

Combien les banques françaises comptent-elles de clients actifs en ligne ?

Un constat : la notion de « client actif en ligne » n'est pas encore très précise. Certains établissements comptent une connexion au moins par trimestre et d'autres une connexion au moins par mois. Mais, dans les deux cas, bien que ne cessant d'augmenter depuis douze ans, les interactions clients passant par internet ne sont toujours pas majoritaires en France.

A retenir : en France, en moyenne, de 30% à 40% des clients se connectent régulièrement (au moins une fois par mois) au site de leur banque. Ils sont 51% aux Etats-Unis.

Les perspectives sont inouïes.

A noter : contrairement à ce qu'on pourrait croire, les connexions en ligne sont d'autant plus nombreuses par établissement, de manière générale, que le réseau d'agences est plus dense.

A savoir : la prédiction voulant qu'en 2020 80% des interactions clients/banques passent par internet ne sera sans doute pas réalisée. En 2017, seulement 46% de tous les contacts avec les clients ont eu lieu en ligne.

Pour en savoir plus, consulter notre dossier : [*La banque digitale et multicanale. Chiffres et perspectives*](#) (dernière maj novembre 2018).

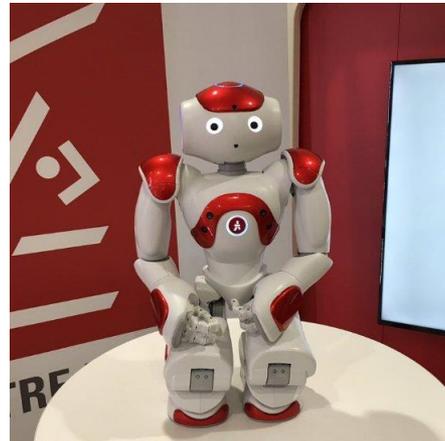




Au Japon, Mizuho a déployé Pepper (Aldebaran/Softbank) dans ses agences pour renseigner les clients et les amuser.



Agence Next, Bradesco, Sao-Paulo.



Nao à la Caisse d'épargne Provence Alpes Côte d'Azur.



Chip. Commonwealth Bank of Australia.



Emirates NDB Dubaï.

Salaire de Pepper : 750 € par mois.



Années 60 : les automates (le premier est installé à Paris en 1968) sont de simples caisses automatiques. Ils ne distribuent que des billets.



Années 70 : les écrans apparaissent et les automates commencent à être multifonctions.



Années 80 : tout tend à passer par le clavier et l'écran



Années 90 et 2000 : les DAB deviennent des GAB. Ils remplissent toutes sortes de fonctions.



Et ensuite ?



Avec la vidéo, des GAB qui remplacent les agences ?



Des bornes urbaines multi-usages dans les villes connectées ?



Toutes les fonctions étant pilotées sur mobile, des GAB sans contact et sans cartes ?



Et bientôt, sans écran ni clavier, de simples caisses automatiques qui ne distribuent que des billets ?

Pour en savoir plus, consultez notre dossier : [Les automates bancaires : performances, coûts et mutations](#) (MAJ septembre 2018)

A quoi ressemblent leurs clients ?

Ils ne sont pas particulièrement jeunes : ce sont des « médians ». Ils ont en moyenne 38 ans chez Boursorama, 39 ans chez Fortuneo et 44 ans chez ING Direct – et ce sont des hommes à 65%. Néanmoins, chez Boursorama et Monabanq, par exemple, les 30 ans et moins sont plus nombreux (30%) que les 50 ans et plus (25%). Par comparaison, les moins de 35 ans représentent 60% de la clientèle de la néobanque N26 en France. La clientèle des banques en ligne a tendance à être de plus en plus jeune. Toutefois, les moins de 25 ans ne représentent encore que 3% des clients d'ING Direct.

Ils vivent surtout à Paris et dans l'Ile-de-France : 20% des clients de Boursorama et 13% de ceux de N26 sont parisiens (lesquels ne représentent pourtant que 3,5% de la population nationale). 37% des clients d'ING Direct et de Boursorama habitent en Ile-de-France (mais 14% seulement de ceux de Monabanq). La tendance est néanmoins à un plus fort recrutement dans les autres régions.

Ils sont plutôt aisés mais pas tant que ça : 76% ont un revenu mensuel supérieur à 1 880 €, contre 55% dans les banques traditionnelles. Par ailleurs, 24% ont un revenu mensuel compris entre 3 500 € et 5 500 €, ce qui est largement supérieur à la moyenne nationale. Néanmoins, le revenu mensuel moyen de l'ensemble des clients d'ING Direct est de 2 500 €, ce qui n'est pas beaucoup plus que le salaire moyen, si l'on considère qu'une grande partie habitent Paris et l'Ile-de-France.

