



Le banquier idéal des Français et des Américains

Février 2011



1 | La méthodologie

Etude réalisée pour :

Groupama Banque

Echantillons :



France :

Echantillon de **1000** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé) après stratification par région et catégorie d'agglomération.



Etats-Unis :

Echantillon de **1000** personnes, représentatif de la population américaine âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, niveau de revenu et origine ethnique) après stratification par région.

Mode de recueil :

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).

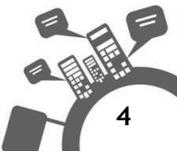
Dates de terrain :

France : Du 11 au 17 février 2011

Etats-Unis : Du 14 au 18 février 2011



2 | Les principaux enseignements



Cette étude sur l'image du secteur bancaire et la relation à son banquier a été réalisée dans une dimension comparative. Il nous a semblé intéressant de mesurer l'image des banques en France mais aussi aux Etats-Unis, pays situé à l'épicentre de la crise financière et économique. La responsabilité de grandes institutions bancaires américaines a été clairement établie tant en matière de subprimes que d'opérations de marché alors que le secteur bancaire français n'a pas été impliqué et n'a pas connu de faillites. L'ambition de l'étude était d'évaluer en quoi ces différences de contexte très importantes influent ou non sur les perceptions des banques de part et d'autre de l'Atlantique.

L'image du secteur bancaire, les paradoxes français.

- ❑ Contrairement à ce qu'aurait pu laisser présumer l'ampleur de la crise bancaire aux Etats-Unis, **c'est en France que le secteur pâtit de l'image la plus dégradée : seuls 49% des Français ont une bonne image des banques** en général contre 73% aux Etats-Unis. La crise de 2008, pourtant née aux USA, semble avoir plus sérieusement impacté les représentations de la population française, ou tout du moins y avoir **alimenté certaines idées reçues** : alors même qu'en France les aides versées aux banques au titre du plan de sauvetage ont intégralement été remboursées et que l'Etat a même réalisé un bénéfice grâce aux intérêts, la population française estime de manière écrasante (87%), et dans des proportions équivalentes à celles mesurées outre-Atlantique (90%), que cette crise a, au contraire coûté, de l'argent à l'Etat et aux contribuables.
- ❑ Si la **responsabilité des banques nationales est davantage pointée du doigt aux Etats-Unis (84%) qu'en France (70% tout de même)**, le scepticisme quant à la capacité des banquiers à tirer les leçons de la crise et à adopter des comportements moins risqués apparaît en revanche largement diffusée dans l'Hexagone et contraste avec la plus grande « bienveillance » américaine (seuls 28% des Français contre 47% des Américains estiment que les banquiers ont adopté des comportement moins risqués).
- ❑ Cependant, ce climat de défiance français doit être nuancé au regard de la progression des jugements positifs par rapport aux résultats mesurés à l'occasion d'autres enquêtes menées en 2010 : -22 points pour ce qui est de la responsabilité des banques françaises, +11 points concernant la confiance dans leur solidité et +10 points sur la capacité des banques à tirer les leçons de la crise.

Les banques vs sa banque

□ Cette tendance à la critique lorsqu'il s'agit de juger le secteur bancaire en général (51% d'opinion négative) n'opère plus que de manière très minoritaire dans le cas de sa propre banque (23%), 77% des Français déclarant en avoir une bonne image (soit un écart de 28 pts entre l'image des banques et l'image de sa propre banque). Mais sur ce point encore, les Américains devancent les Français avec 89% d'interviewés portant un jugement positif sur leur banque.

➔ Alors que les français apprécient leur propre banque, le secteur bancaire français dans son ensemble souffre donc d'un déficit d'image important que des efforts de pédagogie parviendraient sans doute à réduire, d'autant plus qu'il semble qu'en creux, ce soient moins directement les effets de la crise et les conséquences du comportement des banquiers qui soient en cause qu'une tradition de défiance à l'égard de la figure impersonnelle du banquier qui, historiquement, a mauvaise presse en France tandis que la culture américaine entretient un rapport à l'argent que l'on considère souvent comme plus décomplexé.

La dimension tarifaire au cœur des attentes françaises

□ A l'origine de ces décalages entre les deux pays en termes d'image, la dimension tarifaire s'impose comme centrale et permet d'expliquer le paradoxe selon lequel, 2 ans après le début de crise, le secteur bancaire reste plus critiqué en France qu'aux Etats-Unis. Ainsi, parmi la liste de propositions testées, les écarts les plus importants portent sur cet aspect :

- 65% des Français se sentent bien informés du coût facturé pour chaque type d'opération contre 82% aux USA (-17 pts) ;
- 49% jugent que leur banque pratique des tarifs avantageux contre 75% aux USA (-26 pts) ;
- 48% des Français estiment que leur banque facture des services dont ils n'ont pas besoin contre 26% aux Etats-Unis (+22 pts).

➔ En creux, l'opinion française semble exprimer une certaine irritation à l'égard des offres bancaires en « pack » qui les conduit à payer pour certains services dont ils n'ont pas le besoin. De fait, le marché français apparaîtrait sensible à une simplification et à un découplage des offres bancaires.

❑ A contrario, les Français se distinguent par une satisfaction plus importante sur certaines dimensions ayant trait à la qualité de la relation avec leur conseiller :

- 68% le jugent tolérant et compréhensif en cas de fin de mois difficile contre 62% aux USA (+6 pts) ;
- 64% des Français estiment avoir des interlocuteurs qui connaissent bien leur dossier et leur situation contre 55% aux USA (+9 pts) ;

Toutefois, en dépit de ce dernier résultat, la confiance accordée à son conseiller reste plus importante Outre-Atlantique : 72% des américains contre 64% des Français considèrent leur conseiller financier comme un partenaire de confiance.

Le banquier idéal : tarifs et adéquation de l'offre devançant les aspects plus déontologiques

❑ Concernant les changements de comportement des banquiers, Français et Américains font preuve d'une vision relativement proche, en tout cas en termes de hiérarchie puisque la baisse des tarifs (49% en France et 41% aux USA) et le fait de ne faire payer que les services dont les clients ont vraiment besoin (respectivement 45% et 39%) se placent systématiquement en tête des attentes. Toutefois, il semble que la crise ait laissé davantage de traces dans l'esprit des Américains : en retrait par rapport aux Français sur la questions des tarifs (-8 pts) et d'une facturation plus adaptée (-6 pts), la population américaine en appelle davantage à des avancées en matière de déontologie professionnelle :

- Fortement marquée par l'épisode des « subprimes », elle se montre davantage souscieuse d'une meilleure prise en compte de la capacité d'endettement : 38% estiment que les banques devraient refuser un crédit aux clients qui n'ont pas les moyens de rembourser (29% en France)
- En outre, l'exigence de placements financiers moins risqués y est également plus prononcée (25% vs 18% en France)

❑ Les modalités de la relation avec le conseiller financier, quant à elles, ne font l'objet que de griefs marginaux, et ce dans les deux pays : meilleur conseil dans les grands choix d'investissement (16% en France, 13% aux Etats-Unis), disponibilité (10% et 11%), vigilance accrue dans le suivi des comptes bancaires (10% et 7%) ne cristallisent pas d'attentes massives, signe que la relation avec le conseiller satisfait très majoritairement les interviewés.

L'enjeu de l'éthique, plus prononcé Outre-Atlantique

❑ Dans la vision française, les valeurs qui devraient guider le travail des banquiers se résument peu ou prou aux intérêts du client (66% de citations) ainsi qu'à la sécurité financière de leurs placements (50%). De fait, à l'exception de la responsabilité qui rencontre un certain écho (30%), les autres valeurs soumises au jugement des interviewés sont considérées comme secondaires ou, autre interprétation possible, font l'objet d'une satisfaction plus importante : disponibilité (16%); vision à long terme (14%), solidarité (10%) ou bien encore proximité (9%).

❑ Si le pragmatisme et la stricte défense des intérêts du client émergent également comme les valeurs cardinales attendues de la part des banquiers outre-Atlantique, on note que les critiques émises à l'égard de la profession à l'occasion de la crise perdurent davantage aux Etats-Unis dans la mesure où la responsabilité (50% de citations, soit 20 points de plus qu'en France) y égale le souci des intérêts des clients (49%) et la sécurité financière pour l'argent et le placement des clients (48%)

De spécificités nationales à ne pas négliger

Au-delà des conséquences indéniables de la crise historique qu'a connue le secteur bancaire, tant en France qu'aux Etats-Unis, les disparités observées entre les deux pays en termes d'image et d'attentes sont également à rapprocher des différences de pratique et d'organisation des réseaux bancaires nationaux.

❑ D'une part, les Français entretiennent une relation à leur banque qui semble plus distante dans la mesure où ils se rendent moins souvent dans leur agence pour effectuer une opération : seuls 39% déclarent le faire ou moins une fois par mois contre 65% aux Etats-Unis.

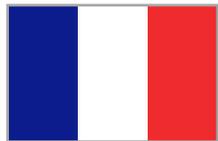
❑ D'autre part, les Etats-Unis abritent un réseau très développé de banques locales, ce qui explique sans doute la confiance plus grande accordée dans ce pays à une banque de taille moyenne. En effet, 67% des Américains déclarent davantage faire confiance à une banque de taille moyenne plutôt qu'à une grande banque, contre 48% en France où le marché est assez fortement structuré autour des grands groupes. Quoi qu'il en soit, les ressorts de la confiance accordée aux banques de taille moyenne sont réels et tiennent en la proximité plus grande qu'elles offrent à leurs clients et ce des deux côtés de l'Atlantique.

