

Enquête multi-pays auprès des consommateurs sur la numérisation dans le secteur bancaire

Que veut le consommateur et quelles sont ses habitudes ?

Mené par Moweb research, Düsseldorf
pour NetApp
Avril 2022

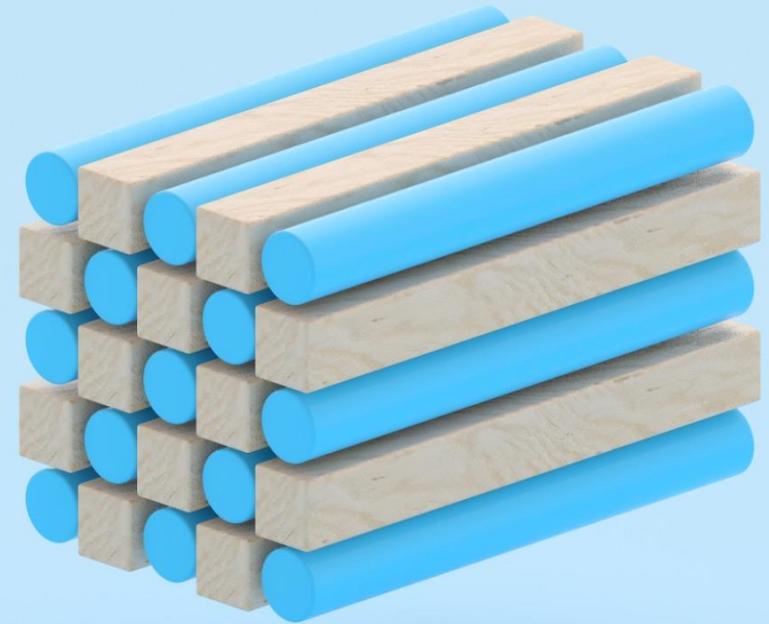
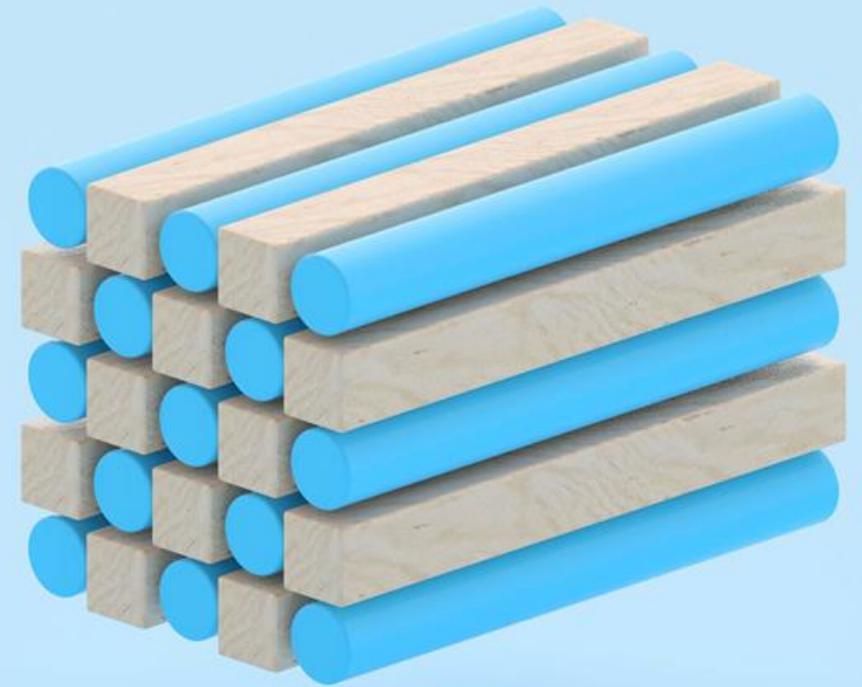


Table des matières

- I. Méthodologie
- II. Les points clés
- III. Prestataires bancaires
- IV. Accès privilégié
- V. Approbation des déclarations sur la numérisation
- VI. Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers
- VII. Approbation des déclarations sur la sécurité
- VIII. Importance des services bancaires



I. Methodologie

Ce document présente les résultats d'une étude menée par moweb research GmbH. Il suit les principes scientifiques et déontologiques des enquêtes par sondage. Ses résultats montrent l'état de l'opinion publique au moment où il a été réalisé mais ne constituent pas de prédiction.

Échantillon

L'échantillon est composé de 1.200 personnes avec une distribution égale de 200 personnes par pays ici aux nombres: Allemagne, France, Royaume-Uni, Espagne, Suisse et Pays-Bas.

Méthodologie

La représentativité proportionnelle a été assurée par un échantillonnage par quotas sur le sexe et l'âge afin de refléter les structures de la population d'Europe occidentale.

Administration

Opérationnalisée sur le panel propriétaire de moweb research, l'enquête a été auto-administrée en ligne entre le 30 mars 2022 et le 6 avril 2022.

Méthodologie – Marge d'erreur

La théorie statistique permet de mesurer l'incertitude attachée à chaque résultat d'une étude. Cette incertitude est exprimée par un intervalle de confiance situé de part et d'autre de la valeur observée, dans lequel la vraie valeur a une probabilité donnée d'être trouvée.

Cette incertitude, communément appelée "marge d'erreur", varie en fonction de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé, comme le montre le tableau ci-dessous :

CONFIDENCE INTERVAL AT 95%						
Size of the sample:	If percentage is ...					
	5 or 95%	10 or 90%	20 or 80%	30 or 70%	40 or 60%	50%
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,8	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
3 000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8
4 000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
5 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
6 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
8 000	0,5	0,7	0,9	1,0	1,1	1,1
10 000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0

Methodology – échantillon

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Male	50%	100%	0%	50%	50%	49%
Female	50%	0%	100%	50%	50%	51%
18-29 years	19%	19%	19%	100%	0%	0%
30-54 years	50%	51%	49%	0%	100%	0%
55-67 years	31%	30%	32%	0%	0%	100%

1.200 entretiens ont été menés dans 6 pays :
Allemagne, France, Royaume-Uni, Espagne, Suisse et
Les Pays-Bas avec une proportionnalité
représentative en termes de sexe et d'âge.

