment peuvent-elles coexister ?

L'institut d'études Audirep en partenariat avec le cabinet Simon-Kucher, spécialisé dans la stratégie prix, ont réalisé un état des lieux* pour mieux cerner les attentes des Français envers les banques.

**France, Banque en ligne vs. banque traditionnelle – Etude Audirep en partenariat avec Simon-Kucher & Partners sur un échantillon online de 1000 personnes représentatif de la population française âgée de 18 à 65 ans – octobre 2014 – mention obligatoire*

Le point sur les banques en ligne à l'instant T

7 % des Français sont aujourd'hui détenteurs d'un compte au sein d'une banque en ligne. La pénétration de ces établissements est désormais aussi significative au niveau des comptes courants (5% de détenteurs) qu'au niveau des comptes Epargne (5% également, 3% détenant les deux types de compte), alors que les Banques en ligne étaient historiquement principalement positionnées sur le volet Epargne.

Même si ces chiffres peuvent encore apparaître modestes, l'étude apporte un éclairage plus inquiétant pour les banques traditionnelles lorsqu'elle amène les répondants à évaluer leur banque sur une échelle de 1 à 10 pour mesurer leur satisfaction.

Si l'on se concentre sur les évaluations à 9 ou 10, scores pour lesquels les répondants sont considérés comme des « prescripteurs potentiels » au vu de leur haut niveau de satisfaction, **22 % des clients de banques traditionnelles apparaissent comme des promoteurs de leur banque.** Ce chiffre tombe à **14 % pour les clients « multi bancarisés »**, c'est-à-dire clients à la fois des deux types d'établissements. A l'inverse, les clients des banques en ligne sont **37 % de clients à être très satisfaits de celles-ci.**

AUDIREP

9-9bis rue Henri Martin
92100 Boulogne Billancourt
Tel : 01 70 19 23 24

Pour plus d'informations :

Pascaline Morel

Relations presse
Tel : 06 23 14 66 88
p.morel@audirep.fr

Vers des migrations en grand nombre vers les banques en ligne ?

C'est un fait, ils sont **15 % de Français à envisager de migrer vers une banque en ligne**, au moins pour partie – un chiffre qui augmente à 19 % chez les 25-54 ans, et tombe à 10 % chez les plus de 55 ans. Seuls 3 % des répondants pourraient transférer la majorité de leurs produits bancaires dans une banque en ligne.

Par ailleurs, 14 % comptent utiliser de plus en plus les services en ligne des banques traditionnelles à l'avenir, soit une modification des usages qui tend vers le online, même sans opter concrètement pour un pure player à ce stade.

Côté motivations, **s'ils devaient opter pour un pure player, ce serait, pour ces clients, pour réaliser des économies (75 %), pour bénéficier d'une carte bancaire gratuite (68 %) ou encore parce que les offres de bienvenue sont attractives (56 %)**. Des raisons essentiellement économiques, qui traduisent une perception d'un écart notable entre le coût de la banque traditionnelle et celui de la banque en ligne.

Côté freins, l'économie disparaît au profit d'approches **parfois plus pragmatiques** (l'absence d'agence et d'interlocuteur physique pour 46 %), **parfois plus irrationnelles** (le manque de confiance dans les banques en ligne pour 43 %). Ils sont tout de même près du 1/3 (31 %) à ne pas voir l'intérêt de la migration, et presque autant (28 %) à être trop attaché à leur établissement et/ou à leur conseiller pour envisager de le quitter.

S'ils quittent leur établissement historique, donc, ce sera pour donner moins d'argent à leur banque. S'ils ne le font pas, ce sera du fait d'une confiance acquise, à tort ou à raison, moins à l'égard de leur agence que d'un système connu et éprouvé qui effraie moins que les pure players,

Quels enseignements pour les établissements traditionnels ?

82 % des Français considèrent que la réduction des tarifs bancaires serait le principal point d'amélioration à apporter aux banques classiques. 74 % souhaiteraient une meilleure prise en compte de leur **fidélité. Le conseiller est également au cœur des réclamations.** Il serait en effet très important pour les Français qu'il change moins souvent (54 %), qu'il soit plus compétent (44 %) et plus disponible (42 %). Le rôle central de cet interlocuteur dans les attentes des clients est parfaitement cohérent avec des intentions de migration encore limitées, puisqu'il illustre la différence majeure entre les deux canaux.

Enfin, dernier message aux établissements traditionnels : 1/3 des clients banque en ligne confient déjà plus de la moitié de leur épargne aux pure players. Il n'est donc pas question ici que de simple diversification de l'Épargne, mais bien de l'affirmation d'une vraie concurrence sur la collecte

Pour la réalisation de ce sondage, Simon-Kucher a choisi l'institut Audirep, acteur référent des études de marché en France depuis 1995.

A propos d'Audirep

Audirep est un Institut d'Etudes Marketing créé en 1995. Sa philosophie : créer de la valeur ajoutée aux études de marché et rendre leurs résultats opérationnel. Des compétences multi secteurs (Services, Transport, BFA, Grande Consommation, CHD), et une expertise reconnue sur les problématiques de construction d'offre, d'optimisation du prix, de la stratégie de fidélisation, d'analyses de parcours clients (en point de vente ou sites web marchands) ou de relation clients (baromètres de satisfaction).

www.audirep.fr

Didier Caylou - Directeur Banque-Finance-Assurance - d.caylou@audirep.fr - Tel : 01.70.19.23.09
Pascaline Morel - Relations Presse - p.morel@audirep.fr - Tel : 06.23.14.66.88

A propos de Simon-Kucher & Partners

Simon-Kucher est un cabinet de conseil en Stratégie et Marketing dont la spécialité est la croissance des revenus par le levier du prix. Simon-Kucher figure parmi les tous premiers spécialistes mondiaux de l'optimisation des prix, levier le plus fort sur le chiffre d'affaires.

www.simon-kucher.com

Relations presse - David Vidal - rp-paris@simon-kucher.com - Tél : 01 56 69 23 90