



L'observatoire des usages bancaires

Edition post-confinement

L'afterbanking ou les nouveaux usages bancaires

Juin 2020

“opinionway





Introduction

L'observatoire des nouveaux usages bancaires est une étude barométrique qui mesure l'impact du digital sur la relation à l'argent et à la banque dans 5 pays européens.

Ce rapport présente les résultats

- 1. d'une enquête réalisée en France en période de dé-confinement, du 22 Mai au 1^{er} Juin 2020**
- 2. d'une analyse de l'évolution des comportements des clients Orange Bank sur les 4 derniers mois**

Et mesure l'impact de la crise sanitaire sur l'utilisation des moyens de paiement, la relation à la banque et sur les comportements de consommation avant, pendant et après le confinement.



1 - Enquête menée auprès des Français

La méthodologie



Etude réalisée auprès d'un échantillon de 2040 personnes en novembre 2019 et 2125 personnes en mai 2020. Ces échantillons sont représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus.

Ils ont été constitués selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



Les échantillons ont été interrogés par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview)



Les interviews en ligne ont été réalisées :

- Pour la vague d'automne, du 18 octobre au 6 novembre 2019.
- Pour la vague post confinement du 22 mai au 1^{er} juin 2020.



Tout au long du rapport les évolutions significatives à 95% entre deux vagues sont indiquées par des flèches de couleurs   . Les évolutions marquées par des flèches en gris n'expriment que des tendances et doivent être interprétées avec prudence.

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



Le confinement a accentué la numérisation des paiements



N = 2125

Pour chacun des moyens de paiement suivants, merci d'indiquer quelle phrase correspond le mieux à votre situation actuelle.



Une progression de l'utilisation

du paiement sans contact
carte



76% d'utilisateurs ↑ +3
vs 73% à l'automne

...dont **54%** d'utilisateurs ↑ +6
réguliers
vs 48% à l'automne

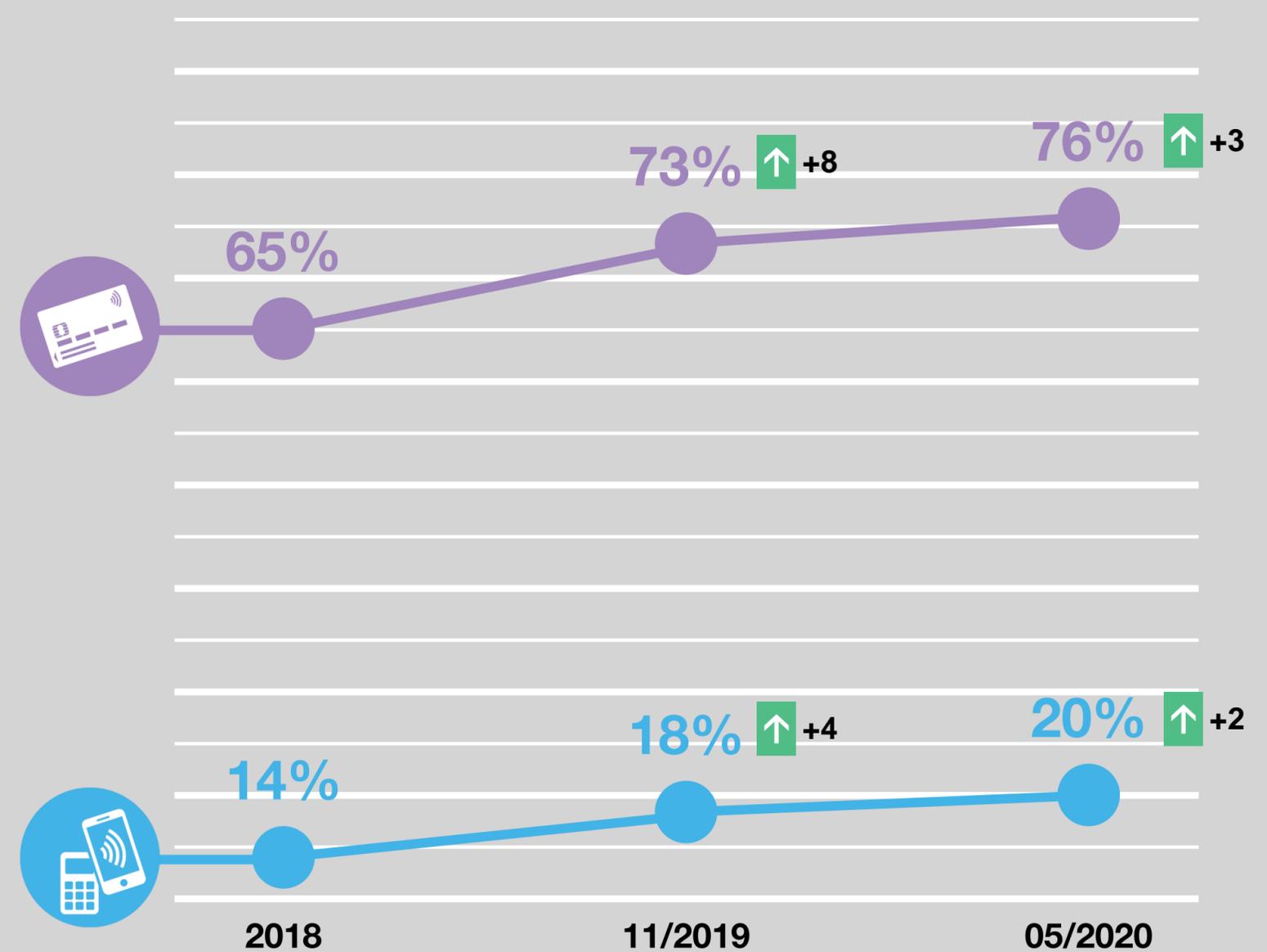
du paiement sans contact depuis son
smartphone



