



# Les Français et la mobilité bancaire

Janvier 2017

*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris





# ENJEUX

*“opinionway*



# Contexte et objectifs

**La loi Macron**, qui sera promulguée au mois de Février, **visent à fluidifier le marché bancaire en levant certaines des barrières à la mobilité**. La mise en œuvre du changement de domiciliation bancaire sera désormais automatisée et entièrement prise en charge, gratuitement et sans conditions, par l'établissement d'arrivée.

Ce nouveau cadre législatif représente une opportunité à saisir, notamment pour les banques en ligne dont la croissance est forte ces dernières années.

**Dans ce contexte, Boursorama Banque, leader sur le segment des banques en ligne, souhaite prendre la parole en se positionnant comme la banque la plus à même de répondre aux attentes et besoins des Français qui pourraient être tentés de changer de banque.**

Pour cela, Boursorama Banque souhaite :

- ▶ **évaluer dans un premier temps l'impact de cette nouvelle loi sur le comportement à venir des Français**
- ▶ **puis s'intéresser aux attentes et besoins des Français pour les relier, in fine, à l'offre de service des banques en ligne**

# “ MÉTHODOLOGIE

*“opinionway*



# Méthodologie



L'étude a été réalisée auprès d'un échantillon de **2546 personnes (base ensemble)**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle du chef de famille, après stratification par région et catégorie d'agglomération.



Mode d'interrogation : L'échantillon a été interrogé par internet sur système CAWI.



Les interviews ont été réalisées **du 28 novembre au 5 décembre 2016**.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



# ANALYSE

*“opinionway*

## Les Français et la mobilité bancaire

# 01



Quel constat à date ?

→ La mobilité bancaire en France demeure très faible



# Une faible mobilité bancaire qui va de pair avec une ancienneté client record

A3. Avez-vous changé de banque principale au-cours des 3 dernières années ? B0 : Depuis combien de temps êtes-vous client(e) de cette banque ? B4 : Avez-vous l'intention de changer de banque principale au-cours des 12 prochains mois ?

Base : ensemble

**4%** des Français ont changé de banque principale **au cours des 12 derniers mois** et 13% au cours des 3 dernières années.

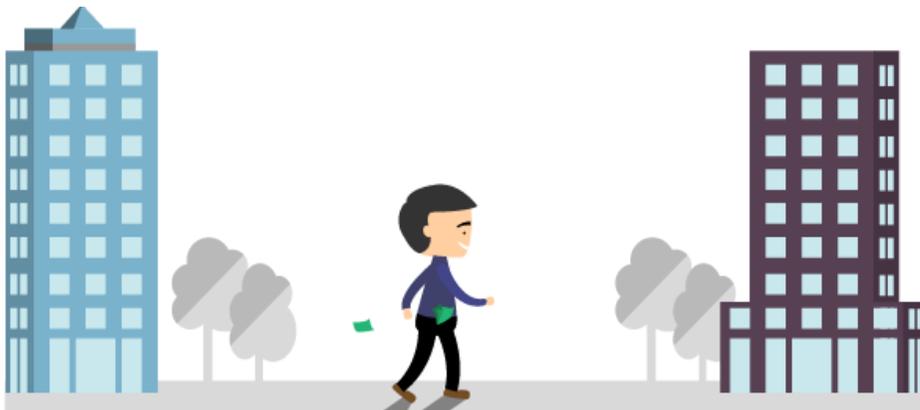
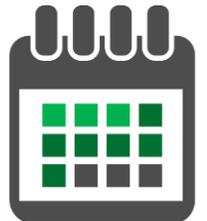
**3%** ont l'intention certaine de changer de banque principale **au cours des 12 prochains mois** (9% ont l'intention probable de le faire)



Une **ancienneté record** des clients Français à l'égard de leur banque principale :

**69%** ● ● ●  
de clients  
depuis plus de 10 ans

et **48%** ● ● ●  
depuis plus de 20 ans





# A noter : Une « immobilité » moins forte de la part des Français les plus jeunes et des clients de banque en ligne

A3. Avez-vous changé de banque principale au-cours des 3 dernières années ? B0 : Depuis combien de temps êtes-vous client(e) de cette banque ? B4 : Avez-vous l'intention de changer de banque principale au-cours des 12 prochains mois ?

Base : ensemble

**4%** ont changé de banque principale au cours des **12 derniers mois** et 13% au cours des 3 dernières années.



**8%** des 18-34 ans  
Vs. **1%** des 65 ans et+

**16%** des clients dont la banque principale est une banque en ligne

**8%** Région PACA

**7%** Région Nord-Pas-de-Calais, Picardie

**7%** des « Switchers »\*

**3%** ont l'intention certaine de changer de banque principale au cours des **12 prochains mois**



**5%** des 18-34 ans  
Vs. **1%** des 65 ans et+

**5%** des « Switchers »\*

**69%** de clients depuis plus de 10 ans



**14%** clients dont la banque principale est une banque en ligne

**64%** Île de France

**41%** des « Switchers »\*

\*« Switchers » : individus ayant procédé à au moins 2 changements au cours des 3 dernières années parmi leur opérateur mobile, leur FAI, leur fournisseur d'énergie, leur assurance, leur médecin, leur logement ou leur travail.

# 02



### Comment expliquer cette immobilité ?

→ Des raisons diverses liées à la fois à la satisfaction à l'égard de sa banque actuelle, à une perception négative du changement de banque et à un faible niveau d'attentes concernant ce changement

# “ Des clients pour lesquels changer de banque est compliqué voire risqué

B7 : Vous avez déclaré ne pas souhaiter changer de banque au cours des 12 prochains mois. Pourriez-vous nous dire pour quelle(s) raison(s) ?

Base : Ne souhaite pas changer de banque (1858 répondants)

B8c : Selon vous, la probabilité qu'une erreur se produise lors d'un changement de banque est...

Base : Ensemble

## Changer de banque principale c'est compliqué



**31%** sont habitués au mode de fonctionnement de leur banque actuelle et **ne souhaitent pas faire de nouveaux efforts pour s'adapter à une nouvelle banque**

**27%** des 18-34 ans  
Vs. **39%** des 65 ans et+

**12%** estiment que changer de banque paraît trop complexe



**1%** clients de banque en ligne

## Changer de banque principale peut être risqué



Pour **27%** des Français la probabilité qu'une erreur se produise lors d'un changement de banque est élevée

**36%** des 18-34 ans  
Vs. **21%** des 65 ans et+  
Client banque en ligne **22%**



# Et des clients pour lesquels changer de banque serait inutile. Une opinion que ne partage pas les clients de banque en ligne.

B7 : Vous avez déclaré ne pas souhaiter changer de banque au cours des 12 prochains mois. Pourriez-vous nous dire pour quelle(s) raison(s) ?

Base : Ne souhaite pas changer de banque

Changer de banque **ne servirait pas** à grand-chose



**27%** ont le sentiment que toutes les banques se valent et ne voient du coup pas l'intérêt de changer de banque

Alsace, Lorraine, Franche-Comté **37%**

Aquitaine, Charente, Charente-Maritime, Gers **36%**

Nord-Pas-de-Calais, Picardie **18%**

Client banque en ligne **8%**



## Les Français et la mobilité bancaire

# 03



Quid de la loi Macron ?

→ Un impact significatif sur la mobilité bancaire des Français



# Une intention de changer de banque principale qui augmente fortement dès lors que les démarches sont prises en charge par la banque d'arrivée

B9b : De même, imaginons que le changement de banque principale puisse se faire de manière automatique, transparente, gratuite et sécurisée par la banque de destination. Si tel était le cas, auriez-vous l'intention de changer de banque principale au-cours des 12 prochains mois ?

Base : Ensemble

B5 : Quelle établissement avez-vous l'intention de choisir ?

Base : Souhaite changer de banque

Dans ces conditions...



**12%**

d'intention certaine de changer de banque et

**43%** d'intention globale  
(Certaine + probable)



Une intention plus forte encore auprès des plus jeunes : **53%** des 18-34 ans Vs. **31%** des 65 ans et plus

Résidant en Île de France : **48%**

Switchers : **51%**

## Un changement de banque qui se ferait fortement au profit des banques en ligne :

(Base : Individus ayant l'intention certaine ou probable de changer de banque dans le cadre des dispositions découlant de la loi Macron)



**24%**

pour les banques en ligne



**36%**

pour les banques traditionnelles



**37%**

qui hésitent

**Nota Bene** : des pourcentages équivalents à ceux mesurés au global auprès de l'ensemble des Français ayant l'intention de changer de banque (hors dispositions de la loi Macron)



...pour rappel, à date, **95%** de clients ont pour banque principale une banque traditionnelle et **5%** une banque en ligne



# Une intention de changer qui serait encore plus forte si, en plus de la prise en charge des démarches, le changement de banque impliquait également des économies substantielles de frais bancaires

B9c : Enfin, si au-cours des 12 prochains mois, le changement de banque principale pouvait se faire de manière automatique, transparente, gratuite et sécurisée tout en permettant une économie de 150 € de frais bancaires par an, auriez-vous l'intention de quitter votre banque actuelle ?

Base : Ensemble

Dans ces conditions...