I. Les points clés

Fournisseur bancaire

- La majorité (88% de l'échantillon total), tous âges et sexes confondus, est cliente d'une banque traditionnelle avec les hommes et les jeunes consommateurs qui sont les plus nombreux à utiliser les banques en ligne, des services de virement et des fournisseurs tiers.
- Le taux d'utilisation des banques traditionnelles (service en personne) est particulièrement élevé au Royaume-Uni (94%) et en France (93%), et est le plus faible aux Pays-Bas (81%). L'utilisation des banques en ligne et des prestataires tiers est le plus répandu en Espagne et en Allemagne. L'utilisation de fournisseurs de services bancaires non traditionnels est la plus faible en France et aux Pays-Bas.

Accès Privilégié

- Le canal d'accès préféré est via les applications et le site web direct du prestataire pour plus de 60% de l'échantillon. Le canal d'accès le moins apprécié est le tchatbot vocal, l'appel vidéo et l'outil de tchat en ligne. Les clients particulièrement plus âgés sont plus susceptibles de se rendre personnellement à la banque et beaucoup moins susceptibles d'utiliser les tchatbot vocal.
- Le canal d'accès préféré est l'application directe du prestataire en France, en Espagne, en Suisse et aux Pays-Bas, tandis que le site web, lui, est préféré en Allemagne et au Royaume-Uni. Quant à elle, la visite d'une agence est le mode de choix d'environ 50 % des personnes interrogées dans tous les pays, à l'exception des Pays-Bas (33 %). Les chatbots en ligne et vocaux sont les moins appréciés des consommateurs.

Approbaton des déclarations sur la numérisation

- Une majorité substantielle (75 % et plus) manifeste son consentement à tous les services proposés, à l'exception des services automatisés basés sur l'IA, qui trouvent sont utilisés chez environ un tiers (35 %) des répondants.
- 85 % souhaitent bénéficier d'un contact humain, avec un pourcentage encore plus élevé de 90 % chez les personnes âgées de 55 ans et plus. L'approbation du contact humain est nettement plus faible (80 %) chez les plus jeunes consommateurs.
- On note quand même que 85% recherche un contact humain, malgré un grand pourcentage (79%) qui aimerait également être indépendant et autonome (probablement plus compétent et à l'aise dans les méthodes bancaires en ligne). Ce mouvement est le plus marqué chez les femmes et les jeunes consommateurs.

Les points clés

- Les trois quarts (75%) de l'échantillon hommes-femmes, privilégie les services bancaires en ligne. L'utilisation des services bancaires en ligne est particulièrement plus élevée dans la tranche d'âge la plus jeune (18 à 29 ans).
- Dans un même temps 75% de l'échantillon continue à vouloir bénéficier des conseils humains pour leurs services bancaires. Ce phénomène est moins prononcé pour les femmes (72% contre 77% pour les hommes) et chez les personnes de la tranche d'âge 30-54 ans - 73% contre 76% et 77%.
- Pour les consommateurs, la volonté d'utiliser des services automatisés basés sur l'IA est faible, avec 44% de l'échantillon total qui rejette cette perspective. Le plus marquant est la réponse des plus âgés (55-66 ans) avec 53 % des personnes qui ne sont pas du tout d'accord. L'incertitude est également marquée avec 21 % de l'échantillon total qui n'ont pas d'avis et plus particulièrement les femmes (24%).
- La préférence pour le contact humain est particulièrement élevée en Espagne (95%) et en France (89%). Il est le plus faible aux Pays-Bas (80 %).
- La France et l'Espagne sont ceux qui apprécie le plus l'autosuffisance bancaire (86% d'accord pour les deux), tandis que les Pays-Bas sont les derniers avec 71% qui souhaitent s'occuper eux-mêmes de leurs besoins bancaires.
- La préférence pour l'utilisation des services bancaires en ligne est le plus élevé en Espagne (84%) et est le plus faible en France (68%). L'Allemagne, le Royaume-Uni, Suisse et les Pays-Bas se situent tous autour de 75 %.
- Les consommateurs espagnols semblent exiger davantage de services et d'assistance de la part de leurs banques. Ils préfèrent le contact humain, plus d'autorité en ligne et plus de conseils humains, ce qui est nettement plus élevé que dans les autres pays : 84 % en Espagne contre 66 % à 79 % dans les autres régions. Les consommateurs allemands sont ceux qui attendent le moins de conseils humains pour les services bancaires.
- Les services automatisés basés sur l'IA sont rejetés par 44% de l'échantillon total. Le pourcentage le plus élevé étant enregistré au Royaume-Uni (56%) et celui le plus faible en Allemagne (38%). 38%. Les consommateurs allemands, espagnols et suisses sont divisés sur cette question, avec des proportions égales d'approbation et de désaccord. Les consommateurs allemands, espagnols et suisses sont divisés sur cette question, avec autant de personne d'accord que pas d'accors, tandis que l'incertitude prévaut un pourcentage élevé de "je ne sais pas".