20% d'utilisateurs ↑ +2
vs 18% à l'automne*

...dont **10%** d'utilisateurs ↑ +1
réguliers
vs 9% à l'automne

% Utilisateurs





Un paiement sans contact qui se développe notamment chez les plus âgés



N = 2125

Pour chacun des moyens de paiement suivants, merci d'indiquer quelle phrase correspond le mieux à votre situation actuelle.



Les 65 ans et plus

(489 personnes)

connaissent la progression la plus forte du paiement sans contact carte



82% ↑ +6

d'utilisateurs

vs 76% à l'automne*

58% ↑ +10

d'utilisateurs réguliers

vs 48% à l'automne*



Le paiement smartphone quant à lui se développe plutôt chez les 25-34 ans et les CSP-



N = 2125

Pour chacun des moyens de paiement suivants, merci d'indiquer quelle phrase correspond le mieux à votre situation actuelle.



Les 25-34 ans

(334 personnes)

sont ceux ayant principalement adopté le paiement par smartphone sans contact



31%  +5
d'utilisateurs
vs 26% à l'automne



Les CSP -

(571 personnes)

connaissent également une forte progression de ce mode de paiement...



22%  +5
d'utilisateurs
vs 17% à l'automne

...preuve que ce mode de paiement commence à se démocratiser



Le confinement a accentué la numérisation des paiements



N = 2125

Pour chacun des moyens de paiement suivants, merci d'indiquer quelle phrase correspond le mieux à votre situation actuelle.