**48%**

auraient l'intention de changer de banque

dont **14%** certainement



Une intention plus forte encore auprès des plus jeunes :

**57%** des 18-34 ans

Vs. **37%** des 65 ans et plus

Clients de banque en ligne : **53%**

« Switchers » : **55%**

Un changement de banque qui se ferait de nouveau fortement au profit des banques en ligne :



**26%**

pour les banques en ligne

# 04



### Comment expliquer ce résultat ?

#### 2 facteurs principaux

- a. Le critère financier qui demeure fondamental
- b. L'émergence de nouvelles attentes de la part des clients qui impliquent une offre de service adaptée

## Les Français et la mobilité bancaire

**a**



**Le critère financier : la principale raison de changer de banque et le principal critère de choix**



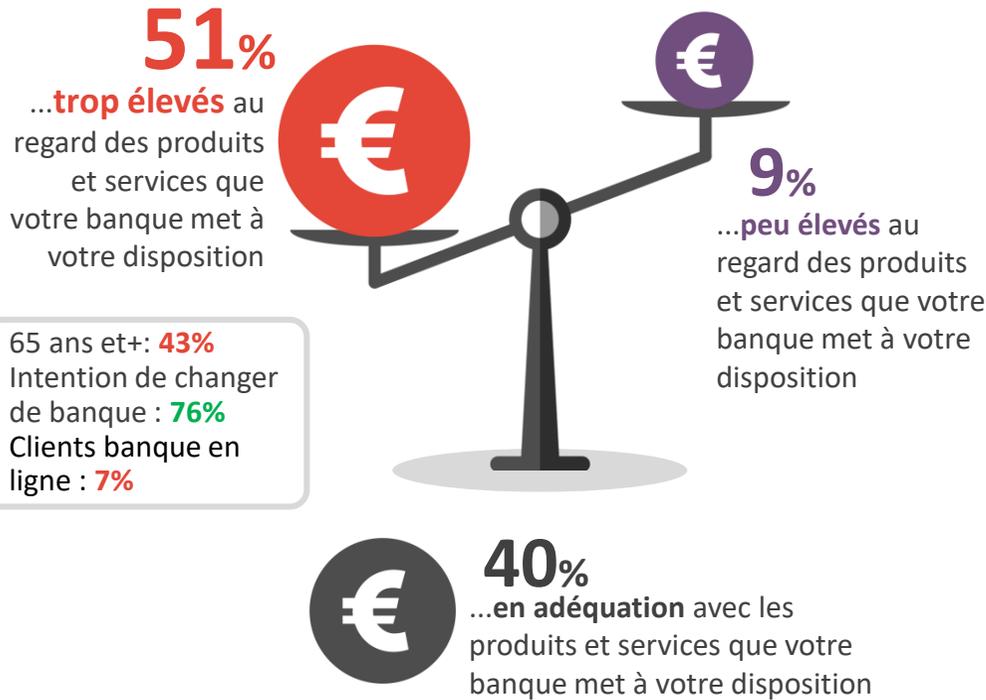
# Des frais bancaires que les Français jugent trop élevés

B3b : Quel montant annuel seriez-vous prêt à payer pour vos services bancaires ?

C4 : Enfin, pour chacune des affirmations suivantes, merci de nous dire si elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à votre perception de la banque ?

Base : Ensemble

## 1 Français sur 2 les juge trop élevés au regard des produits et services mis à leur disposition



65 ans et+: **43%**  
Intention de changer de banque : **76%**  
Clients banque en ligne : **7%**

## Des clients qui ne sont pas disposés à dépenser beaucoup en frais bancaires

**52%**  
moins de 50 €



**Moins de 50 € :**  
**47%** des 65 ans et plus  
**47%** Basse-Normandie, Bretagne, Pays de la Loire  
**60%** de ceux ayant l'intention de changer de banque

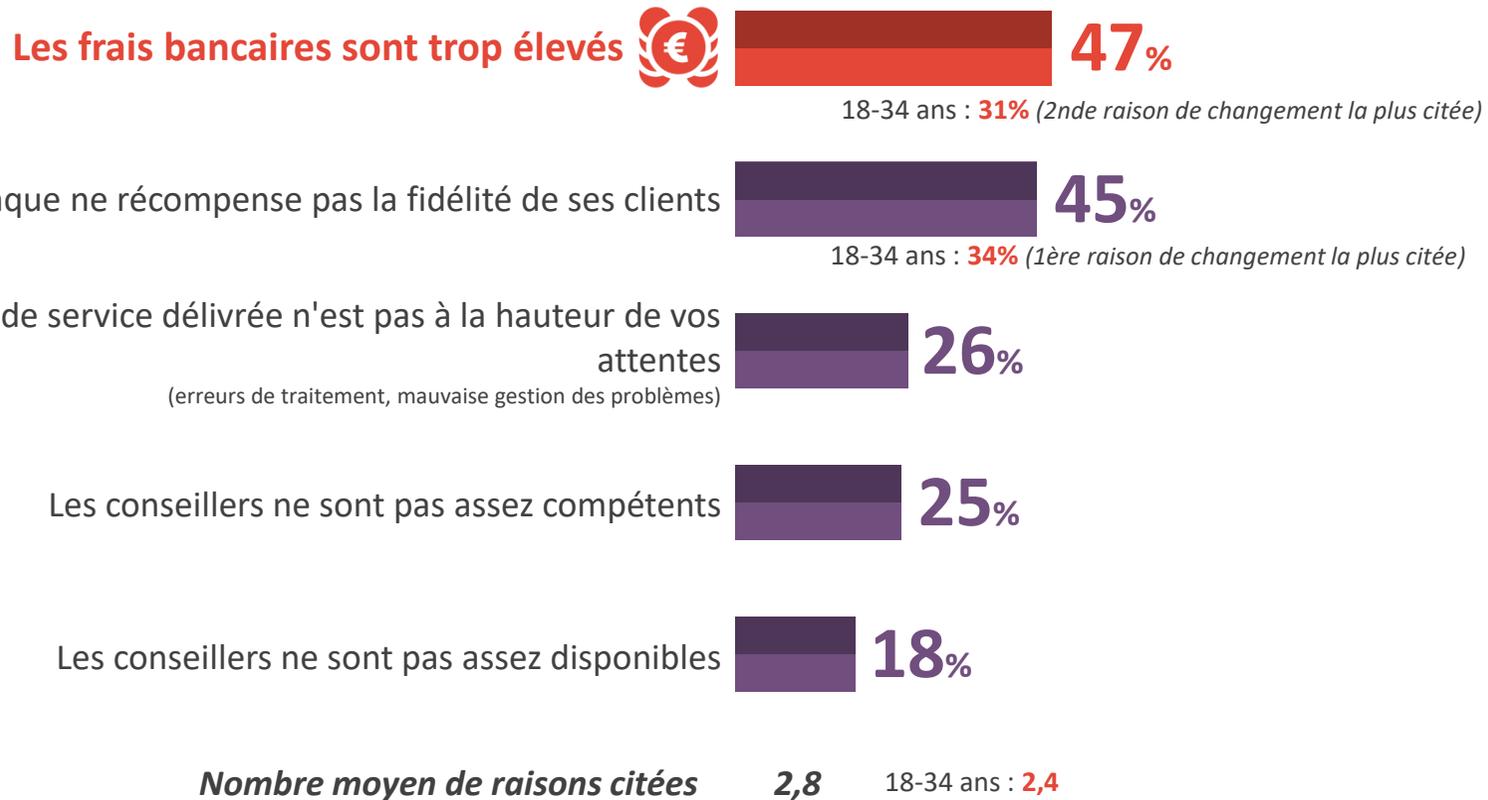


# De fait, les frais bancaires sont la 1<sup>ère</sup> motivation au changement

B6 : Pour quelle(s) raison(s) souhaitez-vous changer de banque principale ?

Base : Souhaite changer de banque (305 répondants)

## TOP5





# Les frais bancaires sont également le principal facteur d'attraction, devant la sécurité et la simplicité dans le suivi et la gestion des comptes

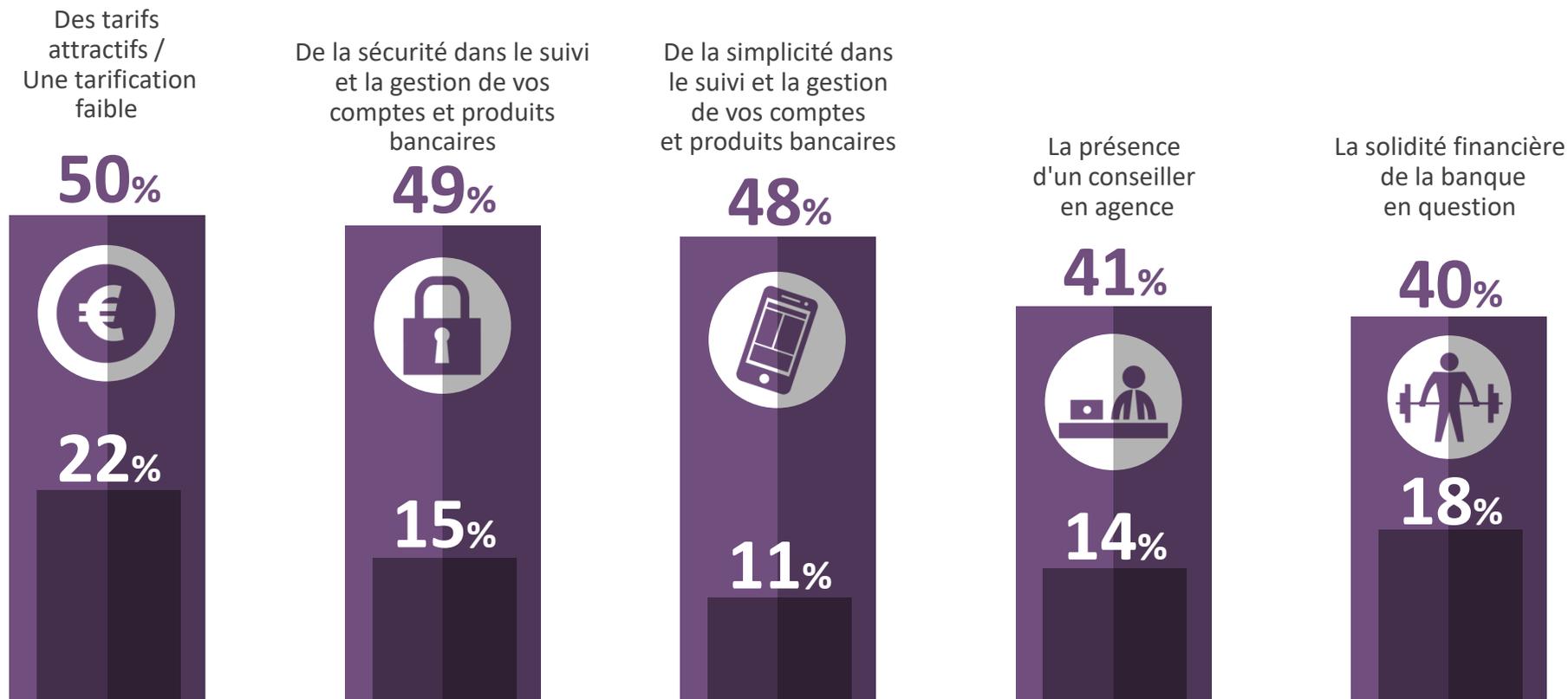
B8 : Selon vous, quels sont les 3 critères les plus importants à prendre en compte pour choisir sa banque principale ?  
 Merci de les classer par ordre d'importance, du plus important au moins important : en 1er, en 2ème puis en 3ème