Les points clés

- La disponibilité des services des fournisseurs tiers obtient l'approbation la plus élevée avec 83% de l'échantillon total en accord avec cette idée. Avec parmi eux 63% qui sont soucieux en matière de sécurité.
- Approbation des déclarations sur les prestataires tiers
- Les fournisseurs de services bancaires alternatifs sont nettement préférés par les consommateurs masculins (63% contre 53% pour les femmes) et plus particulièrement par les jeunes (63%). Très marquant en général dans le groupe d'âge le plus jeune (67% dans la tranche 18-29 ans).
- La disponibilité du service des prestataires tiers est perçue positivement par 8 consommateurs sur 10, indépendamment du sexe et de l'âge.
- Plus de 40% ne sont pas soucieux de partager leurs données chez des fournisseurs tiers. Chez les moins de 30 ans, cette tendance est particulièrement plus élevée, à près de 50%. Le rejet du partage de données est le plus élevé chez les consommatrices plus âgées.
- La majorité d'entre eux (63 %) ont des inquiétudes quant à la sécurité lorsqu'ils font appel à des fournisseurs tiers, même chez les consommateurs les plus jeunes.
- Près d'un consommateur sur deux (46 %) admet ne pas savoir comment fonctionnent les fournisseurs tiers et est donc réticent.
- L'Allemagne (69%), les Pays-Bas (67%) et l'Espagne (63%) sont particulièrement réceptifs aux prestataires bancaires alternatifs. La France (45%) et le Royaume-Uni (50%) sont nettement moins réceptifs.
- Pour 83 % des consommateurs, il est important de garder l'option des services en personne, surtout en Espagne (95 %) et en Allemagne (89 %).
- 45 % s'inquiètent du partage de leurs données avec des fournisseurs tiers, en particulier les clients des banques en Espagne (56 %) et en France (54 %). Les clients en Allemagne sont les moins inquiets (29% en désaccord).
- La crainte du vol de données est plus prononcée en Espagne (81%) et en France (72%).
- La réticence à utiliser des fournisseurs tiers par peur de ne pas savoir comment ils fonctionnent, est la plus forte en France. La différence avec les cinq autres marchés est significative. Étonnamment, c'est en Espagne que la réticence est la plus faible, peut-être parce que les Espagnols savent mieux se servir des fournisseurs tiers (ou qu'ils ne veulent pas admettre qu'ils n'en ont en fait aucune idée).

Les points clés

- La sécurité des banques traditionnelles est approuvées par au moins 60 % de l'échantillon des consommateurs, sauf en ce qui concerne les services bancaires en ligne, pour lesquels la tendance diminue à 51 %.
- 63% confirment qu'ils sont à l'abri des pirates informatiques, la catégorie des femmes de 55 ans et plus étant légèrement moins convaincues (61% et 60%).
- Approbation des déclarations sur la sécurité
- Une grande majorité (76%) considère que leur argent est en sécurité à la banque. Les hommes et les personnes âgées de 35 à 54 ans sont, quant à eux, les plus soucieux de la sécurité de leur argent.
- Les procédures de sécurité par login biométrique offrent une sécurité suffisante pour deux tiers (66%) de l'échantillon, sans qu'aucune différence ne soit observée selon le sexe. Les jeunes consommateurs sont en confiance avec la sécurité offerte par les connexions biométriques (69 %), tandis que les clients plus âgés sont moins convaincus (63 %).
- 65% sont convaincus que les mesures de sécurité des banques sont suffisantes. L'écart entre les tranches d'âge est minime, mais la différence entre les clients masculins et féminins est significative (65% contre 61%).
- Un quart environ (23%) de l'échantillon est incertain quant à la sécurité de la banque en ligne, une crainte qui est un peu plus importante pour les femmes (26%) et les clients plus âgés (25%).
- Les consommateurs espagnols sont les plus confiants quant à la sécurité de leurs données face aux pirates informatiques (70 %), suivis de près par les consommateurs allemands (66 %). Les Britanniques, eux, sont les moins sûrs de la protection contre les pirates (58 %).
- Une faible proportion (14 %) s'inquiète de la sécurité de leur argent à la banque, la Suisse et l'Allemagne étant les moins soucieux et les Pays-Bas les plus inquiets.
- C'est en Espagne que les consommateurs sont le plus convaincus de l'efficacité de la protection offerte par les identifiants biométriques (79 % d'accord). Les Pays-Bas (61 %) et la France (62 %) sont légèrement moins enthousiastes.

Les points clés

- Un consommateur sur deux (49%) ne pense pas forcément qu'ils utiliseraient plus régulièrement les services bancaires en ligne même si ils étaient mieux informé sur la sécurité des outils bancaires en ligne. Cette opinion est plus prononcée en Allemagne (66%) et en Suisse (59%).
- Les mesures de sécurité des banques sont vues comme suffisantes, le plus fortement en Allemagne (72%) et le plus faiblement aux Pays-Bas (57%), suivis de la France.

Les points clés

Importance des services bancaires

- Dans l'ensemble, pour toutes catégories démographiques et toutes régions confondues, les services bancaires en ligne sont les plus convainquant pour les consommateurs. L'importance des services bancaires en ligne est incontestée, avec une avance de 52 % sur le deuxième dans le classement, le guichet automatique. Les services bancaires en ligne sont particulièrement importants pour les femmes et les personnes âgées de plus de 55 ans.
- En deuxième position, on trouve les guichets automatiques, suivis des virements électroniques et des services en personne. Les services en personne sont plus importants pour la catégorie des hommes et des consommateurs les plus âgés.
- En cinquième position, on trouve le conseil en matière de débit (débit direct) et en sixième position les fournisseurs tiers, devant les paiements mobiles en magasin (7e).
- Les moins haut classés sont les robo-advisors et les tchatbots, qui ne sont particulièrement pas appréciés par le groupe des 55 ans et plus.
- Les consommateurs ne semblent pas apprécier les conseils sur les dépenses et les économies d'argent. Il en va de même pour les consultations par téléphone et en ligne qui ce ne sont pas des concepts productifs pour le consommateur.

L'importance de la banque en comme priorité pour les consommateurs se confirme sur les 6 marchés.

- Pour quels services observons-nous des différences régionales dans l'évaluation de l'importance par les consommateurs :
- En France, les services en face à face sont en deuxième position et non en quatrième position comme dans les autres pays.
- Le débit direct est une priorité pour le Royaume-Uni contrairement à certain pays comme la Suisse et en Espagne.
- Les paiements mobiles en magasin sont beaucoup plus importants aux Pays-Bas plutôt qu'en Allemagne, en France ou encore au Royaume-Uni.
- L'Espagne et la France sont beaucoup plus réceptives à des services en ligne en direct que les consommateurs des autres marchés.
- Particulièrement aux autres pays, c'est aux Pays-Bas que les consommateurs sont les moins réticents aux robo-advisors

III. Fournisseurs bancaires

Quel(s) fournisseur(s) bancaire(s) ou fournisseur(s) tiers(s) utilisez-vous?