3 | Les résultats de l'étude



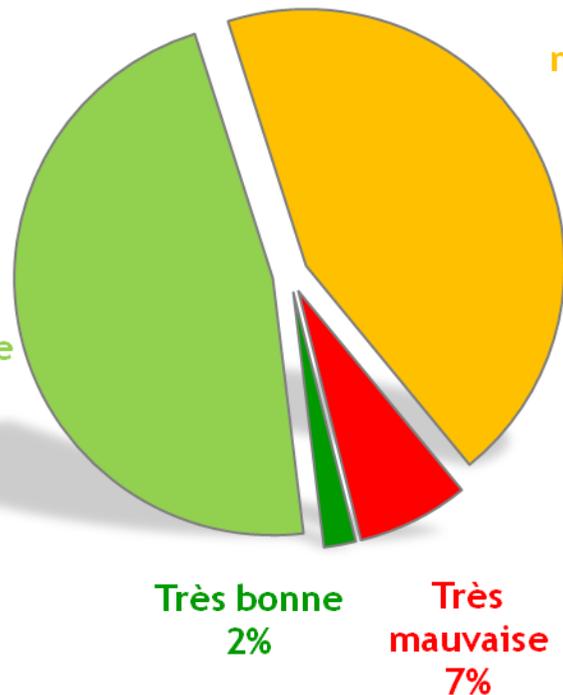
A | L'image du secteur bancaire

Question : De manière générale, diriez-vous que l'image que vous avez des banques est ... ?



TOTAL Bonne :
49%

Rappel FRANCE
Septembre 2009 :
52%(*)

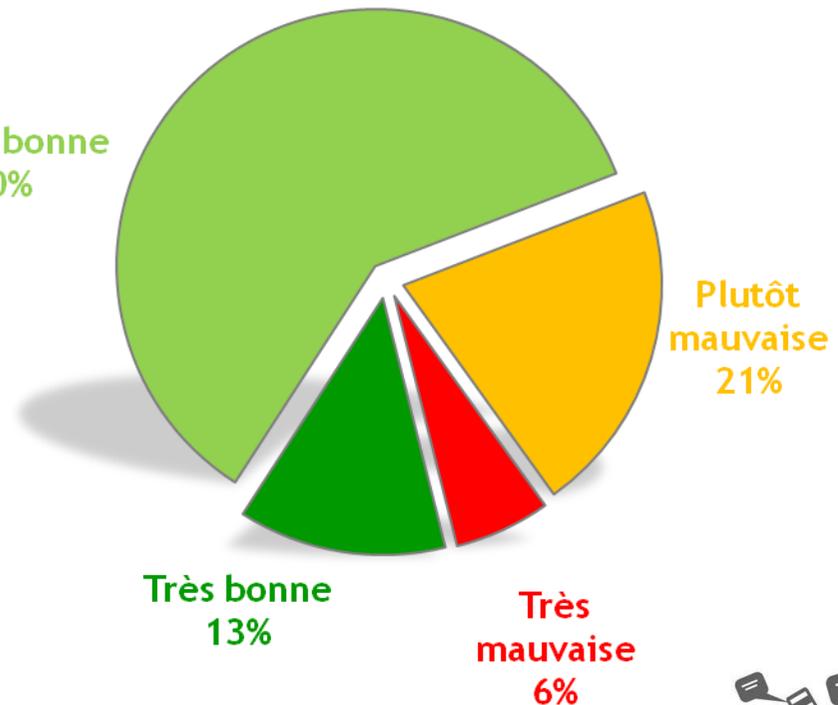


Ecart : -24 pts



TOTAL Bonne :
73%

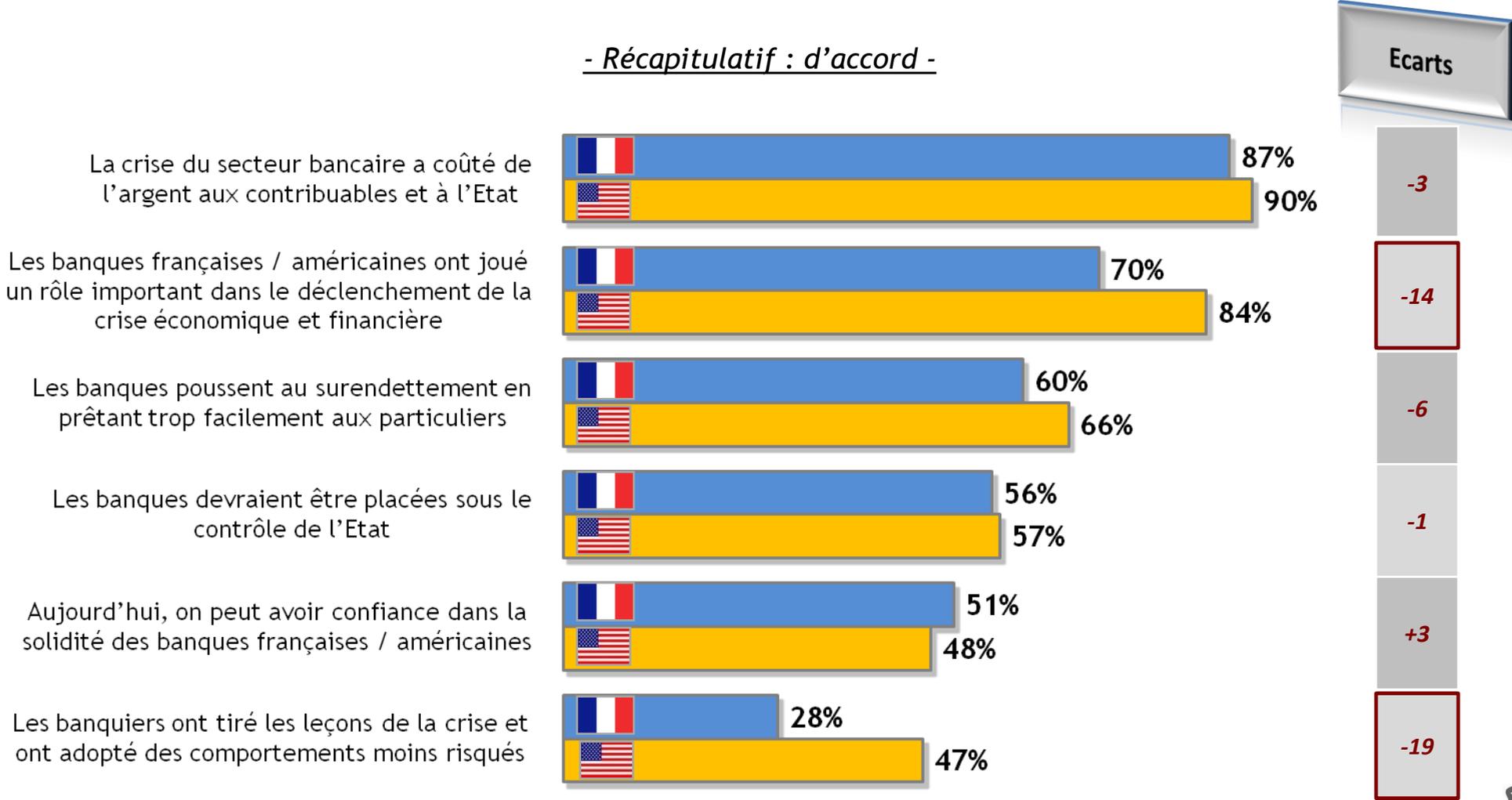
Plutôt bonne
60%



(*) Etude Ifop pour Zerba Communication réalisée auprès d'un échantillon national représentatif de 1002 Français âgés de 18 ans et plus du 28 août au 7 septembre 2009.

Question : Pour chacune des opinions suivantes que l'on peut entendre à propos des banques en général, diriez-vous que vous êtes plutôt d'accord ou plutôt pas d'accord ?

- Récapitulatif : d'accord -



Question : Pour chacune des opinions suivantes que l'on peut entendre à propos des banques en général, diriez-vous que vous êtes plutôt d'accord ou plutôt pas d'accord ?

- Récapitulatif : « d'accord » selon la situation en matière de crédit-

				
	Aucun crédit souscrit	Au moins un crédit souscrit	Aucun crédit souscrit	Au moins un crédit souscrit
• Les banques poussent au surendettement en prêtant trop facilement aux particuliers	60%	60%	62%	<u>68%</u>
• Aujourd'hui, on peut avoir confiance dans la solidité des banques françaises / américaines	46%	<u>54%</u>	<u>52%</u>	45%
• Les banquiers ont tiré les leçons de la crise et ont adopté des comportements moins risqués	25%	<u>29%</u>	47%	47%



Question : Pour chacune des opinions suivantes que l'on peut entendre à propos des banques en général, diriez-vous que vous êtes plutôt d'accord ou plutôt pas d'accord ?

Les banques françaises ont joué un rôle important dans le déclenchement de la crise économique et financière

Février 2011



-22 pts

Rappel Août 2010*



■ Plutôt d'accord
■ Plutôt pas d'accord

Aujourd'hui, on peut avoir confiance dans la solidité des banques françaises

Février 2011



+11 pts

Rappel Janvier 2010**



Les banquiers ont tiré les leçons de la crise et ont adopté des comportements moins risqués

Février 2011



+10 pts

Rappel Août 2010



Rappel Janvier 2010



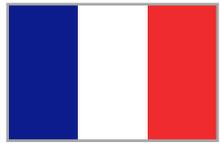
* Enquête Ifop pour *L'Humanité* réalisée par internet du 20 au 30 août 2010 auprès d'un échantillon national représentatif de 1010 personnes.

