



Les Français et la banque en ligne

Rapport d'étude réalisé pour monabanq.
Décembre 2010



Internet a modifié la relation des Français avec leurs banques en s'imposant comme un média flexible, réactif et offrant une plus grande autonomie au client. Cette modification de la relation client s'est d'abord exprimée dans la façon de consulter ses comptes et de rechercher de l'information. Mais qu'en est-il, aujourd'hui, de la banque en ligne ?

Quel est le profil sociodémographique des clients des banques en ligne ?

Depuis quand sont-ils clients de telles banques ? Quels sont les produits qu'ils possèdent dans ces établissements ? Les banques en ligne sont-elles devenues les banques principales voire exclusives de ces clients ?

Quelles sont les motivations qui soutiennent leur intérêt pour les banques en ligne ? Les banques en ligne ont-elles réussi à répondre aux éléments d'insatisfaction qui apparaissaient dans l'étude Monabanq. de 2010, à savoir des frais bancaires élevés et un manque de conseils de gestion ?

Les clients des banques en ligne plus diplômés et plus riches

Les clients des banques en ligne présentent de nombreuses particularités. Comparés à l'ensemble de la population française, ils :

Sont plus diplômés : 2/3 d'entre eux détiennent un diplôme supérieur au baccalauréat, contre 39% dans l'ensemble de la population.

Sont plus riches : 76% vivent dans des ménages disposant de plus de 1860€ mensuels, contre 55% dans l'ensemble de la population. Ils sont également plus souvent propriétaires ou accédants à la propriété.

Résident plus dans la moitié Nord de la France : Ile de France (27%, contre 19%), Ouest (16%, contre 13%) ou Nord (13%, contre 6%).

Résident plus dans des communes de 20 à 200 000 h (45%, contre 35%).

Les banques en ligne sont des banques secondaires

Les clients des banques en ligne sont majoritairement des **clients récents** : 31% le sont depuis 1 à 2 ans et 23% depuis 3 à 5 ans.

Les clients les plus récents sont les femmes, les 36-45 ans, les habitants du Nord et de l'Ouest. Les 26-35 ans et les habitants de la région parisienne apparaissent quant à eux comme plus anciens.

Les banques en ligne semblent aujourd'hui très majoritairement jouer le **rôle de banques secondaires** auprès de leurs clients.

94% des clients des banques en ligne sont également clients d'une banque de réseau.

Une écrasante majorité de personnes ne sont clientes que d'une seule banque en ligne (83%).



12% des clients des banques en ligne déclarent que celle-ci est leur banque principale. Toutefois, l'enquête montre que 31% pourraient envisager de faire de leur banque en ligne leur banque principale.

Les produits rassemblant le plus de clients au sein des banques en ligne sont les **livrets d'épargne** (56%), les **comptes bancaires avec cartes classiques** (48%), les **produits de bourse** (20%) et les **assurances vie** (19%).

Les livrets d'épargne sont plus souvent détenus par des clients plus anciens des banques en ligne (2/3 des clients de 3 à 10 ans);

Les comptes bancaires avec carte classiques sont plus souvent détenus par les familles et les classes moyennes.

Les banques en ligne reconnues pour leur compétitivité prix, leur réactivité et leur flexibilité

L'an dernier, lors de la première enquête réalisée pour Monabanq., nous montrions que les principaux éléments d'évaluation d'une banque étaient ses coûts et sa gamme de services. Par ailleurs, il apparaissait que les points d'insatisfaction des clients portaient sur l'importance des frais bancaires et le manque de conseils.

Les clients des banques en ligne semblent avoir trouver une **réponse leur insatisfaction en matière de frais bancaires** dans l'offre des banques en ligne.

En effet, pour leurs clients, le **premier point fort** des banques en ligne est le **faible coût des frais bancaires** (85% en assisté). Les coûts faibles sont particulièrement appréciés des clients récents, des classes moyennes et des habitants de la région parisienne.

Le **second point fort** des banque en ligne se rattache aux services. Spontanément, 23% des clients des banques en ligne citent la **réactivité des banques en ligne** dans le traitement des opérations bancaires. Les classes moyennes et les familles sont plus sensibles à cet avantage.

Le **troisième point fort** renvoie à la possibilité de **passer ses opérations quand et où ils le veulent** (21% en spontané) et de **gérer leurs comptes de façon flexible** (17% en spontané). On retrouve un attrait pour cette dimension parmi les ménages les plus aisés.

L'autonomie de gestion constitue le **quatrième atout** des banques en ligne. 79% citent cette dimension parmi la liste des avantages proposés. Les locataires, les femmes, les classes moyennes semblent plus intéressés par cette dimension.

Un point faible : le conseil

Les banques en ligne pâtissent toutefois d'un point faible, déjà mis en avant pour les banques de réseau en 2010. Leurs clients estiment qu'elles n'apportent pas suffisamment de conseils de gestion (31%).

Cette dimension peut être en partie rattachée au peu de possibilités offertes pour rencontrer un interlocuteur (18% en spontané), à une relation jugée impersonnelle (12% en spontané) et à l'inexistence d'un interlocuteur unique (5% en spontané).

Les professions intermédiaires, les cadres et les diplômés de l'enseignements supérieurs sont plus nombreux à citer les conseils de gestions comme un point faibles des banques en ligne.

L'image (16%) et la solidité financière (12%) sont ensuite les deux points faibles les plus fréquemment cités.

Notons que spontanément, 26% des clients des banques en ligne n'ont pas trouvé de points faibles. Il s'agit plus souvent des professions intermédiaires et des locataires.





Méthodologie

Introduction - contexte

Profil sociodémographique des clients des banques en ligne

Plus de diplômés, plus de ménages riches, plus d'habitants de la moitié Nord de la France

Historique et détention de produits financiers dans des banques en ligne

Une clientèle récente, également cliente de banque de réseau, plus détentrice de produits bancaires que la moyenne des Français

Attitudes des clients face aux banques en ligne

Intérêts pour des conditions attractives et désirs d'autonomie motivent les clients des banques en ligne

1 client sur 4 pourrait faire de sa banque en ligne sa banque principale



Enquête par Internet

Réalisée en décembre 2010

300 individus déclarant être clients de banques en ligne

- Redressement des données par le profil des clients de monabanq.

Questionnaire

Comportements

- Nom des banques où les personnes sont clientes
- Types de produits détenus
- Ancienneté de détention

Attitudes

- Motivations pour être client de banques en ligne
- Satisfaction des services obtenus

Traitements statistiques descriptifs



| **Méthodologie**



| **Introduction - contexte**

| **Profil sociodémographique des clients des banques en ligne**

Plus de diplômés, plus de ménages riches, plus d'habitants de la moitié Nord de la France

| **Historique et détention de produits financiers dans des banques en ligne**

Une clientèle récente, également cliente de banque de réseau, plus détentrice de produits bancaires que la moyenne des Français

| **Attitudes des clients face aux banques en ligne**

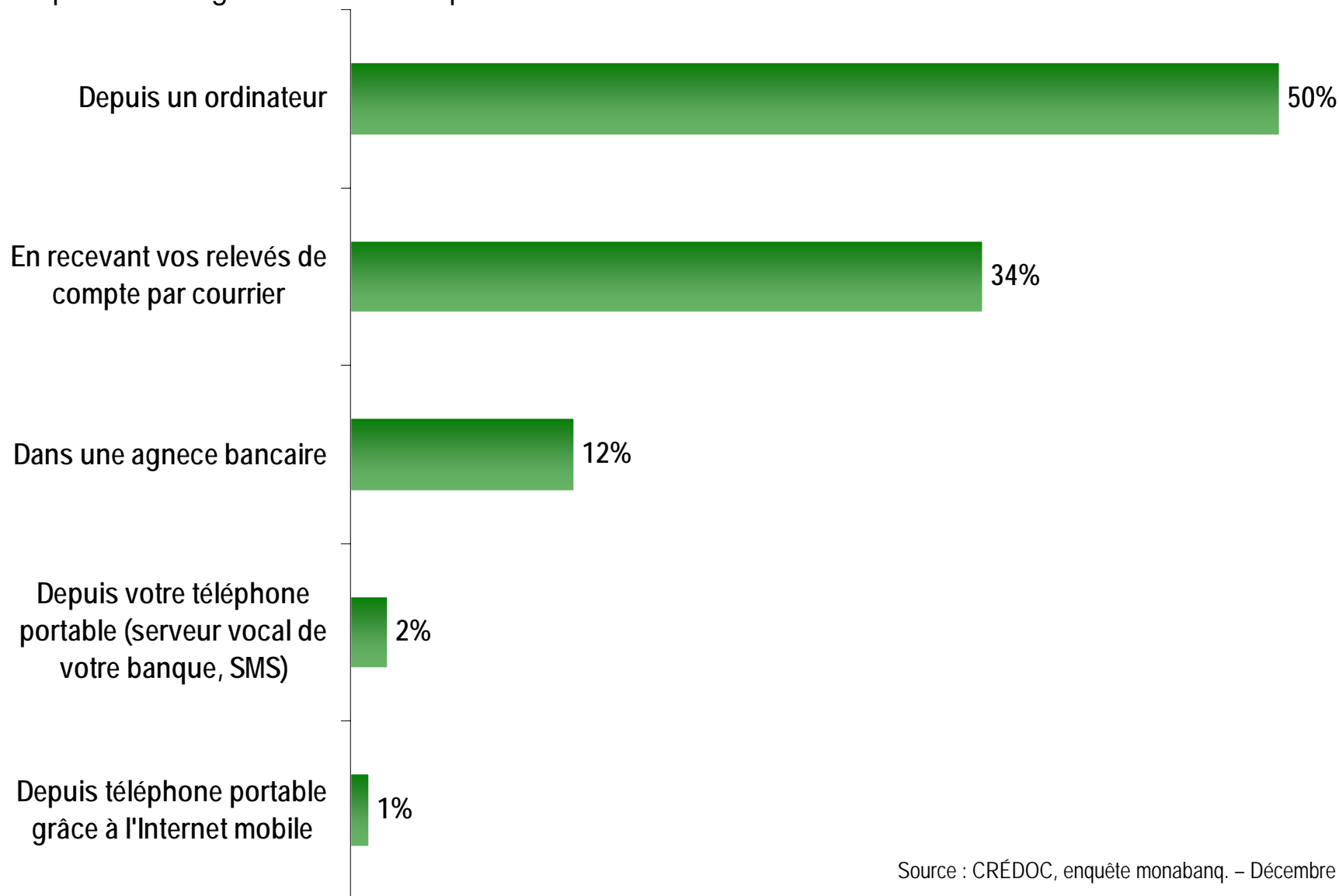
Intérêts pour des conditions attractives et désirs d'autonomie motivent les clients des banques en ligne

1 client sur 4 pourrait faire de sa banque en ligne sa banque principale



« Le plus souvent, vous consultez la situation de votre compte courant ? »

Base: 991 personnes âgées de 16 ans et plus



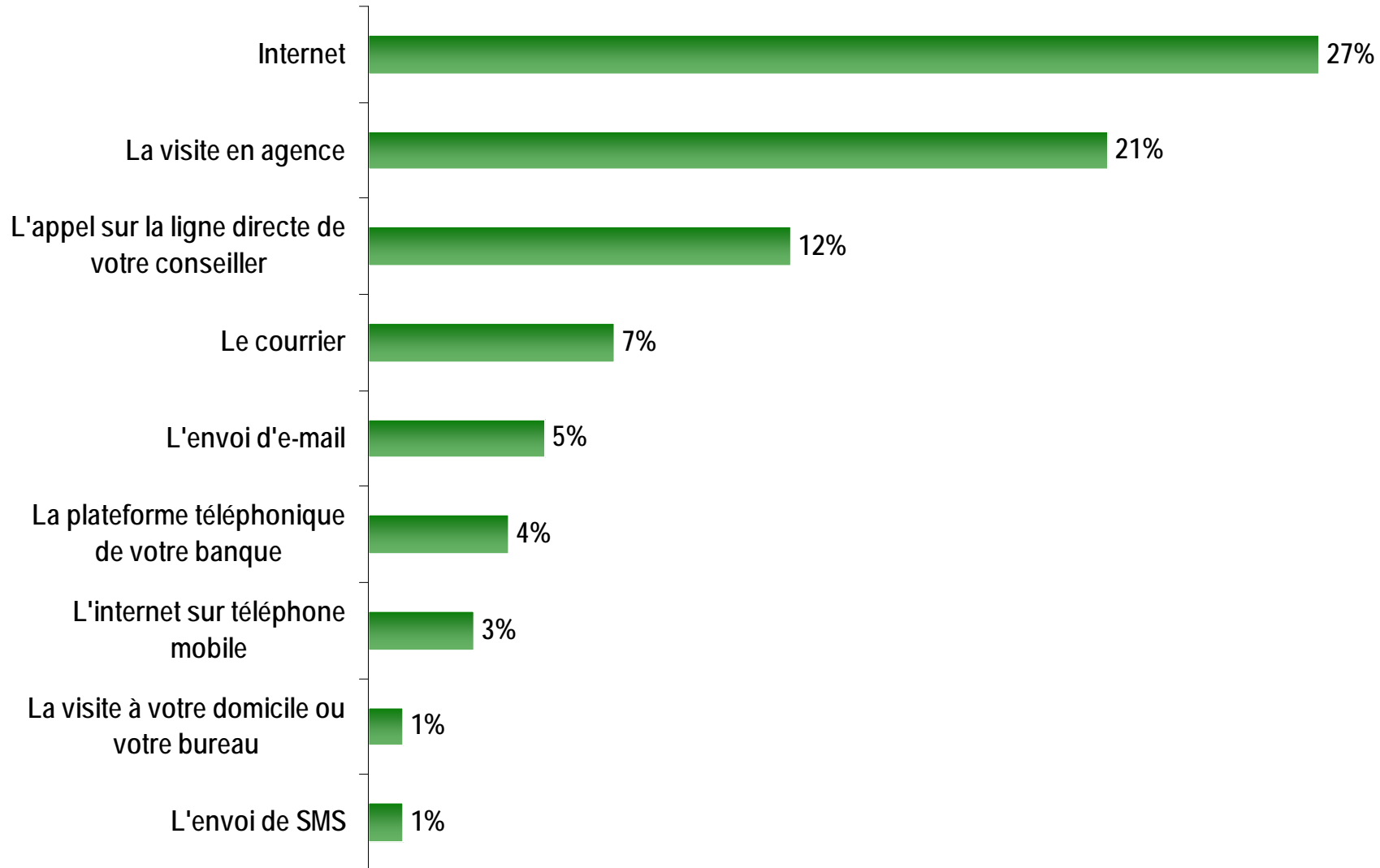
Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009



« Au cours des 6 derniers mois, pour contacter une banque, avez-vous utilisé ? »

Réponse - Régulièrement

Base: 419 personnes âgées de 16 ans et plus ayant été en contact avec un conseiller clientèle

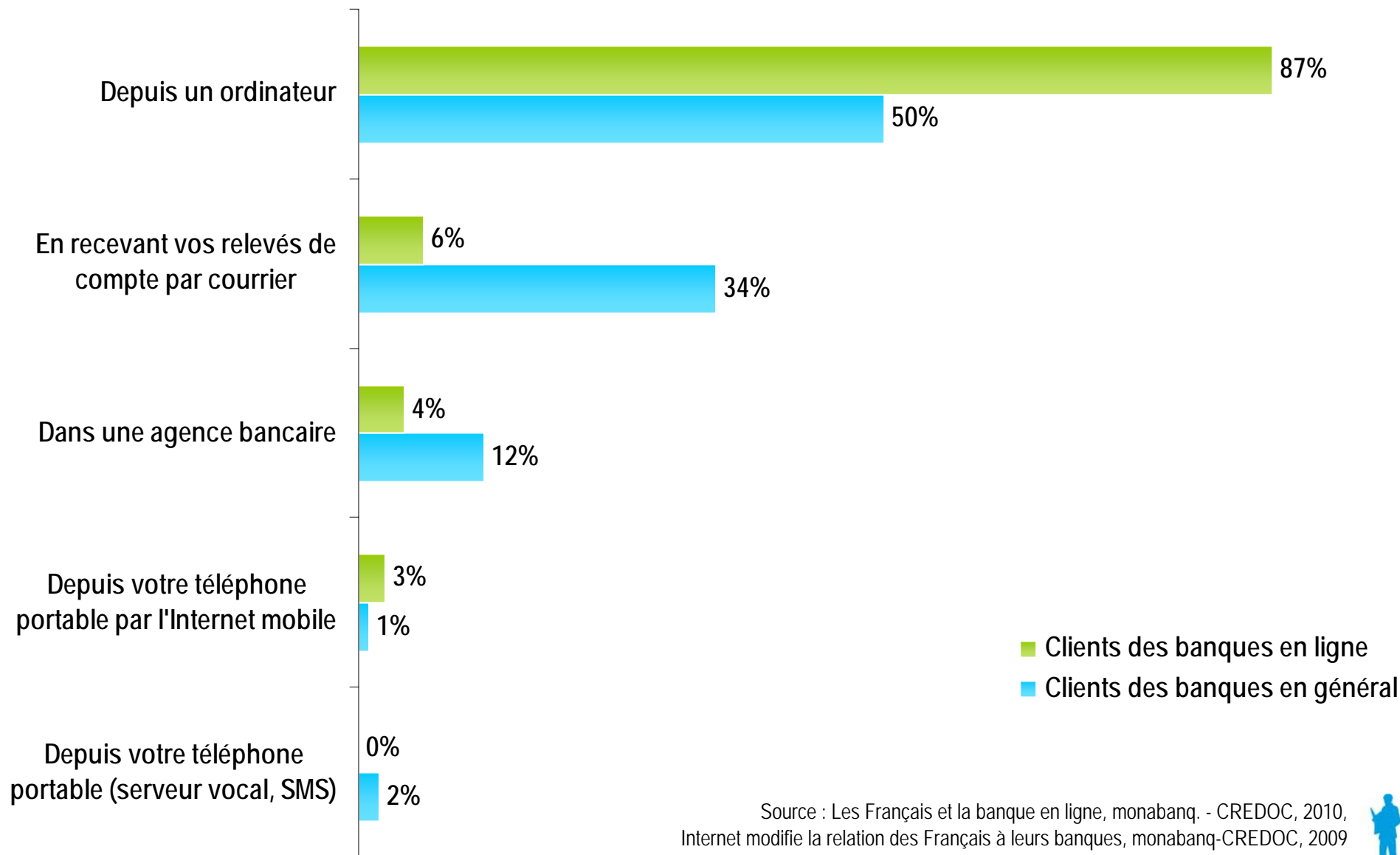


Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009



Le plus souvent, vous consultez la situation de vos comptes courants... ?