Une baisse de l'utilisation régulière

des espèces

des chèques



34% d'utilisateurs réguliers
vs 47% à l'automne

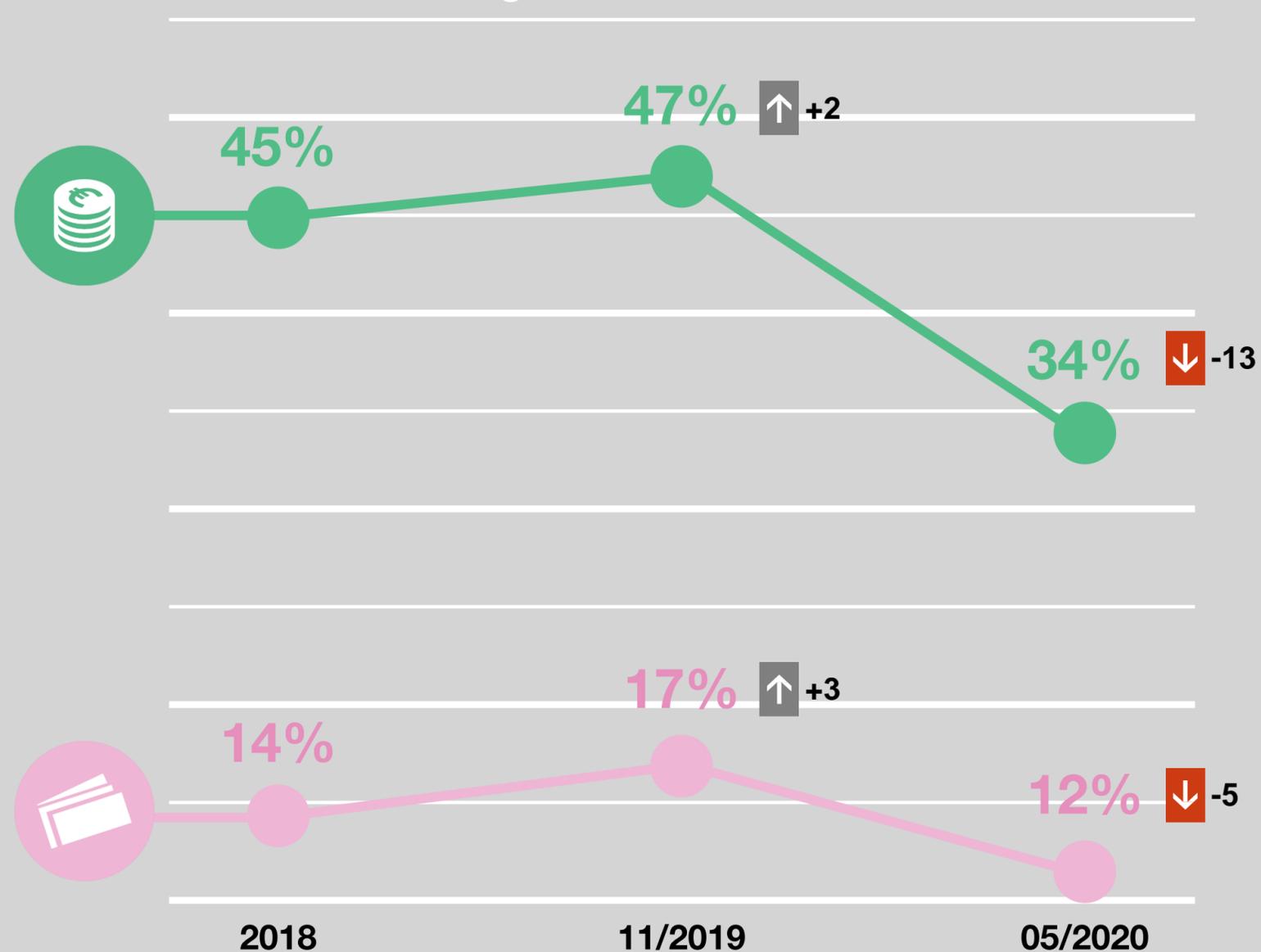
↓ -13



12% d'utilisateurs réguliers
vs 17% à l'automne

↓ -5

% Utilisateurs réguliers



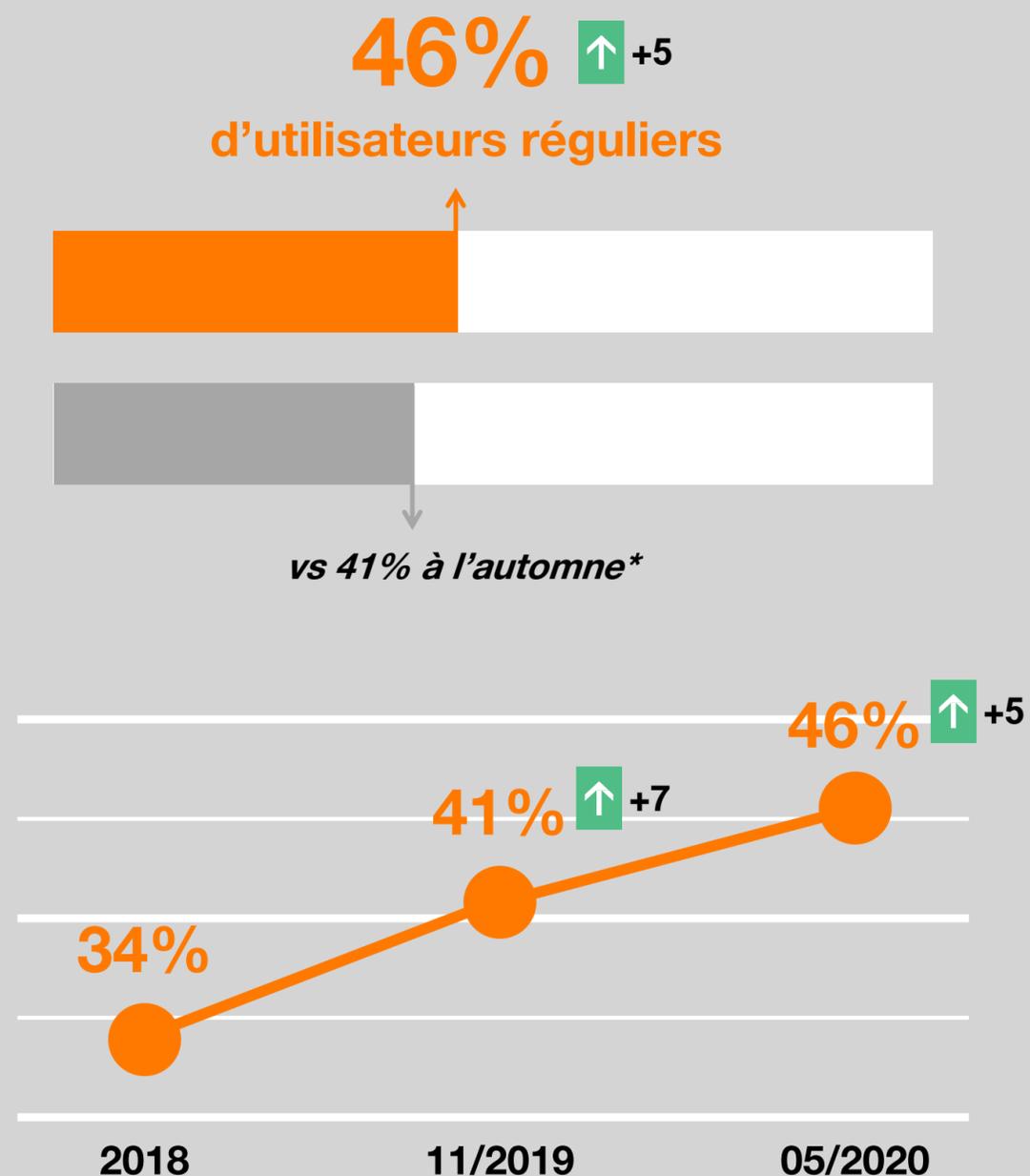


Les utilisateurs intensifient leur usage de l'application bancaire



N = 2125

Avez-vous déjà utilisé une application pour consulter vos comptes bancaires depuis un téléphone mobile ou une tablette ?



Au total

63% des Français ont déjà utilisé une application bancaire

Ce score est stable depuis l'automne



Les déterminants de la confiance dans les acteurs bancaires sont liés à un besoin de réassurance



N = 2125

Parmi les éléments suivants, lesquels influencent le plus la confiance que vous avez dans un acteur bancaire ?