** Enquête Ifop pour *Le Monde* réalisée par internet du 6 au 8 janvier 2010 auprès d'un échantillon national représentatif de 1004 personnes.



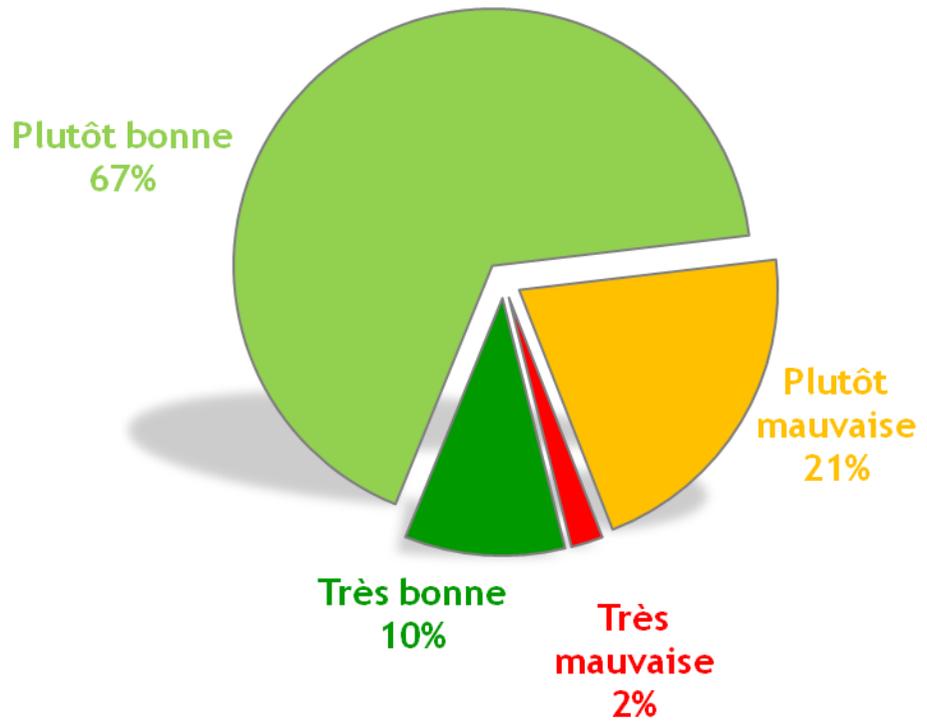
B | Image détaillée de sa banque

Question : Et diriez-vous que l'image que vous avez de votre banque est ... ?



TOTAL Bonne : 77%

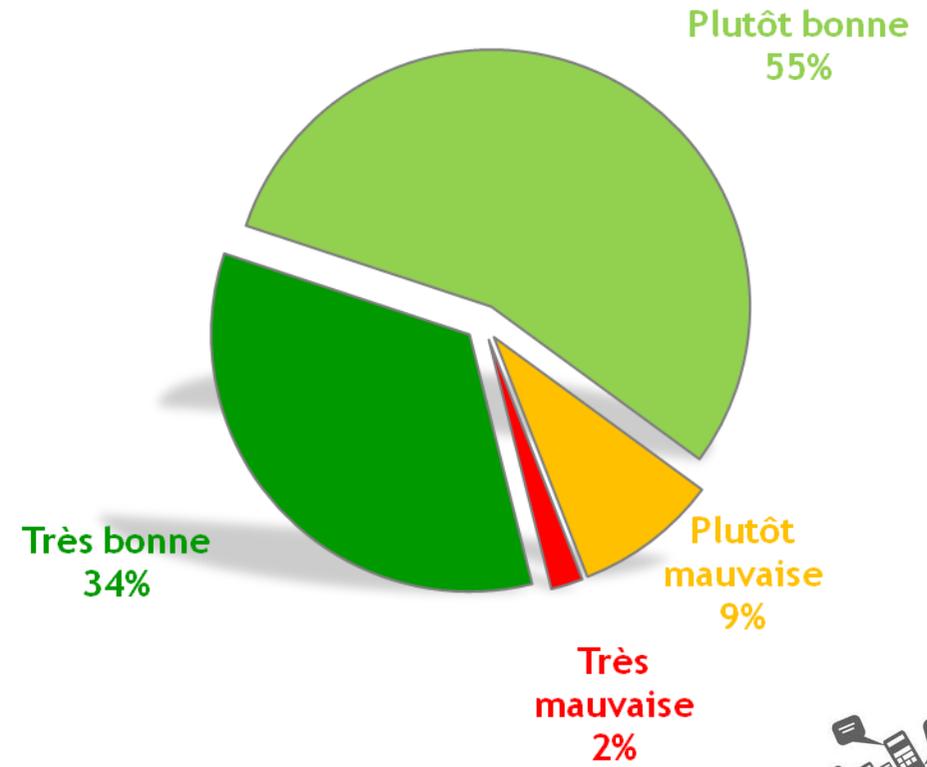
Rappel FRANCE
Septembre 2009 :
75%(*)



Ecart : -12 pts



TOTAL Bonne : 89%

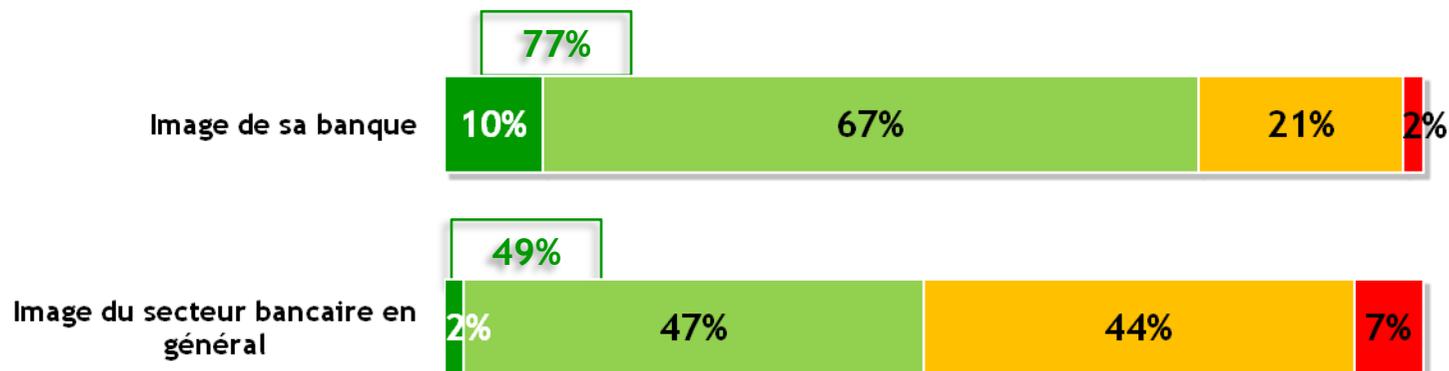
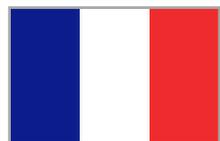


Le décalage entre l'image du secteur bancaire en général et l'image de sa banque

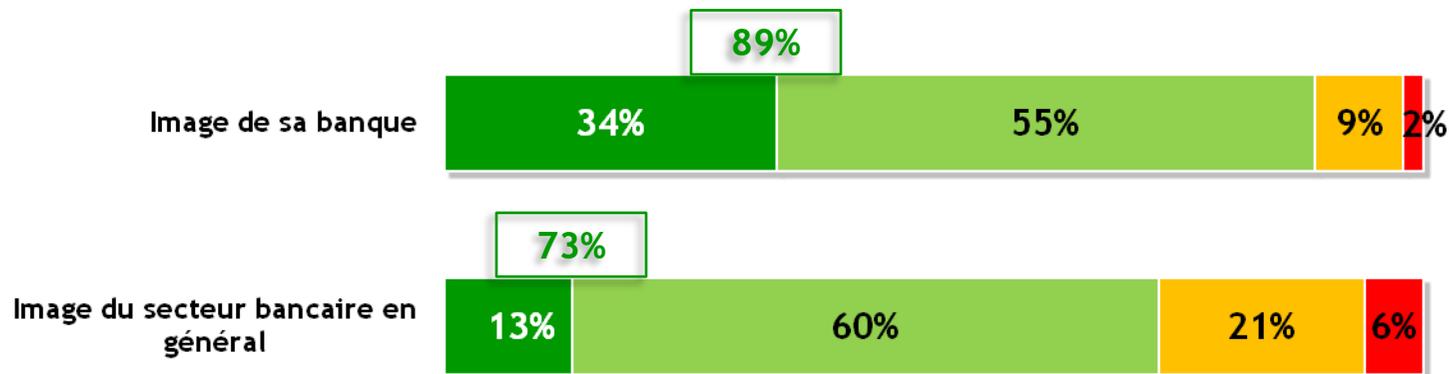
Question : Et diriez-vous que l'image que vous avez de votre banque est ... ?

Question : De manière générale, diriez-vous que l'image que vous avez des banques est ... ?