Base : Ensemble



Les tarifs apparaissent comme le critère de choix le plus important pour sa banque principale

■ En Premier    ■ Au total des trois choix



# C'est encore plus le cas auprès des clients ayant d'ores et déjà l'intention de changer de banque et des clients actuels de banque en ligne

B8 : Selon vous, quels sont les 3 critères les plus importants à prendre en compte pour choisir sa banque principale ?  
Merci de les classer par ordre d'importance, du plus important au moins important : en 1er, en 2ème puis en 3ème

Base : Ensemble

Au total des trois choix

Des tarifs attractifs /  
Une tarification faible



Intention de changer de banque : **60%**  
Clients en banque en ligne : **73%**

De la sécurité dans le suivi et la gestion  
de vos comptes et produits bancaires



65 ans et+ : **58%**  
Aquitaine, Charente, Charente-Maritime, Gers : **59%**  
Intention de changer de banque : **36%**

De la simplicité dans le suivi et la gestion  
de vos comptes et produits bancaires



Clients en banque en ligne : **57%**

La présence d'un conseiller  
en agence



65 ans et+ : **48%** 18-34 ans : **36%**  
Intention de changer de banque : **33%**  
IDF : **32%**

La solidité financière  
de la banque en question



65 ans et+ : **53%** 18-34 ans : **32%**  
Intention de changer de banque : **27%**

## Les Français et la mobilité bancaire

**b**



L'émergence de nouvelles attentes de la part des clients qui impliquent une offre de service adaptée

## Les Français et la mobilité bancaire

**b1**



Des clients qui, dans leur rapport à la banque, sont en quête d'autonomie et d'indépendance



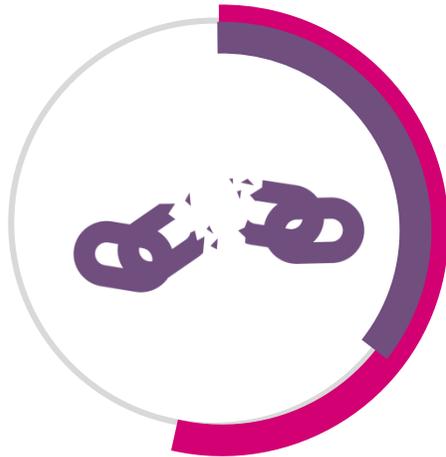
# Des clients qui cherchent à s’émanciper de la « tutelle » de leur banque

C4 : Enfin, pour chacune des affirmations suivantes, merci de nous dire si elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à votre perception de la banque ?

Base : Ensemble

## Des clients qui se sentent de moins en moins soumis à leur banque

« Je ne suis plus soumis à ma banque »



- > **36%** des clients au global
- > **55%** pour les clients de banque en ligne

## Des clients qui souhaitent de moins en moins dépendre d’une seule banque

« il est préférable d’être client de plusieurs banques plutôt que de mettre 'tous ses œufs' dans le même panier »



- > **37%** des clients au global
- > **55%** pour les clients de banque en ligne

•> 65 ans et+: **45%** 18-34 ans : **30%**  
Intention de changer de banque : **47%**



# Les clients souhaitent plus d'autonomie dans la gestion de leurs compte tout en conservant la possibilité de se faire aider pour la réalisation des démarches associées à leur prise de décision

C1c : Dans l'idéal, comment souhaiteriez-vous pouvoir gérer vos comptes et placements bancaires ?

Base : Ensemble

## 79%

des Français souhaitent pouvoir prendre leurs décisions

## 55%

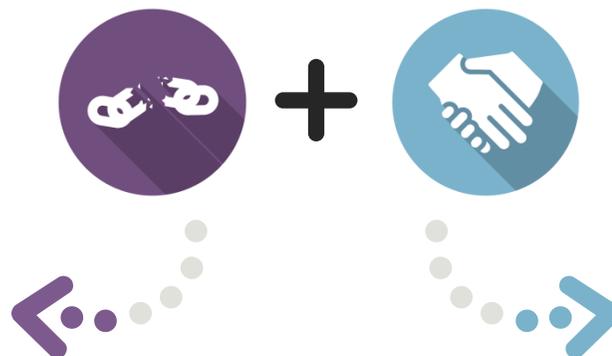
des Français souhaitent pouvoir prendre leurs **décisions seul(e) tout en se faisant aider** par un conseiller bancaire ou une autre assistance pour accomplir les démarches seul(e) qui en découlent.

## 21%

des Français **souhaitent se faire aider** par un conseiller bancaire ou une autre assistance pour prendre vos décisions et accomplir les démarches qui en découlent

## 24%

des Français **souhaitent pouvoir prendre leurs décisions seul(e)** et accomplir les démarches qui en découlent seul(e), **sans se faire aider** par un conseiller bancaire ou une autre assistance



Intention de changer de banque : **33%**  
Clients de banque en ligne : **41%**



65 ans et+ : **27%**  
Aquitaine, Charente, Charente-Maritime, Gers : **31%**  
Clients de banque en ligne : **7%**

## Les Français et la mobilité bancaire

**b2**



**Des clients dont le rapport à la banque  
et au conseiller n'est plus le même**

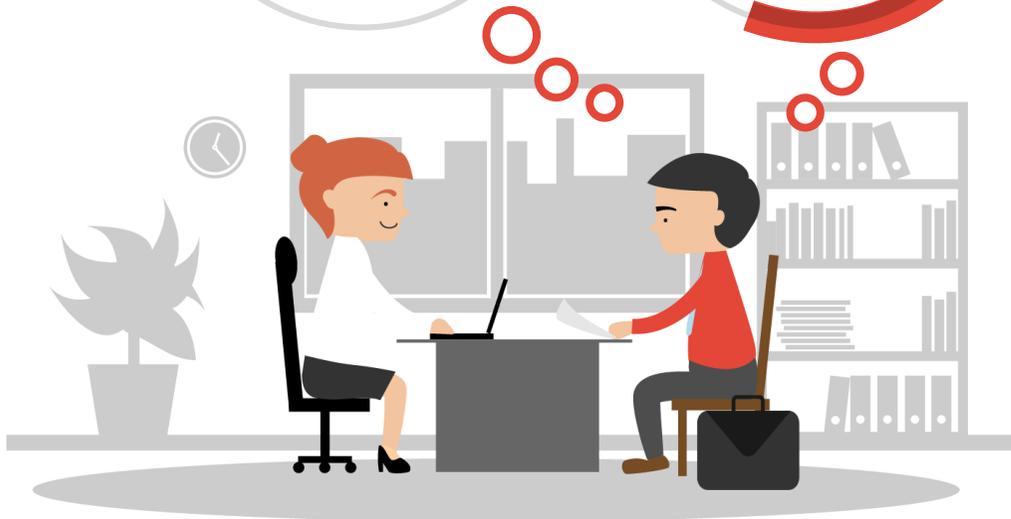
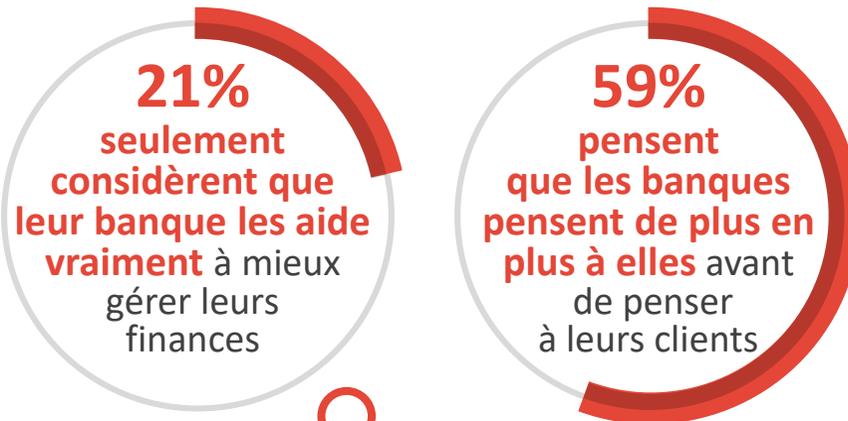


# Une défiance de plus en forte à l'égard des banques

C4 : Enfin, pour chacune des affirmations suivantes, merci de nous dire si elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à votre perception de la banque ?

B8b : Selon vous, le fait que l'obtention d'un crédit immobilier au sein d'une banque puisse être conditionnée à d'autre(s) engagement(s) (domiciliation des revenus, souscription à un moyen de paiement...) est...

Base : Ensemble



## Une défiance qui est notamment alimentée par certaines pratiques jugées abusives

➤ **59%** jugent **abusif** le conditionnement de l'obtention d'un crédit immobilier à la domiciliation des revenus



➤ **83%** estiment que c'est **une pratique courante**

➤ **44%** pensent que c'est **une pratique légale**



# Une défiance qui transparait également dans le rapport au conseiller, de moins en moins perçu comme indispensable

C4 : Enfin, pour chacune des affirmations suivantes, merci de nous dire si elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à votre perception de la banque ?

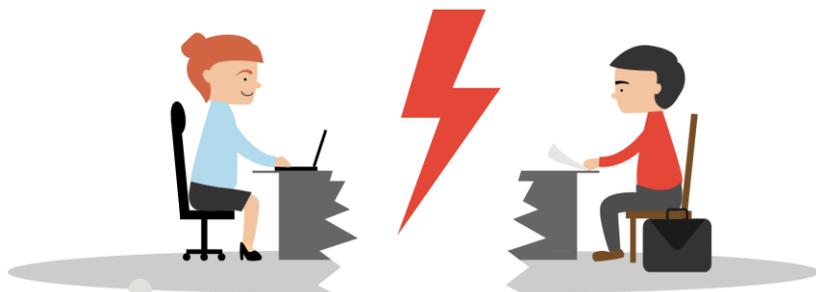
C1f : Parlons maintenant de votre perception actuelle des conseillers bancaires.

Dites-nous pour chacun des adjectifs suivants si selon vous les conseillers bancaires le sont plus ou moins.

B8d : Selon vous, quelles sont les sources d'information à prendre en compte en priorité pour choisir une nouvelle banque principale ?