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Traditional bank	88%	88%	88%	84%	88%	91%
Online bank (e.g N26, Monzo)	39%	46%	32%	49%	42%	28%
Wire transfer service (e.g. Wise, Transcash, Western Union)	16%	20%	13%	28%	18%	7%
Third-party providers (e.g. PayPal, Apple Pay)	55%	61%	50%	67%	58%	43%
Other (specify)	0%	0%	0%	0%	0%	0%
1 mention "Crypto"						

La majorité des répondants (88 % de l'échantillon total), tous âges et sexes confondus, est cliente d'une banque traditionnelle.

Quant à eux, les hommes et les jeunes consommateurs sont les plus nombreux à utiliser des banques en ligne, des services de virement et des fournisseurs tiers.

Fournisseurs bancaires

Quel(s) fournisseur(s) bancaire(s) ou fournisseur(s) tiers(s) utilisez-vous?

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Traditional bank	88%	84%	93%	94%	87%	90%	81%
Online bank (e.g. N26, Monzo)	39%	52%	23%	37%	56%	36%	31%
Wire transfer service (e.g. Wise, Transcash, Western Union)	16%	22%	8%	25%	19%	19%	7%
Third-party providers (e.g. PayPal, Apple Pay)	55%	66%	34%	58%	72%	55%	49%
Other (specify)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
1 mention "Crypto"							

L'utilisation des banques traditionnelles chez les consommateurs est plus élevée au Royaume-Uni (94%) et en France (93%) et plus faible aux Pays-Bas (81%).

L'utilisation des banques en ligne et des fournisseurs tiers sont les méthodes les plus populaire en Espagne et en Allemagne.

Les résultats d'utilisation de fournisseurs de services bancaires non traditionnels sont les plus faibles en France et aux Pays-Bas.

IV. Services préférés

Si vous aviez le choix, quelle méthode préféreriez-vous utiliser pour accéder aux l'informations et aux services offerts par votre fournisseur bancaire?

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
... use their app	69%	69%	69%	82%	71%	57%
... use their website	64%	70%	59%	59%	64%	68%
... call them on the phone	37%	40%	34%	35%	37%	39%
... video call them	9%	10%	8%	11%	10%	5%
... go into a branch	46%	47%	44%	37%	44%	53%
... use an online chat tool to message with a real person	33%	30%	35%	40%	34%	25%
... use an online chat tool to message with a chatbot (e.g. Facebook Messenger Chatbot)	11%	11%	10%	16%	13%	4%
... use a voice chatbot (e.g. Google Home, Alexa)	5%	6%	5%	7%	6%	3%
... use an ATM	31%	32%	31%	27%	30%	37%

Le canal d'accès préféré est l'application et le site web du fournisseur pour 60+% de l'échantillon. Le moins apprécié est le tchatbot vocal, les appels vidéo ainsi que les outils de chat en ligne.

Les clients les plus âgés sont les plus susceptibles de se rendre personnellement à la banque contrasté par les tchatbots en ligne qu'ils n'adoptent pas du tout.

Services préférés

Si vous avez le choix, comment préféreriez-vous accéder à l'information et aux services offerts par votre fournisseur bancaire?

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
... use their app	69%	63%	61%	60%	84%	65%	81%
... use their website	64%	71%	54%	72%	66%	62%	63%
... call them on the phone	37%	42%	36%	35%	34%	43%	34%
... video call them	9%	13%	8%	7%	9%	7%	9%
... go into a branch	46%	48%	44%	46%	52%	52%	33%
... use an online chat tool to message with a real person	33%	34%	22%	38%	44%	28%	30%
... use an online chat tool to message with a chatbot (e.g. Facebook Messenger Chatbot)	11%	14%	9%	13%	12%	6%	10%
... use a voice chatbot (e.g. Google Home, Alexa)	5%	5%	5%	6%	9%	4%	5%
... use an ATM	31%	31%	24%	33%	39%	31%	31%

L'application du fournisseur est le plus populaire en France, en Espagne, en Suisse et aux Pays-Bas.

Tandis que c'est le site web du fournisseur qui est préféré en Allemagne et au Royaume-Uni. Se rendre en personne en agence est le choix préféré d'environ 50 % des personnes interrogées dans tous les pays, sauf aux Pays-Bas (33 %).

Quant à eux, les tchatbots en ligne et vocaux n'intéressent pas les consommateurs.

V. Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des succursales bancaires êtes-vous d'accord ?

	Agree	Disagree	DNA/DK
I like to speak with a human rather than an answering machine when calling/video calling my bank.	1018	104	78
	85%	9%	7%
I like to take care of most of my banking needs without having to visit a physical branch.	949	190	61
	79%	16%	5%
I would like to be able to utilize banking services (e.g. applying for a loan, analyzing my spending habits, investing) online.	900	179	121
	75%	15%	10%
I would like human advisory for banking services.	897	158	145
	75%	13%	12%
I would like banking services to be automated and AI based	419	525	256
	35%	44%	21%

Une majorité substantielle (75 % et plus) sont d'accord avec routes les information, à l'exception des services automatisés basés sur l'IA, qui sont approuvés par environ un tiers (35 %) des répondants.

Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des agences bancaires êtes-vous d'accord ?

1. J'aime parler avec un humain plutôt qu'avec un répondeur lorsque j'appelle ma banque par vidéo.

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	85%	85%	85%	80%	84%	90%
Disagree	9%	9%	8%	14%	9%	5%
Not applicable/Don't know	7%	6%	7%	6%	7%	5%

85 % préfère le contact humain, avec un pourcentage encore plus élevé de 90 % pour les personnes âgées de 55 ans et plus.