■ Très bonne ■ Plutôt bonne ■ Plutôt mauvaise ■ Très mauvaise



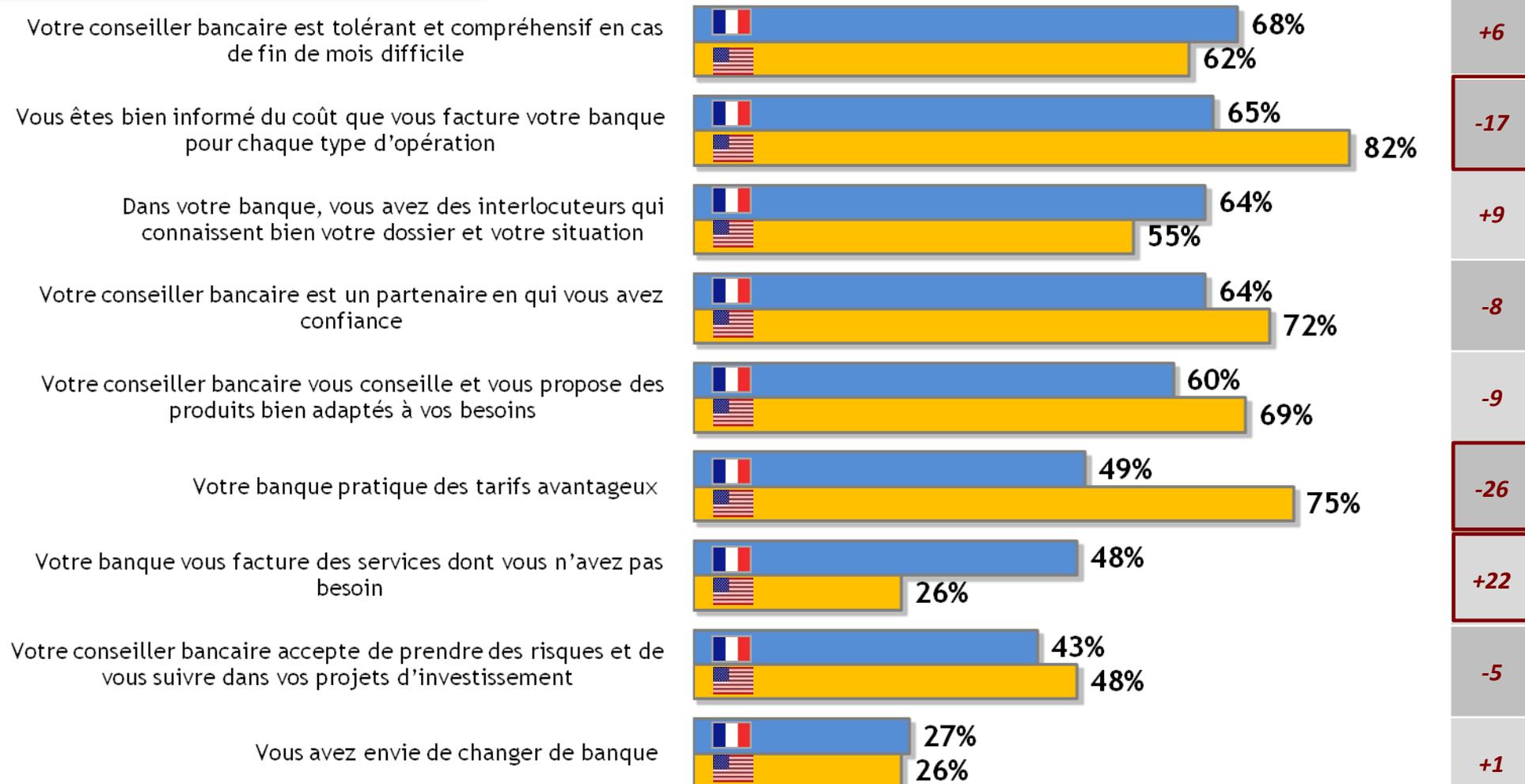
Ecart « bonne image » : +28 pts



Ecart « bonne image » : +16 pts

Question : Voici une liste de phrases à propos de votre banque et de votre conseiller bancaire. Pour chacune d'elles diriez-vous que vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout ?

Récapitulatif : TOTAL D'accord



Ecart

+6

-17

+9

-8

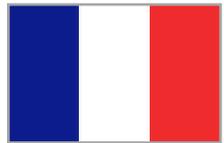
-9

-26

+22

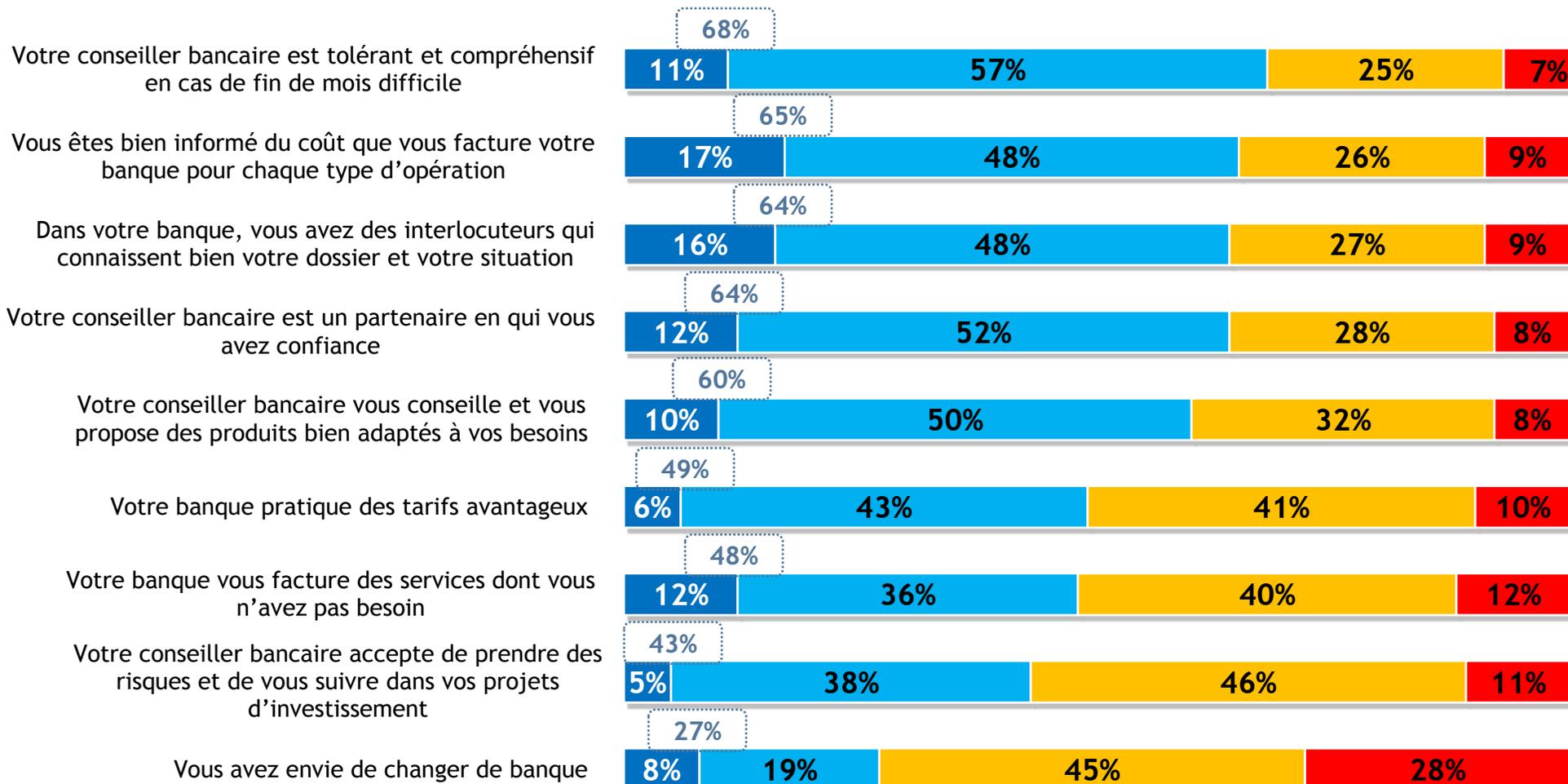
-5

+1



Question : Voici une liste de phrases à propos de votre banque et de votre conseiller bancaire. Pour chacune d'elles diriez-vous que vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout ?

