opinionway

L'Observatoire 2027 de la relation bancaire des 12-24 ans

Conquérir plus tôt, équiper plus justement, fidéliser durablement

Étude en multi souscription

Novembre 2026



Pourquoi souscrire à cet Observatoire ?

C’est entre 12 et 24 ans que se choisit la banque de demain.

L’Observatoire de la Relation Bancaire dont la 1ère vague a été réalisée en 2025 vous donne les clés pour **comprendre et convaincre cette génération et leurs parents**.

Une première édition riche d’enseignements :

Une bancarisation précoce mais encadrée

L’équipement s'installe dès l'adolescence, tandis que l'autonomie financière réelle s'acquiert de manière progressive au fil des années.

Les parents au cœur de la décision

Le choix de la banque principale et l'initiation au monde financier reposent très majoritairement sur les parents, qui font office de filtres et de prescripteurs incontournables.

Une appétence forte pour l'épargne et la gestion

Les enfants et les jeunes adultes manifestent un réel intérêt pour la gestion de leur budget et développent tôt des réflexes d'épargne, tout en exprimant un besoin d'être guidés.

Des attentes d'accompagnement et de réassurance

Au-delà des outils numériques, les jeunes recherchent des garanties solides contre les risques financiers et un accompagnement pérenne face aux grands moments de transition de leur vie.

Une nouvelle édition 2027 ouverte à tous, souscripteurs de la vague 2025 ou non

Une 2ème vague pour…



- 1 -

Comprendre et mesurer les évolutions

En termes de bancarisation, d'autonomie, d'équipement, d'attentes

Un bilan année par année

- 2 -

Approfondir certains thèmes

Place de l'IA dans les décisions bancaires et financières

Quid des enjeux quant à la sécurité vs attaques cyber et fraudes

…

- 3 -

Croiser les regards

Le regard des jeunes et celui des parents de mineurs, qui pèsent dans leurs choix.

- 4 -

Se situer face au marché

Notoriété, image, chemin de conviction et satisfaction de votre établissement.

Le dispositif : une mesure quantitative d'envergure

Pour **hiérarchiser et quantifier la relation bancaire** des jeunes, puis la faire vivre avec live chat persona by opinionway

3 800 interviews, jeunes et parents

Un échantillon construit année d'âge par année d'âge pour suivre l'évolution de la relation bancaire de 12 à 24 ans.
Possibilité d'intégrer les 10 et 11 ans à l'échantillon global ou sous la forme d'un boost spécifique.

LE PROTOCOLE

- Interrogation en ligne via Access Panel
- Questionnaire de 20 minutes
- Dont 2 questions ouvertes
- 200 interviews par année d'âge

2 600

01 Jeunes âgés de 12 à 24 ans

1 200 jeunes de 12 à 17 ans et 1 400 jeunes de 18 à 24 ans soit 200 interviews par année d'âge.

➢ **Possibilité de rajeunir l'investigation en intégrant un volet d'enfants âgés de 10 ou 11 ans**

1 200

02 Parents de jeunes de 12 à 17 ans

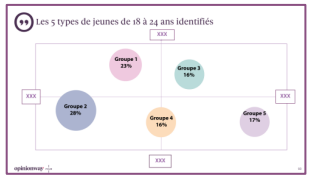
200 parents par année d'âge de l'enfant pour croiser leur regard avec celui des jeunes mineurs.

➢ **Possibilité de rajeunir l'investigation en intégrant un volet de parents d'enfants âgés de 10 ou 11 ans**

03 Thématiques du questionnaire

Niveau de décision et d'autonomie, **éducation financière**, taux de **bancarisation**, **intention** de se bancariser, **équipements** possédés et envisagés, **produits d'épargne** possédés et envisagés, **critères de choix** d'un établissement, **relation bancaire**, **place de l'IA** dans les décisions, **enjeux quant à la sécurité** vs attaques cyber et fraudes, **attentes**, **notoriété et image** des établissements.