Base : 228 clients de banques en ligne détenant un compte courant dans une banque de réseau en 2010



Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010, Internet modifie la relation des Français à leurs banques, monabanq-CREDOC, 2009



| **Méthodologie**

| **Introduction - contexte**

 **Profil sociodémographique des clients des banques en ligne**

Plus de diplômés, plus de ménages riches, plus d'habitants de la moitié Nord de la France

| **Historique et détention de produits financiers dans des banques en ligne**

Une clientèle récente, également clientes de banque de réseau, plus détentrice de produits bancaires que la moyenne des Français

| **Attitudes des clients face aux banques en ligne**

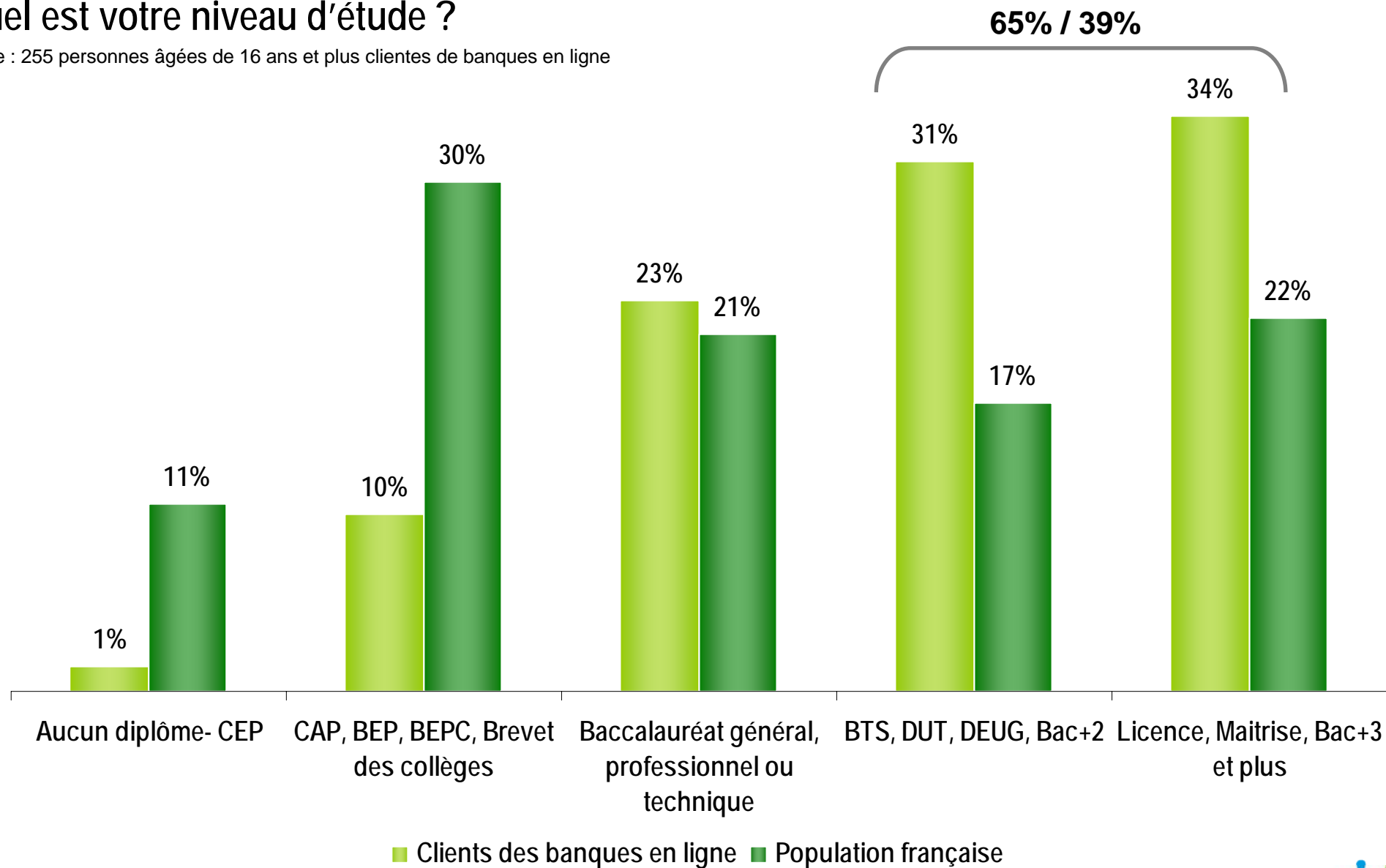
Intérêts pour des conditions attractives et désirs d'autonomie motivent les clients des banques en ligne

1 client sur 4 pourrait faire de sa banque en ligne sa banque principale



Quel est votre niveau d'étude ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

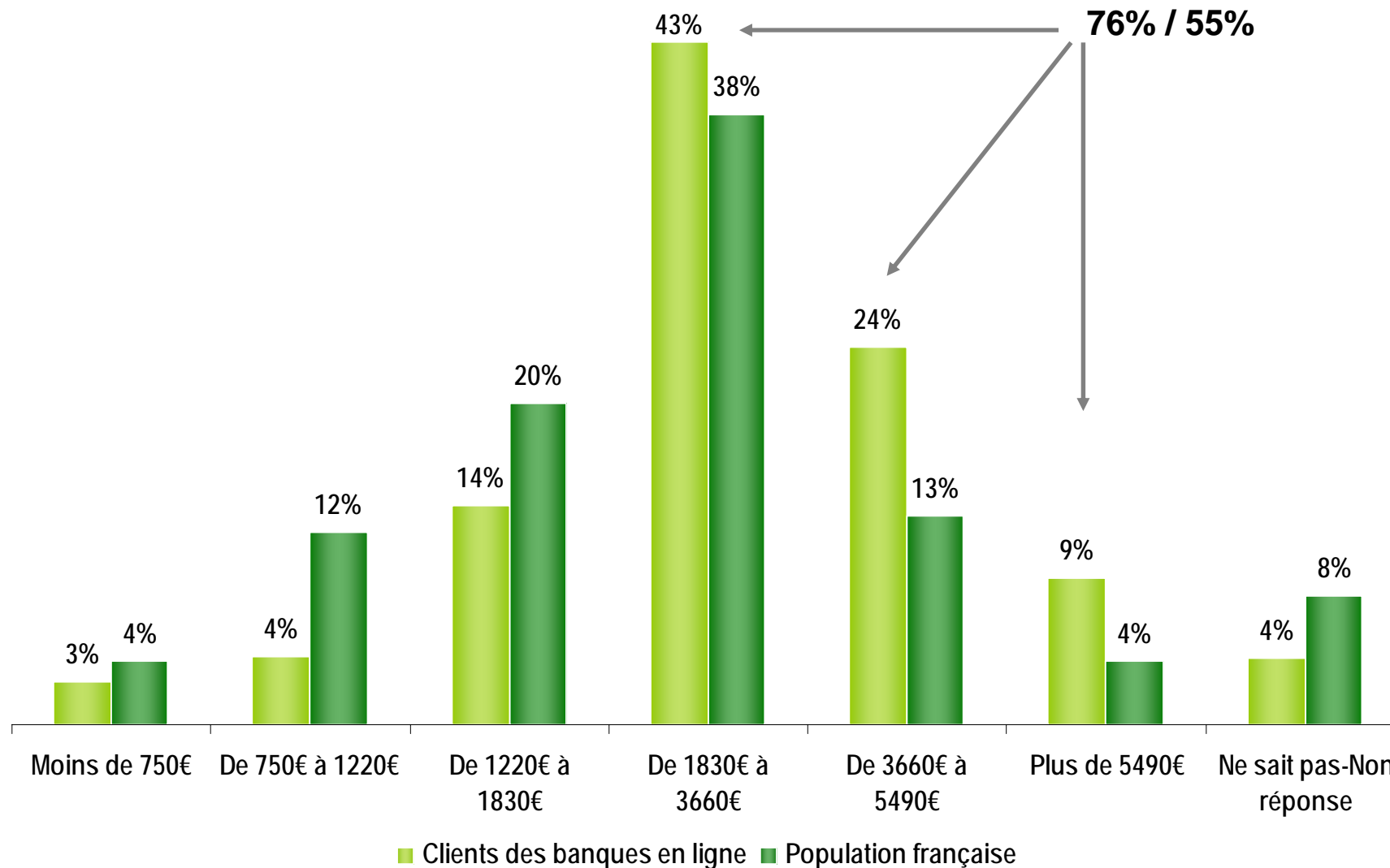


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Quel est le revenu mensuel de votre foyer ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

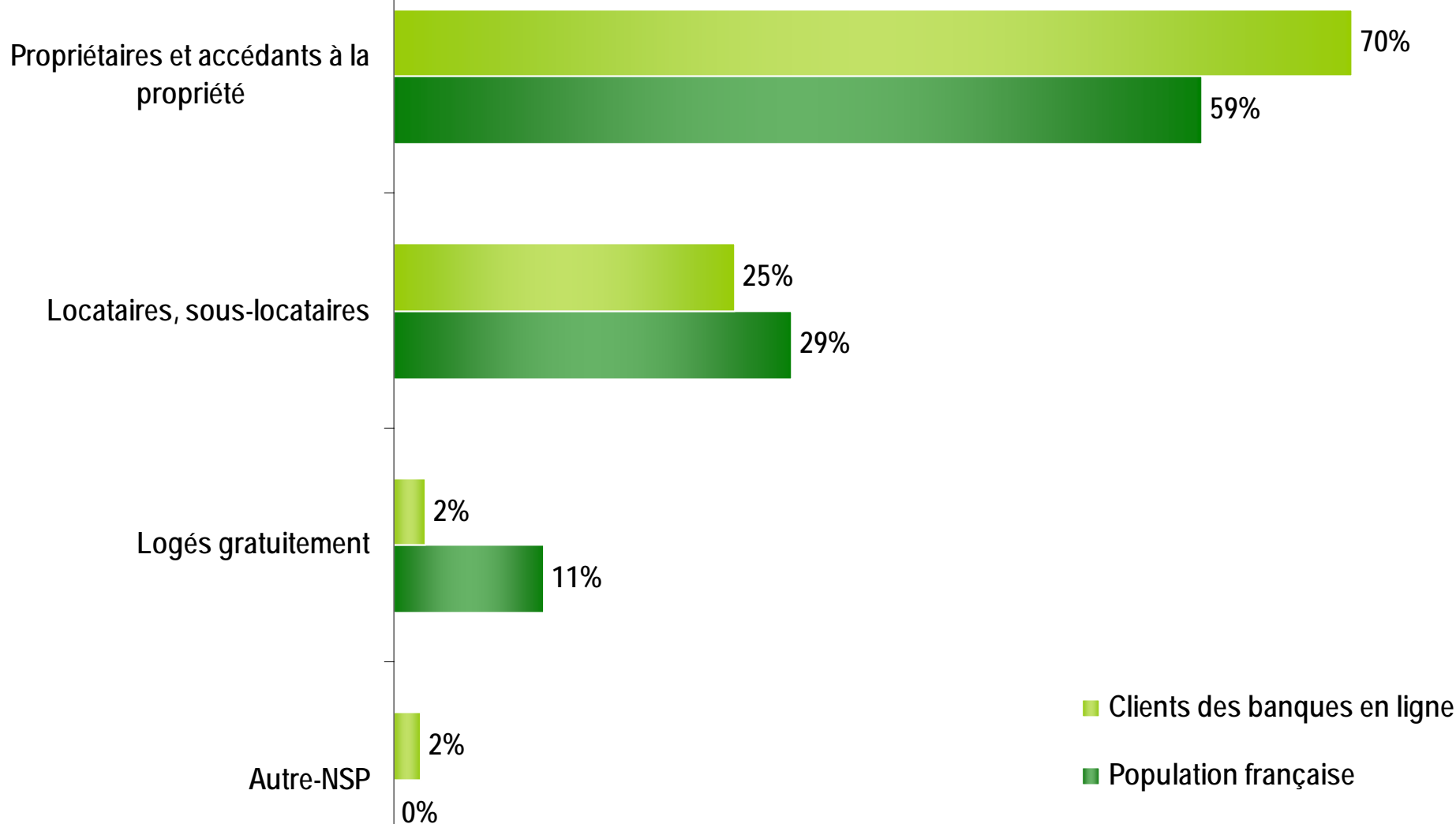


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Concernant votre logement, êtes-vous... ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