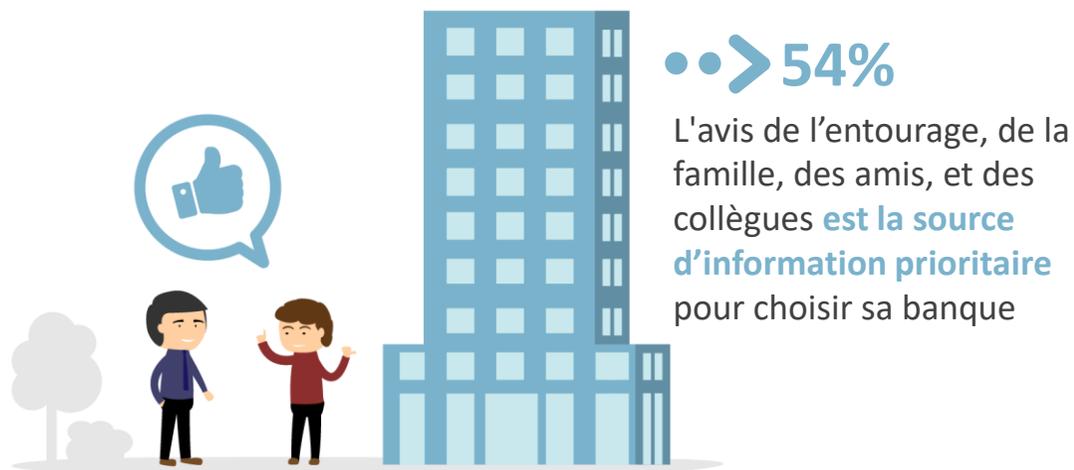
Base : Ensemble

## Le conseiller est perçu comme étant...



- > **31%**  
Moins indispensables qu'avant
- > **26%**  
Moins dignes de confiance
- > **36%**  
Moins proches de leur client

## Des clients qui privilégient désormais des sources d'information différentes :



••> **54%**

L'avis de l'entourage, de la famille, des amis, et des collègues **est la source d'information prioritaire** pour choisir sa banque

••> **25%** estiment que « Pour mes décisions bancaires, **mon entourage compte plus que mon conseiller** » (Même score pour les clients de banques traditionnelles et en ligne)



# Une défiance à l'égard du conseiller, de nouveau, un peu plus forte au sein des clients de banque en ligne

C4 : Enfin, pour chacune des affirmations suivantes, merci de nous dire si elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à votre perception de la banque ?

C1f : Parlons maintenant de votre perception actuelle des conseillers bancaires.

Dites-nous pour chacun des adjectifs suivants si selon vous les conseillers bancaires le sont plus ou moins.

B8d : Selon vous, quelles sont les sources d'information à prendre en compte en priorité pour choisir une nouvelle banque principale ?

Base : Ensemble

Une défiance qui transparait également dans le rapport au conseiller, désormais perçus comme moins indispensables

●●➤ **31%**  
Moins indispensables qu'avant



65 ans et+ : **25%**  
Intention de changer de banque : **46%**  
Rhône-Alpes : **39%**  
Clients de banque en ligne : **55%**  
Switchers : **34%**

●●➤ **26%**  
Moins dignes de confiance



Intention de changer de banque : **52%**  
Rhône-Alpes : **35%**  
Clients de banque en ligne : **39%**  
Switchers : **30%**

●●➤ **36%**  
Moins proches de leur client



Intention de changer de banque : **57%**  
Clients de banque en ligne : **53%**  
Switchers : **39%**



## Les Français et la mobilité bancaire

**b3**



Des clients en recherche de simplification, de facilitation dans la gestion et le suivi de leur compte



# Une attente forte de la part des Français et dans les faits un critère de choix important

B8 : Selon vous, quels sont les 3 critères les plus importants à prendre en compte pour choisir sa banque principale ? C4 : Enfin, pour chacune des affirmations suivantes, merci de nous dire si elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à votre perception de la banque ?

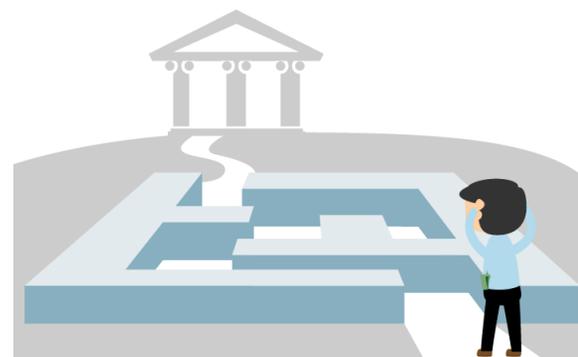
Base : Ensemble

Pour **48%** des Français, la simplicité dans le suivi et la gestion des comptes et produits bancaires est un critère de choix important



La banque demeure complexe aux yeux de certains, a fortiori s'ils sont clients d'une banque traditionnelle :

« Beaucoup de choses se sont simplifiées au cours des dernières années avec le numérique mais pas vraiment la banque »



→ **37%** pour les clients de banque traditionnelle

→ **27%** pour les clients de banque en ligne

→ **65 ans et+ : 31%**  
Intention de changer de banque : **46%**  
Alsace, Lorraine, Franche-Comté : **46%**



# Des Français qui ne souhaitent plus consacrer trop de temps à la gestion de leur compte

C4 : Enfin, pour chacune des affirmations suivantes, merci de nous dire si elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à votre perception de la banque ? / C1d Toujours concernant la gestion de vos comptes, de quelle affirmation vous sentez-vous le ou la plus proche ?

Base : Ensemble



## 61%

des Français souhaitent consacrer le moins de temps possible à la gestion de leur compte



En effet, ils n'ont « plus de temps à perdre avec leur banque »

## 34% des Français



34% des clients de banque traditionnelle

50% des clients de banque en ligne



Intention de changer de banque : 51%



# Des clients qui se rendent de moins en moins en agence et qui privilégient des modes de contact plus digitalisés

C4 : Enfin, pour chacune des affirmations suivantes, merci de nous dire si elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à votre perception de la banque ? / B1c : A quelle fréquence...? Base : Ensemble

B1d : Parlons plus précisément de votre fréquence de visite en agence.

Base : Se rend en agence

Seuls **19%** des clients de banque traditionnelle se rendent en agence au moins 1 fois par mois

**Nota Bene** : Une fréquence de visite mensuelle qui ne diffère pas auprès des moins de 35 ans.



Et **33%** des clients de banque traditionnelle se rendent moins souvent en agence qu'avant



18-34 ans : **27%**

Intention de changer de banque : **44%**

A l'inverse, **42%** se connectent au site de leur banque plusieurs fois par semaine

**63%** pour les clients de banque en ligne



« Avoir une agence bancaire près de chez soi, ce n'est plus si important que cela de nos jours » :

**35%** pour les clients de banque traditionnelle et

**62%** pour les clients de banque en ligne

## Les Français et la mobilité bancaire

**05**



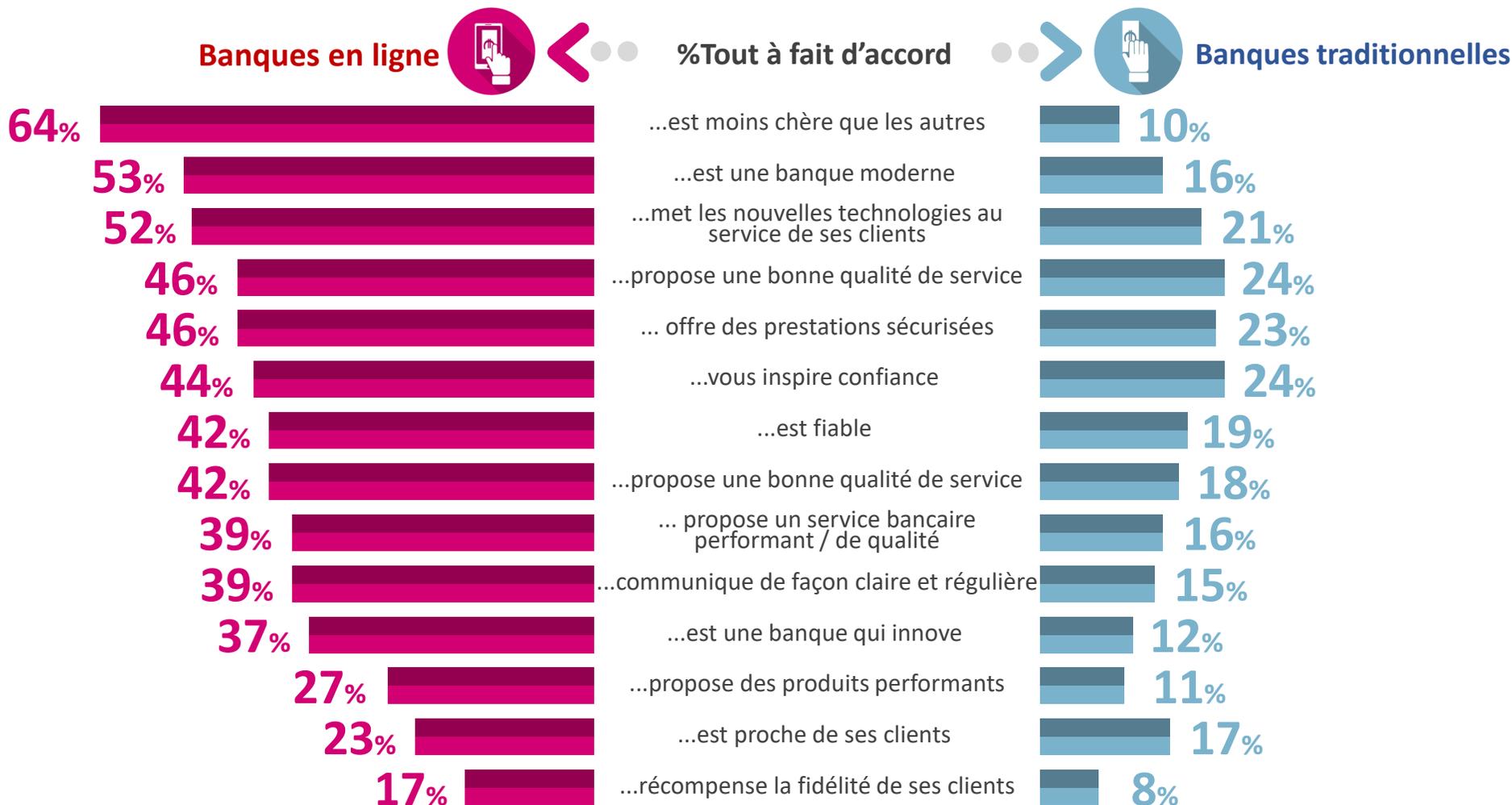
**Au final, les banques en ligne tendent à répondre dès aujourd'hui aux nouvelles aspirations des Français**



# Les banques en ligne devancent leurs rivales traditionnelles sur l'attractivité tarifaire, la modernité, la confiance, l'innovation et la capacité à mettre les nouvelles technologies au service de ses clients

B3 : Voici une liste d'affirmations susceptibles de qualifier votre banque principale. Vous nous direz pour chacune d'entre elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord ?