04 Mise à jour de la typologie des 18-24 ans



Ce que vous obtiendrez : un rapport d'analyse complet

Des résultats sur le marché, et une lecture dédiée à votre établissement

01
Bancarisation et autonomie

L'évolution du taux de bancarisation et de l'autonomie dans la gestion des comptes, année d'âge par année d'âge.

02
Critères de choix

La hiérarchie des critères de choix d'un établissement bancaire, par tranche d'âge.

03
Notoriété et image

Un bilan de la notoriété et de l'image des établissements bancaires, auprès des jeunes et des parents.

04
Typologie du marché

Une segmentation des jeunes conçue pour un suivi dans le temps, et socle des personas Live Chat Personae.

05 ZOOM SUR VOTRE ÉTABLISSEMENT
Expérience bancaire

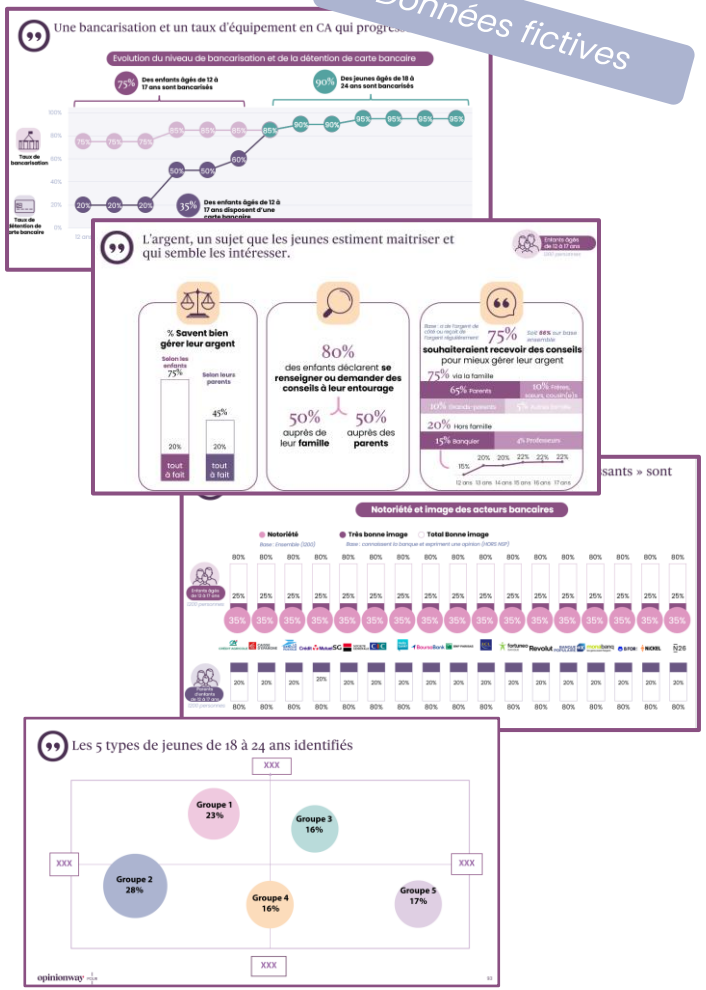
Le bilan de la relation bancaire au global et pour votre établissement, si sa base atteint 300 interviews.

06 ZOOM SUR VOTRE ÉTABLISSEMENT
Chemin de conviction

De la notoriété à la préférence : le parcours de conviction de chaque établissement souscripteur.

Résultats livrés en juin 2027 avec échange avec chaque souscripteur

Données fictives



Pour aller plus loin, *en option,* live chat persona by opinionway (1/2)

Les résultats de l'Observatoire deviennent des personas avec qui vos équipes discutent, à tout moment

1

CE QUE NOUS RÉALISONS

L'Observatoire

Les résultats quantitatifs jeunes et parents, et les verbatims des questions ouvertes.