Solidité financière

49% ↑ +5

vs 44% à l'automne*



Réputation

43% ↑ +3

vs 40% à l'automne



Connaissance de la marque

20% ↑ +3

vs 17% à l'automne



Nombre d'agence physiques

27% ↑ +3

vs 24% à l'automne





Les nouvelles banques sont crédibles comme compte principal



N = 611

Seriez-vous prêt à faire d'une banque en ligne ou mobile votre banque principale ?



65% des Français clients d'une banque en ligne ou mobile en compte secondaire se déclarent prêts à en faire leur banque principale

Ce score est stable depuis l'automne

*La part de ceux qui se déclarent « certainement prêts » progresse de **18%** à **20%***



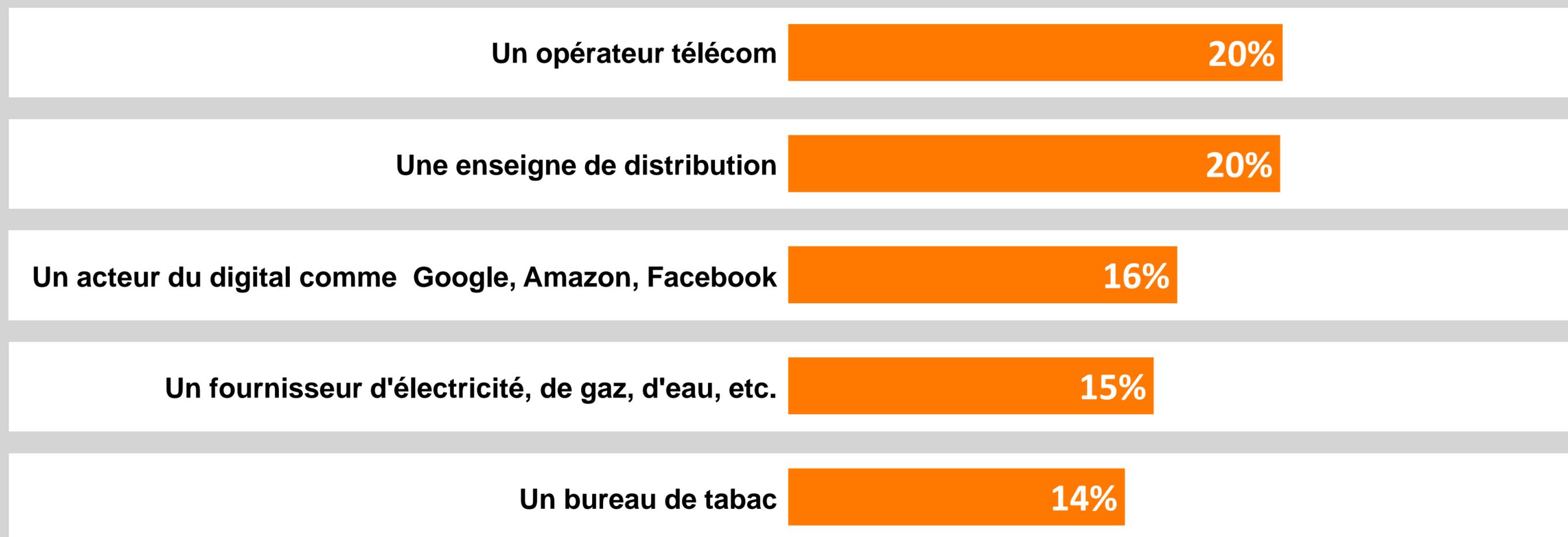
Des acteurs alternatifs aux acteurs bancaires traditionnels



