

Paris, le 2 février 2021

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **Etude : les Français soulignent leur confiance dans la banque et ses services**

**La Fédération bancaire française (FBF) publie les résultats de la deuxième édition de son étude « Les Français, leur banque, leurs attentes »<sup>1</sup>, menée avec l'institut français d'opinion publique (IFOP), entre octobre et novembre 2020 auprès de plus de 4 000 personnes.**

Les Français se montrent dans l'ensemble satisfaits de l'action des banques pendant la crise sanitaire, saluant notamment leur disponibilité et leur rôle dans le soutien et la relance de l'économie.

Deux tendances fortes ressortent dans le contexte de la Covid-19 :

- les Français, pour qui la sécurité est essentielle, ont confiance dans leur banque et leur conseiller ;
- une accélération de l'utilisation des outils digitaux, une appétence pour l'innovation bancaire, et en même temps un souhait de proximité physique.

#### **La banque relationnelle : un modèle de confiance pour les Français**

La satisfaction augmente avec la proximité : les Français ont une bonne image de leur banque (89%), de leur agence (88%) et de leur conseiller (86%). Près de 7 Français sur 10 ont une bonne image des banques françaises (68%), et plus de 6 sur 10 (61%) des banques en général.

La crise sanitaire a renforcé l'image de l'industrie bancaire française ; son rôle de financeurs des entreprises est reconnu par 82% des Français. 80% considèrent qu'elle est un atout pour l'économie, et 78% qu'elle est résiliente. Avoir une industrie bancaire nationale puissante est reconnu comme important par 83% des Français, et les banques intègrent le TOP 3 des secteurs jugés les plus stratégiques.

Au quotidien, les Français attendent principalement de leur banque qu'elle garantisse la sécurité des données bancaires et les alertent en cas de mouvement suspect sur les comptes. Par rapport à différents acteurs économiques tels que les opérateurs de téléphonie, les entreprises hi-tech ou le e-commerce, c'est aux banques que les Français accordent le plus de confiance en matière de sécurisation de leurs données personnelles (70%).

---

<sup>1</sup> Enquête menée auprès d'un échantillon de 4009 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus (= env. 51 millions de personnes selon l'INSEE).

## **La crise sanitaire a accéléré et pérennisé l'utilisation et la confiance dans les outils digitaux**

Pour 89% des Français, les banques font partie de leur quotidien. Pour 74% des Français, l'ouverture des agences bancaires, la présence des conseillers, ou le fait de pouvoir les joindre a été un facteur rassurant pendant la crise sanitaire. Ils sont 86% à trouver l'accès à distance aux services bancaires rassurant. Les banques sont perçues comme intégrant de plus en plus de nouvelles technologies (85%). Pour plus de 8 Français sur 10, ces évolutions, permettant principalement de suivre l'évolution des comptes, de contrôler le budget, ou de gérer ses transactions, sont jugées comme positives.

Les Français ont confiance dans les nouveaux services proposés par les banques, notamment les échanges avec un conseiller par tchat (70%) et le paiement sans contact par carte bancaire (74%). L'usage en a été accéléré par la crise sanitaire (71% payent davantage ainsi maintenant et 75% estiment que ce sera durable).

66% des Français, soit + de 33 millions<sup>2</sup> ont téléchargé au moins une application bancaire, et 92% des Français, soit près de 47 millions consultent le site internet de leur banque. La crise de la Covid-19 en a modifié l'utilisation pour 26%, soit + de 13 millions, et ces modifications d'usages devraient être durables, pour + de 8,5 millions.

Au total, avec la crise sanitaire, la proximité sous toutes ses formes constitue une valeur clé. 83% des Français estiment que la banque idéale doit laisser la possibilité à chacun de recourir à des services sur internet et en agence en fonction des besoins. C'est une spécificité française qui fait l'objet à la fois d'une appréciation positive et d'une attente.

**Pour Philippe Brassac, Président de la FBF :** « *La proximité est une valeur centrale des banques françaises et la crise sanitaire a prouvé la pertinence d'un modèle physique et digital. Les banques innovent sans cesse pour leurs clients, et le font avec un souci permanent de sécurité. Les Français peuvent avoir confiance en leur banque. Elle les protège, individuellement, comme elles protègent et soutiennent l'économie collectivement. La crise l'a prouvé : les banques sont là, pour tous leurs clients. »*

**Pour Frédéric Dabi, Directeur général adjoint IFOP :** « *Cette étude souligne deux enjeux importants pour les Français : l'innovation dans le service et la nécessité de continuer à renforcer le lien de confiance avec leur banque. La crise sanitaire a encore accru ces besoins et les résultats montrent que les banques ont su les satisfaire. »*

### **CONTACTS**

Benoît DANTON : 01 48 00 50 70 – [bdanton@fbf.fr](mailto:bdanton@fbf.fr)

Jenny SENSIAU : 01 48 00 50 52 - [jsensiau@fbf.fr](mailto:jsensiau@fbf.fr)

[FBFservicepresse@fbf.fr](mailto:FBFservicepresse@fbf.fr)

[@FBFFrance](#)

---

<sup>2</sup> Toutes les données en millions de Français portent sur les Français de 18 ans et +, soit environ 51 millions (INSEE)