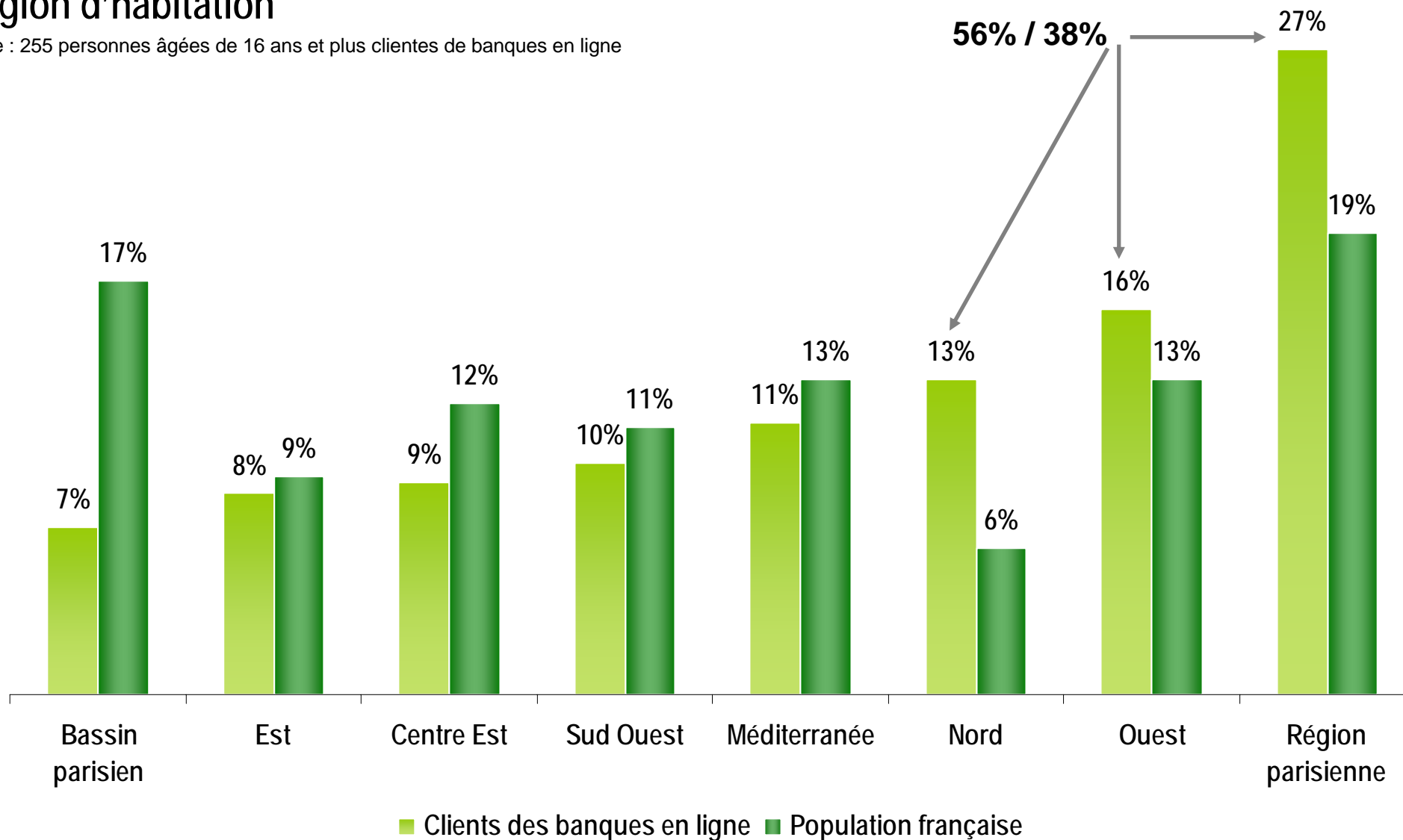


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Région d'habitation

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

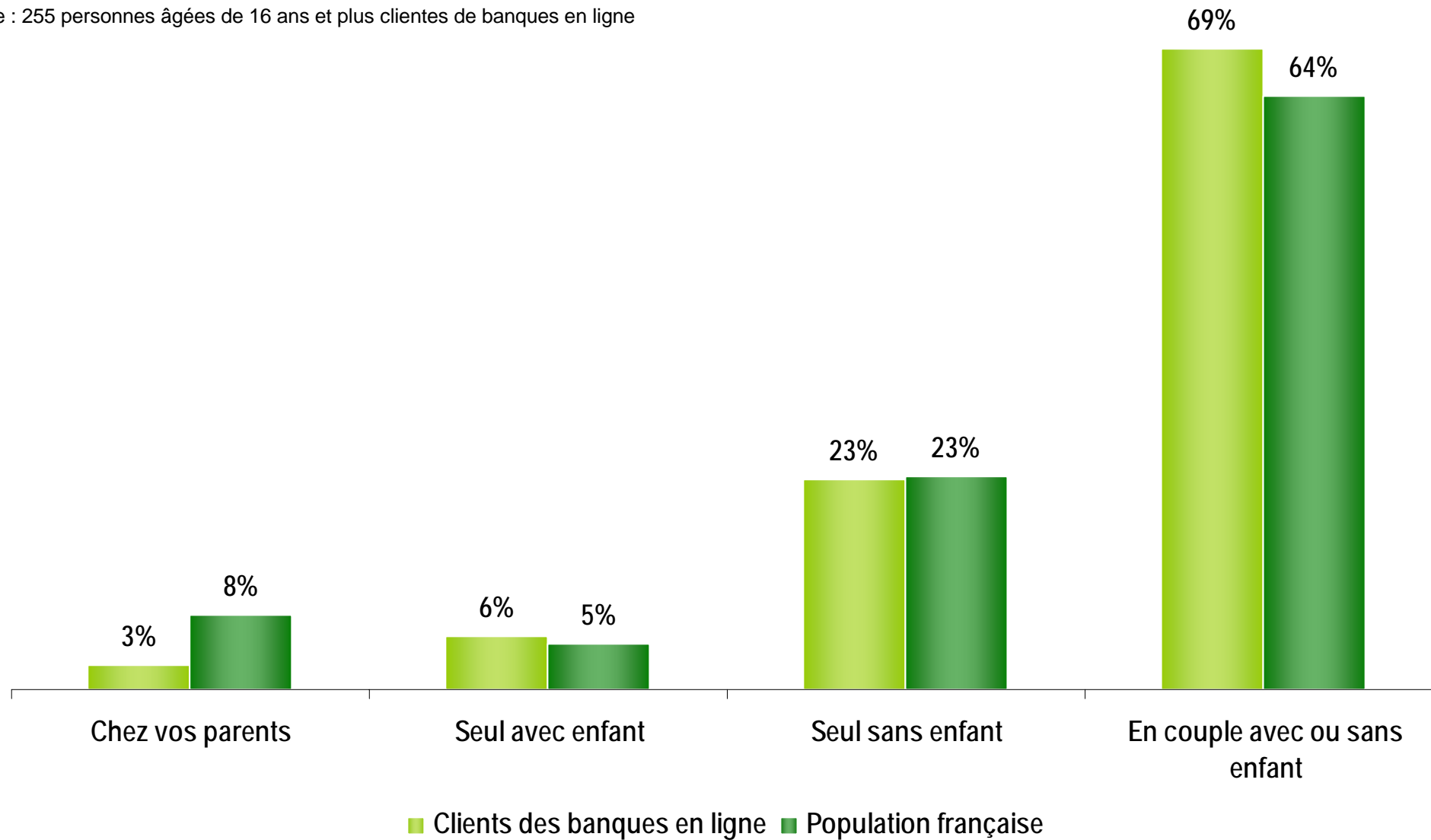


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Vivez-vous... ?

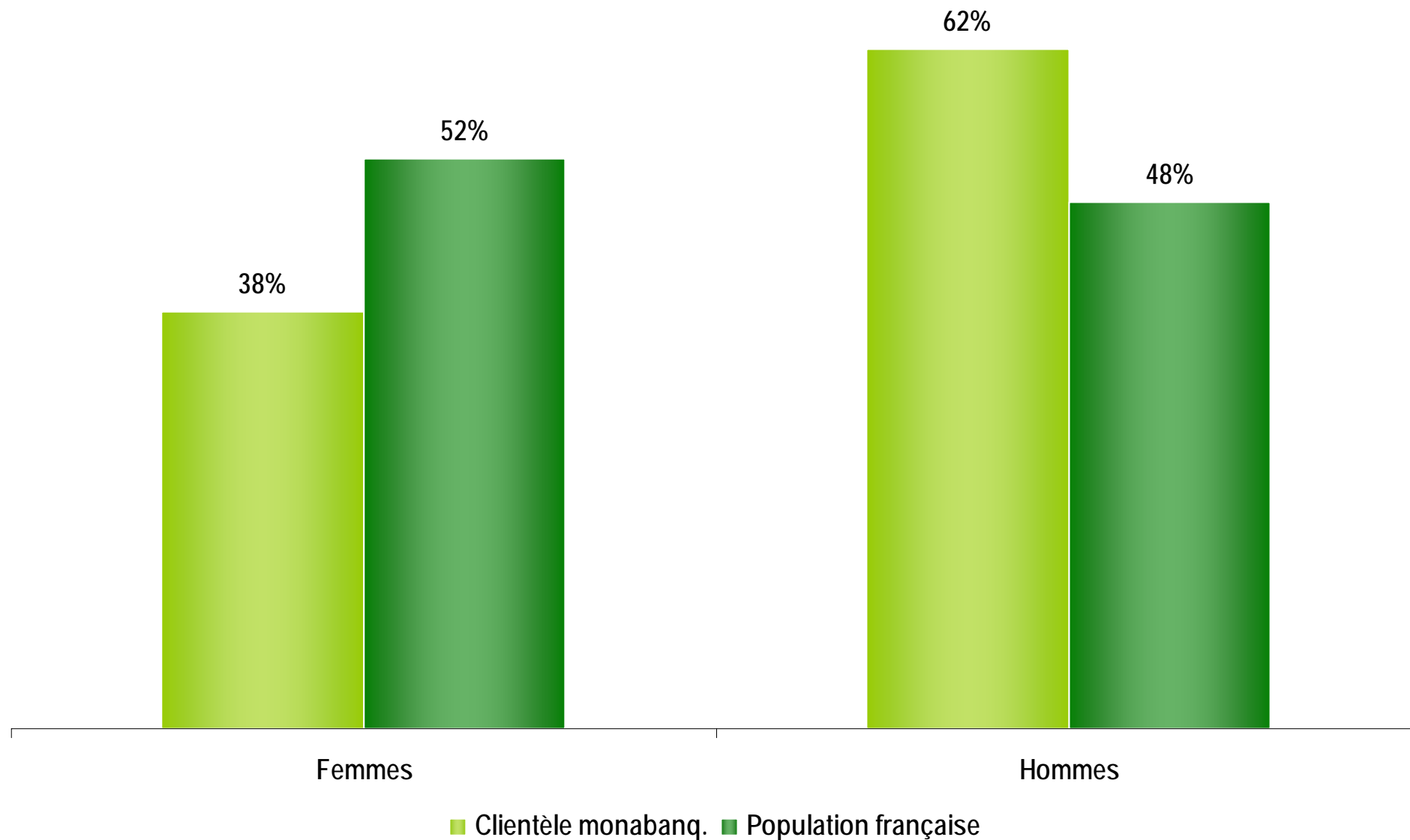
Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne



Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



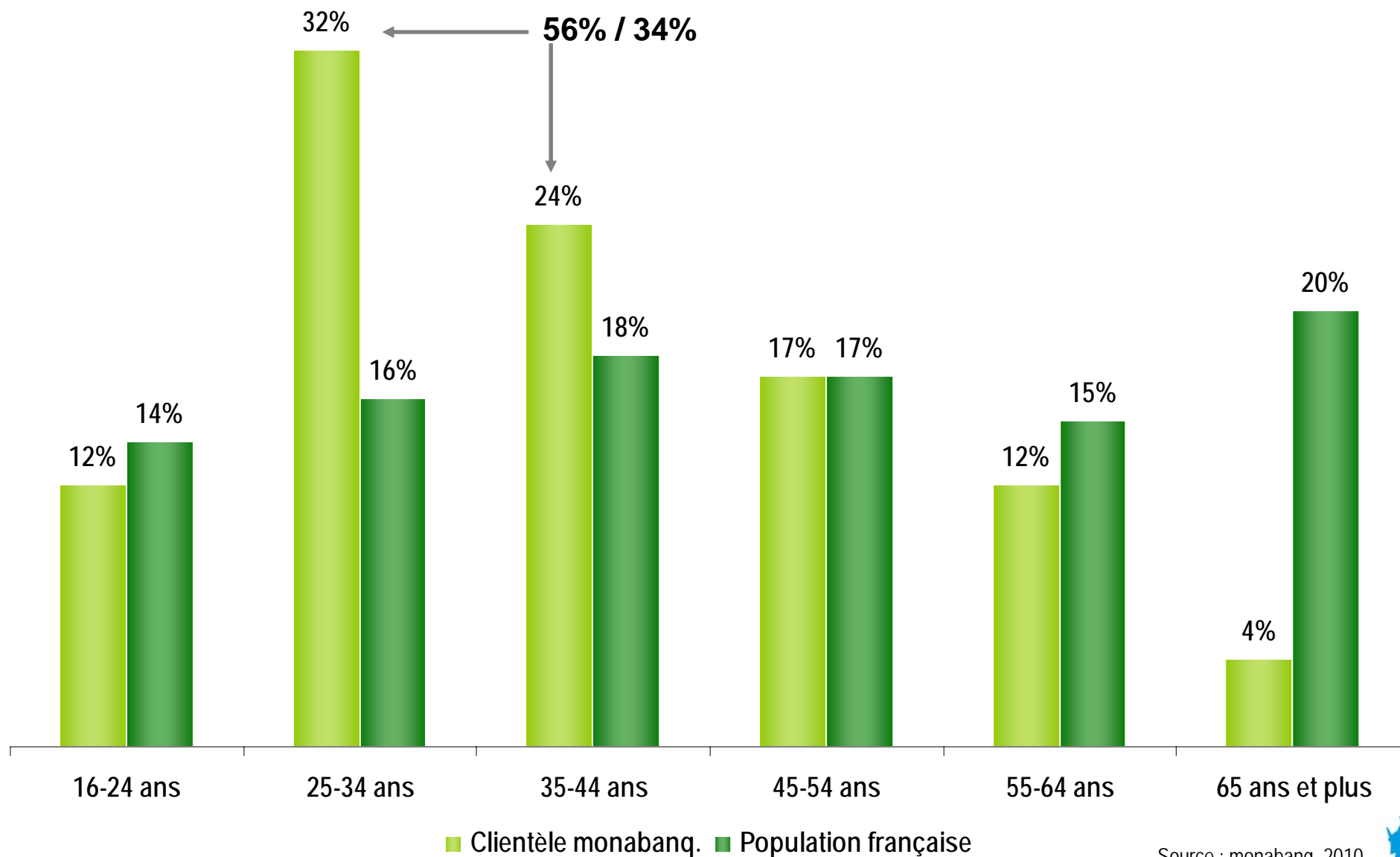
Sexe des clients de monabanq.



Source : monabanq., 2010



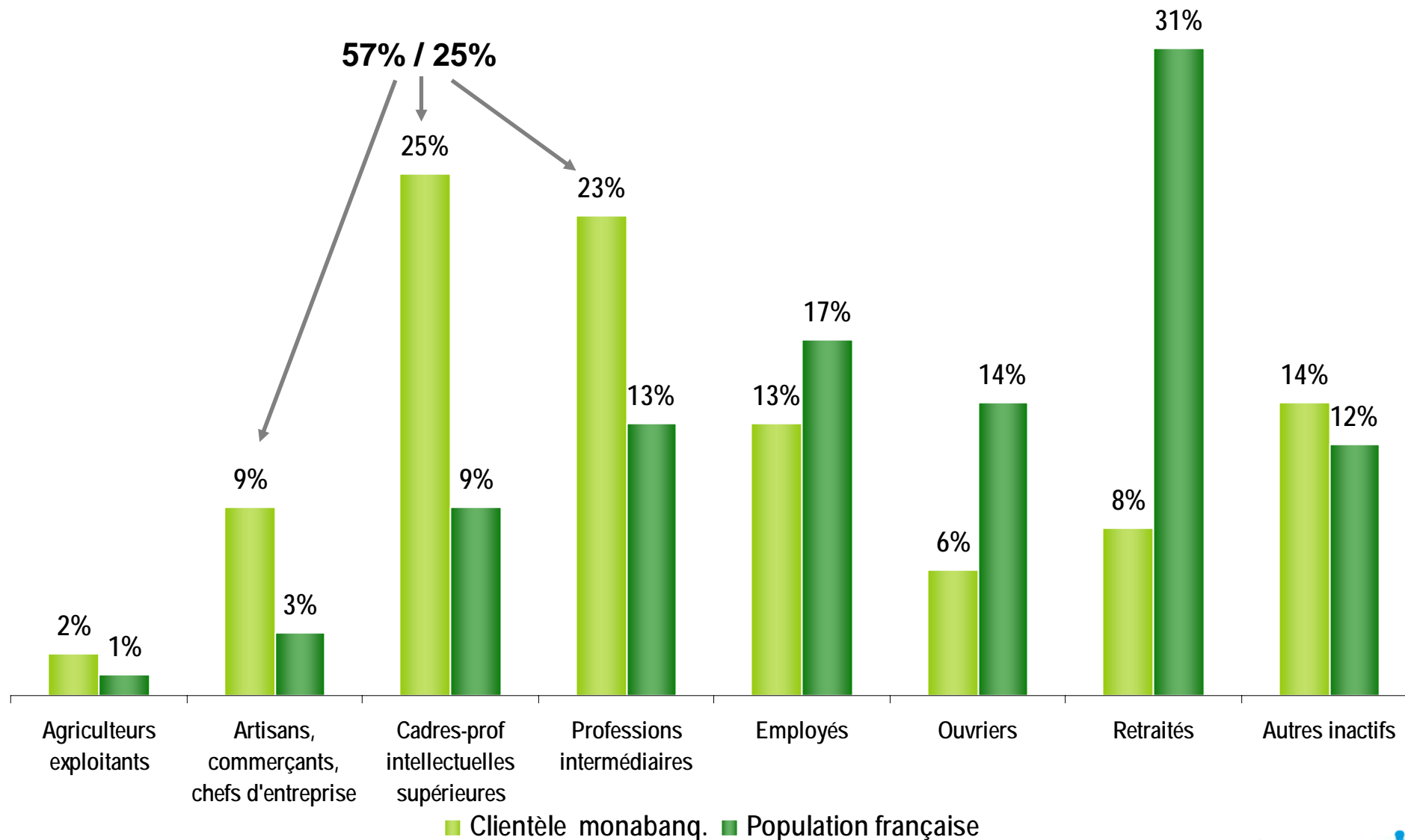
Âge des clients de monabanq.