2

CE QUE NOUS CRÉONS

Les personas de l'étude

Des profils types de jeunes et de parents, fidèles à l'étude, qui ne disent que ce qu'elle permet.

3

CE QUE VOUS EN FAITES

Vos équipes discutent avec eux

Marketing, offre jeunes, communication, réseau : chacun pose ses questions quand il en a besoin.

CE QUE VOUS POUVEZ LEUR MONTRER

Testez vos idées avant de les lancer

Déposez une offre, une campagne ou un parcours d'ouverture de compte : le persona réagit comme le ferait un jeune ou un parent.

- Offres jeunes
- Campagnes
- Appli et services
- Documents
- Parcours d'ouverture
- Éducation financière
- Ou simplement leur parler

Des réponses encadrées

01 **Aucun chiffre inventé**
Le persona ne parle que de ce que dit l'étude

02 **Commenté par OpinionWay**
Sous chaque réponse : la lecture et les limites

03 **Pour explorer, pas pour mesurer**
Un premier tri avant de tester sur le terrain

Pour aller plus loin, *en option,* live chat persona by opinionway (2/2)

Exemple : tester une nouvelle offre de carte bancaire auprès des cibles de l'étude

Posez une question opérationnelle aux cibles de l'étude. Elles vous répondent avec leurs mots.

Au-delà de l'écrit, vous pouvez injecter des supports audios/vidéos, des visuels, des documents commerciaux…

1. **Ancré**
   Chaque réponse s'appuie uniquement sur l'Observatoire.

2. **Analysé**
   Le commentaire OpinionWay en donne la lecture et les limites.

3. **Partagé**
   Vos équipes accèdent aux mêmes personas et à l'historique.

Exemple illustratif. Persona construit à partir des résultats d'une étude.

Entretien avec Inès, 19 ans
Persona illustratif · « l'étudiante autonome »

