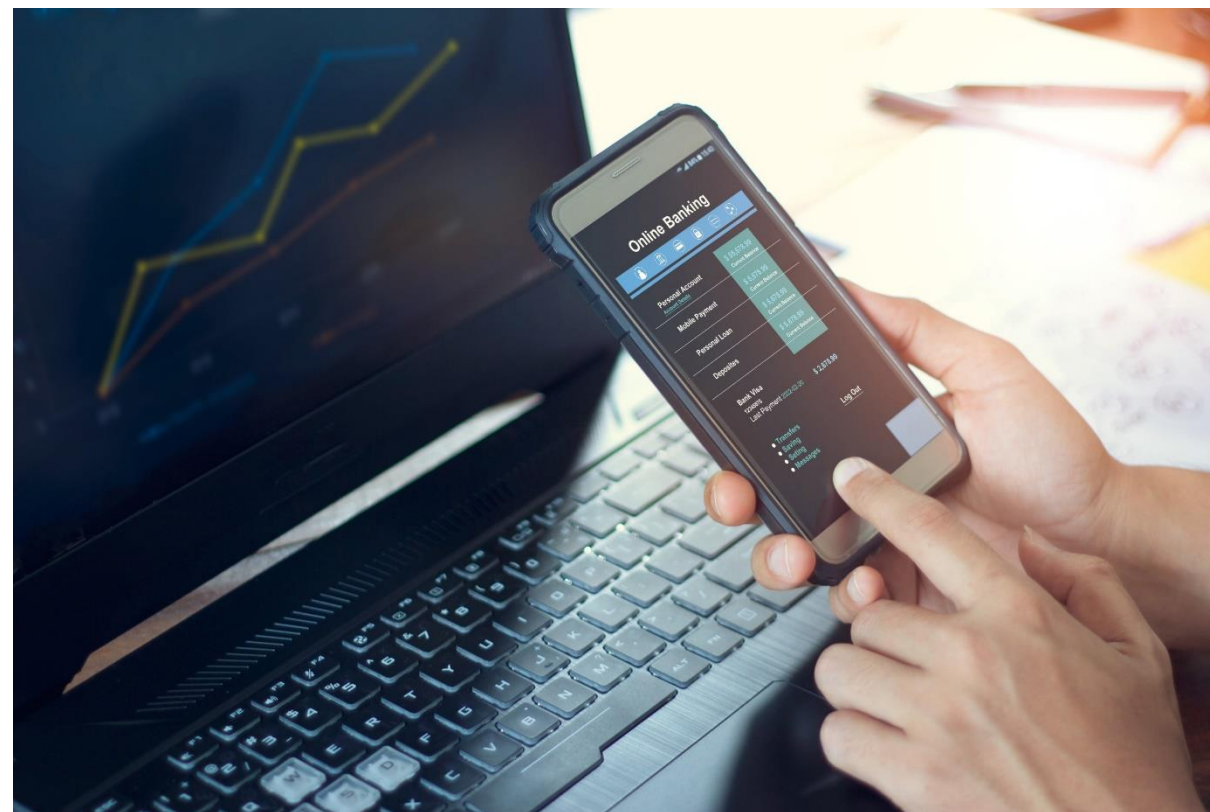


Les Français, leur banque, leurs attentes

(3^{ème} vague)



DECEMBRE 2021

Contacts Ifop

Frédéric DABI, Directeur Général Adjoint de l'Ifop : frederic.dabi@ifop.com

Marion CHASLES-PAROT, Directrice d'étude : marion.chasles-parot@ifop.com

Antoine CHATELET, Chargé d'Etudes : antoine.chatelet@ifop.com

La méthodologie

Qui ?

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **4000** 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 la personne interviewée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Comment ?

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne



Quand ?

Terrain du 1er au 13 décembre 2021.

Rappel Novembre 2020 : Etude Ifop pour la FBF menée auprès d'un échantillon de 4009 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, par questionnaire auto-administré en ligne du 27 octobre au 4 novembre 2020 selon la méthode des quotas.

Rappel Novembre 2018 : Etude Ifop pour la FBF menée auprès d'un échantillon de 2014 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, par questionnaire auto-administré en ligne du 23 au 29 novembre 2018 selon la méthode des quotas.

Remarque : La variable « niveau de vie » correspond au revenu disponible du ménage divisé par le nombre d'unités de consommation (ou « UC », qui dépend du nombre d'adultes et d'enfants composant le foyer). Il est ici calculé selon la méthode utilisée par l'Insee et l'OCDE.