L'approbation du contact humain est plus faible, à 80 %, pour le segment des consommateurs plus jeunes.

Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des agences bancaires êtes-vous d'accord ?

2. J'aime m'occuper de la plupart de mes besoins bancaires sans avoir à me rendre dans une succursale physique

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	79%	77%	81%	84%	78%	78%
Disagree	16%	19%	13%	11%	17%	17%
Not applicable/Don't know	5%	4%	6%	5%	5%	5%

Tout en ayant observé que 85% préfère le contact humain, un grand pourcentage (79%) aimerait également être indépendant et autonome (probablement plus compétent et à l'aise avec les méthodes bancaires en ligne). Cette préférence est plus élevée chez les femmes et les jeunes consommateurs.

Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des agences bancaires êtes-vous d'accord ?

3. J'aimerais pouvoir utiliser les services bancaires (p. ex. demander un prêt, analyser mes habitudes de dépenses, investir) en ligne

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	75%	75%	75%	83%	77%	67%
Disagree	15%	16%	14%	12%	14%	19%
Not applicable/Don't know	10%	9%	11%	5%	10%	14%

Les trois quarts (75%) de l'échantillon, hommes et femmes confondus, souhaitent utiliser les services bancaires en ligne. La propension à l'activité bancaire en ligne est la plus élevée dans la tranche d'âge la plus jeune (18 à 29 ans).

Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des agences bancaires êtes-vous d'accord ?

4. J'aimerais obtenir des conseils humains pour les services bancaires.

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	75%	77%	72%	76%	73%	77%
Disagree	13%	13%	13%	14%	14%	11%
Not applicable/Don't know	12%	9%	15%	10%	13%	12%

75% de l'échantillon souhaite conserver le conseil humain pour les services bancaires. C'est moins prononcé pour les femmes (72% contre 77% pour les hommes) et les personnes âgées de 30 à 54 ans 73% contre 76% et 77%.

Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des agences bancaires êtes-vous d'accord ?

5. Je souhaite que les services bancaires soient automatisés et basés sur l'IA

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	35%	37%	33%	41%	38%	25%
Disagree	44%	44%	43%	41%	39%	53%
Not applicable/Don't know	21%	18%	24%	18%	22%	22%

L'acceptation par les consommateurs des services automatisés basés sur l'IA est la plus faible, avec 44% de l'échantillon total qui rejette cette perspective.

C'est surtout la catégorie des personnes âgées (55-66 ans) qui n'est pas d'accord, avec un pourcentage de 53 %. L'incertitude est également disproportionnellement élevée avec 21% de l'échantillon total qui ne sait pas, surtout les femmes avec 24%.

Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des agences bancaires êtes-vous d'accord ?

1. J'aime parler avec un humain plutôt qu'avec un répondeur lorsque j'appelle / appelle ma banque par vidéo

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	85%	82%	89%	83%	95%	82%	80%
Disagree	9%	11%	4%	10%	5%	12%	11%
Not applicable/Don't know	7%	8%	8%	8%	1%	7%	9%

Cette recherche de contact humain est particulièrement élevée en Espagne (95 %) et en France (89 %). Elle est la plus faible aux Pays-Bas (80 %).

Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des agences bancaires êtes-vous d'accord ?

2. J'aime m'occuper de la plupart de mes besoins bancaires sans avoir à me rendre dans une agence physique

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	79%	81%	86%	78%	86%	74%	71%
Disagree	16%	14%	9%	20%	12%	20%	22%
Not applicable/Don't know	5%	6%	6%	3%	3%	7%	7%

La France et l'Espagne sont les pays qui apprécient le plus l'autosuffisance bancaire (86 % d'accord pour les deux).

Tandis que les Pays-Bas sont les derniers avec 71 % qui souhaitent s'occuper eux-mêmes de leurs besoins bancaires.

Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des agences bancaires êtes-vous d'accord ?

3. J'aimerais pouvoir utiliser les services bancaires (p. ex. demander un prêt, analyser mes habitudes de dépenses, investir) en ligne.

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	75%	76%	68%	75%	84%	73%	76%
Disagree	15%	14%	23%	13%	14%	13%	14%
Not applicable/Don't know	10%	11%	10%	13%	3%	15%	10%

La préférence pour l'utilisation des services bancaires en ligne est la plus élevée en Espagne (84%) et le plus faible en France (68%). L'Allemagne, le Royaume-Uni, la Suisse et les Pays-Bas se situent tous autour de 75 %.

Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des agences bancaires êtes-vous d'accord ?

4. J'aimerais obtenir des conseils humains pour les services bancaires.

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	75%	66%	79%	71%	84%	75%	74%
Disagree	13%	21%	9%	13%	8%	15%	14%
Not applicable/Don't know	12%	13%	12%	16%	9%	11%	12%

Les consommateurs espagnols semblent exiger davantage de services et d'assistance de la part de leurs banques. Ils sont pour plus de contacts humains, plus d'autorité en ligne et plus de conseils humains.

Une proportion nettement plus élevée que dans les autres pays : 84% en Espagne contre 66% - 79% dans les autres régions.

Les consommateurs allemands, eux, sont les moins exigeants en matière de conseil humain pour les services bancaires.

Approbation des déclarations sur la numérisation

Avec quelles déclarations concernant la numérisation des agences bancaires êtes-vous d'accord ?

5. Je souhaite que les services bancaires soient automatisés et basés sur l'IA

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	35%	39%	30%	30%	42%	36%	34%
Disagree	44%	38%	46%	56%	44%	35%	45%
Not applicable/Don't know	21%	23%	24%	14%	15%	30%	22%

Les services automatisés basés sur l'IA sont rejetés par 44 % de l'échantillon total. Le pourcentage le plus élevé étant enregistré au Royaume-Uni (56 %) et le plus faible en Allemagne (38 %).

Les consommateurs d'Allemagne, d'Espagne et de Suisse sont divisés sur cette question, avec des proportions égales d'approbation et de désaccord.