Base : Ensemble



# “ Une meilleure adéquation aux attentes des Français qui se traduit dans les faits par une satisfaction globale plus élevée....

B2 : Quelle note de 1 à 10 donneriez-vous pour exprimer votre satisfaction à l'égard de [Reprise de la banque principale citée en A2] ?

Base : Ensemble



65 ans et+ : 8,0 18-34 ans : 7,2  
Intention de changer de banque : 5,3  
Nord-Pas-de-Calais, Picardie : 7,7 / IDF : 7,1

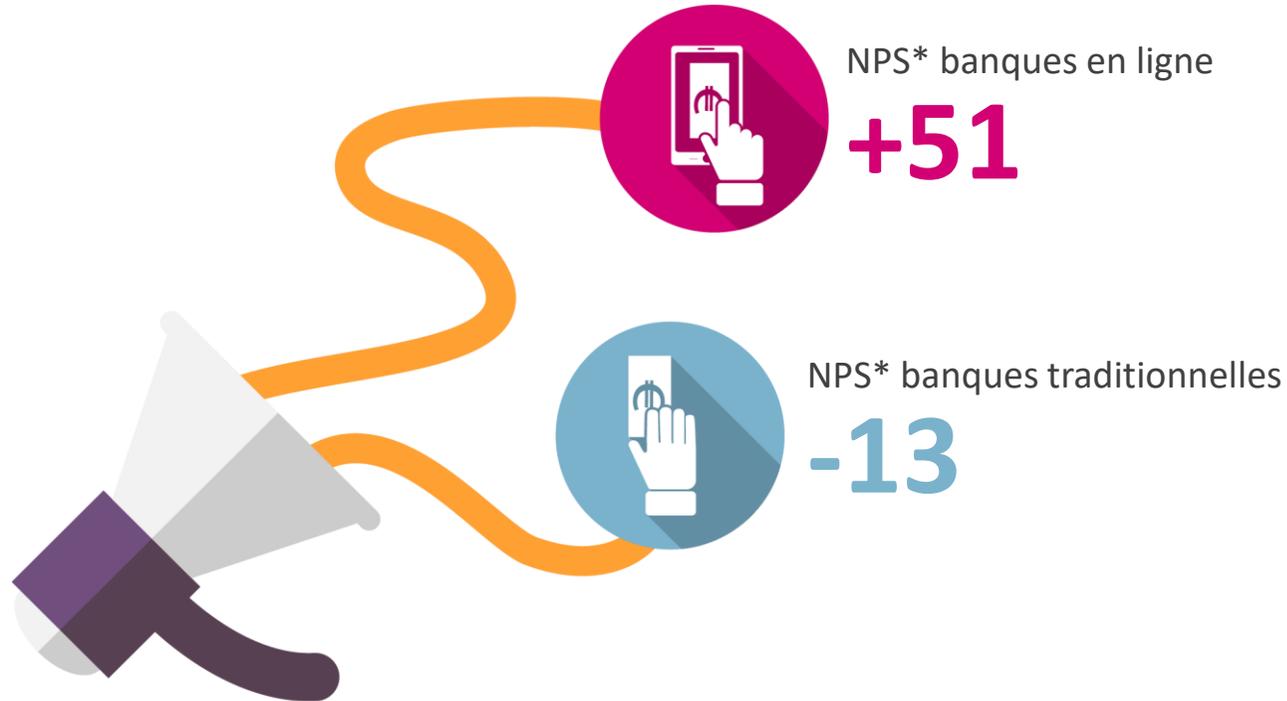


## ...et un Net Promoter Score très à l'avantage des banques en ligne

B3c : Sur une échelle de 0 à 10, dans quelle mesure seriez-vous prêt(e) à recommander [Reprise de la banque principale citée en A2] à vos amis ou vos collègues ?

Base : Ensemble

Et in fine une recommandation bien plus forte



\*NPS : Net Promotor Score = %Promoteurs (notes de 9 à 10) - %Détracteurs (Notes de 0 à 6)



# SYNTHÈSE

*“opinionway*



## Chiffres clés (1/2)

### La loi Macron : Une loi qui pourrait bien rebattre les cartes au profit des banques en ligne

**12%** des Français déclarent qu'ils changeraient certainement de banque si ce changement se faisait de manière automatique, transparente, gratuite et sécurisée par la banque de destination.

→ **L'impact de cette loi sur la mobilité bancaire des Français est significatif puisque l'intention certaine de changer de banque est multipliée par 4 et passe de 3% à 12%**

**24%** des Français ayant l'intention de changer de banque choisiraient une banque en ligne

→ **La simplification des démarches de changement de banque profiterait aux banques en ligne (à titre de comparaison, seuls 5% des Français ont pour banque principale une banque en ligne)**

**Une opportunité à saisir pour les banques en ligne qui, en plus de leur attractivité tarifaire, propose une offre de services qui tend à répondre aux nouvelles aspirations des Français en matière de consommation.**

1/Le tarif demeure un facteur clé : **50%** des Français considèrent que **les tarifs sont le principal critère de choix d'une banque.**

**52%** des Français ne sont **pas disposés à payer plus de 50 €** pour leur services bancaires

**51%** considèrent que **les tarifs sont trop élevés au regard des produits et services mis à leur disposition**

→ **Une exacerbation du facteur prix qui doit naturellement profiter aux banques en ligne (64% des clients de banque en ligne considèrent que leur banque est moins chère que les autres), et tout particulièrement à Boursorama Banque, une nouvelle fois élue en 2016 banque la moins chère.**



## Chiffres clés (2/2)

### 2/ Des Français en quête d'un service bancaire qui les accompagne sans pour autant les « diriger » :

**55%** souhaitent pouvoir prendre leur décision seul(s) en ne se faisant aider par un conseiller que pour accomplir les démarches administratives liées à ces décisions

Cela est notamment lié à une forme de défiance à l'égard de la banque et de la figure du conseiller bancaire :

**59%** des Français considèrent que les banques pensent de plus en plus à elles avant de penser à leurs clients

**31%** considèrent que le conseiller bancaire est moins indispensable qu'avant

**26%** considèrent même que le conseiller bancaire est moins digne de confiance qu'avant

→ Un besoin d'autonomie, voire d'indépendance, qui est en adéquation avec les services de gestion individuelle, non intermédiés, proposés par les banques en ligne

### 3/ Enfin des Français en quête de facilitation dans la gestion au quotidien

**61%** souhaitent consacrer le moins de temps possible à la gestion de leur compte.

De même, seuls **20%** se rendent en agence au moins une fois par mois, tandis que **61%** se connectent au moins une fois par semaine à l'application de leur banque. Et au final, avoir une agence bancaire près de chez soi n'est plus si important que cela pour **36%** des Français.

→ Une quête de facilitation à laquelle les banques en ligne, pionnières des services digitalisés, répondent fortement.



# ANNEXES

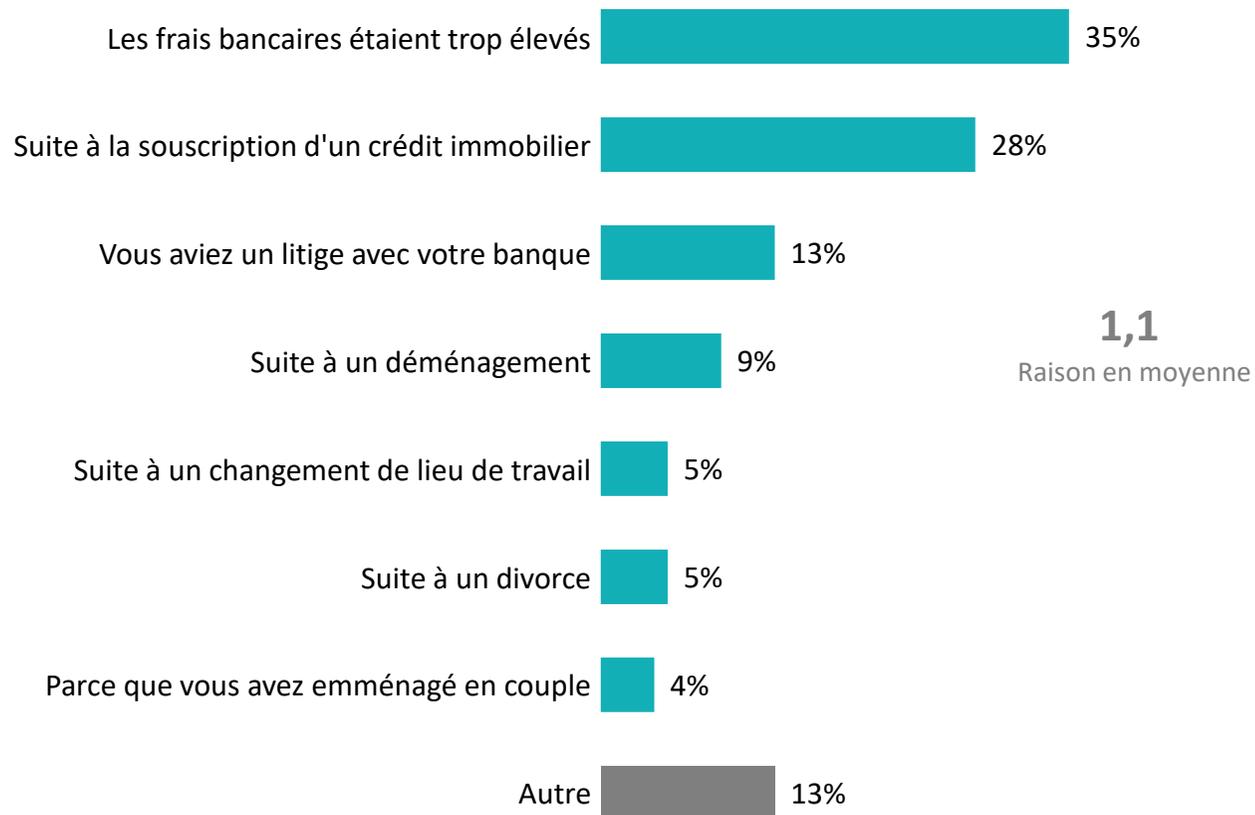
*“opinionway*



# Raisons de changement de banque principale au-cours des 3 dernières années

A4. Pour quelle(s) raison(s) avez-vous changé de banque principale au-cours des 3 dernières années?