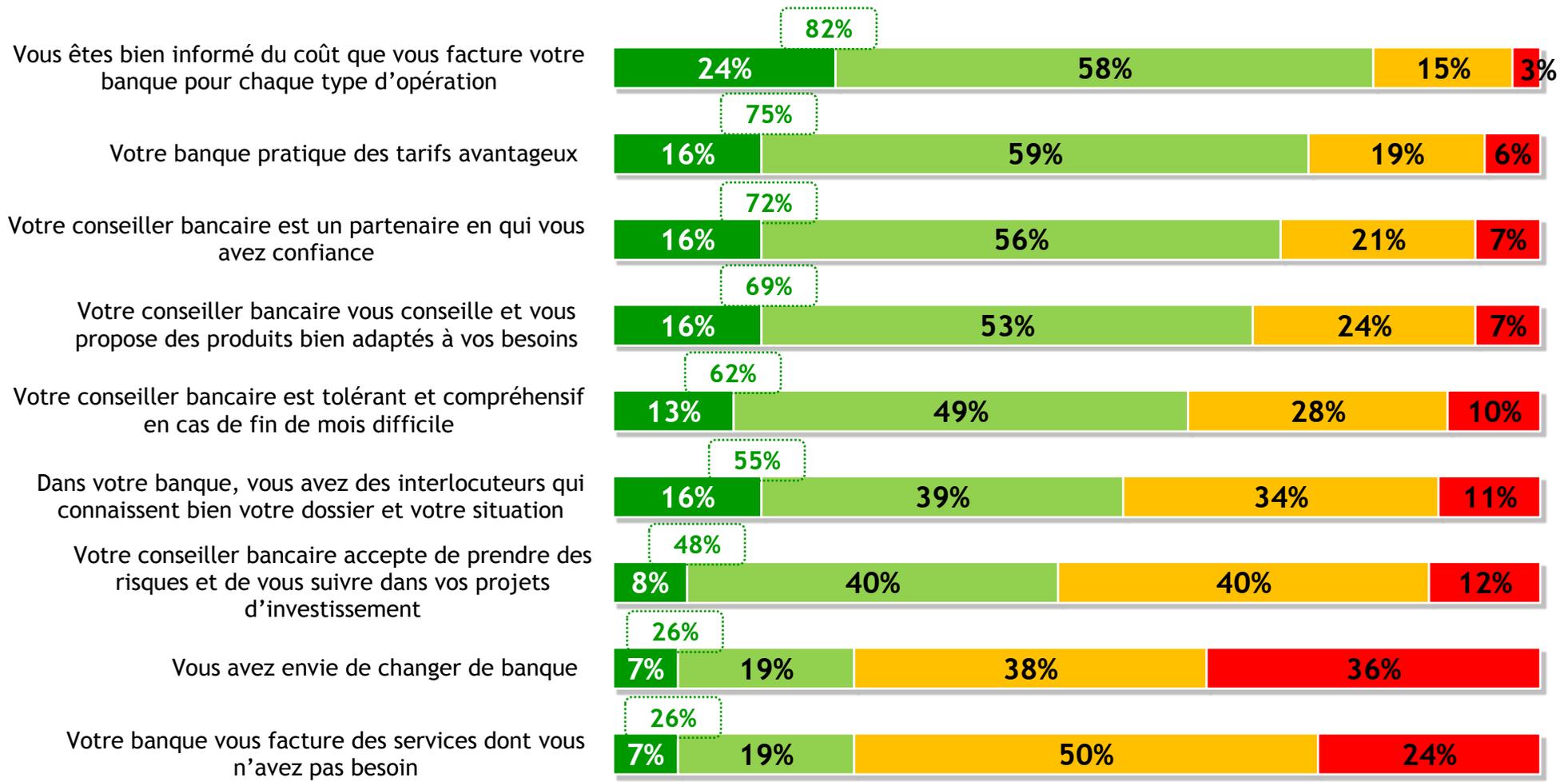
■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas d'accord du tout





Question : Voici une liste de phrases à propos de votre banque et de votre conseiller bancaire. Pour chacune d'elles diriez-vous que vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout ?

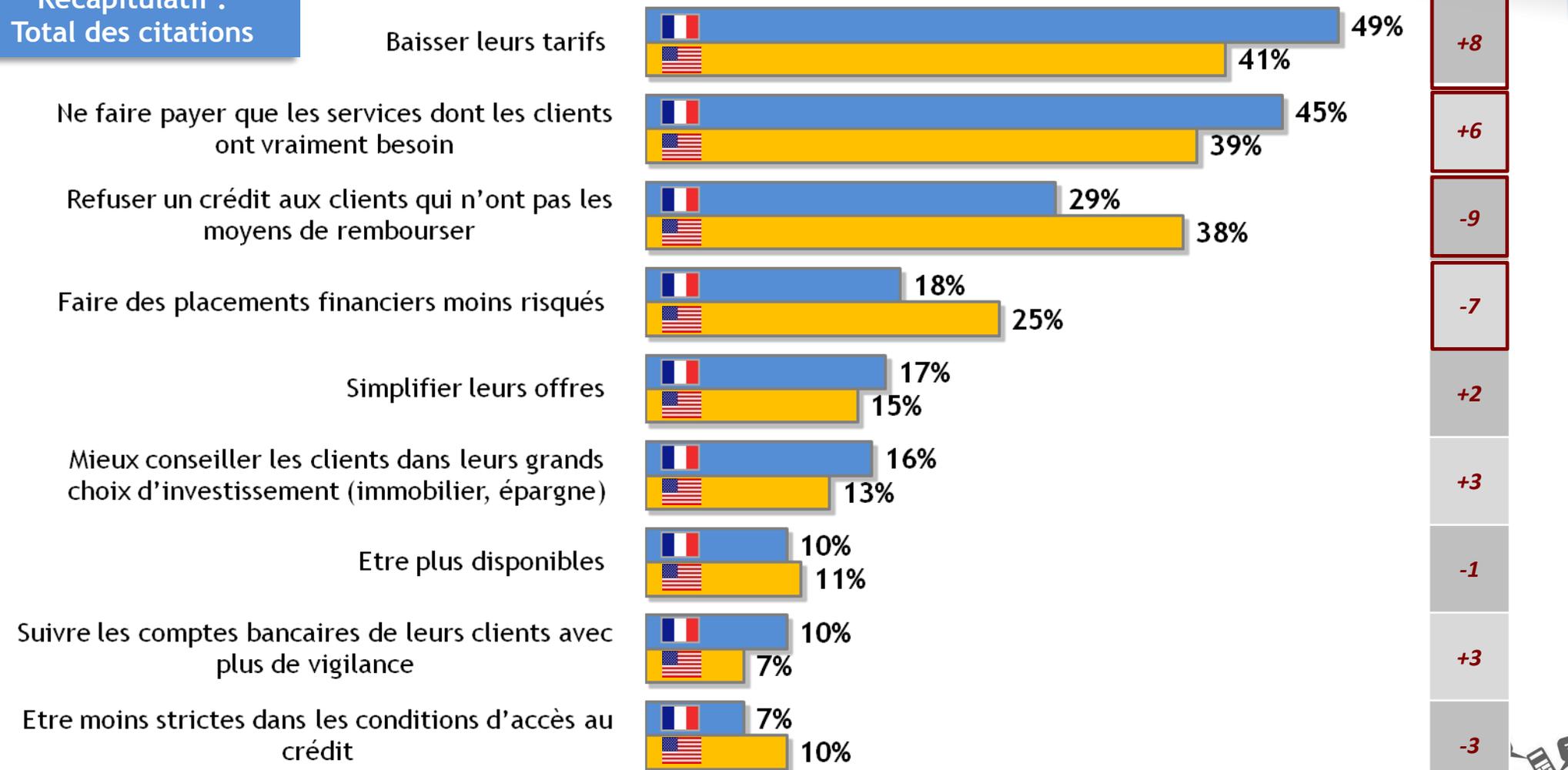
■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas d'accord du tout

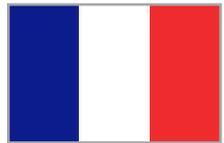


C | Les attentes à l'égard de la banque idéale

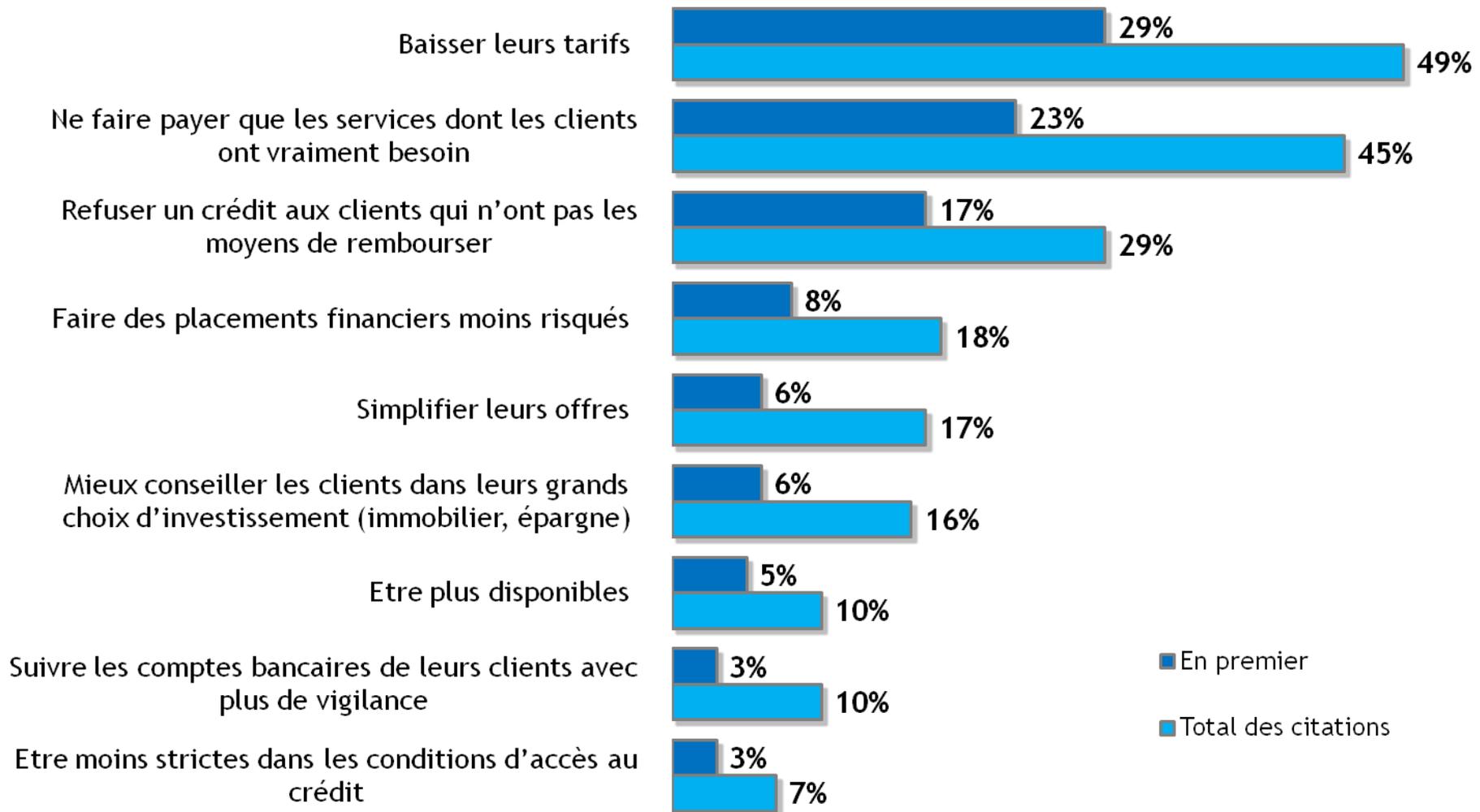
Question : Parmi les propositions suivantes sur le changement de comportement des banques, quelles sont les deux que vous jugez les plus prioritaires ? Les banques devraient avant tout... ? En 1er ? En 2ème ?