Les consommateurs allemands, espagnols et suisses sont divisés sur la question, avec des proportions égales d'avis favorables et d'avis défavorables. Tandis que l'incertitude prévaut avec un pourcentage élevé de personnes ne sachant pas.

VI. Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

	Agree	Disagree	DNA/DK
I like that I have the option of alternative banking providers like online banks (e.g. N26, BforBank, Monzo).	696	235	269
	58%	20%	22%
I like that I have the option of third-party providers like PayPal or Apple Pay.	1001	112	87
	83%	9%	7%
I do not mind that third-party providers know about my account details and share data with my bank and vice versa.	490	545	165
	41%	45%	14%
I am afraid of my personal account data being stolen by criminals when using third-party providers.	750	307	143
	63%	26%	12%
I am reluctant to use third party providers because I don't know how they work.	550	478	172
	46%	40%	14%

L'accès aux services fournis par des fournisseurs tiers obtient la plus grande approbation avec 83% de l'échantillon total, bien que 63% aient des préoccupations en matière de sécurité.

Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

1. J'aime avoir l'option de fournisseurs bancaires alternatifs comme les banques en ligne (par exemple N26, BforBank, Monzo)

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	58%	63%	53%	67%	61%	48%
Disagree	20%	20%	19%	13%	18%	27%
Not applicable/Don't know	22%	17%	27%	20%	22%	25%

Les prestataires de services bancaires alternatifs sont nettement plus acceptés par les consommateurs masculins (63 % contre 53 % pour les femmes) et plus particulièrement par les jeunes (67 % dans la tranche d'âge 18-29 ans).

Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

2. J'aime avoir l'option de fournisseurs tiers comme PayPal ou Apple Pay

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	83%	84%	83%	88%	85%	78%
Disagree	9%	10%	9%	8%	10%	10%
Not applicable/Don't know	7%	6%	8%	4%	6%	12%

Une option sur les fournisseurs tiers est perçue positivement par 8 consommateurs sur 10, indépendamment du sexe et de l'âge.

Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

3. Cela ne me dérange pas que des fournisseurs tiers connaissent les détails de mon compte et partagent des données avec ma banque et vice versa

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	41%	43%	38%	49%	42%	33%
Disagree	45%	46%	45%	37%	44%	52%
Not applicable/Don't know	14%	11%	17%	14%	14%	14%

Dans l'ensemble, 40 % n'ont aucune objection à ce que leurs données soient partagées avec des fournisseurs tiers.

Chez les moins de 30 ans, l'acceptation est plus élevée (près de 50 %). Le rejet du partage de leurs données est le plus élevé pour la catégorie des femmes âgées.

Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

4. J'ai peur que les données de mon compte personnel soient volées par des criminels lorsque j'utilise des fournisseurs tiers.

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	63%	61%	64%	66%	61%	63%
Disagree	26%	28%	23%	25%	26%	25%
Not applicable/Don't know	12%	11%	13%	9%	13%	13%

La majorité (63 %) s'inquiète de la sécurité lorsqu'elle fait appel à des fournisseurs tiers, même dans le segment des consommateurs les plus jeunes.

Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

5. Je suis réticent à utiliser des fournisseurs tiers parce que je ne sais pas comment ils fonctionnent

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	46%	45%	47%	40%	45%	51%
Disagree	40%	43%	37%	45%	42%	34%
Not applicable/Don't know	14%	12%	17%	15%	14%	15%

Près d'un consommateur sur deux (46 %) admet ne pas savoir comment fonctionnent les fournisseurs tiers et est donc réticent.

Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

1. J'aime avoir l'option de fournisseurs bancaires alternatifs comme les banques en ligne (par exemple N26, BforBank, Monzo)

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	58%	69%	45%	50%	63%	55%	67%
Disagree	20%	13%	33%	23%	16%	20%	14%
Not applicable/Don't know	22%	18%	23%	28%	22%	25%	20%

L'Allemagne (69%), les Pays-Bas (67%) et l'Espagne (63%) sont particulièrement réceptifs aux prestataires de services bancaires alternatifs. La France (45%) et le Royaume-Uni (50%) sont nettement moins réceptifs.

Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

2. J'aime avoir l'option de fournisseurs tiers comme PayPal ou Apple Pay

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	83%	89%	77%	82%	95%	83%	76%
Disagree	9%	5%	14%	9%	5%	11%	14%
Not applicable/Don't know	7%	7%	10%	10%	1%	6%	11%

Garder l'option ouverte est important pour 83% des consommateurs, surtout en Espagne (95%) et en Allemagne (89%).

Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

3. Cela ne me dérange pas que des fournisseurs tiers connaissent les détails de mon compte et partagent des données avec ma banque et vice versa.

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	41%	54%	37%	34%	35%	43%	44%
Disagree	45%	29%	54%	51%	56%	41%	42%
Not applicable/Don't know	14%	18%	10%	15%	10%	16%	15%

45% sont préoccupés par le fait que leurs données soient partagées avec des fournisseurs tiers, en particulier les clients des banques en Espagne (56%) et en France (54%). Les clients en Allemagne sont les moins inquiets (29% en désaccord).

Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

4. J'ai peur que les données de mon compte personnel soient volées par des criminels lorsque j'utilise des fournisseurs tiers

	Total						Countries	
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands	
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200	
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
Agree	63%	49%	72%	67%	81%	56%	52%	
Disagree	26%	34%	21%	25%	15%	29%	31%	
Not applicable/Don't know	12%	18%	8%	9%	5%	16%	17%	

La crainte du vol de données est plus prononcée en Espagne (81%) et en France (72%).

Approbation des déclarations sur les fournisseurs tiers

Avec quelles déclarations concernant les fournisseurs tiers êtes-vous d'accord ?

5. Je suis réticent à utiliser des fournisseurs tiers parce que je ne sais pas comment ils fonctionnent

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	46%	45%	56%	41%	34%	51%	50%
Disagree	40%	42%	32%	47%	49%	31%	39%
Not applicable/Don't know	14%	14%	13%	13%	18%	19%	11%

C'est en France que la réticence à recourir à des fournisseurs tiers parce qu'on ne sait pas comment ils fonctionnent est la plus forte. La différence avec les cinq autres marchés est significative.