Base: Ont changé de banque au cours des 3 dernières années

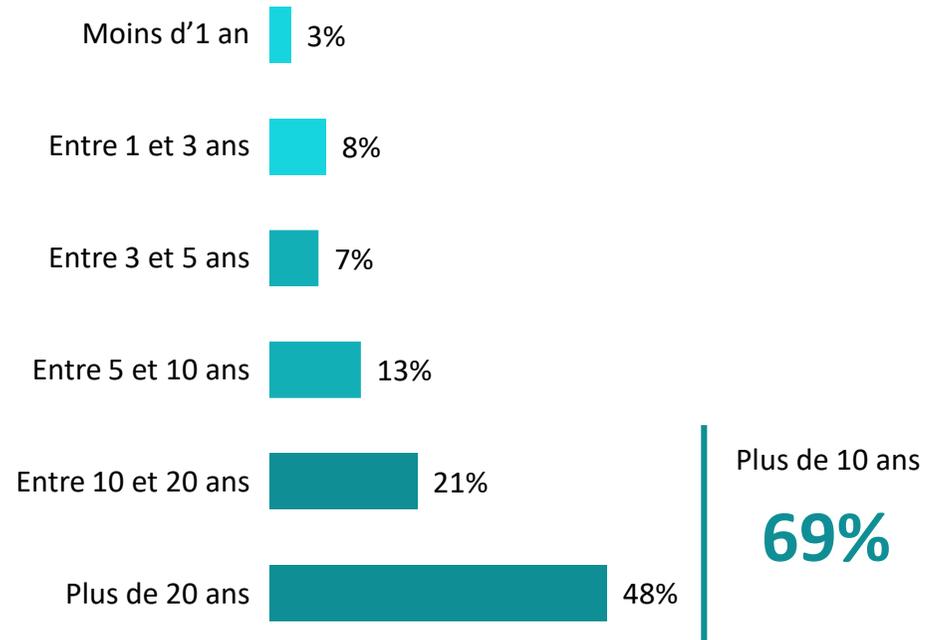




# Ancienneté à l'égard de la banque principale

B0. Depuis combien de temps êtes-vous client(e) de cette banque ?

Base: Ensemble





# Raisons de choix de la banque principale

B0b. Quelle est la raison principale pour laquelle vous êtes devenu(e) client de ... ?

Base: Ensemble

X% / y% : différence significative par rapport à l'ensemble

	Ensemble - 2546 -	Clients dont la banque principale est une banque traditionnelle - 2426 -	Clients dont la banque principale est une banque en ligne - 119 -
C'était la banque de vos parents	28%	29%	0%
Vous avez souscrit un prêt auprès de cette banque	14%	15%	2%
C'était la banque la plus proche de chez vous	13%	14%	0%
Les frais y étaient plus faibles qu'ailleurs	11%	8%	67%
Elle vous a été recommandée par un proche	9%	9%	7%
C'était la banque de votre conjoint	7%	7%	2%
Pour sa notoriété	5%	5%	8%
C'était la banque la plus proche de votre travail	4%	4%	2%
Salarié de la banque / Y travaille, y a travaillé, le conjoint y travaille	2%	2%	0%
Vous en avez entendu du bien dans les médias	1%	1%	5%
Bon réseau, bien implanté, il y en a partout	1%	1%	0%
Compte ouvert à la naissance, par les parents, votre 1ère banque, habitude	1%	1%	0%
Vous disposez déjà d'un produit dans cette banque (assurance, livret, bourse)	1%	0%	1%
(Re)négociation de prêt, meilleurs taux, rachat de crédit	1%	0%	0%
Absorption / rachat banque, partenariat (CASDEN)	1%	0%	0%
Possibilité de gestion par Internet / Banque en ligne	0%	0%	2%
Promotion, avantages proposés	0%	0%	1%
Autre	1%	1%	3%

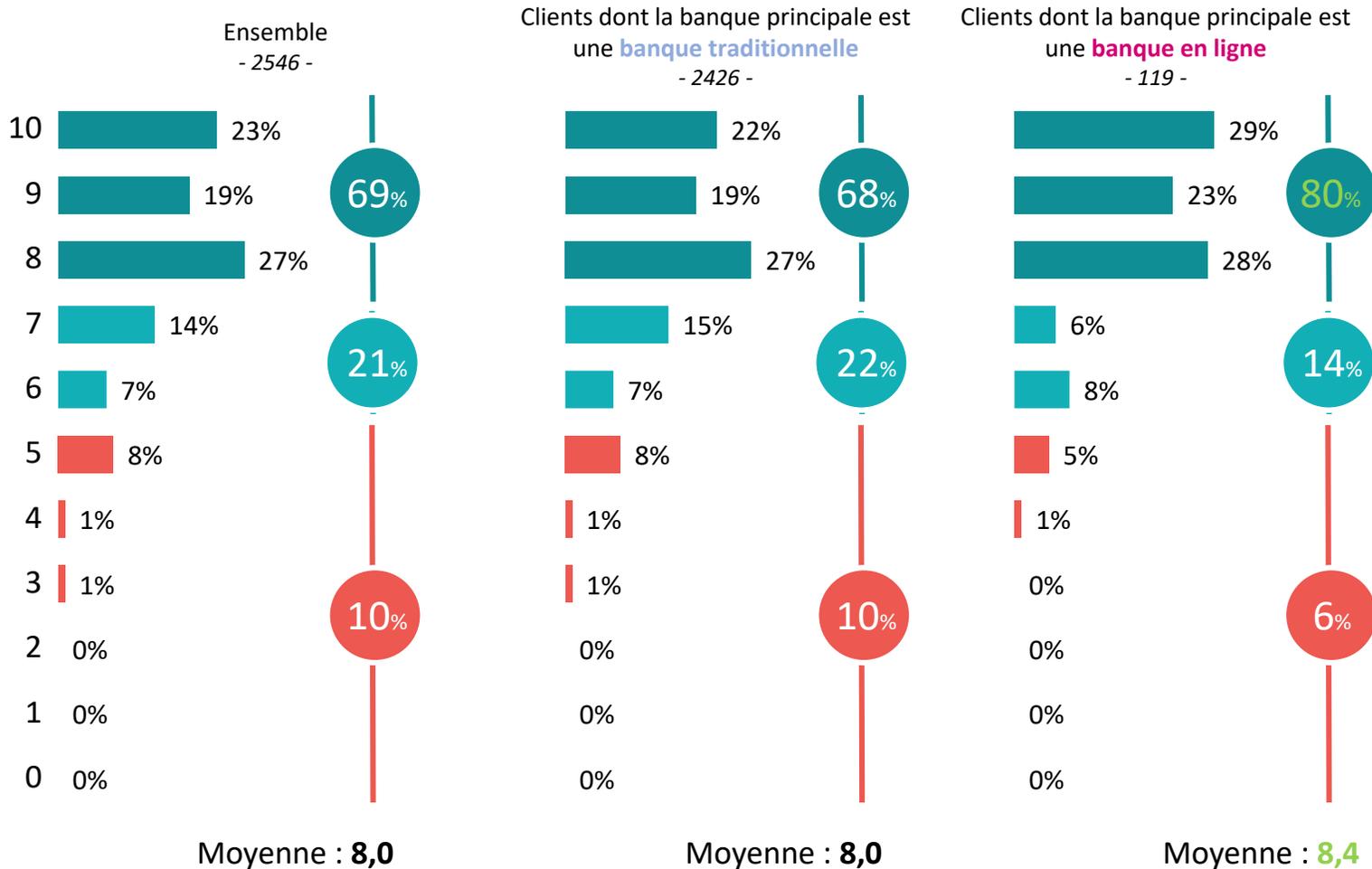


# Satisfaction à l'égard de l'ouverture de compte au sein de la banque principale

B0c. Quelle note de 0 à 10 donneriez-vous pour qualifier la manière dont s'est passé l'ouverture de votre 1er compte chez [Reprise de la banque principale citée en A2] ?