**Récapitulatif :
Total des citations**



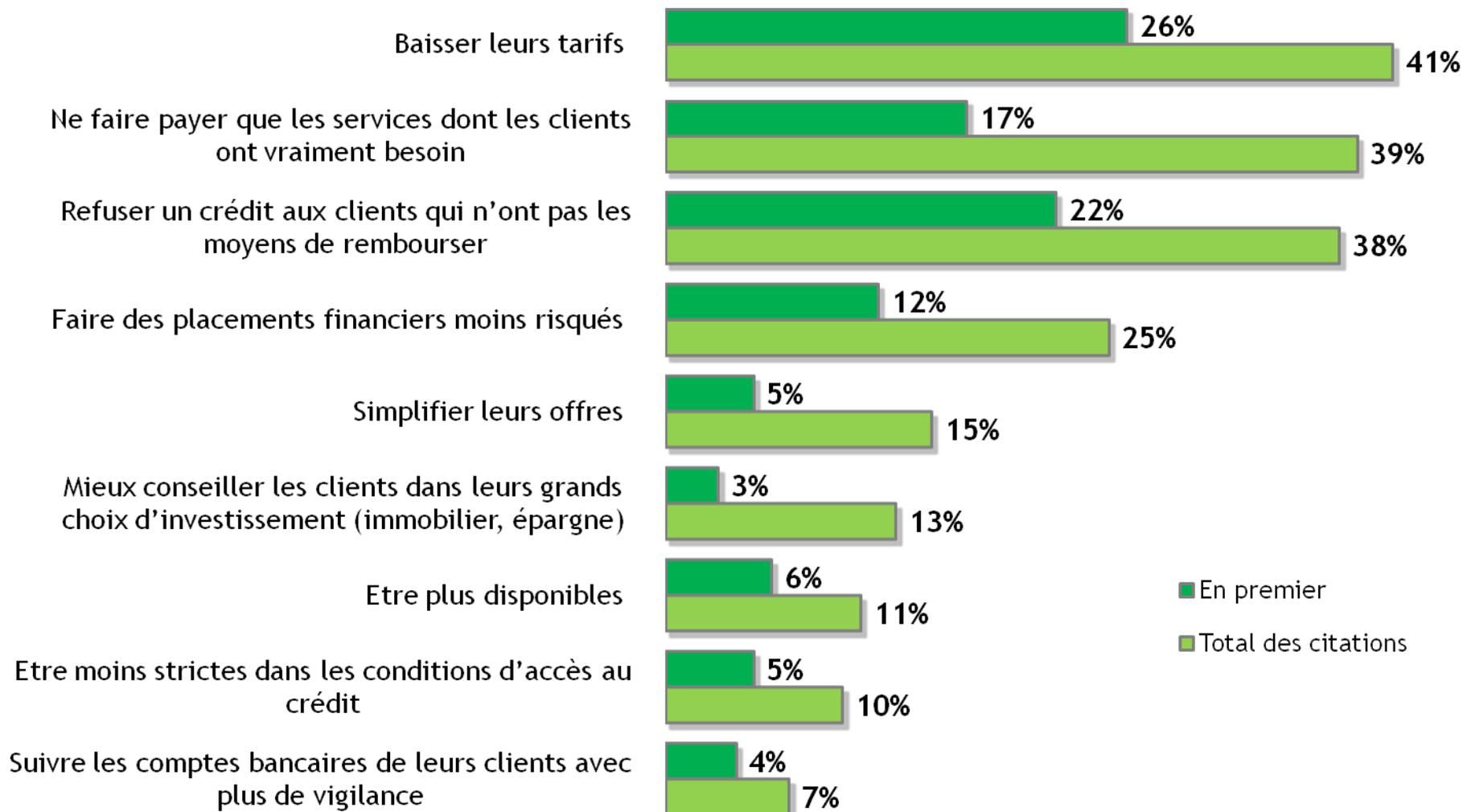


Question : Parmi les propositions suivantes sur le changement de comportement des banques, quelles sont les deux que vous jugez les plus prioritaires ? Les banques devraient avant tout... ? En 1er ? En 2ème ?



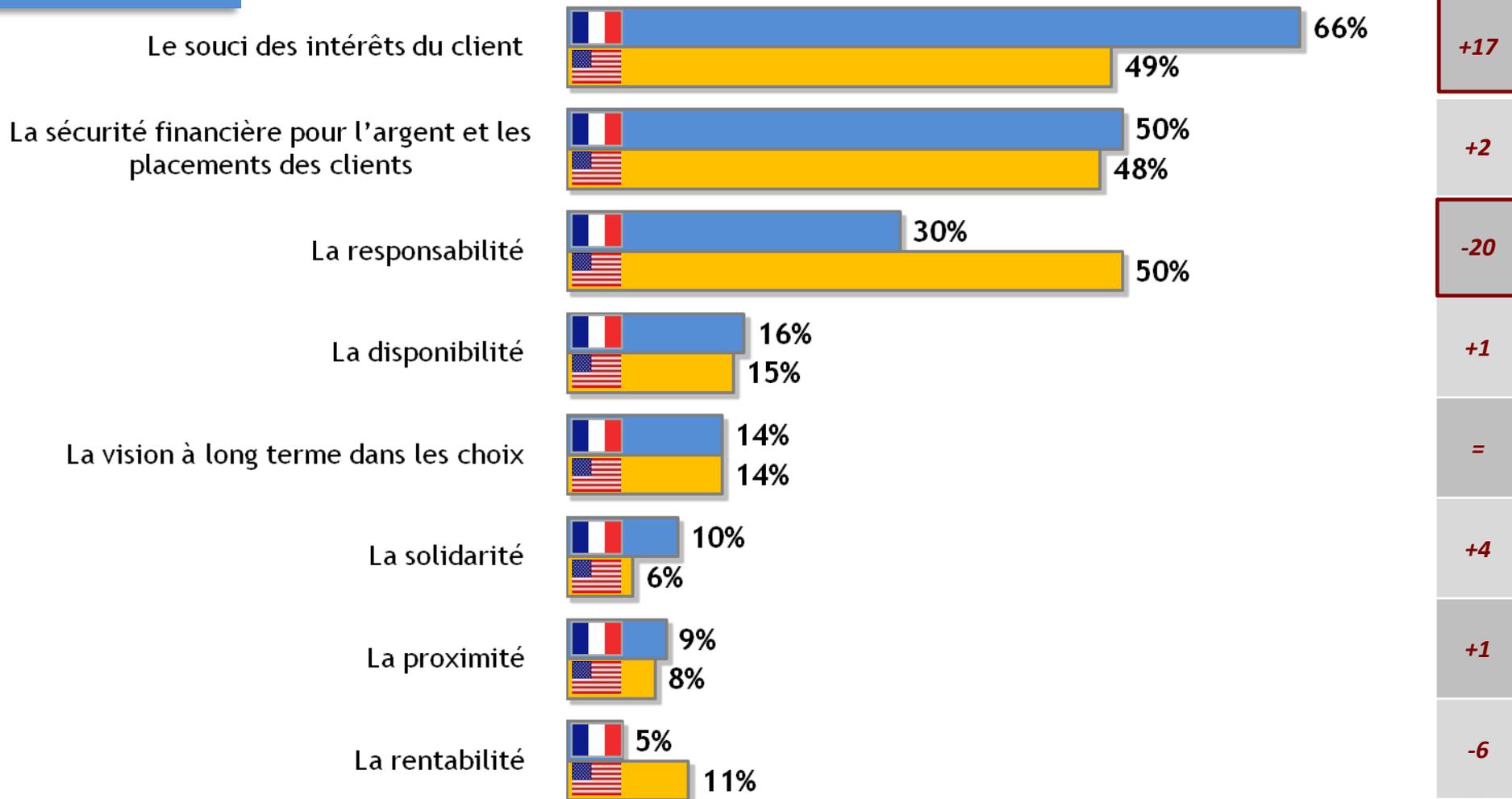


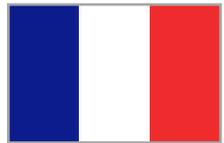
Question : Parmi les propositions suivantes sur le changement de comportement des banques, quelles sont les deux que vous jugez les plus prioritaires ? Les banques devraient avant tout... ? En 1er ? En 2ème ?