PS : beaucoup des chiffres ci-dessus sont extraits d'une étude de c-Banque, publiée en août dernier

(<https://www.cbanque.com/banque-en-ligne/actualites/69224/banque-en-ligne-les-clients-ne-sont-plus-tout-a-fait-ceux-quon-croit>)

Comment expliquer l'évolution des découverts ?

- En 2017, 24% des Français ont dépassé au moins une fois par mois leur autorisation de découvert. Ils étaient 28% en 2014.
- 40% n'ont pas une seule fois été en découvert. Ils étaient 35% en 2014.
- Les encours des comptes courants débiteurs ont baissé en moyenne de 0,5% dans les banques de détail françaises entre 2013 et 2017. Sur la même période, les encours de crédit à la clientèle ont cependant augmenté de 21,8%.

Les Français sont donc de moins en moins en découvert. Pourquoi ?

- Ils sont devenus plus vigilants ?
- Ils sont plus à l'aise (la fréquence des découverts baisse avec l'augmentation des revenus) ?
- Les banques sont plus vigilantes et limitent les facilités de découvert ?
- Moins à l'aise, les Français ont davantage vu leurs autorisations de découvert réduites ou supprimées ?
- Moins à l'aise, ils surveillent et limitent leurs dépenses ?

Certaines de ces explications possibles peuvent être vraies en même temps. Néanmoins, nous ne connaissons pas d'éléments qui permettent de retenir l'une ou l'autre avec précision pour l'ensemble des banques.

Si vous le savez ou si vous avez une idée, n'hésitez pas à nous le signaler !

Utilisation des applis bancaires. Des chiffres étonnants.

- En moyenne, les applis bancaires ne sont téléchargées que par 20 à 25% des clients. Certains établissements restent nettement en-dessous de ce chiffre. La moitié des clients qui accèdent en ligne à leur banque se connectent en fait à son site.
- De manière générale, de fortes différences apparaissent entre établissements : 26% d'utilisateurs chez Barclays UK et 49% chez Rabobank Pays-Bas ; aux USA, 51% chez Bank of America et 30% chez Wells Fargo ; en France, 60% chez Fortuneo contre moins de 10% dans certaines banques régionales. C'est sans doute que l'accompagnement de la clientèle vers l'utilisation des applis varie fortement d'un établissement à l'autre. Notamment au niveau des agences.
- En France, il semble que seulement 27% des clients qui téléchargent l'appli de leur banque l'utilisent réellement et durablement. 44% ne vont pas au bout du téléchargement. 72% font état de problèmes ou de plantages. Et 57% jugent que l'appli ne leur apporte rien de plus.

Pour en savoir plus, consulter notre dossier : [*La banque digitale et multicanale. Chiffres et perspectives*](#) (dernière maj novembre 2018).

L'évolution des centres d'appels.

- En moyenne, ils sont en contact avec 34% de la clientèle. Cette proportion se maintient alors que le nombre d'appels reçus baisse régulièrement : 66 par jour en 2007 contre 59 en 2017. Dans certains cas, le développement d'une fonction, comme faire opposition, sur une appli bancaire peut provoquer une baisse de 5% à 10% des appels.
- De plus en plus orientés vers le conseil, les centres d'appels prennent désormais de nouveaux canaux, parfois très consommateurs de temps comme les chats (8 à 10 mn de traitement en moyenne).
- De 2007 à 2017, les conversations téléphoniques sont passées en moyenne de 2 mn 28 à 3 mn 34. Le temps moyen d'attente s'est accru de 0,36 à 0,65 mn. Et le taux d'abandon est passé de 5,1% à 7%.

Pour en savoir plus, consulter notre dossier : [*La banque digitale et multicanale. Chiffres et perspectives*](#) (dernière maj novembre 2018).

Un environnement dynamisant pour les collaborateurs ? Quelques exemples tendance.



Tangerine. Toronto.



TBC Bank. Tbilissi. Géorgie.



Peoples Choice Credit Union. Adelaïde. Australie.



Westpac. Sydney.



Sberbank. Moscou.

St George Bank. Sydney.



Les nouvelles offres pour les auto-entrepreneurs : ils sont plus d'un million en France et leur nombre ne cesse de croître. Au sein de l'UE, la France compte le plus de free-lance, après les Pays-Bas et la Pologne.



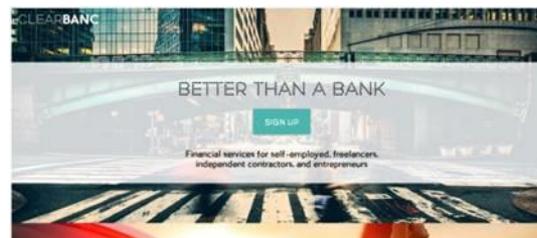
Le **Crédit mutuel de Bretagne/Arkea** fait des auto-entrepreneurs un segment en soi de la clientèle des professionnels.



Wemind. Une mutuelle santé et protection juridique pour les freelances.



Le **Crédit mutuel** met en ligne tests, boîte à outils et statistiques à destination des candidats au statut d'auto-entrepreneur.