Source : monabanq. 2010



PCS des clients de monabanq.

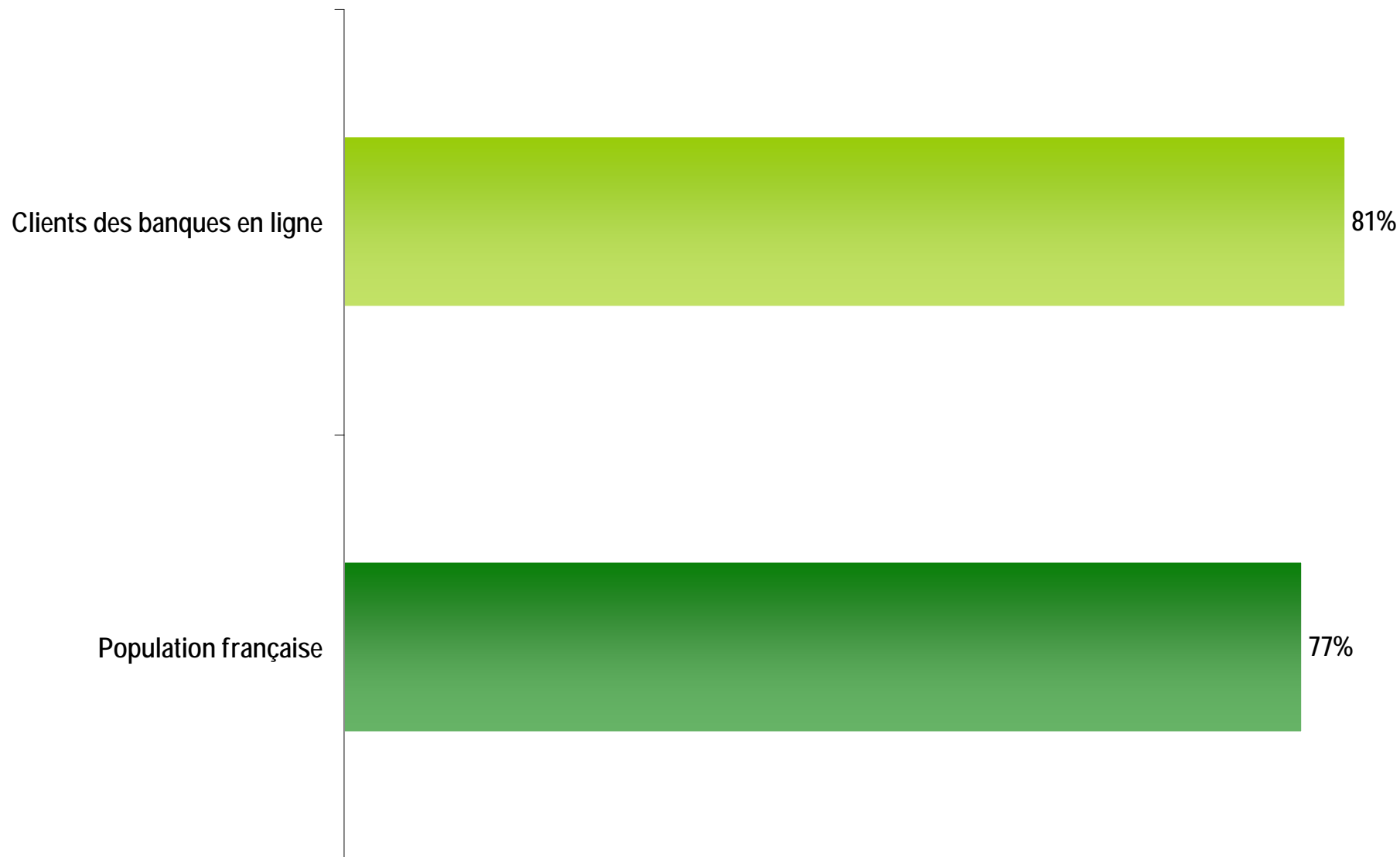


Source : monabanq. , 2010



Taux de pénétration de l'achat à distance

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne



Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



| Méthodologie

| Introduction - contexte

| Profil sociodémographique des clients des banques en ligne

Plus de diplômés, plus de ménages riches, plus d'habitants de la moitié Nord de la France



Historique et détention de produits financiers dans des banques en ligne

Une clientèle récente, également cliente de banque de réseau, plus détentrice de produits bancaires que la moyenne des Français

| Attitudes des clients face aux banques en ligne

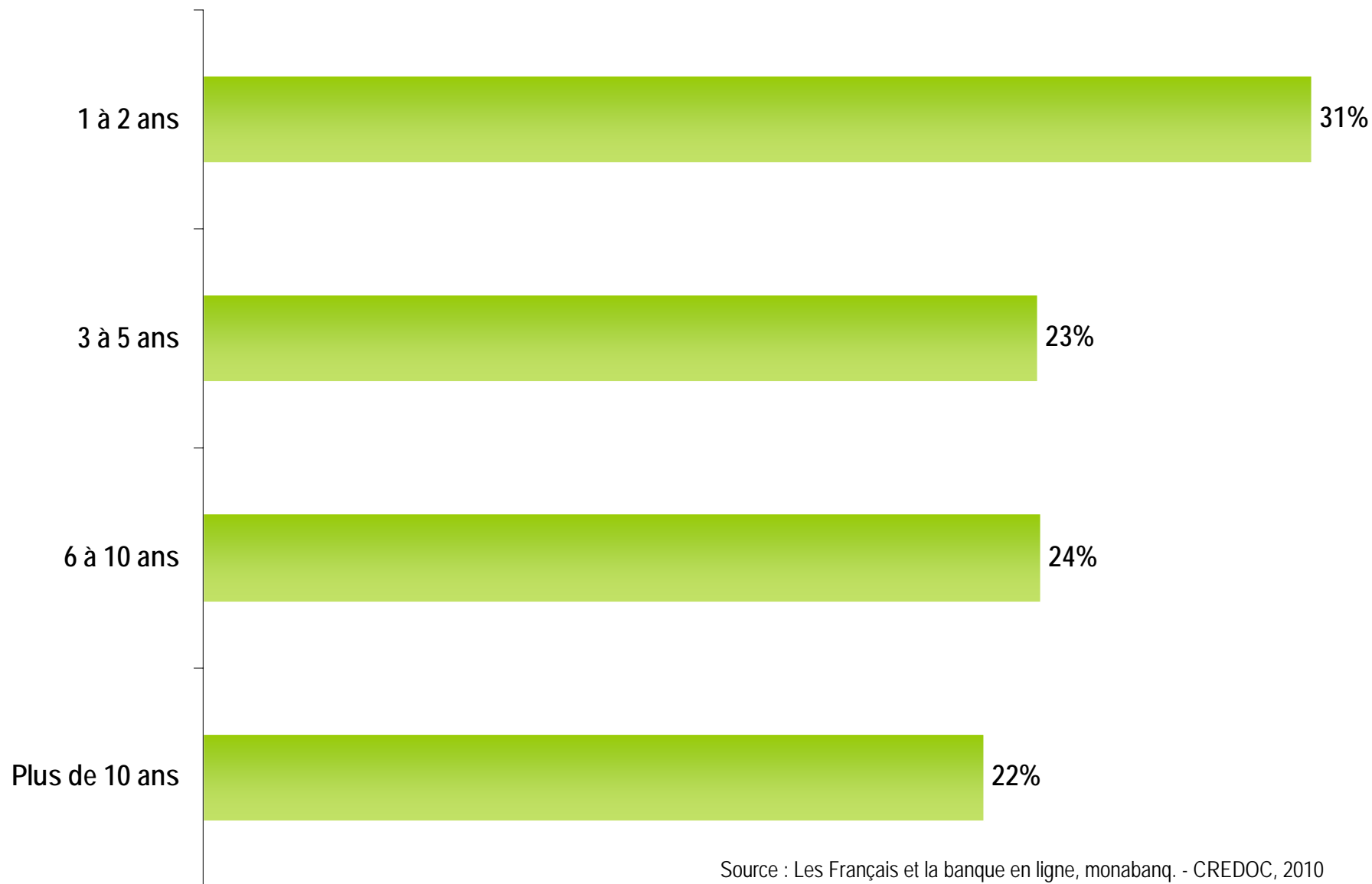
Intérêts pour des conditions attractives et désirs d'autonomie motivent les clients des banques en ligne

1 client sur 4 pourrait faire de sa banque en ligne sa banque principale



Depuis combien d'années êtes-vous client d'une banque en ligne ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

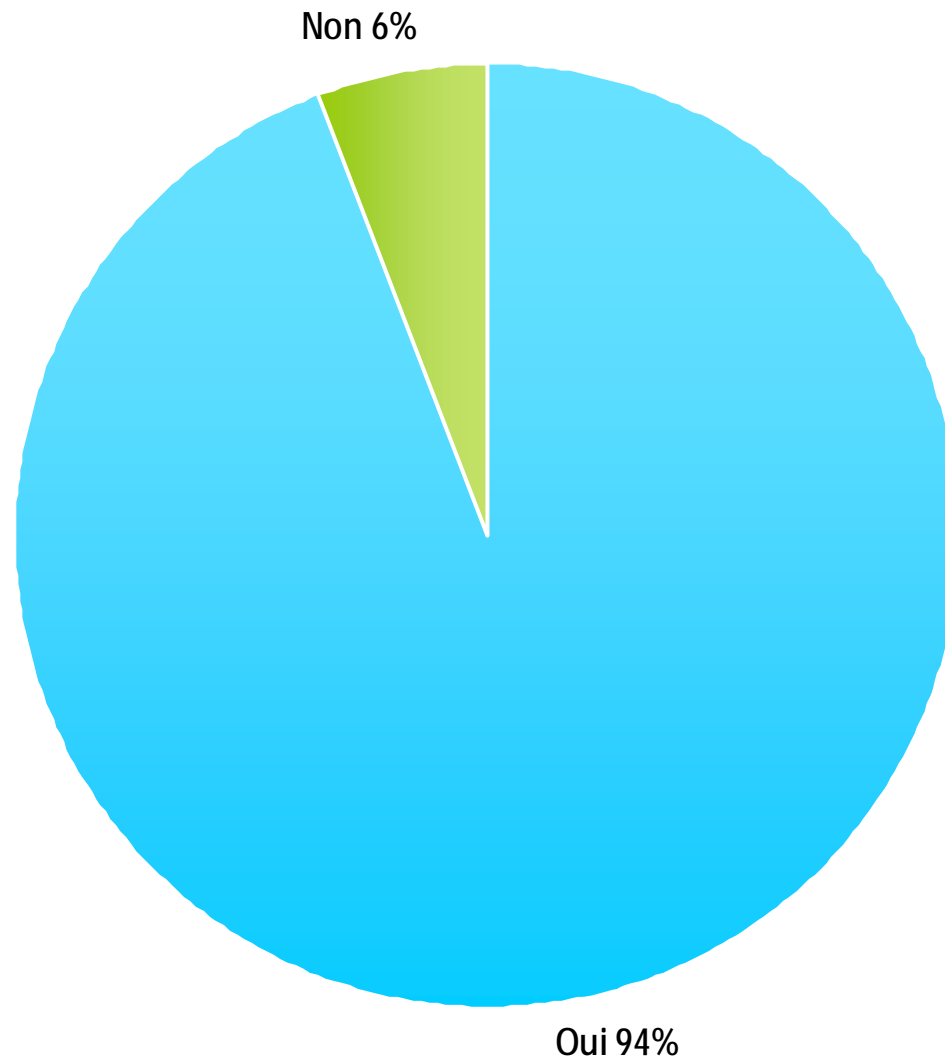


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Êtes-vous également clients de banques de réseau ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

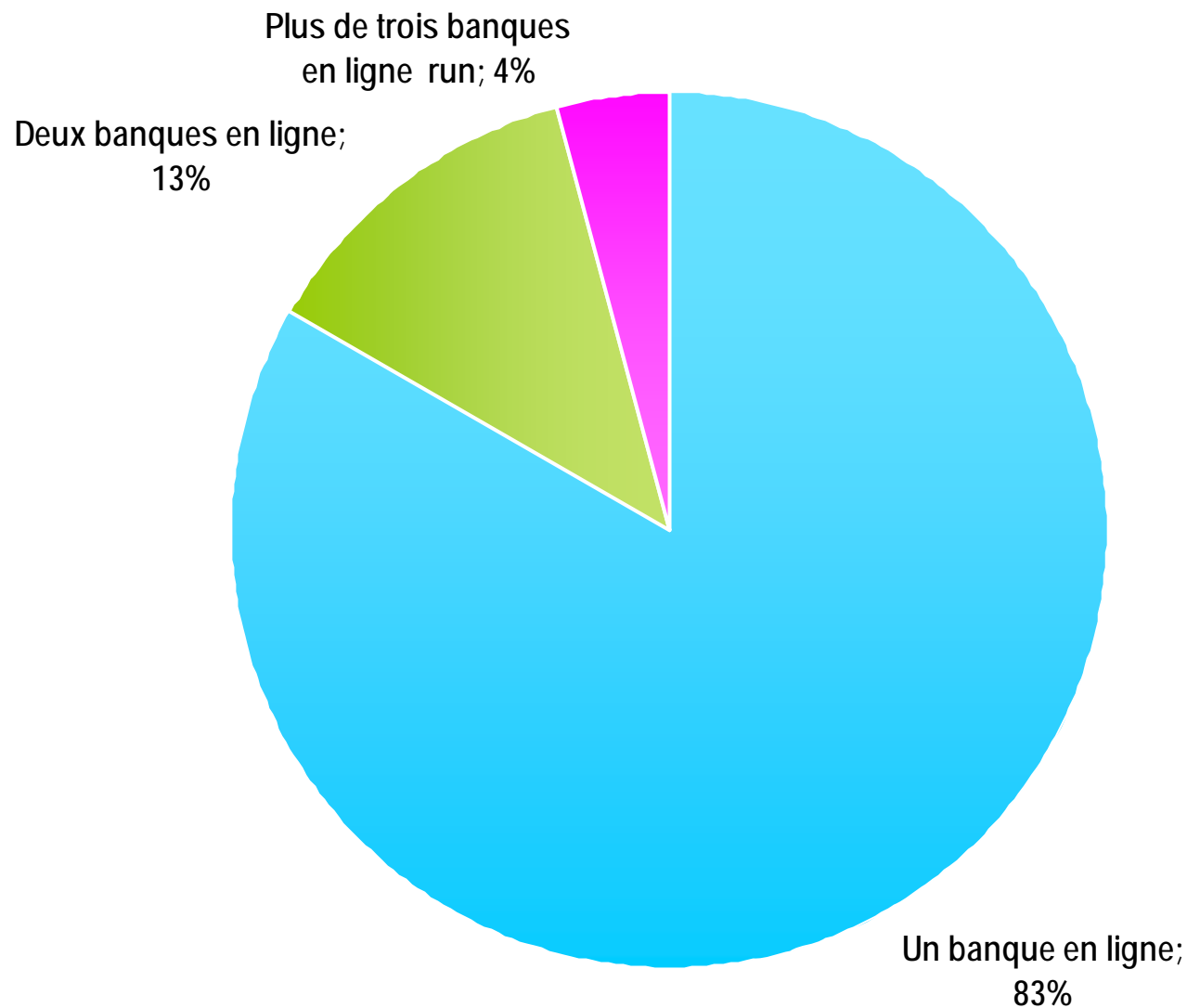


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Nombre de banque en ligne dont les personnes interrogées sont clientes