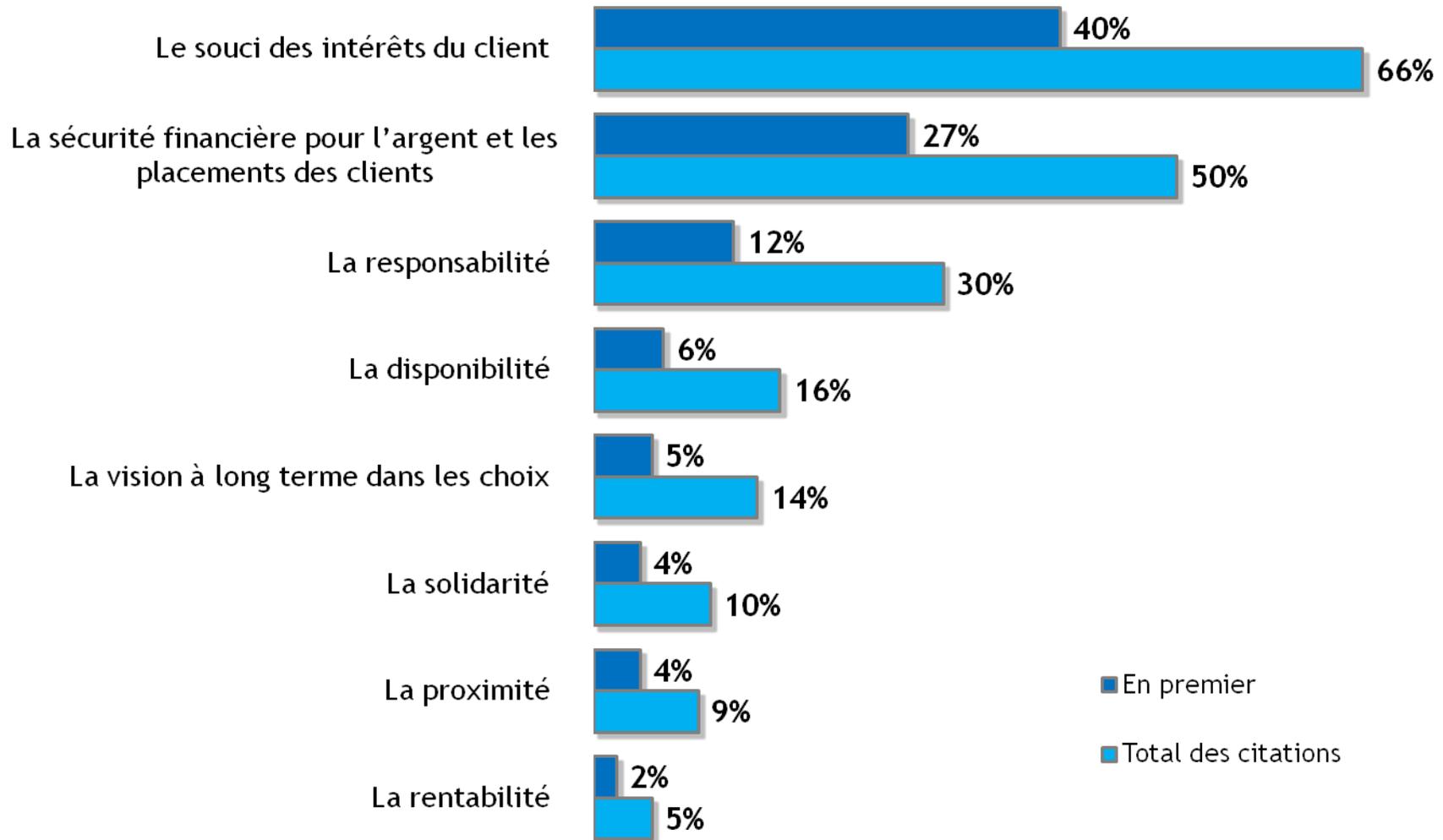
Question : Selon vous quels sont parmi les termes suivants, ceux qui devraient le plus caractériser le travail des banquiers ? En 1er ? En 2ème ?

Récapitulatif : Total des citations



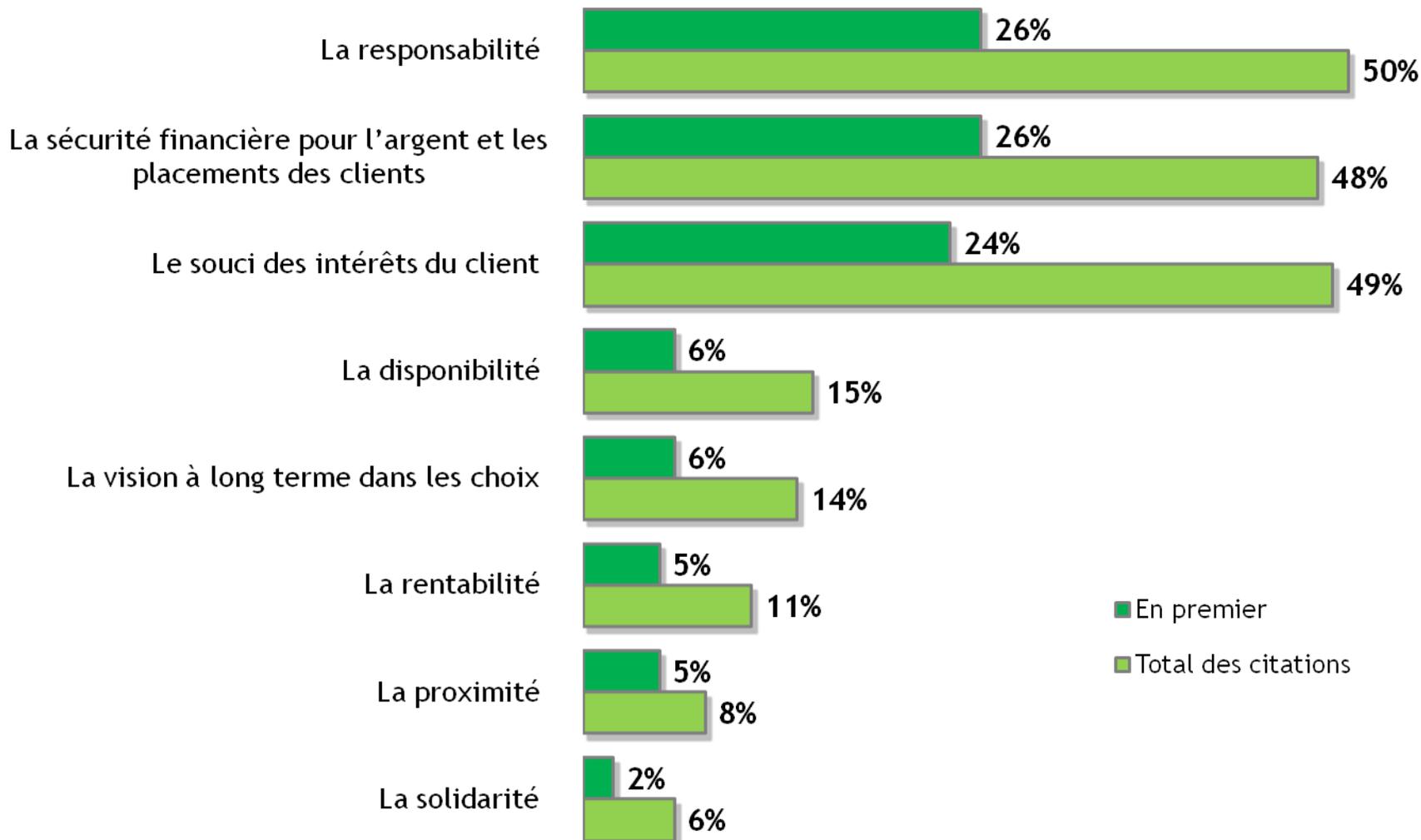


*Question : Selon vous quels sont parmi les termes suivants, ceux qui devraient le plus caractériser le travail des banquiers ?
En 1er ? En 2ème ?*