Visuel_offre_jeunes.png

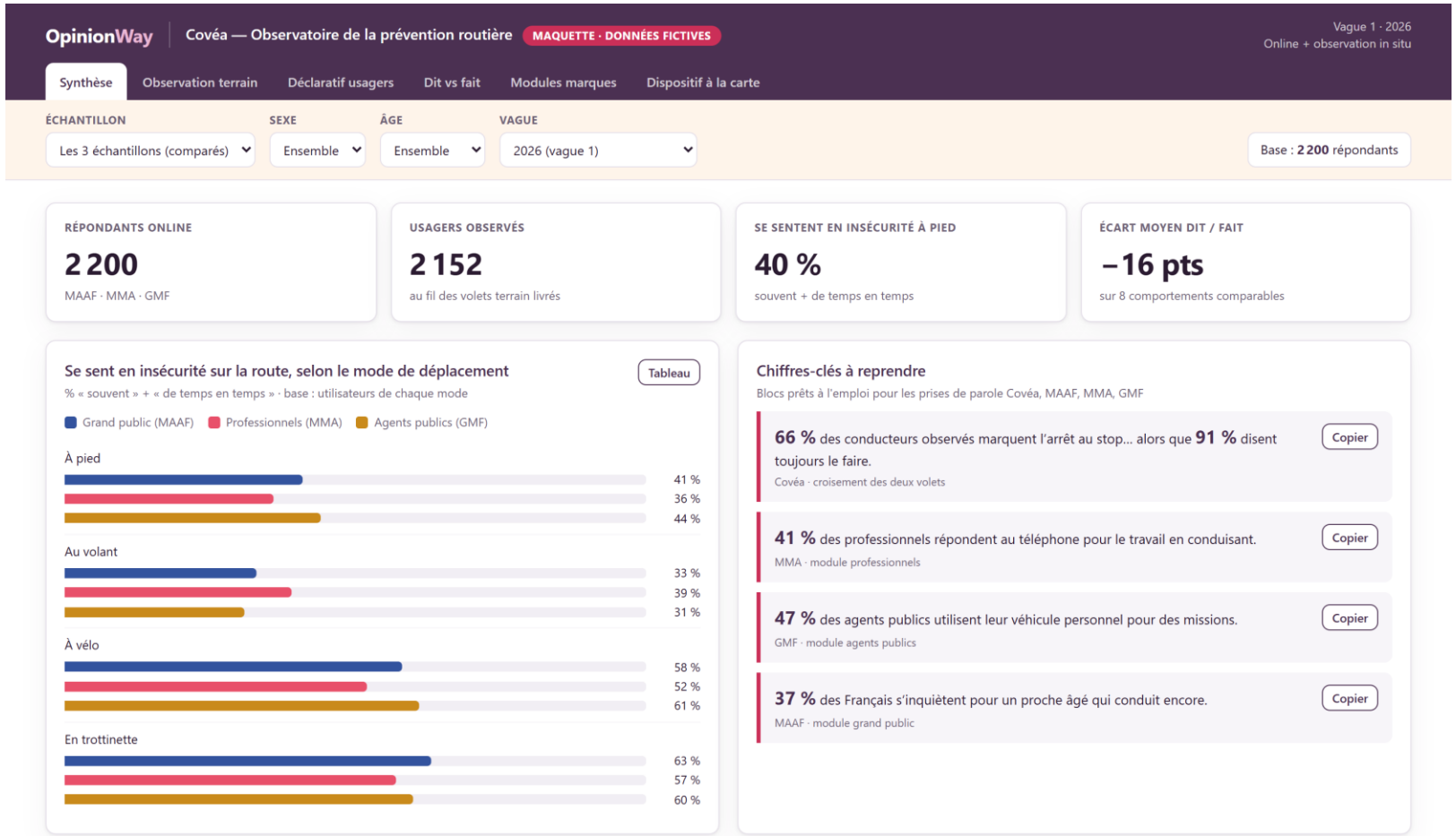
Voici notre nouvelle offre jeunes. Qu'est-ce qui vous donnerait envie d'ouvrir un compte chez nous ?

Aujourd'hui je suis dans la banque de mes parents, c'est pratique. Pour changer, il me faudrait une appli vraiment simple. Et je veux savoir ce que ça coûtera quand je ne serai plus étudiante. Il me manque cette information dans le visuel présenté qui reste trop standard.

COMMENTAIRE OPINIONWAY

Ce profil reste attaché à la banque familiale : la simplicité de l'appli et la clarté des frais après les études devraient peser davantage que la gratuité immédiate.

Pour aller plus loin, *en option*, un portail de résultat on line (1/2)



1 Visualiser

Les résultats de l'étude en graphiques clairs, à la charte, accessibles toute l'année.