N = 2125

Seriez-vous prêt à ouvrir un compte bancaire auprès de chacun des acteurs suivants ?

 % Oui





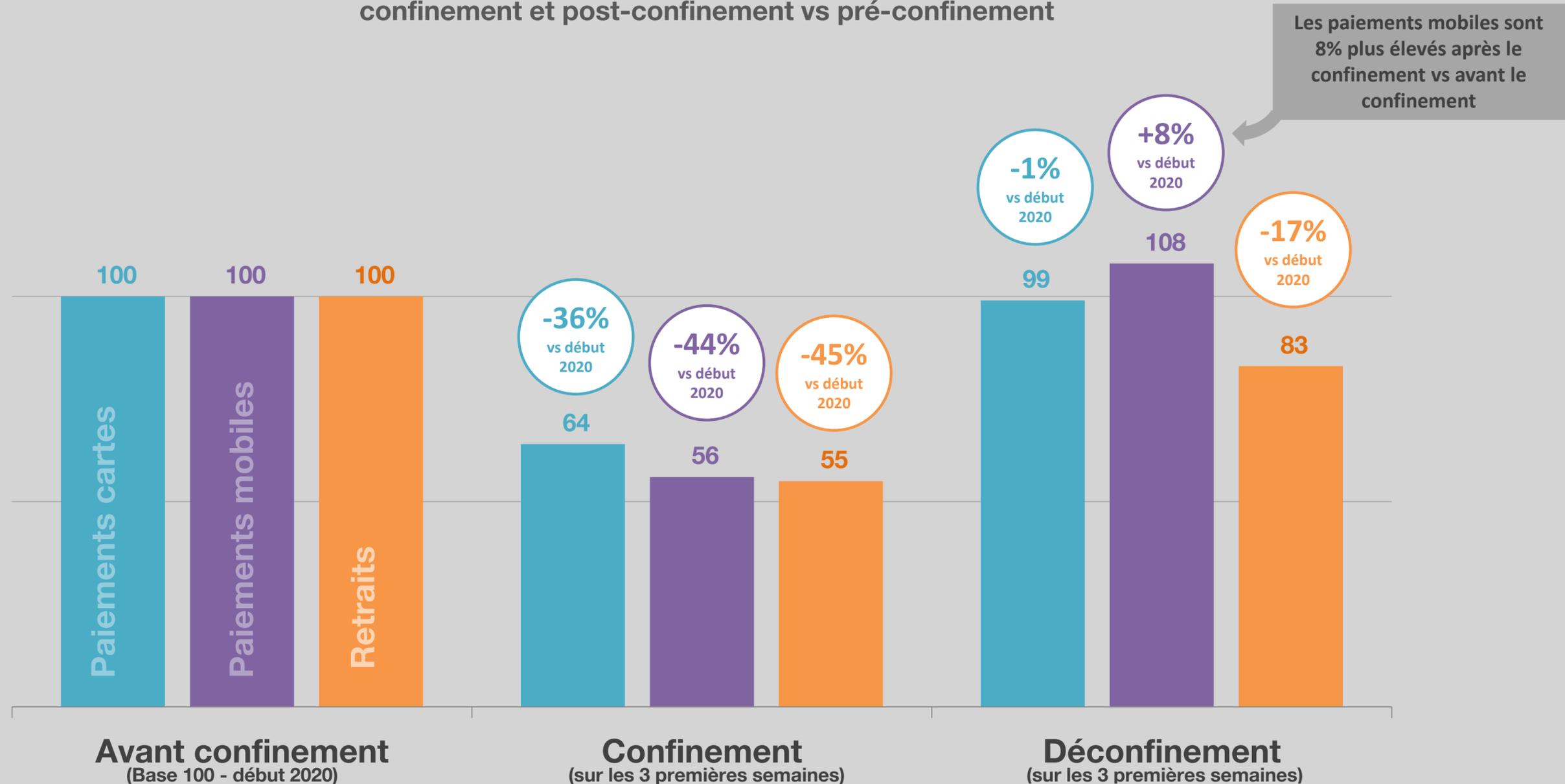
2 - Evolution des comportements des clients Orange Bank

Etude de l'évolution du comportement des clients Orange Bank en analysant (via des techniques de text-mining et de data mining) +7,3 millions d'opérations cartes physiques et paiements mobiles sur 4 mois.



Les paiements mobiles s'installent à un niveau supérieur à la normale post déconfinement (+8% vs début 2020)

Evolution du volume (en euros) des paiements physiques, mobiles et des retraits confinement et post-confinement vs pré-confinement

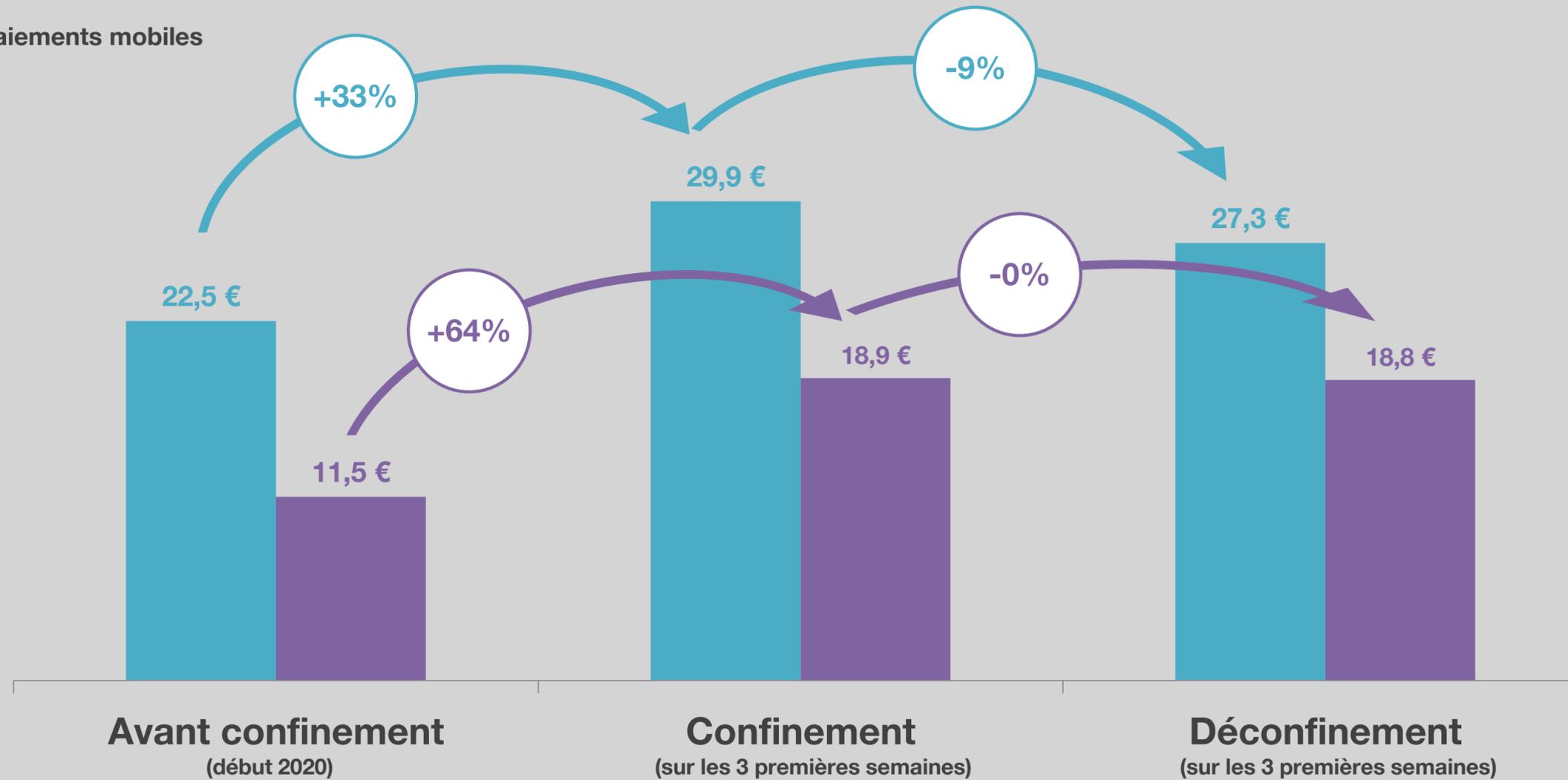




L'augmentation du panier moyen des paiements mobiles se maintient après le déconfinement (+64% vs début 2020)

Evolution du montant moyen des paiements cartes vs paiements mobiles
(Avant, pendant et après le confinement)

- Montant moyen des paiements cartes
- Montant moyen des paiements mobiles

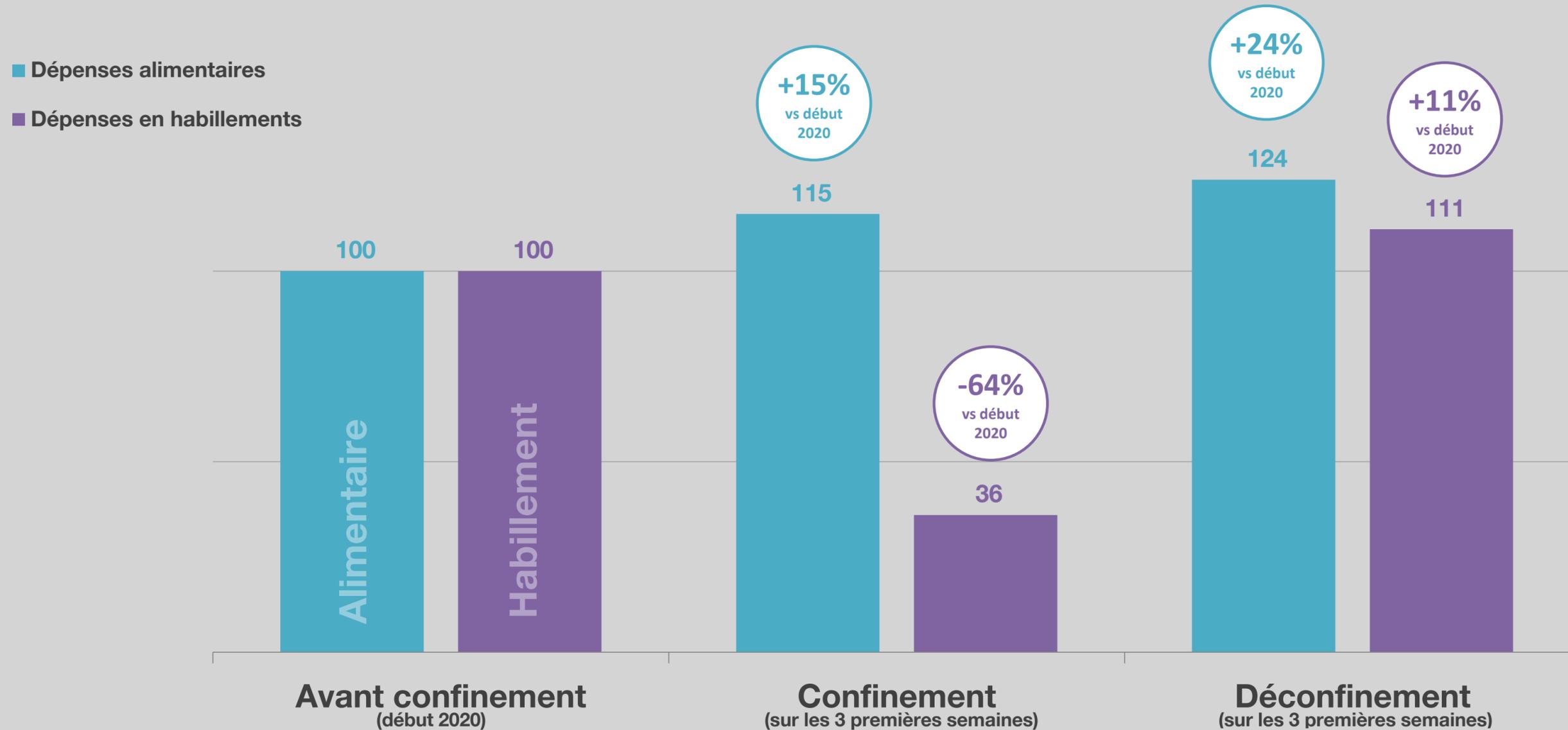


Le montant moyen des paiements mobiles qui a augmenté de 64% lors du confinement reste équivalent après le déconfinement vs diminution de 9% pour les paiements cartes après le déconfinement



Les dépenses alimentaires se maintiennent à un niveau élevé (+24%) et les dépenses en habillement ont dépassé le niveau d'avant crise (+11%)

Evolution du volume (en euros) des dépenses alimentaires et en habillement confinement et post-confinement vs pré-confinement



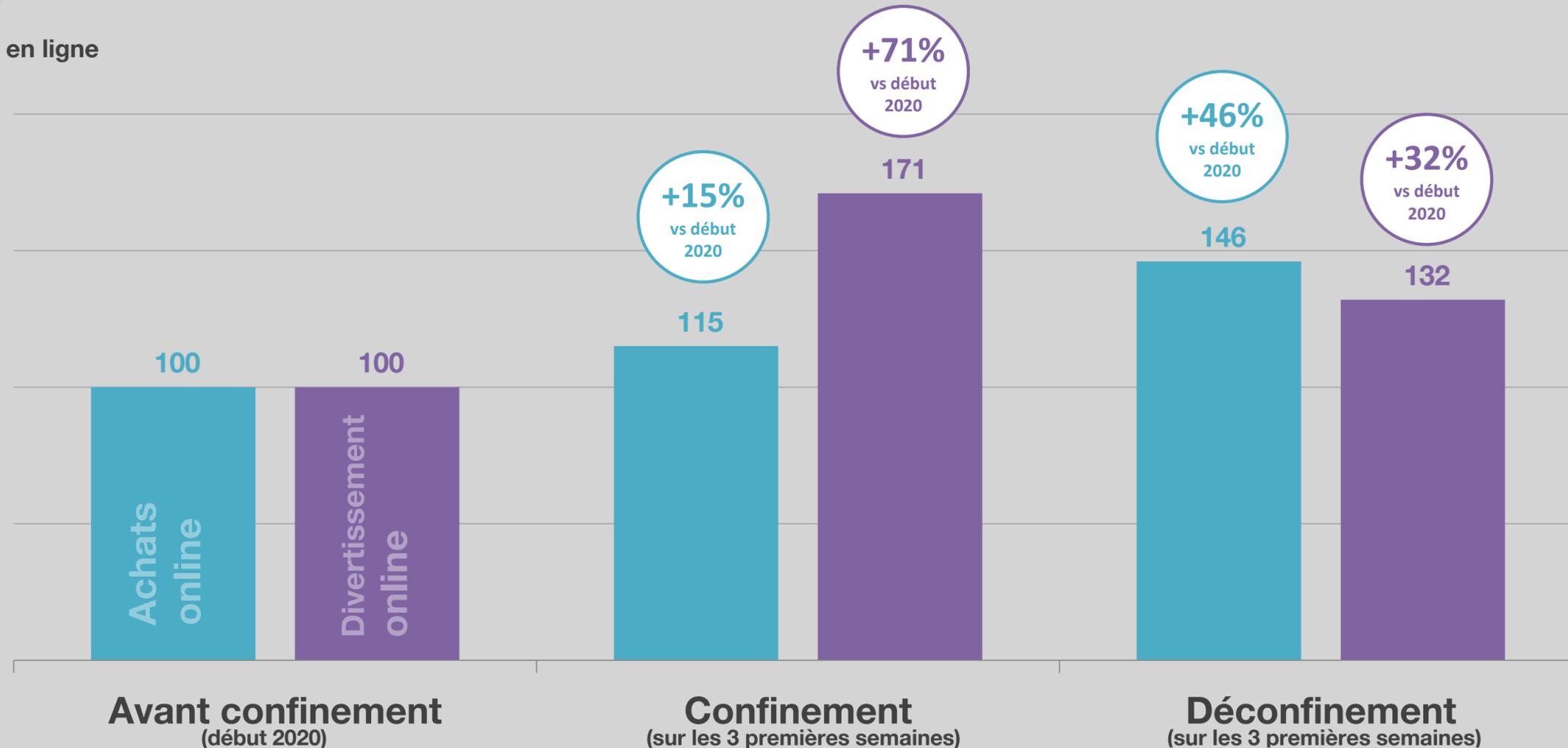


Les achats et les divertissements en ligne se maintiennent à un niveau élevé après le déconfinement (+46% et +32% vs début 2020)

Evolution du volume (en euros) des achats et des divertissements en ligne confinement et post-confinement vs pré-confinement

■ Achats en ligne

■ Divertissement en ligne



* Achats en ligne : Amazon, Veepee, Cdiscount, Fnac, Carrefour.fr ...

* Divertissements en ligne : jeux vidéo, applications, musique, streaming ...



Merci