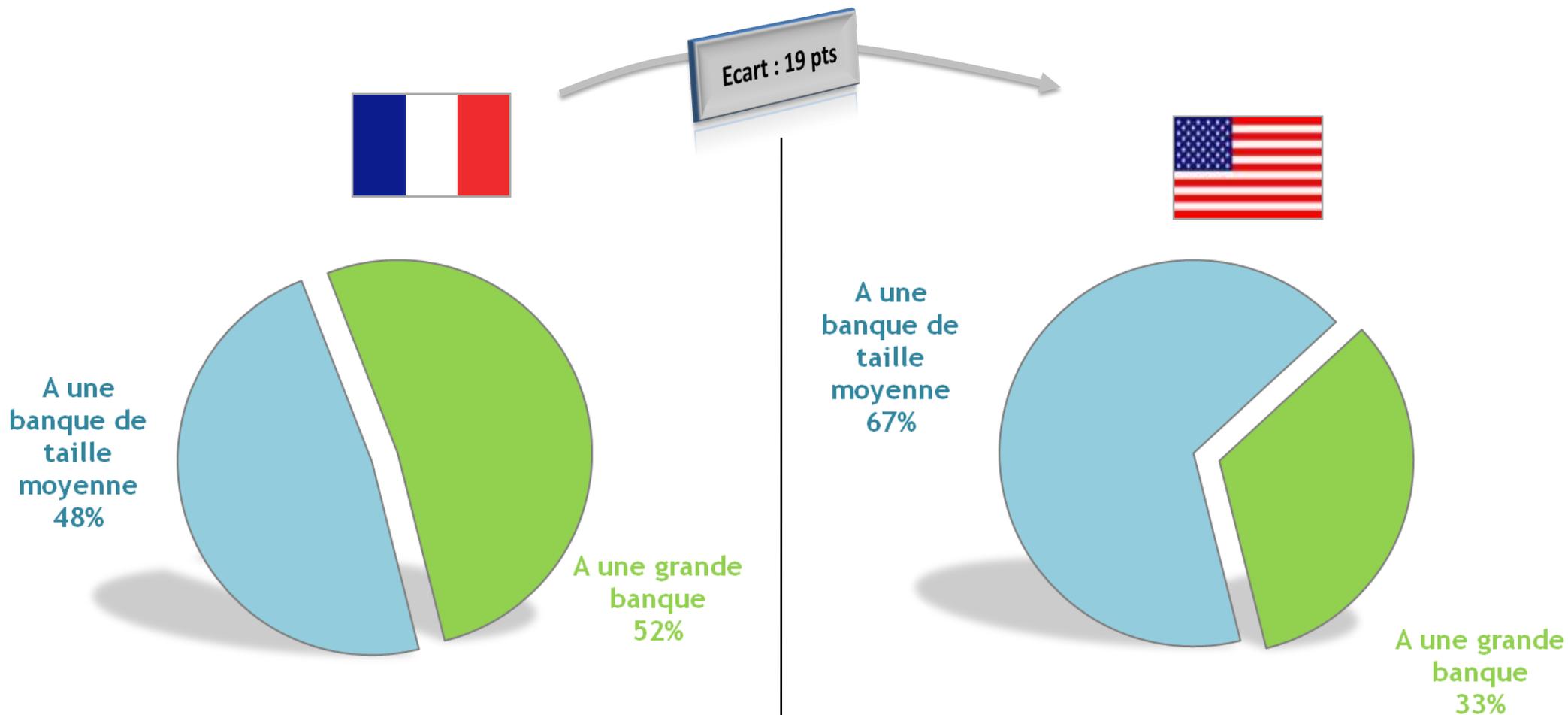


*Question : Selon vous quels sont parmi les termes suivants, ceux qui devraient le plus caractériser le travail des banquiers ?
En 1er ? En 2ème ?*



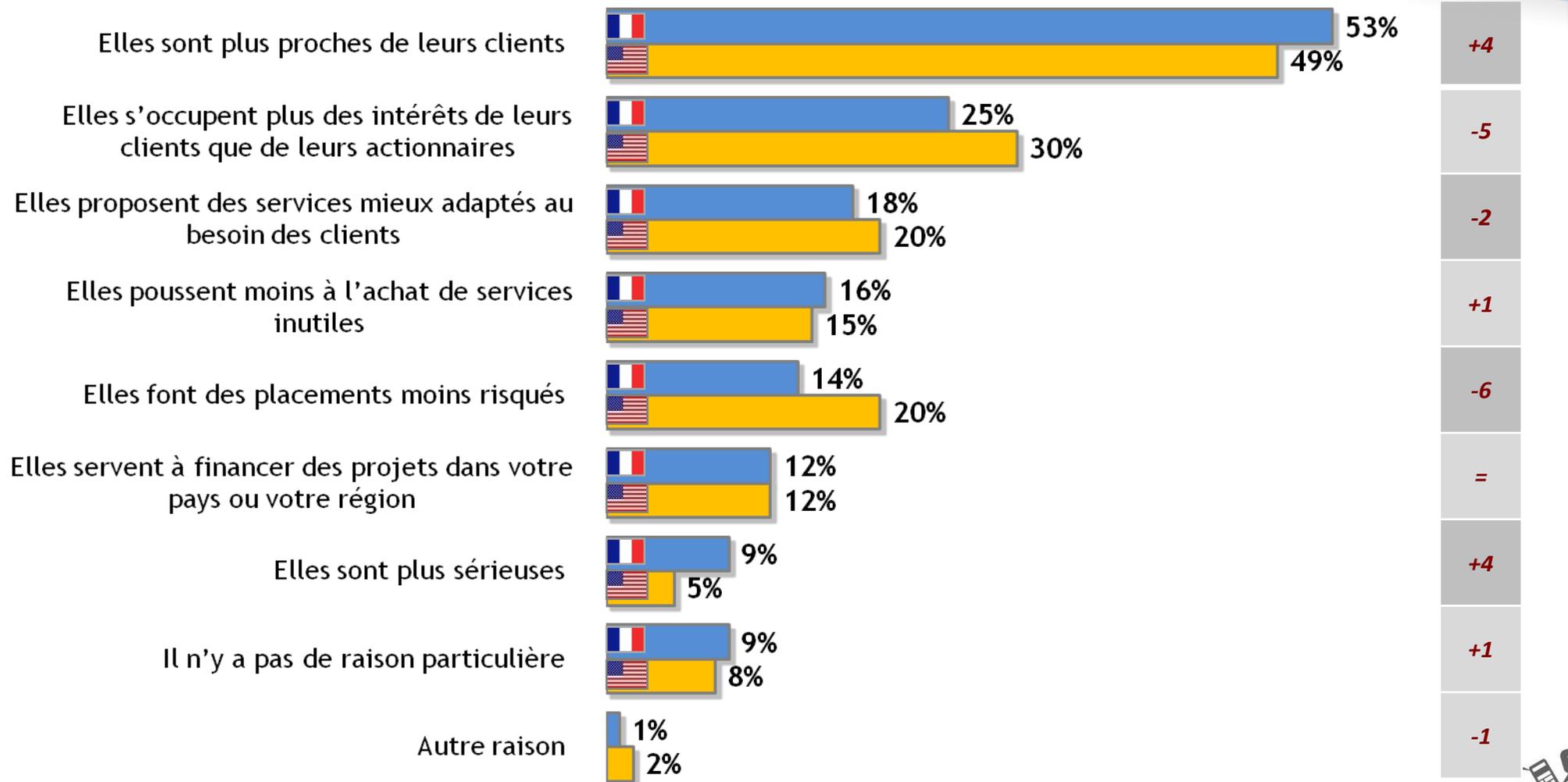
La préférence pour une grande banque ou une banque de taille moyenne

Question : Faites-vous davantage confiance à une grande banque ou à une banque de taille moyenne pour gérer votre argent de manière responsable?



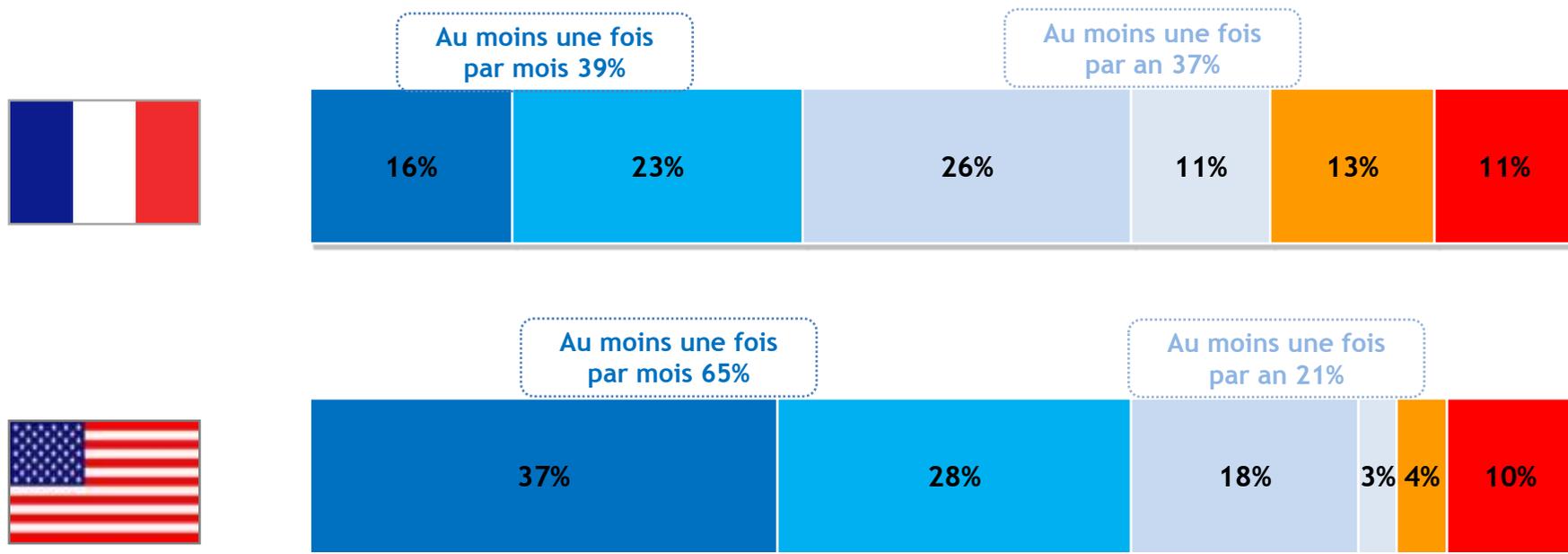
Question : Pour quelle(s) raison(s) faites-vous davantage confiance à une banque de taille moyenne qu'à une grande banque ?

Base : posée uniquement à ceux qui déclarent faire davantage confiance à une banque de taille moyenne, soit 48% de l'échantillon France et 67% de l'échantillon Etats-Unis



Question : A quelle fréquence vous rendez-vous dans votre banque pour effectuer une opération (dépôt, retrait au guichet, virement etc.) ?

■ Plusieurs fois par mois ■ Environ une fois par mois ■ Une fois tous les 2 ou 3 mois ■ Une fois par an ■ Moins souvent ■ Jamais





Groupama Banque - S.A au capital de 104.636.832 € - 67 rue Robespierre - 93107 Montreuil Cedex - 572 043 800
RCS Bobigny - immatriculée à l'ORIAS sous le n° 07 006 369 - www.groupamabanque.com.
Votre assureur agit exclusivement pour le compte de Groupama Banque en qualité d'intermédiaire en opérations de banque. Il est autorisé à vous proposer la souscription de ses produits bancaires.