Étonnamment, c'est en Espagne que nous observons la plus faible réticence, peut-être parce que les Espagnols savent vraiment comment fonctionnent les fournisseurs tiers (ou qu'ils ne veulent pas admettre qu'ils ne le savent pas).

VII. Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord ?

	Agree	Disagree	DNA/DK
I think that the personal data that my bank has about me is safe from hackers.	756	232	212
	63%	19%	18%
I think that my money is safe at my bank.	911	172	117
	76%	14%	10%
I think biometric logins (e.g. fingerprint, voice, or face recognition) for my bank account are secure.	790	189	221
	66%	16%	18%
I think that the security measures taken by banks are sufficient.	774	234	192
	65%	20%	16%
If I knew more about the safety of online banking, I would start to use it/use it more often.	608	319	273
	51%	27%	23%

Toutes les déclarations sur la sécurité des banques traditionnelles sont approuvées par au moins 60% de l'échantillon de consommateurs, sauf en ce qui concerne la banque en ligne, où l'acceptation tombe à 51%.

Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord?

1. Je pense que les données personnelles que ma banque possède à mon sujet sont à l'abri des pirates.

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	63%	65%	61%	64%	64%	60%
Disagree	19%	20%	19%	22%	19%	18%
Not applicable/Don't know	18%	15%	20%	14%	17%	22%

63 % d'entre eux confirment qu'ils sont à l'abri des pirates informatiques, tandis que les femmes âgées de 55 ans et plus sont légèrement moins convaincues (61 % et 60 %).

Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord?

2. Je pense que mon argent est en sécurité dans ma banque

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	76%	78%	74%	74%	77%	75%
Disagree	14%	15%	14%	17%	14%	13%
Not applicable/Don't know	10%	7%	12%	10%	9%	12%

Une grande majorité (76%) considère que leur argent est en sécurité à la banque. Les hommes et les personnes âgées de 35 à 54 ans sont plus certains de la sécurité de leur argent.

Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord?

3. Je pense que les connexions biométriques (par exemple, empreinte digitale, voix ou reconnaissance faciale) pour mon compte bancaire sont sécurisées

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	66%	66%	66%	69%	66%	63%
Disagree	16%	16%	15%	20%	16%	13%
Not applicable/Don't know	18%	18%	19%	12%	18%	24%

Les procédures de sécurité des connexions biométriques offrent une sécurité suffisante pour deux tiers (66%) de l'échantillon, aucune différence n'étant observée en fonction du sexe.

Les jeunes consommateurs sont les plus convaincus de la sécurité offerte par les logins biométriques (69%), tandis que les clients plus âgés sont les moins convaincus (63%).

Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord?

4. Je pense que les mesures de sécurité prises par les banques sont suffisantes.

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	65%	68%	61%	65%	66%	62%
Disagree	20%	19%	21%	23%	18%	21%
Not applicable/Don't know	16%	13%	19%	12%	17%	18%

65% sont convaincus que les mesures de sécurité des banques sont suffisantes. L'écart d'opinion entre les tranches d'âge est minime, mais la différence entre les hommes et les femmes est significative (68 % contre 61 %).

Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord?

5. Si j'en savais plus sur la sécurité des services bancaires en ligne, je commencerais à l'utiliser / l'utiliser plus souvent

	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Base abs.	1200	596	604	230	599	371
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	51%	52%	50%	61%	52%	42%
Disagree	27%	29%	25%	21%	25%	33%
Not applicable/Don't know	23%	20%	26%	18%	23%	25%

Un quart environ (23%) de l'échantillon est incertain quant à la sécurité des services bancaires en ligne, ce chiffre étant légèrement plus élevé pour les femmes (26%) et les clients plus âgés (25%).

Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord?

1. Je pense que les données personnelles que ma banque possède à mon sujet sont à l'abri des pirates informatiques

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	63%	66%	60%	58%	70%	61%	64%
Disagree	19%	14%	20%	22%	18%	18%	25%
Not applicable/Don't know	18%	20%	21%	21%	13%	21%	12%

Les consommateurs espagnols sont les plus confiants concernant la sécurité de leurs données face aux pirates (70 %), suivis de près par les consommateurs allemands (66 %).

Les Britanniques sont les plus sceptiques quant à la protection contre les pirates (58 %).

Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord?

2. Je pense que mon argent est en sécurité dans ma banque.

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	76%	78%	72%	78%	76%	78%	74%
Disagree	14%	12%	16%	14%	16%	11%	19%
Not applicable/Don't know	10%	11%	13%	9%	9%	12%	7%

Une faible proportion (14%) s'inquiète pour la sécurité de leur argent à la banque, la Suisse et l'Allemagne étant les moins concernées et les Pays-Bas les plus préoccupées.

Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord?

3. Je pense que les connexions biométriques (par exemple, empreinte digitale, voix ou reconnaissance faciale) pour mon compte bancaire sont sécurisées

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	66%	67%	62%	63%	79%	65%	61%
Disagree	16%	16%	16%	15%	11%	14%	23%
Not applicable/Don't know	18%	18%	23%	22%	11%	22%	17%

C'est en Espagne que les consommateurs soutiennent le plus fortement l'efficacité protectrice des identifiants biométriques (79 % d'accord). Les Pays-Bas (61 %) et la France (62 %) montrent un peu moins d'enthousiasme.

Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord?

4. Je pense que les mesures de sécurité prises par les banques sont suffisantes

	Countries						
	Total	Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	65%	72%	59%	67%	68%	66%	57%
Disagree	20%	13%	25%	18%	22%	14%	27%
Not applicable/Don't know	16%	16%	17%	16%	11%	21%	17%

C'est en Allemagne (72%) que les mesures de sécurité des banques sont les plus convaincues, les Pays-Bas (57%) et la France (59%) étant les moins convaincues.