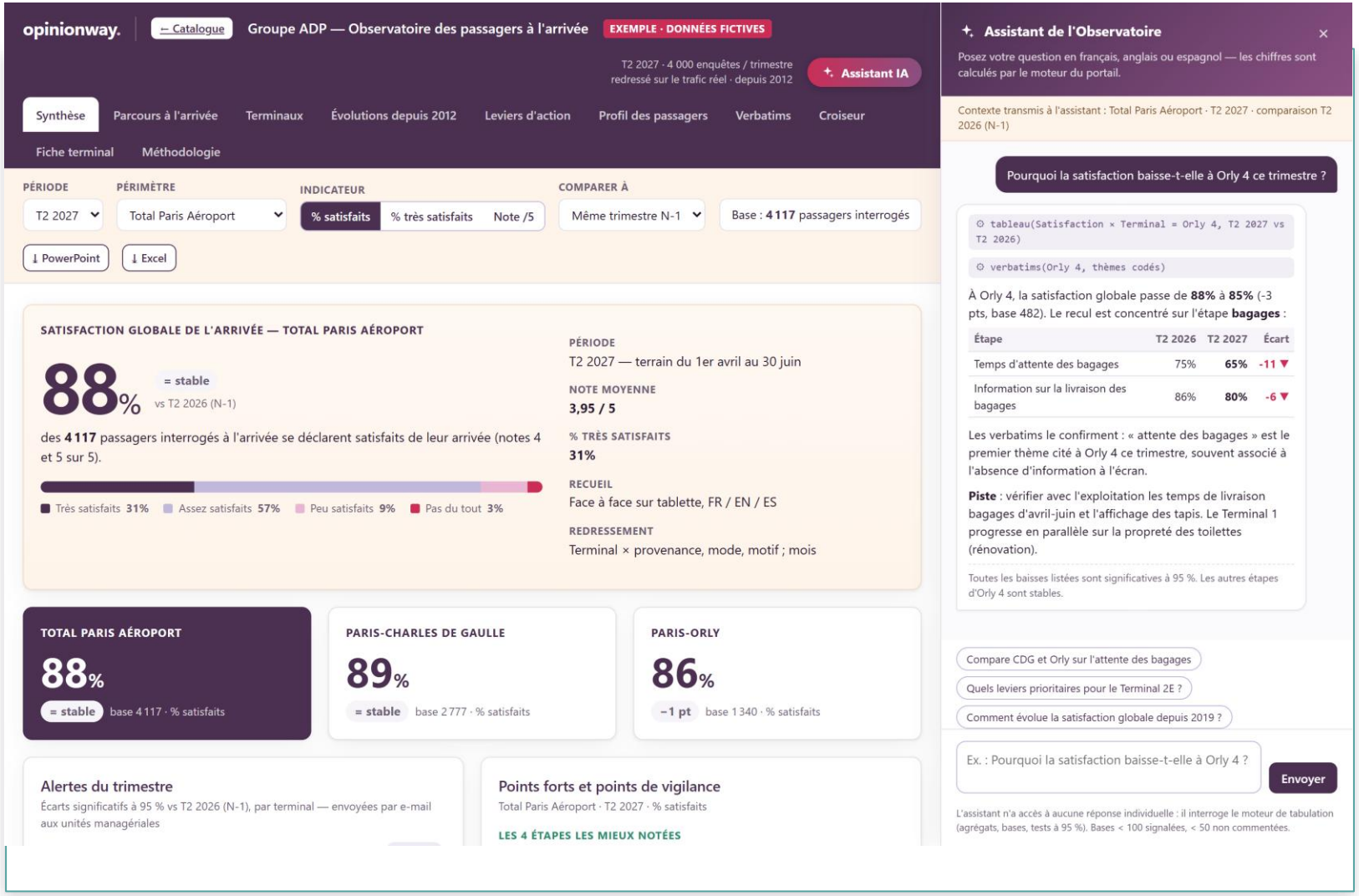
2 Explorer

Filtres, comparaisons entre cibles et entre vagues, croisements : chacun trouve sa réponse.

3 Interroger

Un assistant IA répond aux questions sur l'étude, à partir de l'offre Standard.

Pour aller plus loin, *en option*, un portail de résultat on line (2/2)



1 Il ne calcule rien lui-même

Il lit les tableaux produits par le dashboard, les mêmes que ceux du rapport. Il ne peut pas inventer un chiffre.

2 Il explique les résultats

Il s'appuie sur les chiffres et, si l'étude en contient, sur les verbatims pour éclairer une évolution.

3 Il donne des pistes

Des pistes d'action, et des idées de questions pour aller plus loin.