Base: Ensemble

X% / y% : différence significative par rapport à l'ensemble



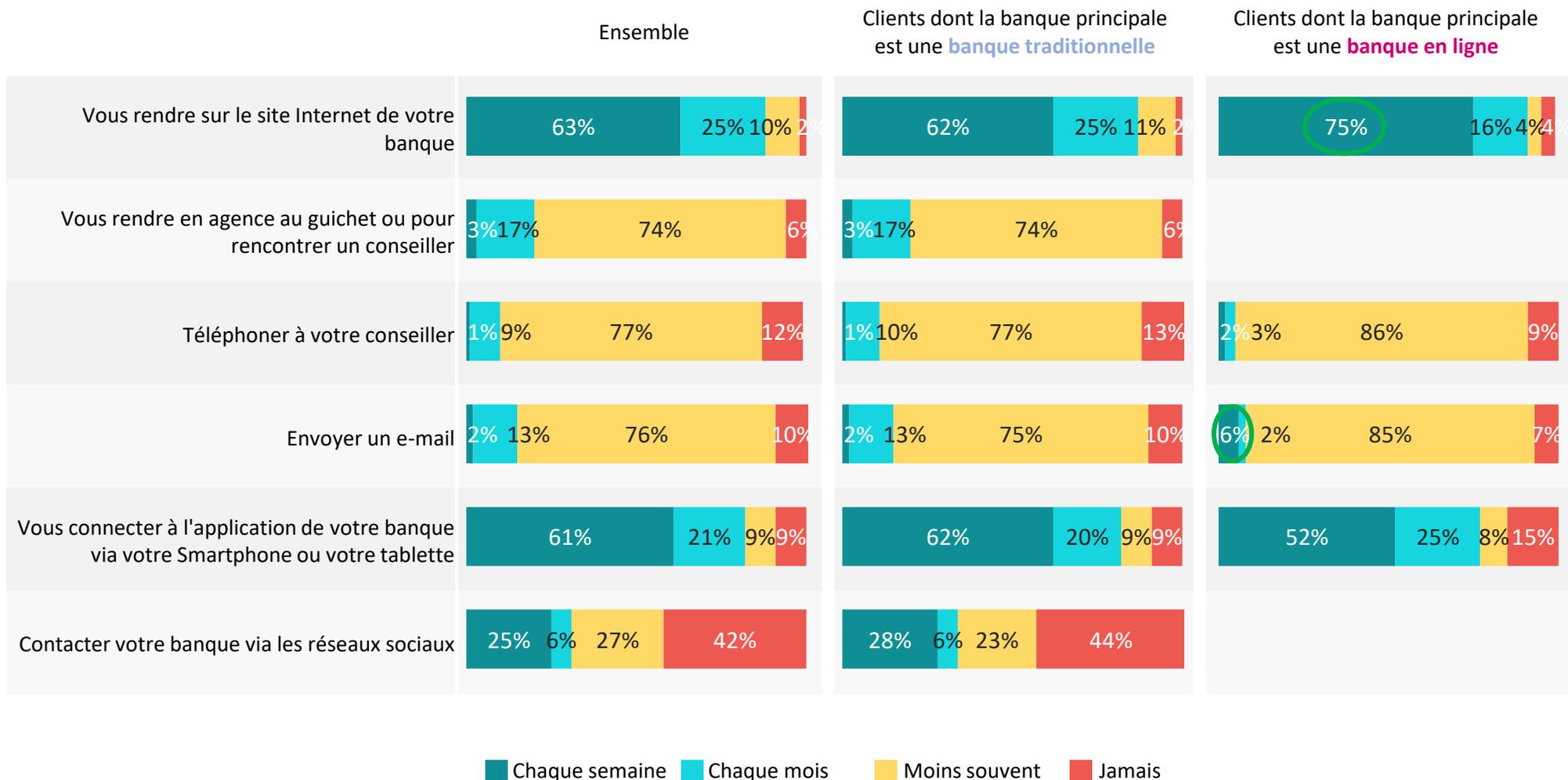


# Fréquence d'usage par mode de contacts

B1c : A quelle fréquence...?

Base: Utilisent le mode de contact

: différence significative par rapport à l'ensemble



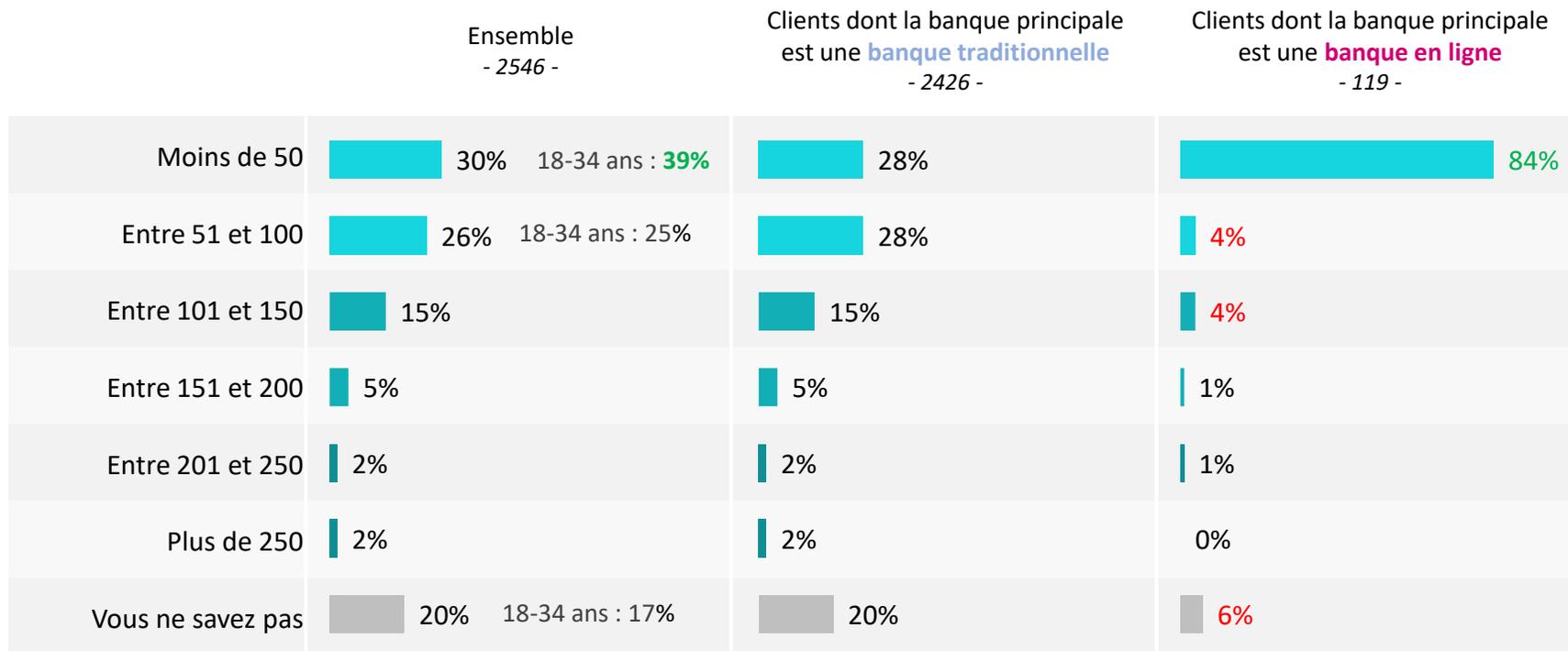


# Montant annuel des frais bancaires

B1e. Quel est le montant annuel de vos frais bancaires(=Il s'agit des frais et commissions perçues par votre banque en contrepartie des services qu'elle met à votre disposition)?

Base: Ensemble

X% / y% : différence significative par rapport à l'ensemble

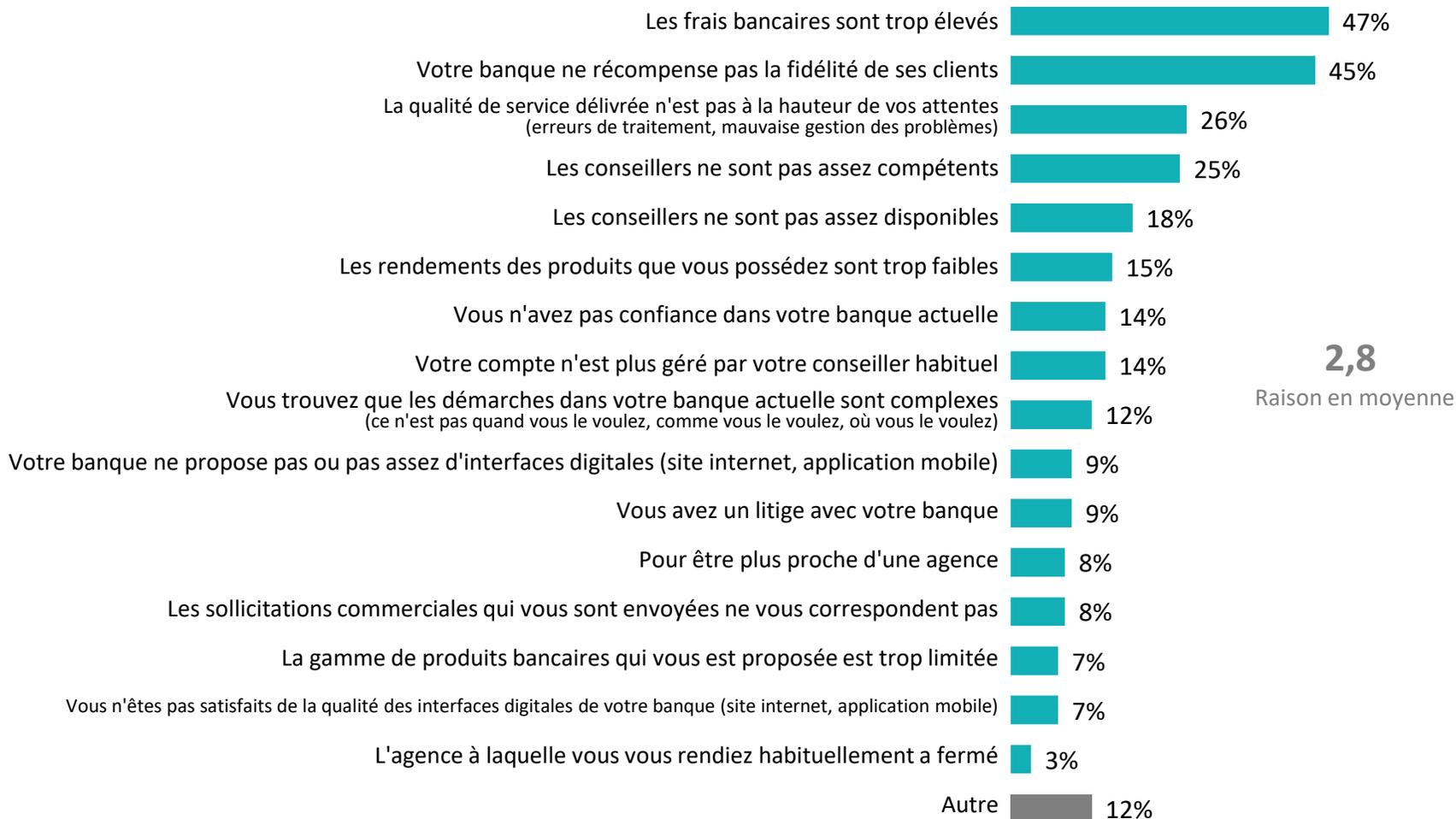




# Motivations pour changer de banque principale (Push factors)

B6. Pour quelle(s) raison(s) souhaitez-vous changer de banque principale et quitter ... ?