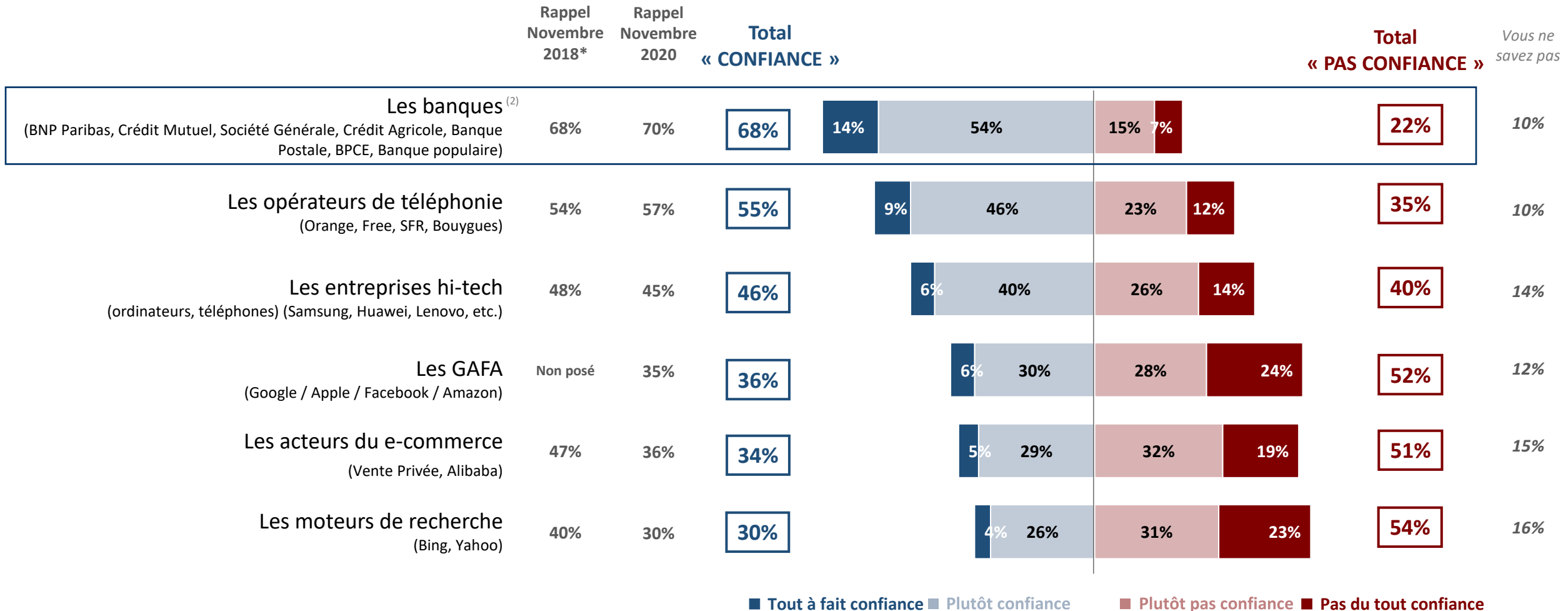
Notes de lecture :  /  Désignent des écarts significativement supérieurs/inférieurs à la moyenne. Lorsque les résultats ne sont pas entourés, cela signifie qu'ils ne se distinguent pas significativement (seuil de confiance à 95%) de la moyenne.

 -XX  +XX Désignent des évolutions significativement supérieures/inférieures par rapport aux années précédentes.

*Focus sur le sujet de la sécurisation /
protection des données, des pratiques à
risque*

Les banques, premier acteur de confiance pour la sécurisation de leurs données personnelles

Question : Pour chacun des acteurs suivants, diriez-vous que vous lui faite confiance ou pas confiance s'agissant de la sécurisation des données personnelles ?



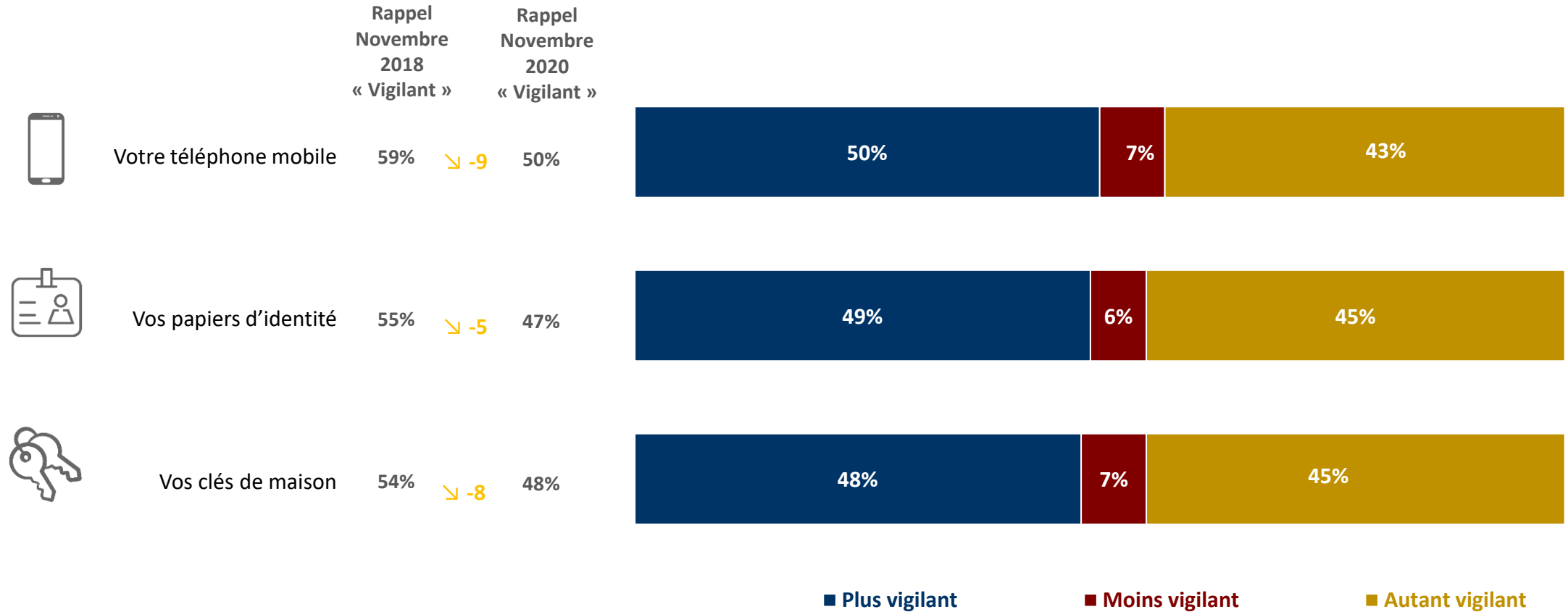
(1) Les rappels sont à interpréter avec prudence en raison d'une légère reformulation des items suite à l'ajout des GAFA : en 2018 « Les entreprises hi-tech (ordinateurs, téléphones) (Apple, Samsung, Huawei, Lenovo, etc.) », « Les acteurs du e-commerce (Amazon, Alibaba) », « Les moteurs de recherche (Google, Bing, Yahoo) ».

(2) Jusqu'en 2020, l'item était « Les banques (BNP Paribas, Crédit Mutuel, Société Général, Crédit Agricole, etc.) ».

La vigilance à l'égard des coordonnées bancaires est légèrement supérieure à celle accordée à des éléments incontournables de notre quotidien : le téléphone portable, les clés ou les papiers d'identité

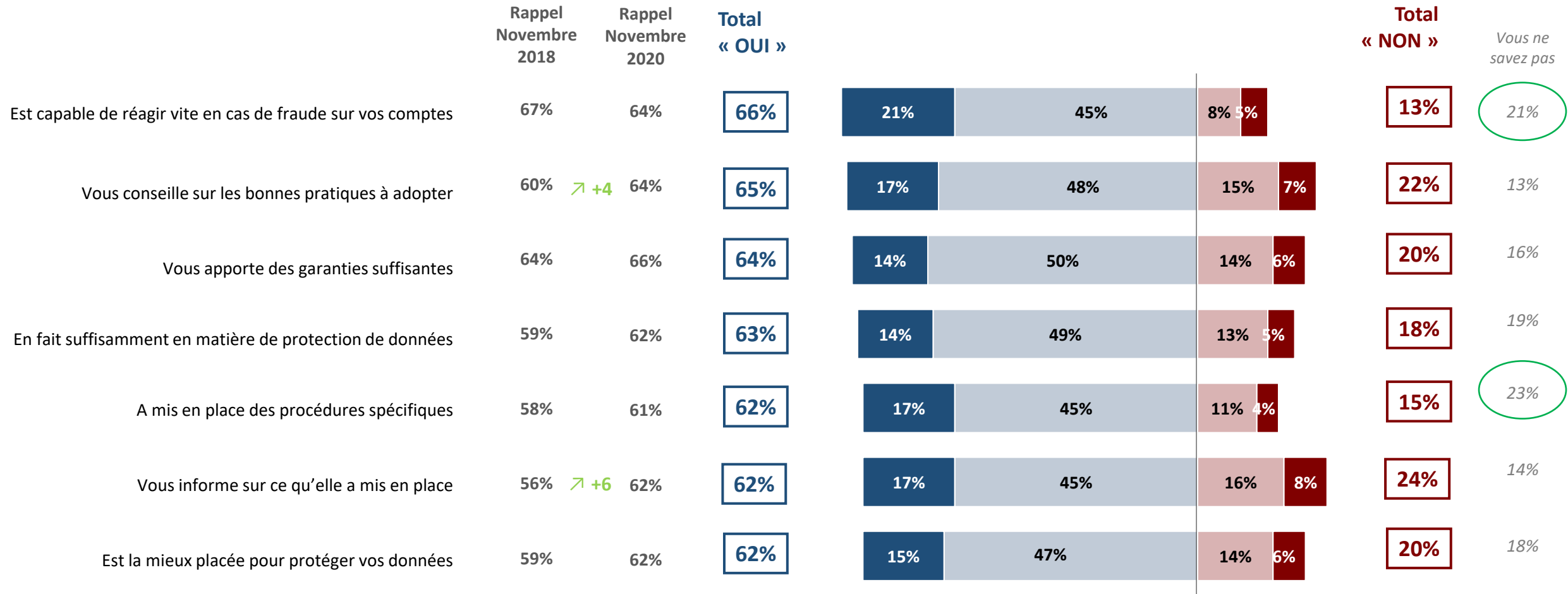
Mise à niveau : lorsque l'on parle de données bancaires personnelles, il s'agit du n° de compte, des indications présentes sur votre carte bancaire, du code secret associé à votre carte