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

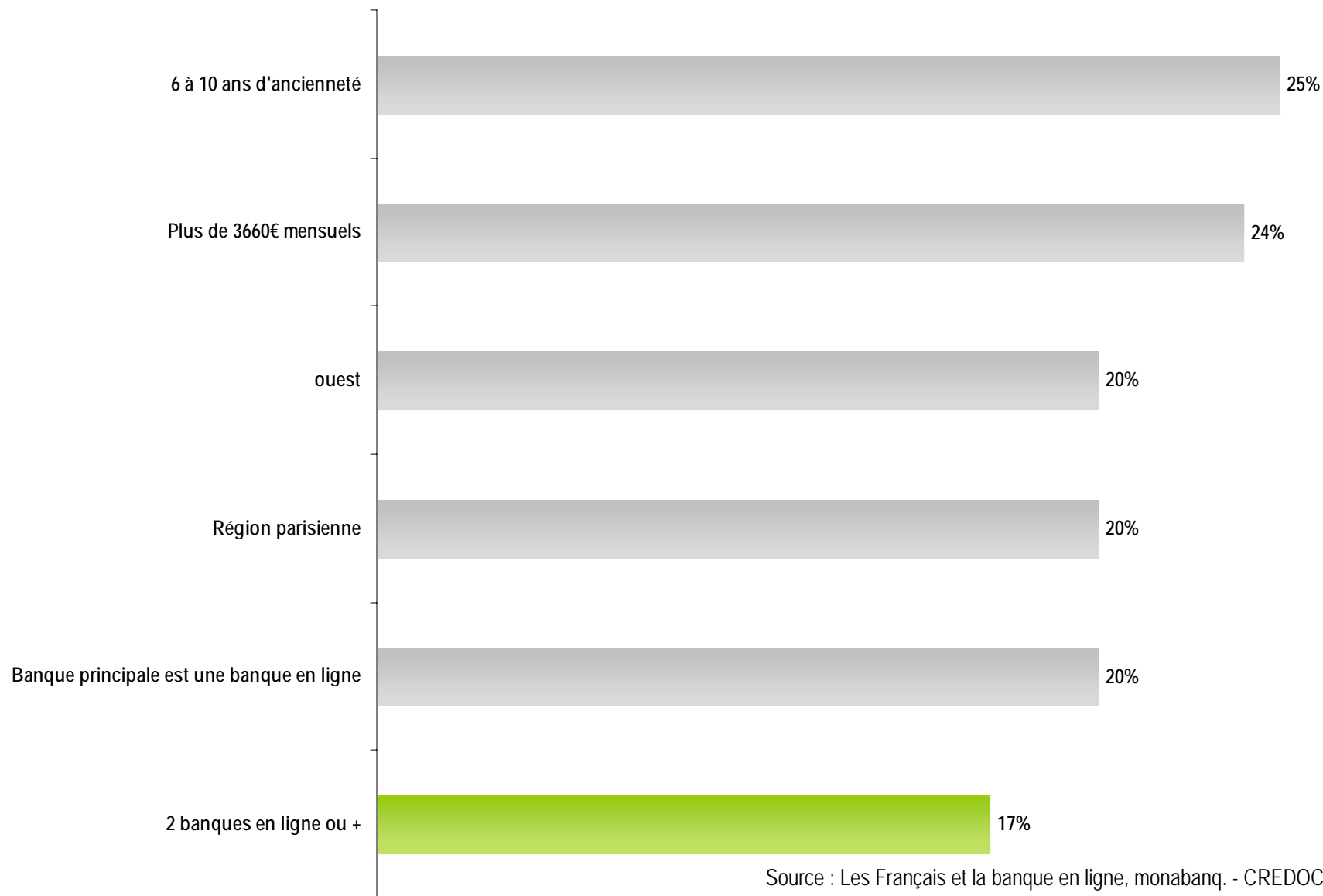


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Nombre de banque en ligne dont les personnes interrogées sont clientes – réponse 2 ou plus

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

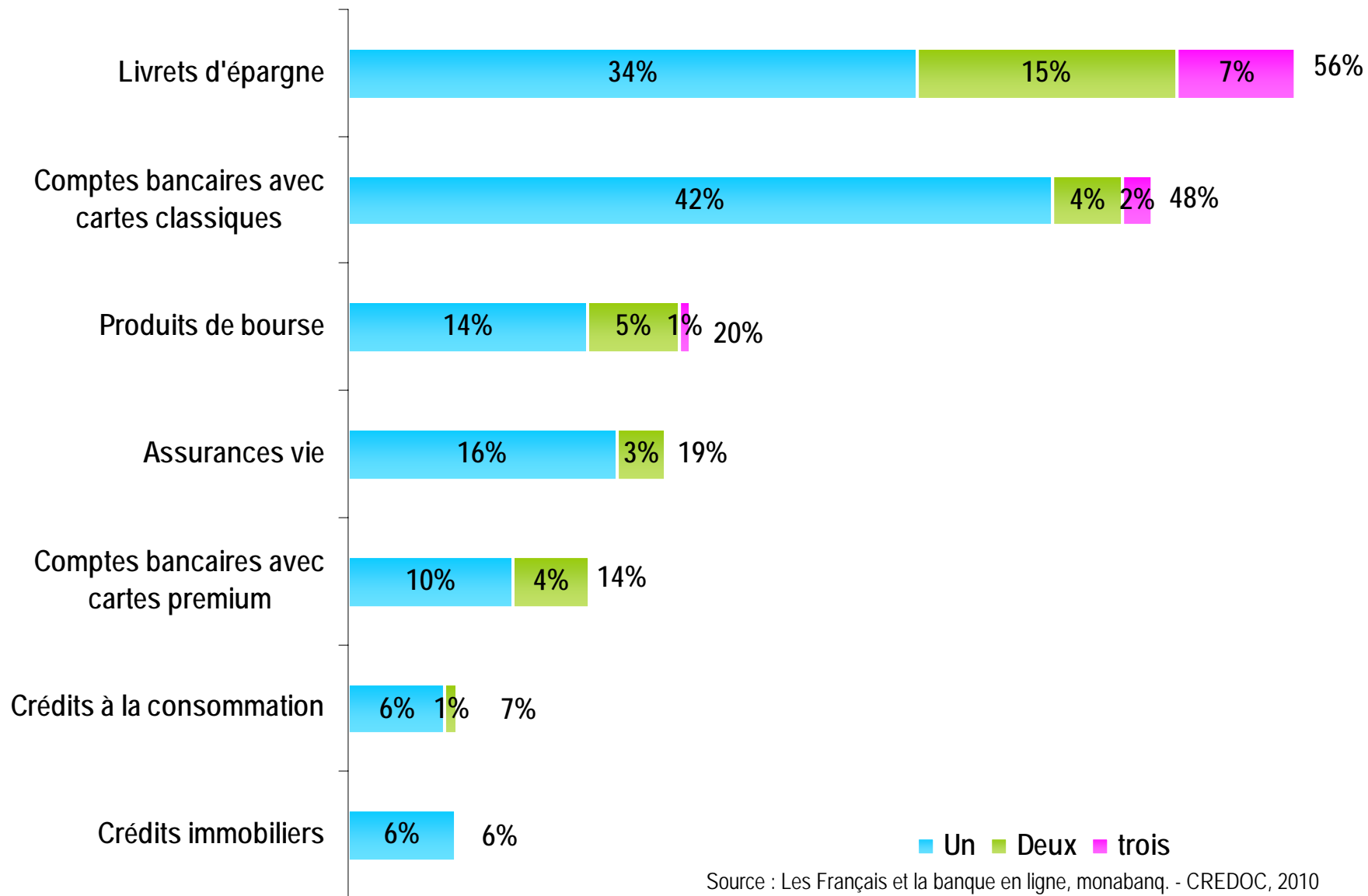


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Combien de produits détenez-vous dans des banques en ligne ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

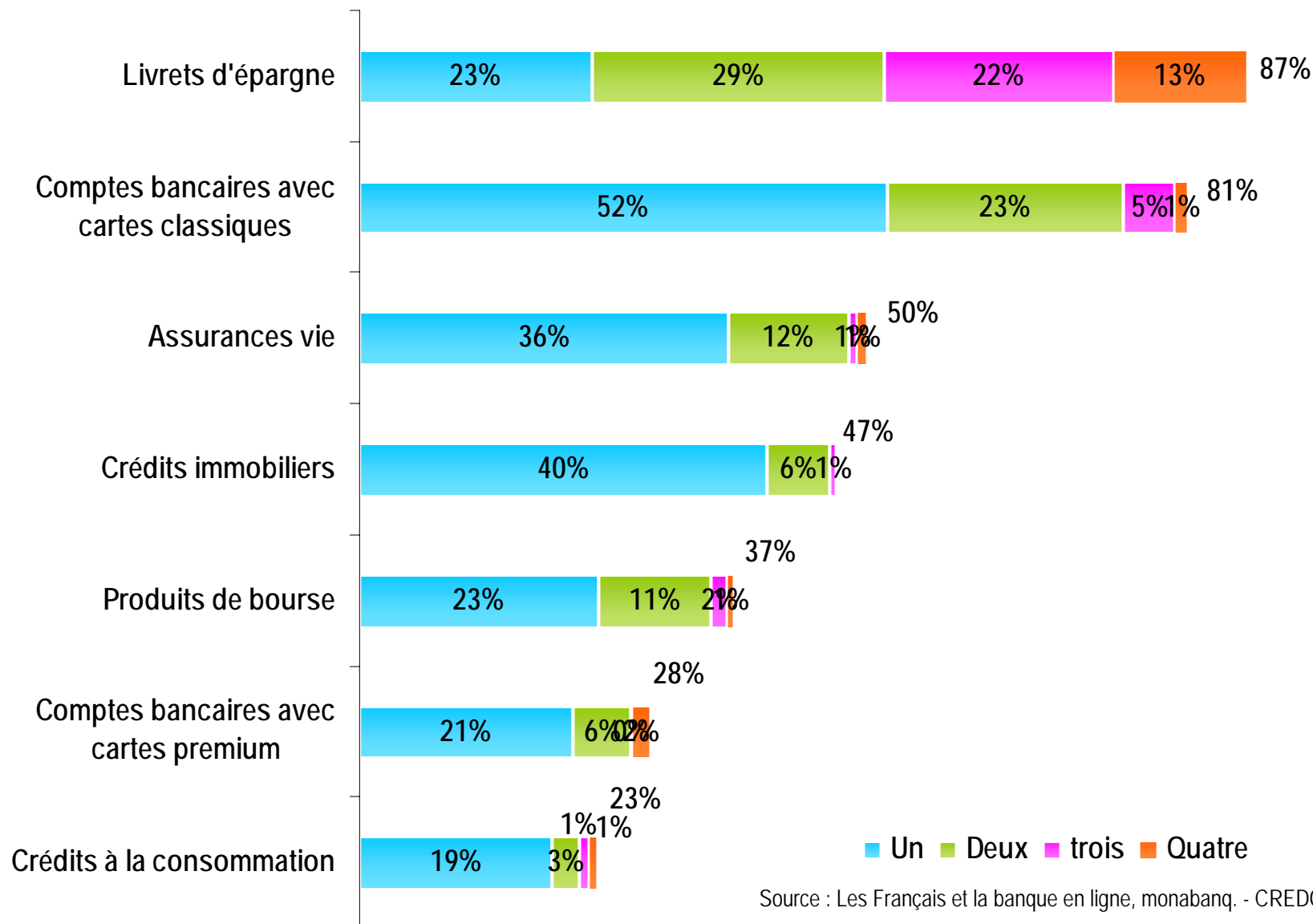


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



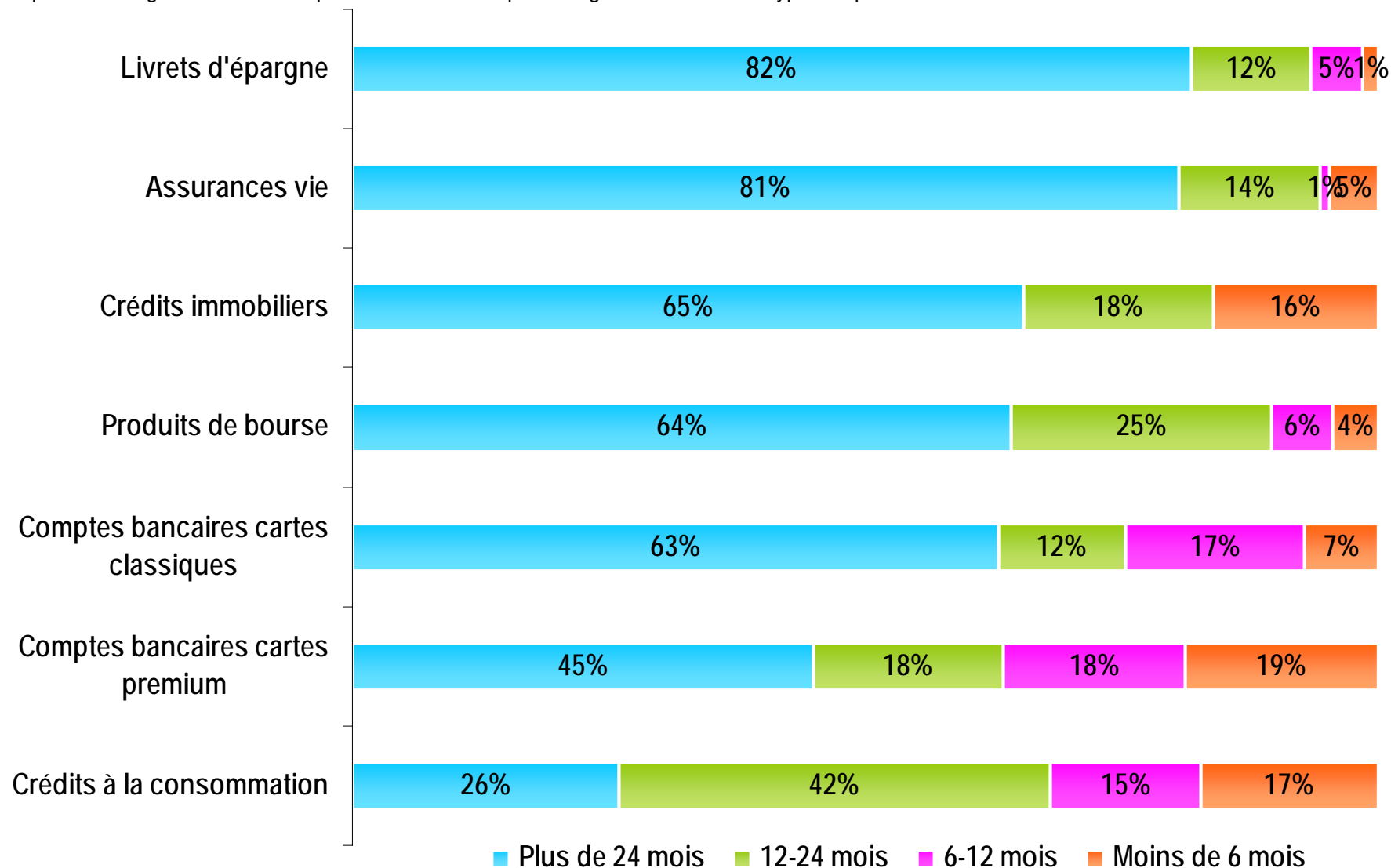
Combien de produits détenez-vous dans des banques de réseau ?

Base : 240 clients de banques en ligne également clients de banques de réseau



Depuis quand détenez-vous ces produits... ?