Grâce à notre **assistant IA, une question posée, une réponse argumentée**

Planning : des résultats au printemps 2027

Calendrier indicatif, ajusté à la date de clôture des souscriptions

1 — NOV. 2026 Mi FEVRIER 2027

Commercia-lisation

2 — MI FEVRIER 2027

Clôture des souscriptions

Recueil des questions exclusives

3 — MARS

Mise en place

Finalisation du questionnaire

4 — AVRIL

Terrain quantitatif

3 800 interviews en ligne

5 — DEBUT JUIN

Résultats

Rapport complet et lectures dédiées

6 — MI JUIN

live chat persona by opinionway

Mise en pace des personas jeunes et parents

7 — FIN JUIN

Restitutions et échanges

Échanges avec chaque souscripteur

LE RAPPORT

Résultats quantitatifs livrés début juin avec la lecture dédiée à chaque établissement souscripteur.

LIVE CHAT PERSONAE

Personas ouverts mi juin : vos équipes les interrogent pendant 12 mois.

DASHBOARD

Dashboard accessible pendant 12 mois.

Possibilité de prolongation sur 12 mois (devis supplémentaire)

Investissement

Une souscription pour l'étude complète, des options pour aller plus loin

01 SOUSCRIPTION

OBSERVATOIRE VAGUE 2

L'intégralité de l'étude, jeunes et parents.

Souscription, étude complète	**11 850 €**
2 questions exclusives aux 3 premiers souscripteurs	**Offert**
Mise à jour de la Typologie	**Inclus**

INCLUS

Rapport, lecture de votre établissement, restitution. Lancement dès 4 souscripteurs.

02 OPTION : LIVE CHAT PERSONAE

ABONNEMENT 12 MOIS

Création des Personas et **accès** pour **1 utilisateur**	**4 000 €**
Création des Personas et **accès** pour **5 utilisateurs**	**6 000 €**

INCLUS

Questions illimitées, historique partagé, export, assistance et commentaire OpinionWay sous chaque réponse.

03 OPTION : DASHBOARD

Standard : **toute l'étude en libre service** (toutes les questions, des filtres avancés, des comparaisons entre cibles, des exports CSV et power point) pendant **12 mois**	**3 400 €**
Premium : **l'analyse complète en autonomie avec assistant IA** (toute l'option standard + le croiseur libre : n'importe quelle question croisée avec n'importe quelle autre, les tests de significativité, affichés, jusqu'à 3 niveaux de droits) pendant **12 mois**	**7 000 €**

04 OPTIONS SUPPLEMENTAIRES

LECTURE DE VOS CLIENTS

Pour une lecture spécifique consolidée sur vos clients.

300 jeunes clients via votre fichier	**1 800 €**
300 parents clients via votre fichier	**1 800 €**
Persona dédié à vos clients	**1 800 €**
Formation et journée de conseil	**2 700 €**

À NOTER

Le persona dédié s'appuie sur votre échantillon clients (option jeunes ou parents via fichier).

Lancement du dispositif si **au moins 3 souscripteurs**
Clôture des souscriptions : mi février 2027

Prix HT, TVA 20 %.
Abonnement Live Chat Personae et Dashboard de 12 mois, renouvelable.

Vos contacts

Pour souscrire à l'Observatoire et/ou découvrir Live Chat Personae

BP

Benoit Parraud

Directeur du Pôle Marketing des Services en charge des activités Banque, Finance, Assurance

06 35 39 78 52
bparraud@opinion-way.com

VM

Valérie Marie

Directrice du Pôle Life, en charge de l'activité Banque, Finance, Assurance

06 22 94 70 05
vmarie@opinion-way.com

TC

Thierry Chalumeau

Directeur général adjoint

06 24 16 03 95
tchalumeau@opinion-way.com

PROCHAINE ÉTAPE

30 minutes pour découvrir l'Observatoire et essayer Live Chat Personae via un échange par teams !

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

Enable *today*, shape *tomorrow*

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

esomar Corporate 2026

afaq ISO 20252 Étude marketing et d'opinion AFNOR CERTIFICATION

Restons *connectés* !

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boite mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

OpinionWay

15 place de la république
75003 Paris

Tel. +33 1 81 81 83 00
contact@opinion-way.com