Question : S'agissant de vos données bancaires personnelles (n de compte, de CB, code secret, etc.), diriez-vous que vous êtes plus, moins ou autant vigilant que ... ?



En dépit de la confiance qu'ils accordent à leur banque s'agissant de la protection de leurs données personnelles, une pédagogie à renforcer

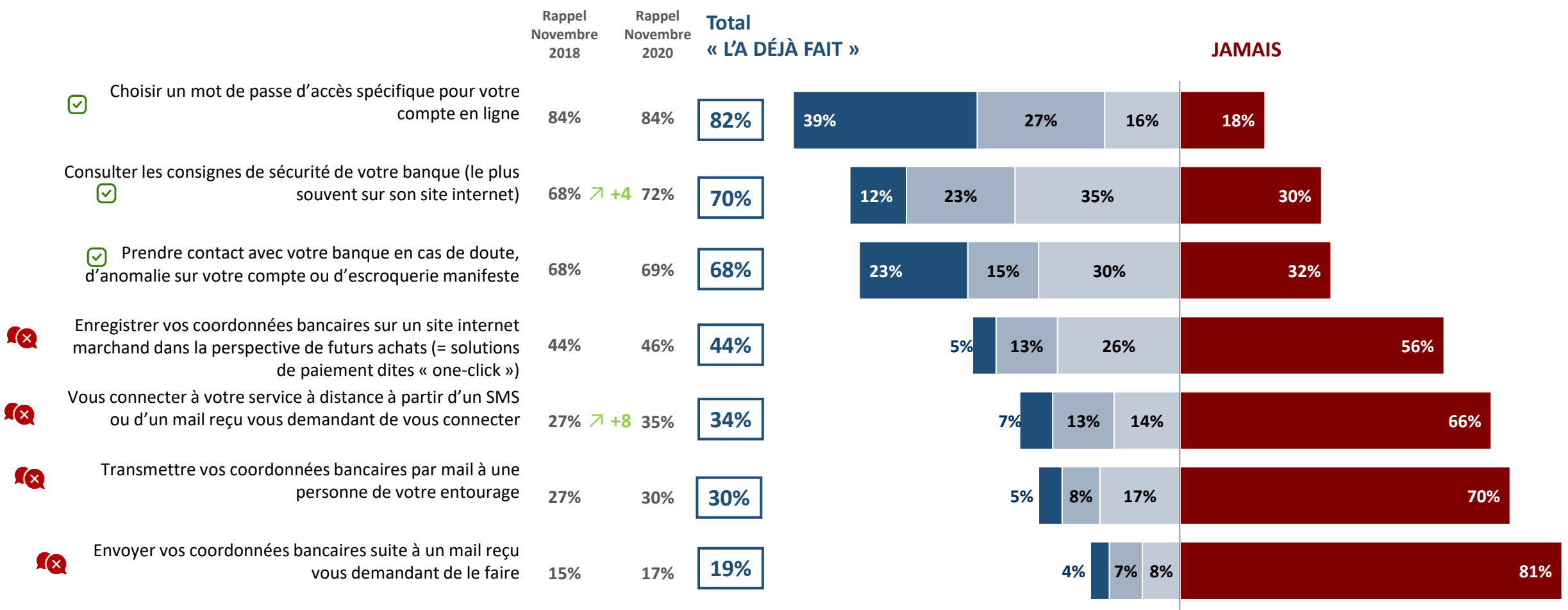
Question : En matière de sécurité et de protection de vos données personnelles bancaires diriez-vous qu'aujourd'hui votre banque ... ?



■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout

Les bonnes pratiques en matière de diffusion de ses données personnelles semblent plutôt acquises, mais les mauvaises pratiques ne reculent pas

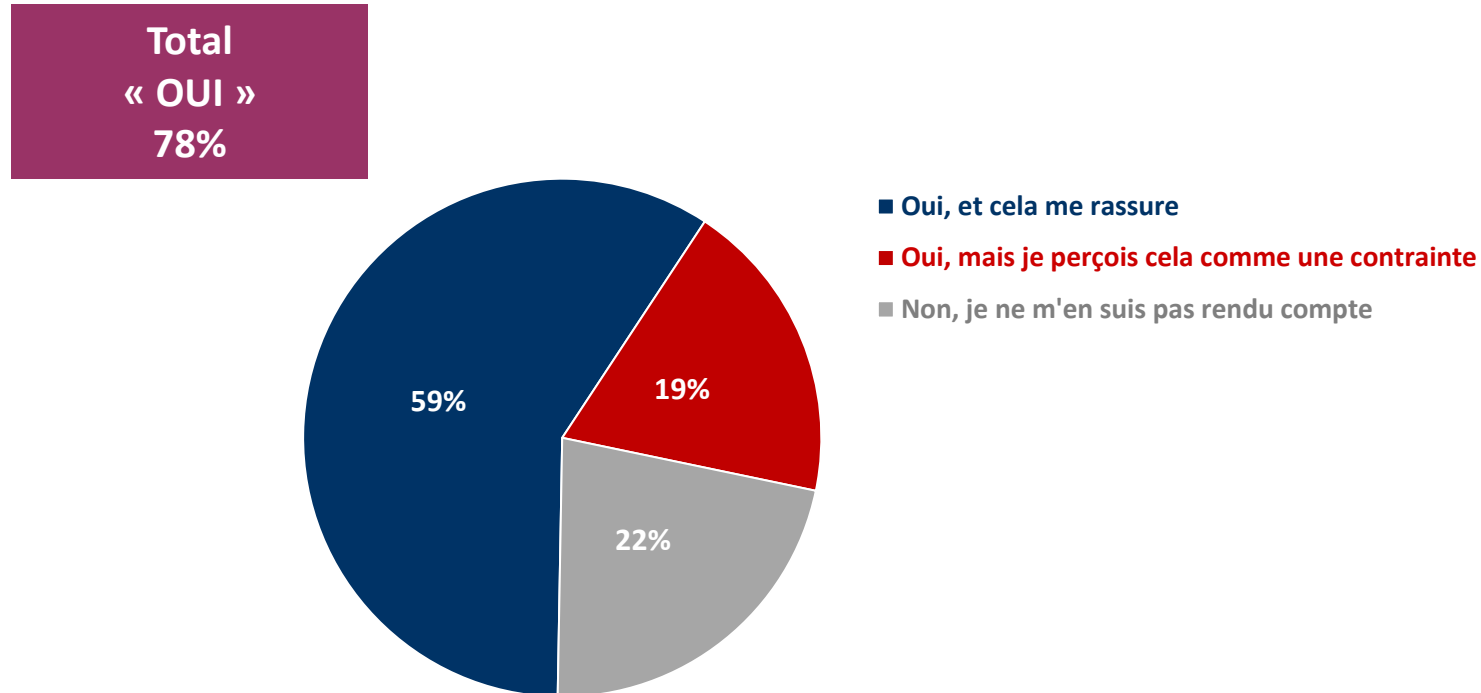
Question : Parmi les différentes pratiques suivantes, vous est-il déjà arrivé de ... ?



■ Systématiquement ■ Souvent ■ Parfois ■ JAMAIS

Huit Français sur 10 ont perçu le renforcement de l'authentification pour les achats en ligne, ce qui les rassure pour trois quarts d'entre eux

Question : Les banques françaises ont mis en place, progressivement, avec l'ensemble des acteurs de l'écosystème, l'authentification forte pour les achats en ligne. Avez-vous perçu un changement lors de vos achats en ligne ?



=> 76% de ceux qui ont perçu les changements sont rassurés par leur mise en place.