Base : personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne et détenant les types de produits cités

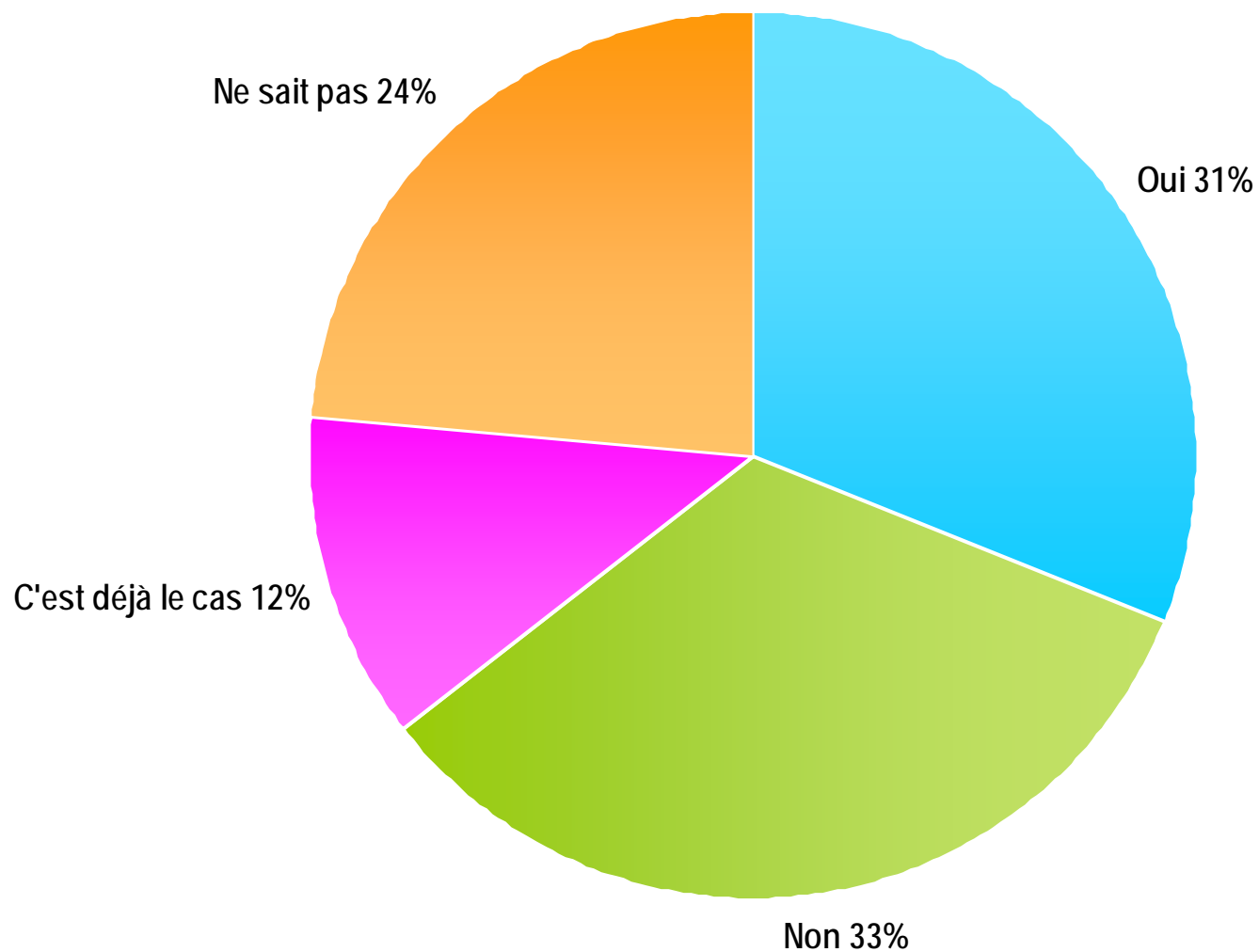


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Envisageriez-vous de faire de votre banque en ligne votre banque principale ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne



Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Méthodologie

Introduction - contexte

Profil sociodémographique des clients des banques en ligne

Plus de diplômés, plus de ménages riches, plus d'habitants de la moitié Nord de la France

Historique et détention de produits financiers dans des banques en ligne

Une clientèle récente, également clientes de banque de réseau, plus détentrice de produits bancaires que la moyenne des Français

Attitudes des clients face aux banques en ligne

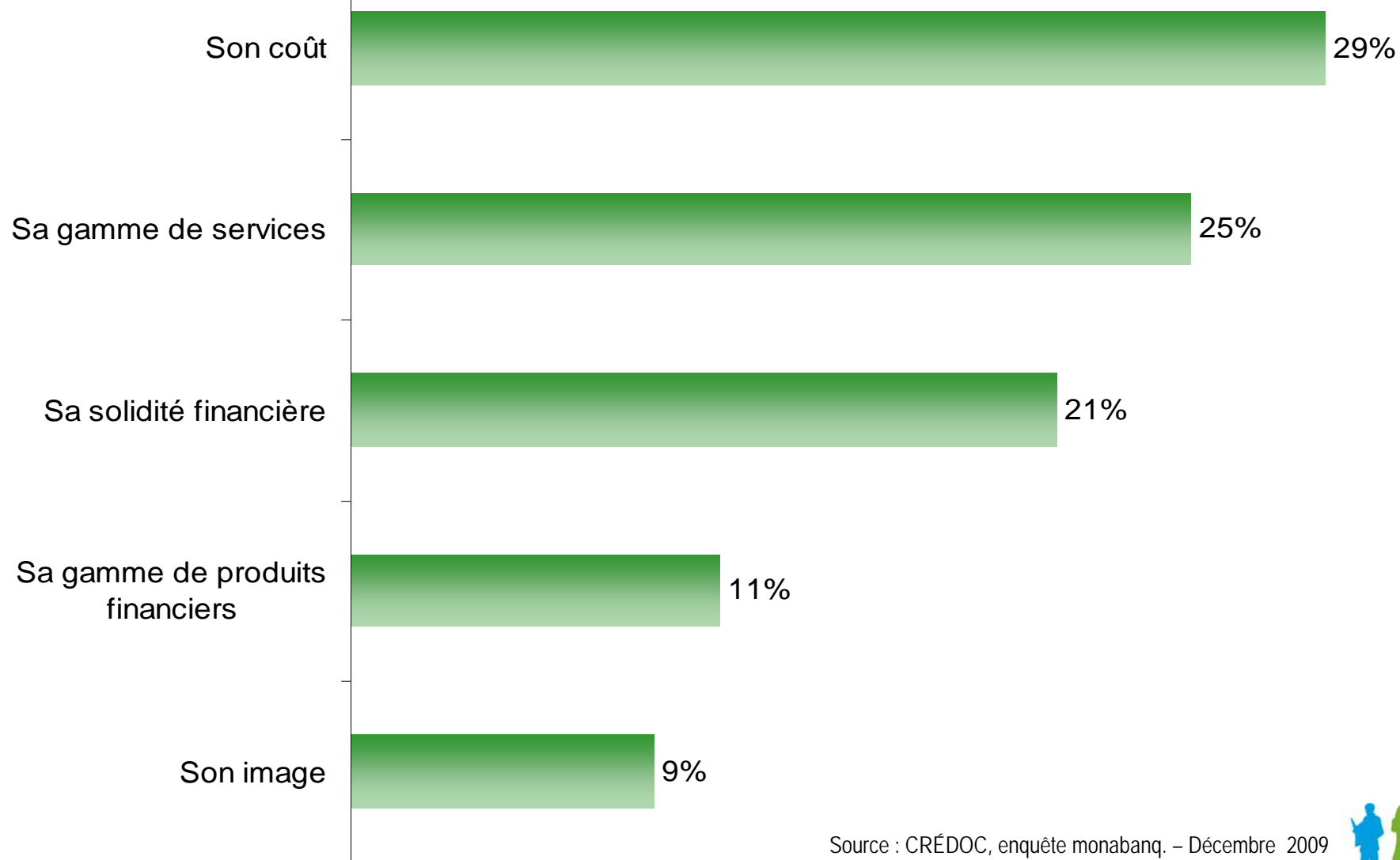
Intérêts pour des conditions attractives et désirs d'autonomie motivent les clients des banques en ligne

1 client sur 4 pourrait faire de sa banque en ligne sa banque principale



« Quel est selon vous le critère le plus important pour changer de banque ? »

Base: 994 personnes âgées de 16 ans et plus

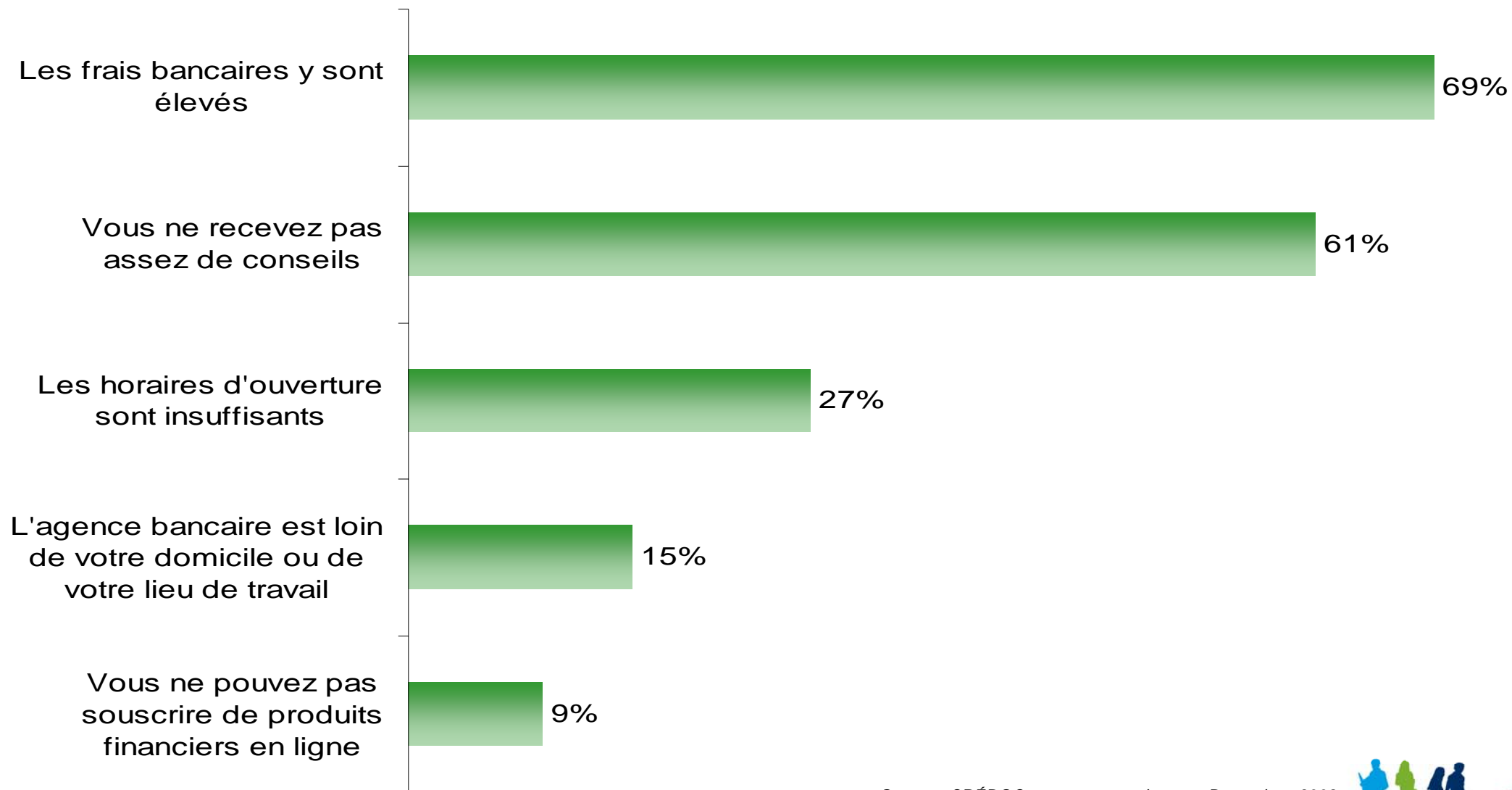


Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009



« Pour quelle(s) raison(s) n'êtes-vous plutôt pas ou pas du tout satisfait de votre banque ? »

Base: 116 personnes âgées de 16 ans et plus déclarant ne pas être satisfaites de leur banque

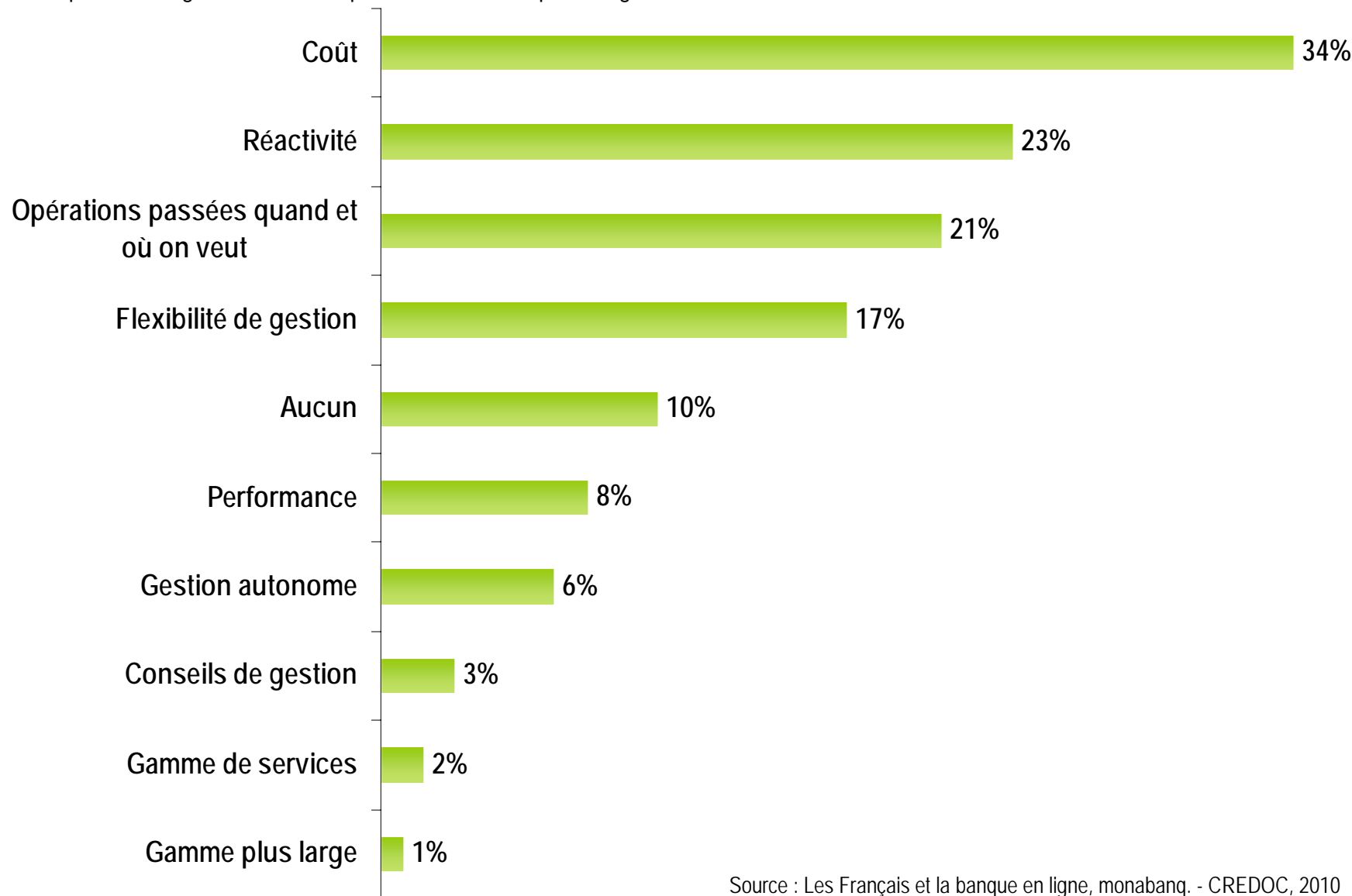


Source : CRÉDOC, enquête monabanq. – Décembre 2009



Quels sont, selon vous, les points forts d'une banque en ligne ? - Question ouverte post-codée

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

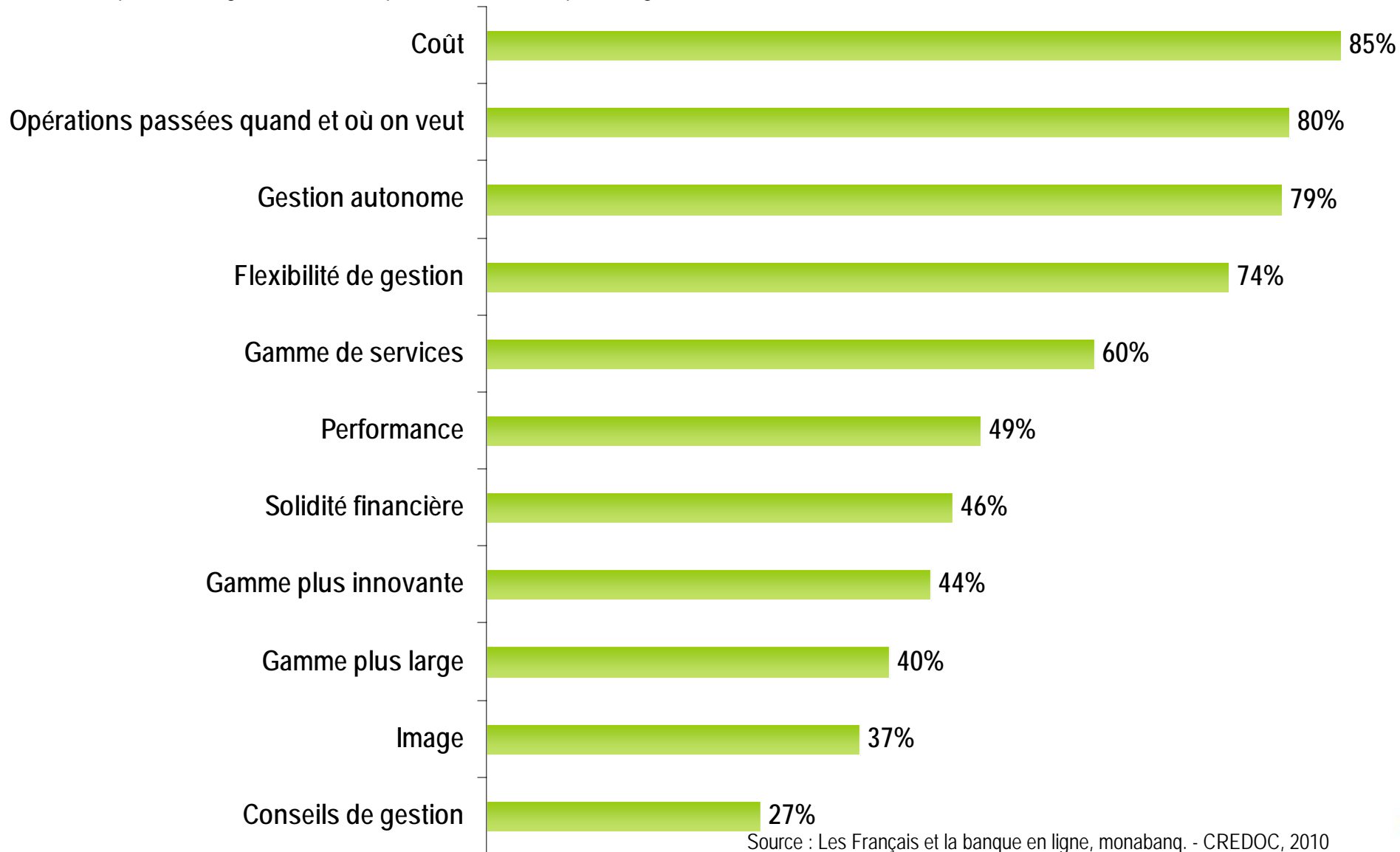


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Diriez-vous que les points forts d'une banque en ligne sont... ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne



Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Diriez-vous que les points forts d'une banque en ligne sont... ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

| | |
|--------------------------------------|------------|
| <i>Clients de 2 banques en ligne</i> | 100% |
| <i>Très satisfait</i> | 94% |
| <i>Région parisienne</i> | 94% |
| Coût | 85% |

| | |
|--|------------|
| <i>Très satisfaits banques en ligne</i> | 94% |
| <i>Clients de 2 banques en ligne</i> | 91% |
| <i>Envisager banque en ligne banque principale</i> | 89% |
| <i>Banque en ligne banque principale</i> | 88% |
| <i>Moins d'un dépôt d'espèce ou de chèque par mois</i> | 88% |
| <i>Clients depuis 1 à 2 ans</i> | 88% |
| <i>Femmes</i> | 90% |
| Opérations passées quand et où on veut | 80% |

Grille de lecture : Si, en moyenne, 85% des clients des banques en ligne estiment que l'un des points forts des banques en ligne est leurs coûts, c'est le cas de 94% des clients des banques en ligne résidant en région parisienne.

Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Diriez-vous que les points forts d'une banque en ligne sont... ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

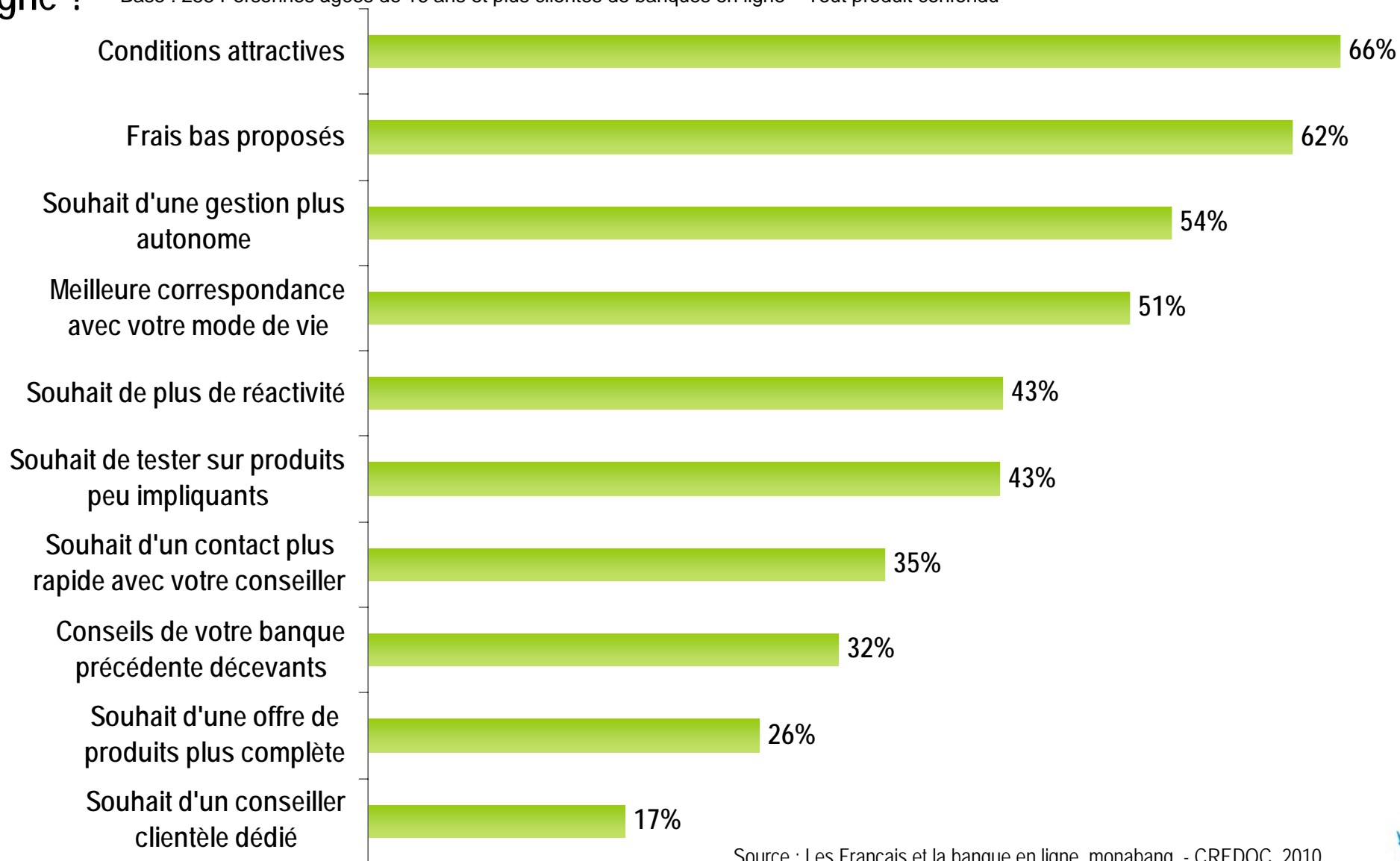
| | |
|--|------------|
| <i>Très satisfaits banques en ligne</i> | 92% |
| <i>Clients de 2 banques en ligne</i> | 91% |
| <i>Envisager banque en ligne banque principale</i> | 89% |
| <i>Dépôt d'espèce ou de chèque au moins une fois par semaine</i> | 85% |
| <i>Banque en ligne banque principale</i> | 81% |
| <i>Locataires</i> | 90% |
| <i>Femmes</i> | 87% |
| <i>Acheteurs à distance</i> | 85% |
| <i>1830-5490€ mensuels</i> | 83% |
| <i>Professions intermédiaires</i> | 83% |
| <i>Licence – Maîtrise</i> | 82% |
| <i>Bac+2</i> | 82% |
| <i>Gestion autonome</i> | 79% |

| | |
|--|------------|
| <i>Très satisfaits banques en ligne</i> | 90% |
| <i>Clients de 2 banques en ligne</i> | 92% |
| <i>Envisager banque en ligne banque principale</i> | 88% |
| <i>Dépôt d'espèce ou de chèque au moins une fois par semaine</i> | 82% |
| <i>Banque en ligne banque principale</i> | 80% |
| <i>Femmes</i> | 82% |
| <i>Acheteurs à distance</i> | 81% |
| <i>3660-5490€ mensuels</i> | 80% |
| <i>1830-3660€ mensuels</i> | 78% |
| <i>Flexibilité de gestion</i> | 74% |

Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Pour quelles raisons avez-vous décidé de prendre ce produit financier auprès d'une banque en ligne ? Base : 255 Personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne – Tout produit confondu



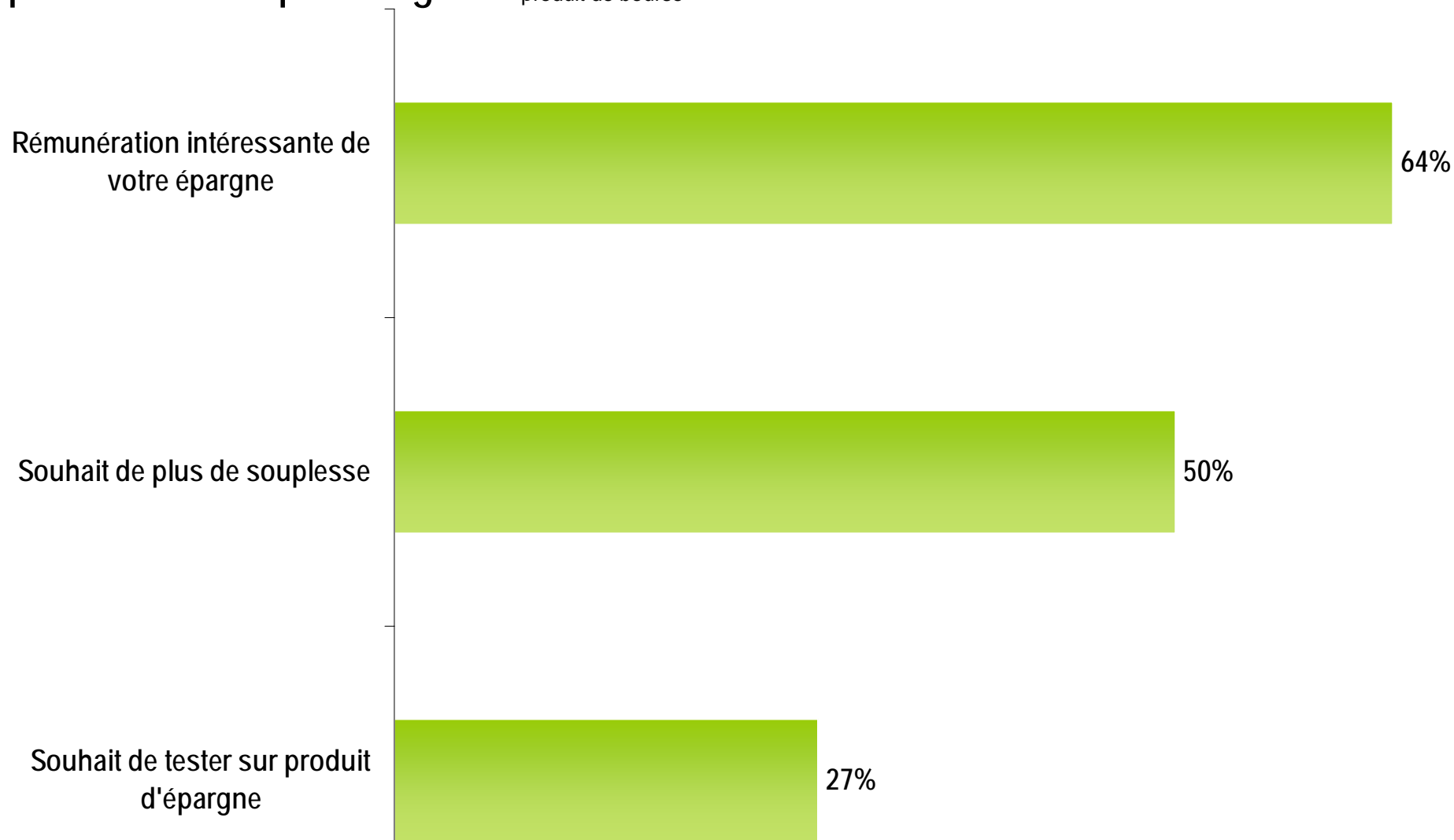
Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Le niveau de rémunération et le souhait d'une plus grande souplesse de gestion motivent la prise d'un livret d'épargne ou d'un produit de bourse dans une banque en ligne

Pour quelles raisons avez-vous décidé de prendre un livret d'épargne ou un produit de bourse auprès d'une banque en ligne ?