Base: Ont l'intention de changer de banque (305)

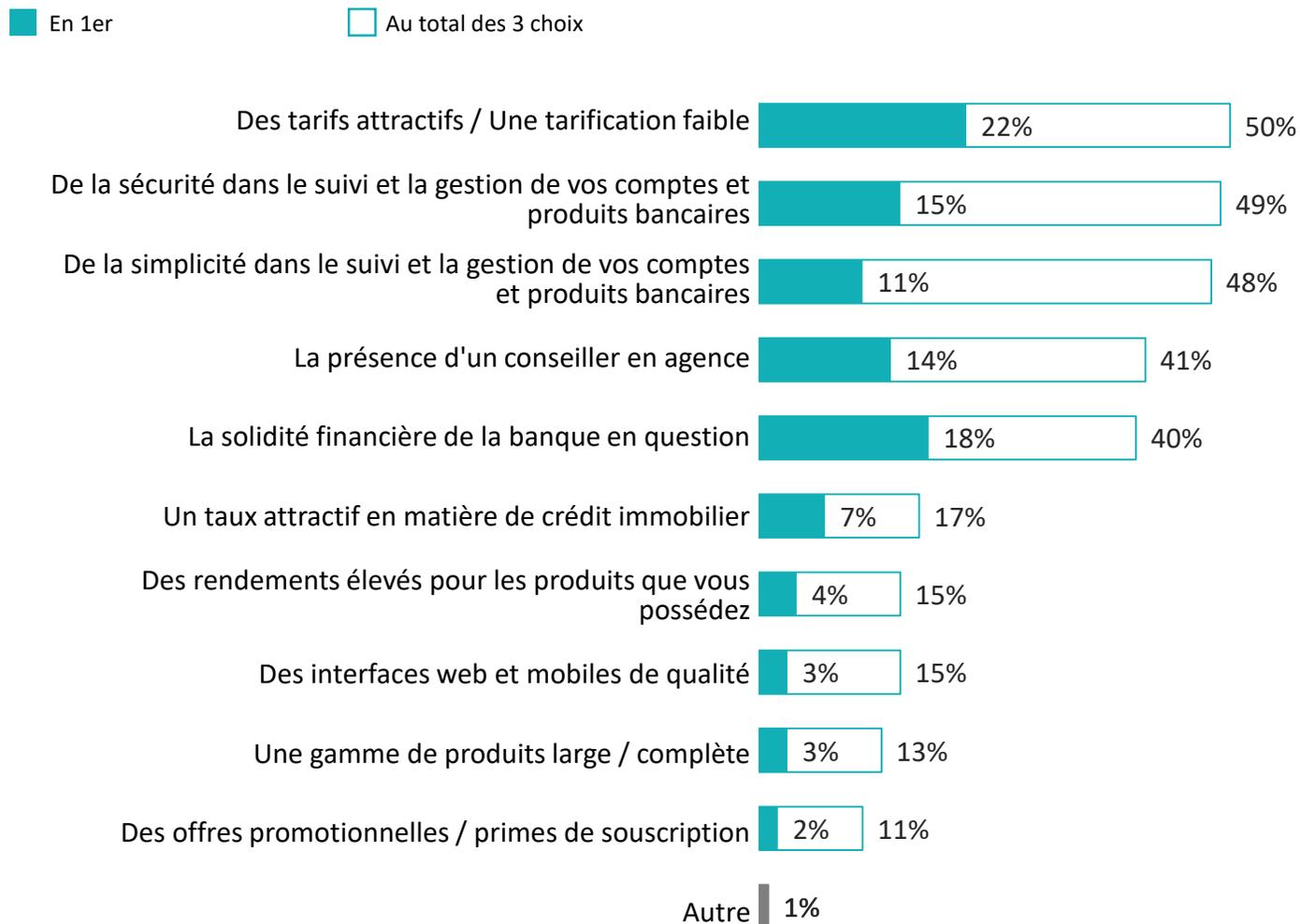




# Critères de choix d'une nouvelle banque principale

B8. Selon vous, quels sont les 3 critères les plus importants à prendre en compte pour choisir sa banque principale ?

Base: Ensemble (2546)

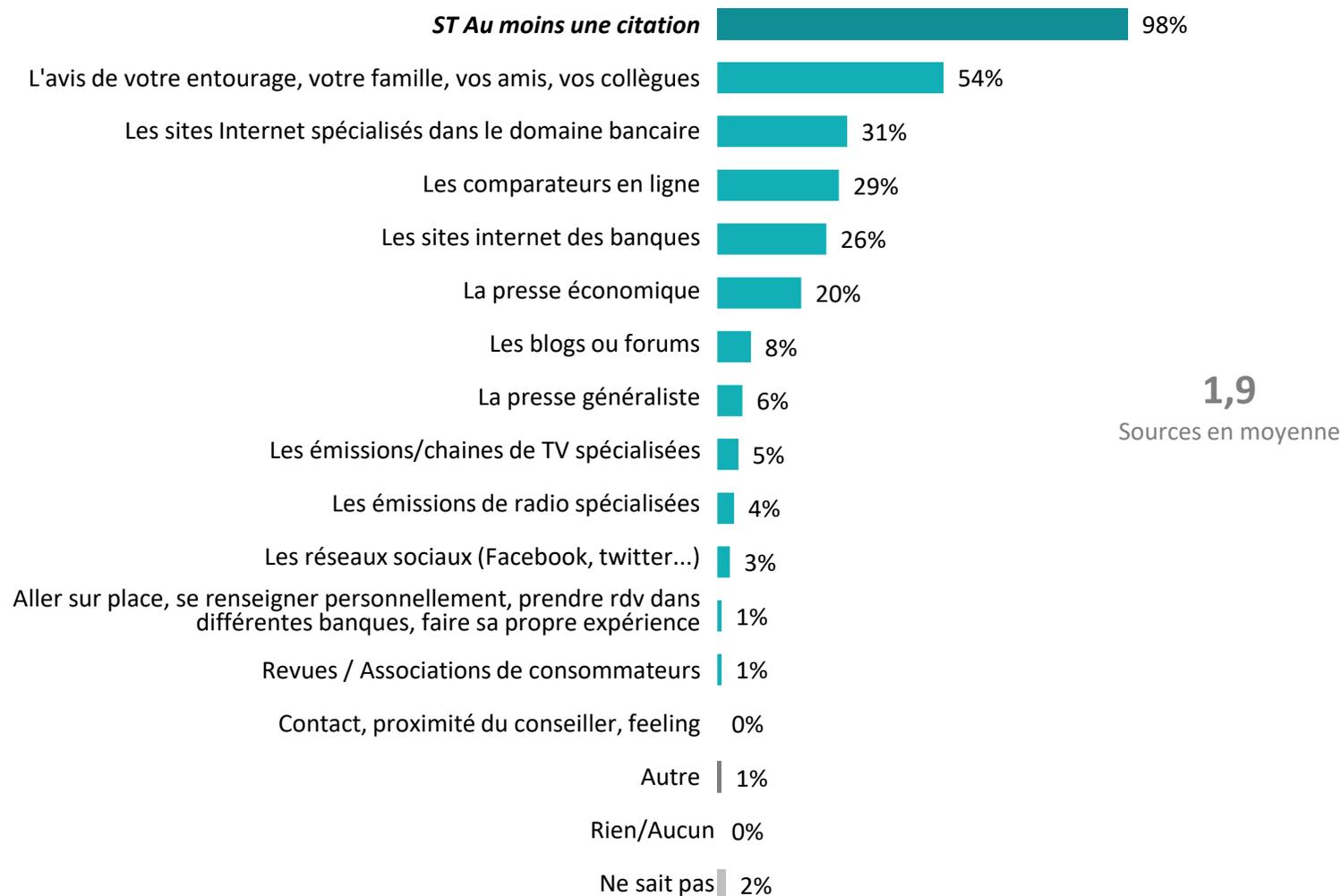




# Sources d'information à prendre en compte pour sa banque principale

B8d. Selon vous, quelles sont les sources d'information à prendre en compte en priorité pour choisir une nouvelle banque principale ?

Base: Ensemble (2546)

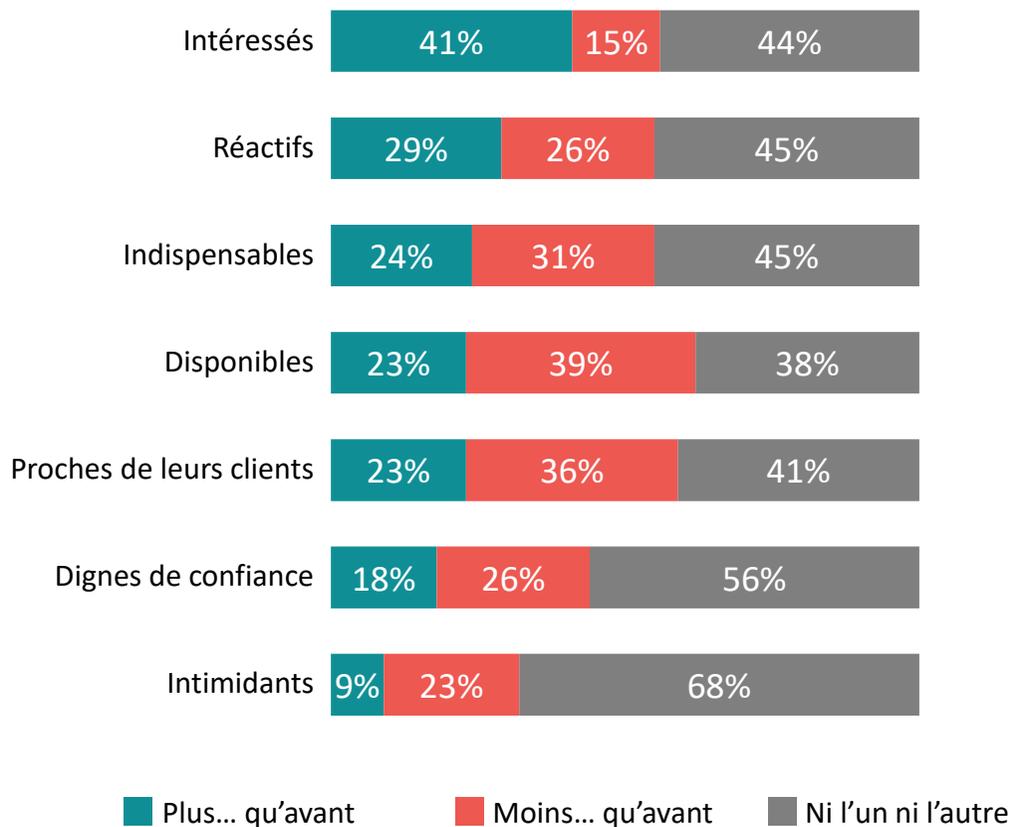




# Evolution de la perception des conseillers

C1f. Parlons maintenant de votre perception actuelle des conseillers bancaires.  
Dites-nous pour chacun des adjectifs suivants si selon vous les conseillers bancaires le sont plus ou moins.  
Diriez-vous que les conseillers bancaires sont... ?

Base: Ensemble (2546)





*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris

« Notre mission est de permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur, pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »