

Trophées Qualité de la Banque 2022 : des clients satisfaits, mais qui s'éloignent

Pour la septième année consécutive, MoneyVox publie aujourd'hui ses Trophées Qualité de la banque (étude réalisée avec Opinion Way¹), véritable baromètre de la relation entre 21 banques françaises, de réseau et en ligne² et leurs clients sur les différents canaux de contact³. Une fin d'année 2021 particulière puisqu'on y constate un certain apaisement dans la relation banques/clients, marquée également par une accélération de la relation à distance aux dépens des agences. Une relation peut-être partiellement faussée par la sous-évaluation, de la part des clients, des frais qu'ils paient chaque année à leur banque !

Une fin d'année 2021 apaisée

Pas de scandale récent dans le domaine financier, des prix qui augmentent moins que par le passé, un sujet pouvoir d'achat plus lié à l'énergie qu'à la banque... Les banques ont cette année été épargnées par le jugement de leurs clients. Ainsi, 92% d'entre eux ont une bonne image de leur banque, dont 34% (contre 31% l'an dernier) ont une très bonne image ; et 88% estiment que leur banque offre une bonne qualité de service.

« Seul facteur qui peut peser sur l'image d'une banque : ses perspectives d'avenir. ING, actuellement mise en vente par sa maison-mère néerlandaise, perd ainsi 13 points (passant de 98% à 85%) sur la qualité de service, 16 points sur le niveau d'écoute, et 12 points sur le niveau d'attachement. A l'inverse, HSBC, encore en vente lors des Trophées de l'an dernier, progresse de 19 points sur le niveau d'attachement depuis que son rachat a été finalisé ! » analyse Maxime Chipoy, Président de MoneyVox.fr.

L'accélération de la relation à distance se confirme

La tendance à la désertion des agences bancaires s'accélère : les clients ne sont plus que 53% à se rendre souvent ou occasionnellement en agence, contre 59% à peine un an auparavant. A l'inverse, 12% des Français ne vont jamais en agence (contre 8% précédemment), et 20% des clients ne voient plus leur conseiller en face à face, contre 14% l'an dernier. Le service client à distance progresse fortement cette année (27% d'utilisation, contre 18% fin 2020) dans les banques traditionnelles.

¹ Sondage OpinionWay pour MoneyVox réalisé du 27 septembre au 15 octobre 2021 auprès d'un échantillon de 5010 Français bancarisés recrutés au sein d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 et plus. L'échantillon a été interrogé en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

² Banques de réseau : Banque Populaire, BNP Paribas, Caisse d'Epargne, CIC, Crédit Agricole, Crédit du Nord, Crédit Mutuel, Crédit Coopératif, HSBC, La Banque Postale, LCL, Société Générale ; Banques en ligne : Axa Banque, BforBank, Boursorama, Fortuneo, Hello Bank, ING, Monabanq, Nickel, Orange Bank.

³ Agence bancaire, service client à distance, conseiller au quotidien et projets, site internet et application mobile.

« L'application mobile, utilisée régulièrement par 56% des clients, remplace désormais le site internet comme premier canal de gestion quotidienne du compte (53%). Près d'un tiers (29%) des clients utilisent d'ailleurs la biométrie (empreinte digitale, face ID) pour se connecter à cette application bancaire. » précise Maxime Chipoy.

Banques traditionnelles : indéboulonnables CIC et CM, confirmation de LCL

Grandes gagnantes de la satisfaction client parmi les banques traditionnelles, CIC (dans le trio de tête sur tous les canaux de contact) et Crédit Mutuel (5 récompenses sur les 6 possibles) restent les « chouchous » de leurs clients, avec des niveaux de satisfaction très homogènes.

- Résultat des Trophées Qualité / Banques de réseaux -

Satisfaction agence physique	 85%	 83,5%	 83,5%
Satisfaction service client à distance	 91,1%	 88,6%	  77,8%
Satisfaction conseiller banque au quotidien	 83,7%	 82,9%	 82,8%
Satisfaction conseiller projet	 85,3%	 HSBC 78,2 %	 77,2%
Satisfaction site internet	 87,6%	 87,2%	 86%
Satisfaction application mobile	 89%	 88%	 83,5%

« LCL, qui remporte 3 Trophées, confirme sa performance de l'an dernier. Elle continue de progresser avec 8 points de plus sur le service client à distance, près de 6 points de plus sur l'agence bancaire (ce qui la place en tête de la satisfaction sur ces 2 canaux), et près de 2 points de plus sur le conseil au quotidien. Société Générale revient également dans les banques les plus aimées de leurs clients, sur le site internet et l'application mobile » ajoute Maxime Chipoy.

Banques en ligne : les moins chères ne sont pas les plus appréciées

Côté banques en ligne, deux acteurs atypiques dominent cette année le classement de la satisfaction clients : Monabanq, en très forte progression cette année, et Axa Banque. Deux banques qui ne cherchent pas à être les moins chères !

- Résultat des Trophées Qualité / Banque en ligne -

Satisfaction conseiller banque au quotidien	 88,4%	 87,7%	 86,9%
Satisfaction conseiller projet	 82%	 81,3%	
Satisfaction site internet	 90,5%	 89,9%	
Satisfaction application	 92,2%	 88,9%	

Parmi les leaders du secteur, seule Fortuneo arrive à se hisser dans le classement, sur la satisfaction conseiller banque au quotidien, ainsi qu'Orange Bank, avec un taux de satisfaction très élevé sur l'application mobile.

83% des clients satisfaits du rapport qualité-prix que leur offre leur banque

Cette année, les clients semblent étrangement moins attentifs au prix des services : 83% des clients (contre 80% l'an dernier) estiment que leur banque offre un bon rapport qualité/prix. De même, 35% des clients accepteraient de payer plus cher pour leur banque, contre 31% en 2020. Un chiffre qui atteint même 43% des clients de Nickel, compte à l'origine prévu pour les personnes en difficultés !

« Il ne faut pas pour autant penser que les clients ont enfin compris la valeur du travail de leur banque ! avertit Maxime Chipoy. Quand on leur pose la question, 75% des clients pensent payer moins de 120€ par an, dont 19% disent ne payer aucuns frais bancaires ! Un chiffre bien éloigné de la réalité, en moyenne 150 à 200€ de frais annuels. Les frais bancaires sont ainsi totalement sous-estimés, aux dépens de la concurrence et du budget des Français. L'information tarifaire est encore très perfectible ».

À propos de MoneyVox :

Créé en 2003, MoneyVox (anciennement cBanque) est un site d'actualités, d'explications et de comparatifs sur la finance personnelle et le budget. MoneyVox traite de multiples sujets comme la banque au quotidien, les moyens de paiement, les produits d'épargne, les crédits, les impôts, la retraite, les assurances ou l'énergie. L'équipe se compose aujourd'hui d'une dizaine de journalistes et de professionnels du web. Le site héberge également un forum très actif sur les questions financières.

Contacts presse

Agence 3i Com

Edith Lasry-Segura / Wided Nasraoui

06 50 55 46 57 / 06 46 49 09 25

edith@agence3icom.fr - wided@agence3icom.fr