Base : 164 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne ayant pris un livret d'épargne ou un produit de bourse

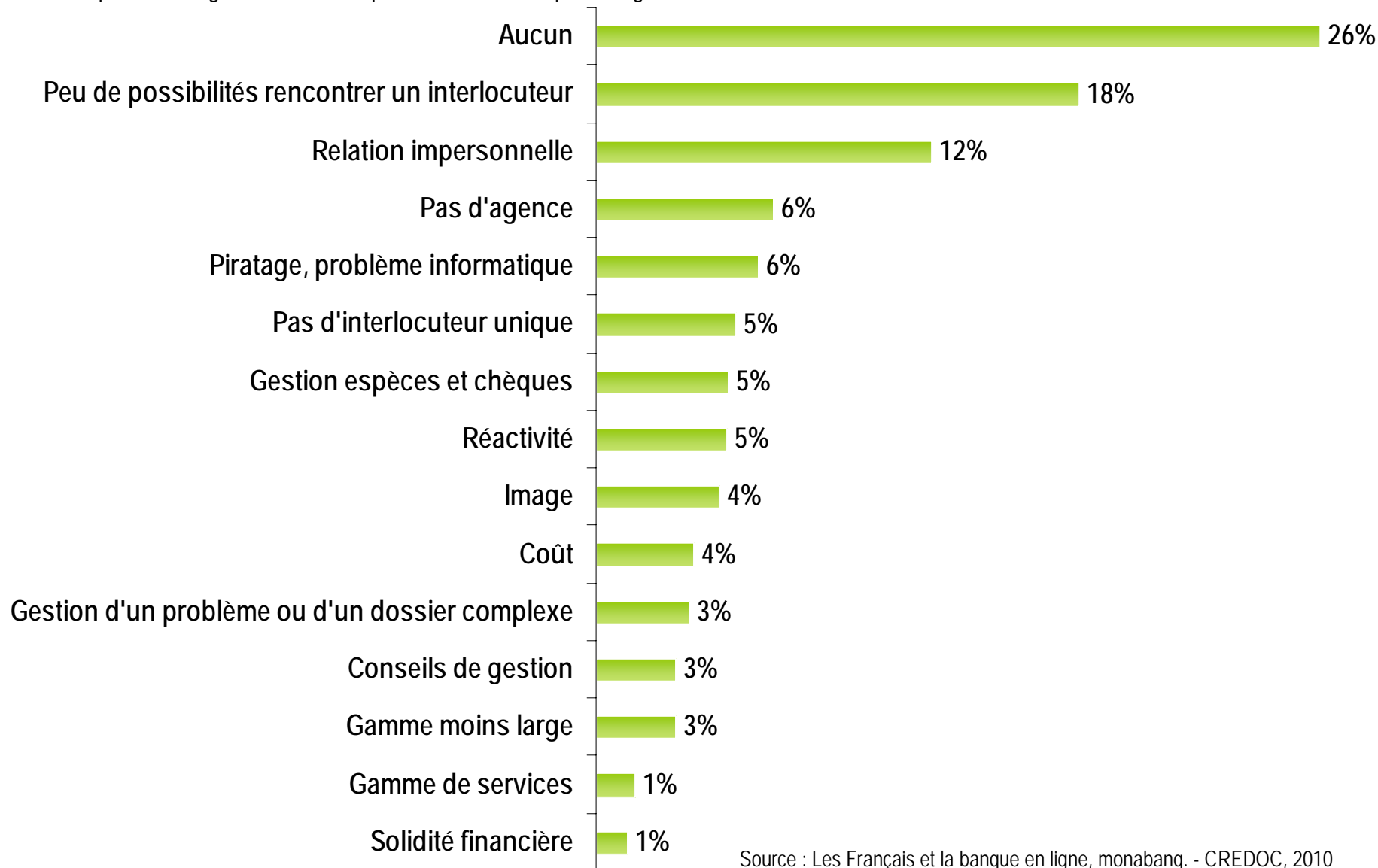


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Quels sont selon vous les points faibles d'une banque en ligne ? - Question ouverte post-codée

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne



Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Quels sont selon vous les points faibles d'une banque en ligne ? - Question ouverte post-codée

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

| | |
|---|------------|
| <i>Très satisfaits banques en ligne</i> | 35% |
| <i>Clients depuis 6 à 10 ans</i> | 31% |
| <i>Clients depuis 3 à 5 ans</i> | 30% |
| <i>Locataires</i> | 29% |
| <i>Professions intermédiaires</i> | 29% |
| Aucun | 26% |

| | |
|--|------------|
| <i>Cadres</i> | 23% |
| Peu de possibilité de rencontrer un interlocuteur | 18% |

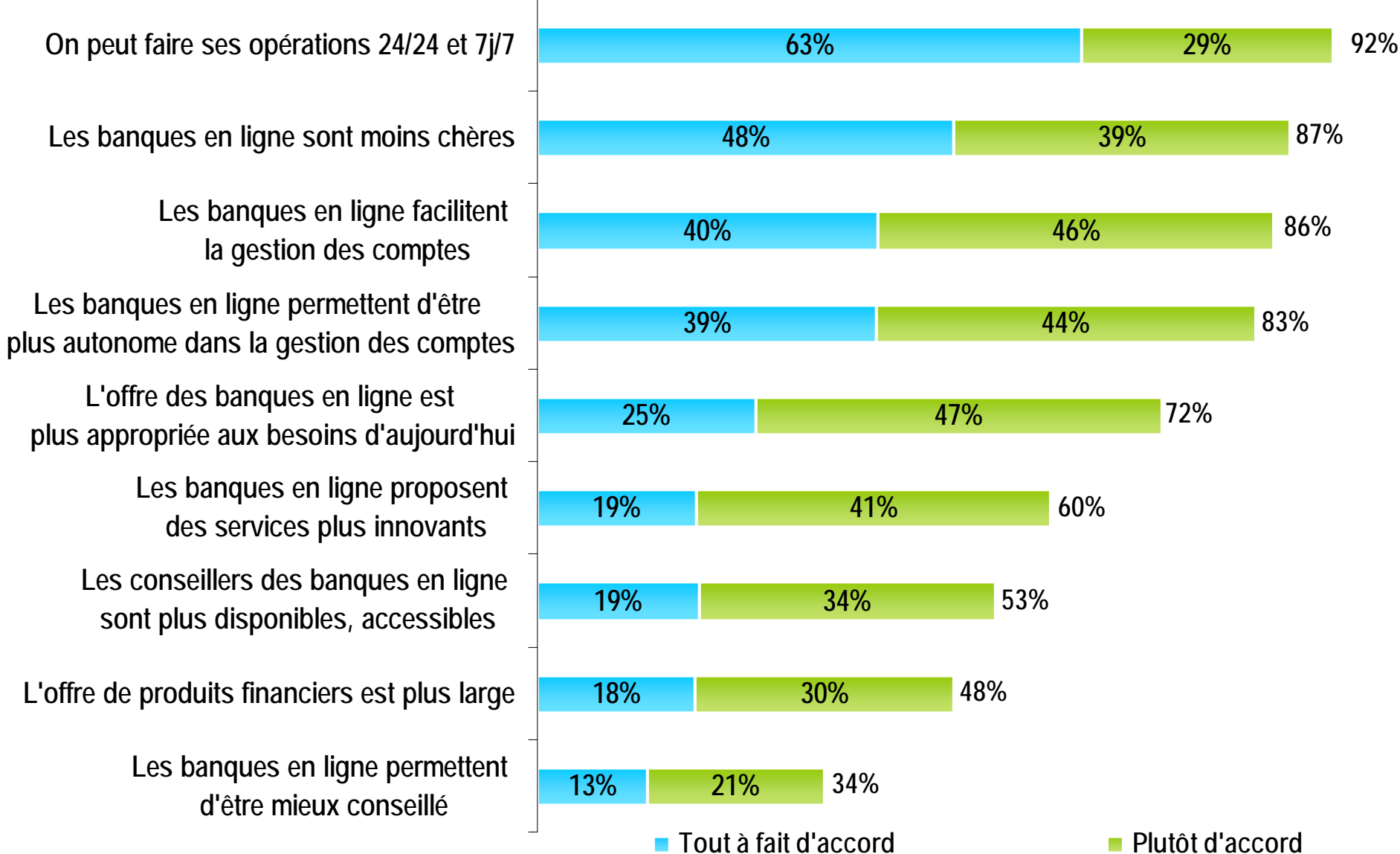
| | |
|---------------------------------|------------|
| <i>Clients depuis 3 à 5 ans</i> | 23% |
| <i>1220-1830€ mensuels</i> | 28% |
| Relation impersonnelle | 12% |

Grille de lecture : Si, en moyenne, 12% des clients des banques en ligne estiment que l'un des points faibles des banques en ligne est la relation impersonnelle, c'est le cas de 28% des clients des banques vivant au sein de ménages disposant de 1220 à 1830 euros mensuels.

Source : Les Français et la banque en ligne, Monabanq. - CREDOC, 2010



Voici plusieurs affirmations concernant les banques en ligne, dites-moi si vous êtes d'accord avec elles ? Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

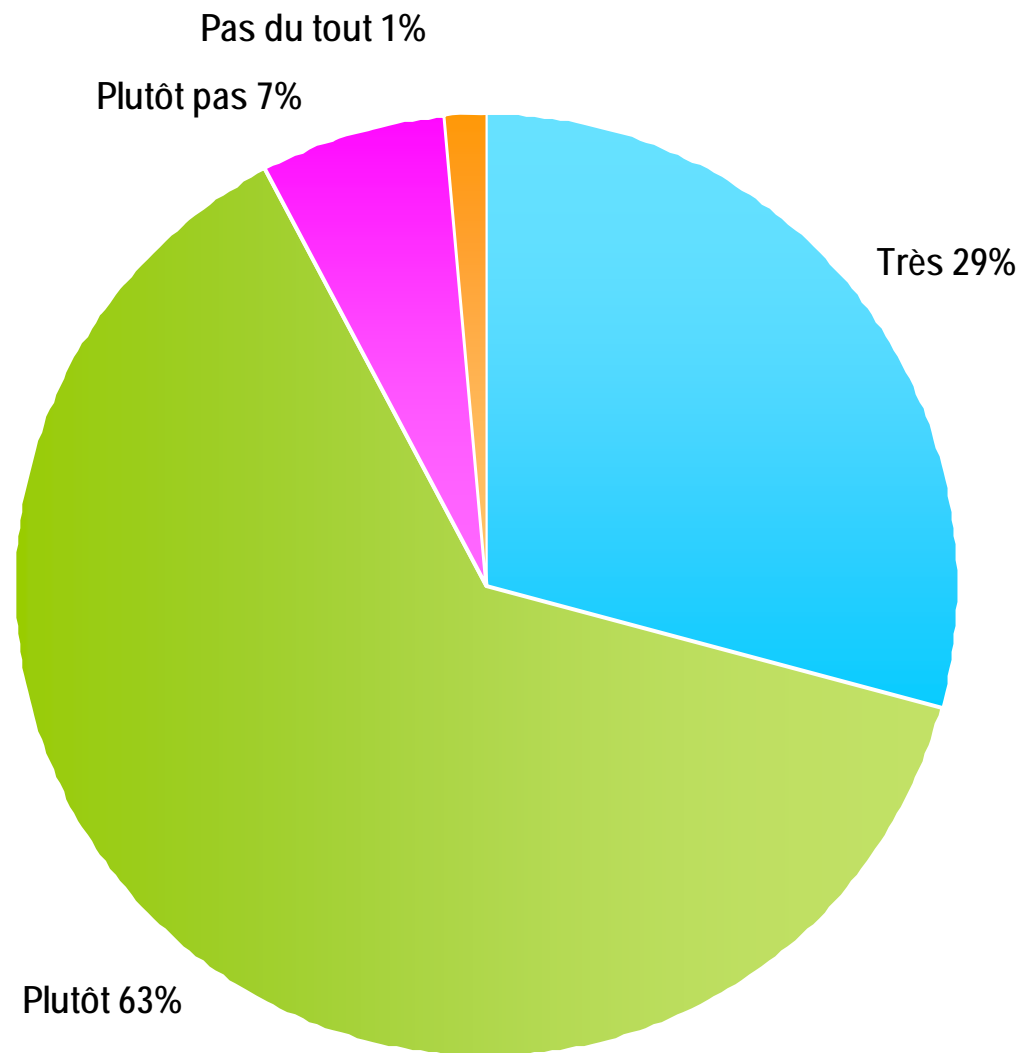


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Etes-vous satisfait de votre banque en ligne ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne

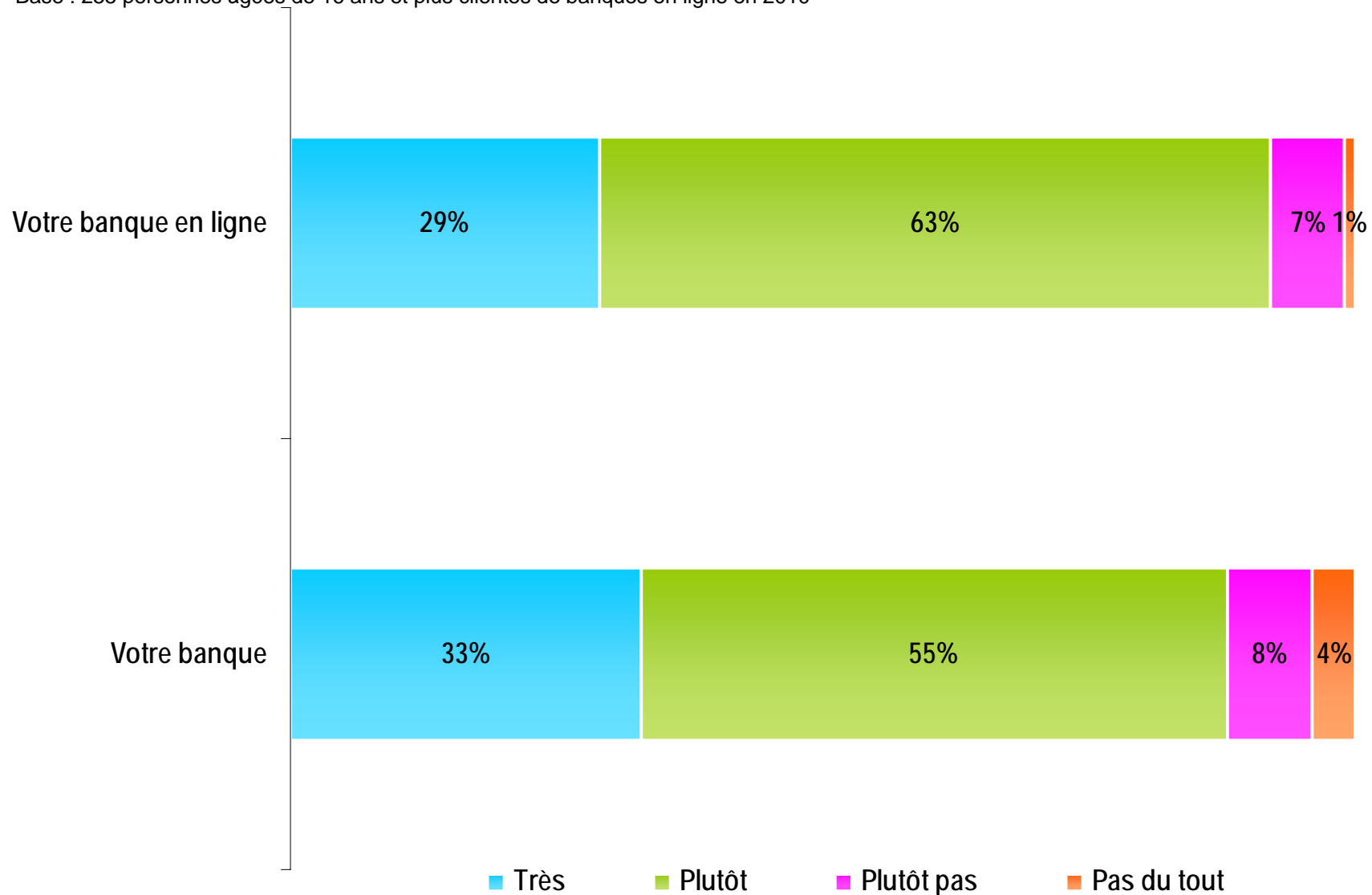


Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010



Etes-vous satisfait de ... ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne en 2010



Source : Les Français et la banque en ligne, monabanq. - CREDOC, 2010, Internet modifie la relation des Français à leurs banques, monabanq-CREDOC, 2009



Etes-vous satisfait de votre banque en ligne ?

Base : 255 personnes âgées de 16 ans et plus clientes de banques en ligne en 2010

| | |
|---|------------|
| <i>Banque en ligne banque principale</i> | 57% |
| <i>Envisage de faire d'une banque en ligne sa banque principale</i> | 41% |
| <i>Dépôt d'espèce ou de chèque moins d'une fois par mois</i> | 35% |
| <i>1830-3660€ mensuels</i> | 34% |
| <i>Acheteurs à distance</i> | 33% |
| <i>Baccalauréat</i> | 35% |
| Très satisfaits | 29% |

Grille de lecture : Si, en moyenne, 29% des clients des banques en ligne déclarent être très satisfaits de leur banque en ligne, c'est le cas de 35% des titulaires d'un baccalauréat.

| | |
|---|------------|
| <i>Dépôt d'espèce ou de chèque au moins une fois par semaine</i> | 67% |
| <i>Clients depuis 1 à 2 ans</i> | 72% |
| <i>Clients depuis 6 à 10 ans</i> | 67% |
| <i>Clients depuis 3 à 5 ans</i> | 68% |
| <i>N'envisage pas de faire d'une banque en ligne sa banque principale</i> | 21% |
| <i>Locataires</i> | 69% |
| <i>Cadres</i> | 69% |
| <i>Licence-Maîtrise</i> | 68% |
| <i>Propriétaires</i> | 68% |
| <i>Pas acheteurs à distance</i> | 67% |
| Plutôt satisfaits | 63% |

Source : Les Français et la banque en ligne, Monabanq. - CREDOC, 2010



CRÉDOC**Franck LEHUEDE**

Chargé d'études - Chef de projet senior
Département Consommation

Tel. : +33 (0)1 40 77 85 94

Fax : +33 (0)1 40 77 85 44

e-mail : lehuede@credoc.fr



www.credoc.fr

142, rue du Chevaleret 75 013 Paris