Approbation des déclarations sur la sécurité

Avec quelles déclarations concernant la sécurité des services bancaires traditionnels êtes-vous d'accord?

5. Si j'en savais plus sur la sécurité des services bancaires en ligne, je commencerais à l'utiliser / l'utiliser plus souvent

	Total	Countries					
		Germany	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Base abs.	1200	200	200	200	200	200	200
Base %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Agree	51%	44%	53%	48%	64%	41%	55%
Disagree	27%	36%	22%	22%	21%	34%	26%
Not applicable/Don't know	23%	20%	26%	31%	16%	25%	19%

Un consommateur sur deux (49%) ne se conforme pas à l'affirmation selon laquelle il utiliserait plus fréquemment les services bancaires en ligne s'il était mieux informé sur la sécurité des outils bancaires en ligne - cette tendance est plus prononcée en Allemagne (66%) et en Suisse (59%).

VIII. Importance des services bancaires

Quels sont les services bancaires les plus importants pour vous? Sélectionnez votre top 5. Faites glisser le service respectif vers le rang souhaité.

Présenté en séquence aléatoire.

Total scores weighted	Total	Gender		Age		
		male	female	18 - 29y	30 - 54y	55 - 67y
Online banking	3010	2971	3048	2830	2942	3232
ATM/ Cash machine/ Cash dispenser	1982	1978	1985	1865	1932	2135
Wire transfer/ Bank transfer	1688	1633	1742	1587	1746	1655
In-person face-to face service	1528	1616	1442	1104	1407	1987
Payments via Debit advice/ Direct debit	1460	1451	1469	1052	1506	1639
Payment via third-party providers like PayPal or Apple Pay	1303	1253	1351	1404	1431	1032
Mobile payments (in store)	1145	1109	1180	1643	1129	863
Online live consultation	957	968	945	1204	902	892
Telephone banking	701	706	695	726	688	706
Advice on spending and saving money	556	594	518	648	586	450
24/7 service via a chat bot	423	409	437	583	426	321
Banking advice by Robo-Advisors	248	310	187	352	307	89

Les scores pondérés sont utilisés pour établir la performance globale de l'échantillon total, le premier rang le plus important se voyant attribuer 5 points... le cinquième rang, 1 point.

La somme totale des 5 valeurs est ensuite pondérée par la base de l'échantillon pour le segment de consommateurs, car tous les segments ne sont pas représentés de manière égale.

Importance des services bancaires

- Dans l'ensemble, toutes catégories démographiques et toutes régions confondues, la banque en ligne est le format préféré pour les consommateurs. L'importance des services bancaires en ligne est incontestée, avec une avance de 52 % sur le deuxième favori qui est le guichet automatique. Les services bancaires en ligne sont particulièrement importants pour les femmes et les personnes âgées de plus de 55 ans.
- En deuxième position, on trouve les guichets automatiques, suivis des virements électroniques et des services en personne. Les services en personne sont plus importants pour les hommes et le groupe des consommateurs les plus âgés.
- En cinquième position, on trouve le conseil en matière de débit (débit direct) et en sixième position les fournisseurs tiers, devant les paiements mobiles en magasin (7e).
- Les moins importants sont les robo-advisors et les tchat bots, qui ne sont pas particulièrement appréciés par le groupe des 55 ans et plus. Les consommateurs ne semblent pas apprécier les conseils sur les dépenses et les économies d'argent. Il en va de même pour la consultation par téléphone et en ligne en direct, ce ne sont pas des concepts gagnants pour le consommateur.

Importance des services bancaires

Quels sont les services bancaires les plus importants pour vous? Sélectionnez votre top 5. Faites glisser le service respectif vers le rang souhaité.

Présenté en séquence aléatoire

Total scores weighted	Total	Countries					
		<u>Allemagne</u>	France	UK	Spain	Switzerland	Netherlands
Online banking	3010	3620	2410	2900	2785	3380	2965
ATM/ Cash machine/ Cash dispenser	1982	2225	1705	1870	1785	2355	1950
Wire transfer/ Bank transfer	1688	1990	1535	1080	1465	2170	1885
In-person face-to face service	1528	1120	2060	1805	1515	1445	1225
Payments via Debit advice/ Direct debit	1460	1430	1670	2410	890	775	1585
Payment via third-party providers like PayPal or Apple Pay	1303	1870	1100	1125	1425	1295	1000
Mobile payments (in store)	1145	795	700	850	1370	1360	1795
Online live consultation	957	495	1980	735	1575	515	440
Telephone banking	701	500	720	835	855	585	710
Advice on spending and saving money	556	400	475	580	730	575	575
24/7 service via a chat bot	423	390	400	555	435	340	420
Banking advice by Robo-Advisors	248	165	245	255	170	205	450

Les scores pondérés sont utilisés pour établir la performance globale de l'échantillon total, le premier rang le plus important se voyant attribuer 5 points... le cinquième rang, 1 point.

La somme totale des 5 valeurs est ensuite pondérée par la base de l'échantillon pour le segment de consommateurs, car tous les segments ne sont pas représentés de manière égale.

Importance des services bancaires

L'importance de la banque en ligne comme première priorité pour les consommateurs est confirmée sur les 6 marchés.

Pour quels services observons-nous des différences régionales dans l'évaluation de leur importance par les consommateurs :

En France, les services en face à face sont au deuxième rang des priorités et non au quatrième rang comme dans les autres pays.

Le débit direct est une priorité plus élevée au Royaume-Uni et beaucoup moins importante en Suisse et en Espagne.

Les paiements mobiles en magasin sont beaucoup plus importants aux Pays-Bas qu'en Allemagne, en France et au Royaume-Uni.

L'Espagne et la France sont beaucoup plus réceptives à la consultation en ligne en direct que les consommateurs des autres marchés.

Les Pays-Bas ne sont pas aussi réticents à l'égard des robo-advisors que les consommateurs des autres pays.