44 millions de travailleurs indépendants aux USA ; 43% des actifs en 2020 ? **Clearbanc** est une néobanque en ligne qui leur est dédiée. Elle cible par exemple les chauffeurs VTC. **BBVA** a lancé de même **Azlo**.



Soon (Axa Banque) avait lancé un compte bancaire spécial en ligne pour les auto-entrepreneurs. Depuis 2015, ceux-ci sont obligés de disposer d'un compte bancaire (professionnel ou personnel) exclusivement dédié à leur activité. Ce pourrait être là une opportunité pour les banques en lignes et celles-ci proposent donc des offres spécifiques de comptes, comme **Boursorama** (9 €/mois) et **Monabanq** (7 €/mois). **ING Direct** propose des prêts professionnels. Sur ce créneau, sont également apparues de nombreuses startups, comme **Anytime**, **Qonto**, **Sogexia** ou **IBanFirst**.

Pour en savoir plus, consulter notre dossier : *Bouleversements sur le marché des Pros et des TPE. Les nouvelles offres* (mars 2018).

Qui sont les Licornes ?

Fintechs ayant levé plus de 300 millions \$ (ou équivalents)	Activité	Domiciliation	Partenaire de banques (y compris en marque blanche)	Licornes (valorisées plus d'un milliard \$)
Avant	Prêts en ligne	USA	Oui	Oui
Kabbage	Financement de TPE et PME	USA	Oui	Oui
Credit Karma	Credit Score	USA	Oui	Oui
Can Capital	Financement de TPE et PME	USA	Oui	
Affirm	Prêts en ligne	USA	Oui	Oui
Klarna	Paiements	Suède	Oui	Oui
Square	Evolution vers une néobanque pour TPE	USA		Oui
AvidXChange	Financement et gestion du poste client	USA		Oui
Robinhood	Courtage en ligne	USA		Oui
Kreditech	Scoring et micro-prêts	Allemagne	Oui	
Stripe	m-paiements	USA		Oui
Future Finance	Prêts étudiants	Irlande		
Tradeshift	Plateforme cloud de facturation et de paiement	USA	Oui	Oui
Welab	Scoring	Hong-Kong	Oui	
OnDeck	Financement de TPE et PME	USA	Oui	
Prodigy Finance	Prêts étudiants	UK	Oui	
LendUp	Prêts en ligne	USA	Oui	
Transferwise	Transferts internationaux	UK	Oui	Oui
WeCash	Scoring	Chine	Oui	
Mozido	e-paiements et fidélisation	USA	Oui	Oui

Sources : Crunchbase & CB Insights

Combien en connaissez-vous ? Et si vous consultiez notre dossier : *Panorama international des startups fintech. Plus de 500 solutions fintech à découvrir* (août 2018) ?

Un nouveau marché bancaire : les touristes étrangers



Hello Bank (BNP Paribas) a lancé *Hello Days*. A partir d'affiches digitales dans les gares et aéroports, on peut télécharger – « shazamer » - des bons plans pour des destinations en Europe. La solution a été développée en partenariat avec Havas Médias, AdCity, Shazam, MNG & JC Decaux.



La **Bred Banque Populaire** permet aux commerçants français d'accepter les cartes de paiement du réseau asiatique *Union Pay*.



Près de deux millions de Chinois visitent la France chaque année. **Banque Edel** (Groupe Leclerc) propose aux commerces, même non clients, un terminal leur permettant d'accepter le porte-monnaie électronique *Alipay* (2004) d'Alibaba (250 millions d'utilisateurs actifs par mois). Alibaba utilise ainsi les touristes chinois pour s'introduire sur les marchés internationaux, où il a noué des partenariats avec plus de 200 institutions financières et où il a passé un accord avec Ingenico pour que les terminaux de paiement de ce dernier acceptent Alipay. L'enjeu, en retour, est d'amener les Occidentaux sur le e-commerce chinois, dont l'un des premiers acteurs est... Alibaba.

Les **Banques populaires** ont développé une solution de *change dynamique* sur terminal de paiement pour permettre aux commerçants de proposer aux touristes de payer dans leur propre devise.

An advertisement for BBVA targeting tourists. It features a map of Europe with glowing points indicating tourist locations. The text reads: 'BBVA Tourists from all countries. SELECT CATEGORY AND NATIONALITY'. Below the map, it says: 'A ses clients commerçants, **BBVA Tourism APIMarket** propose sous forme d'API un suivi détaillé des dépenses des touristes en Espagne.'

Les puces incarnées.

- Leader mondial, la société suédoise BioHax affirme avoir déjà pucé plus de 4 000 personnes, généralement sur la main ou l'avant-bras, et travailler avec plus d'une dizaine de clients dans le monde, dont les chemins de fer suédois.
- La puce mesure 12 mm et peut durer dix ans. Elle utilise la technologie NFC et BioHax assure qu'elle n'est équipée d'aucun système GPS qui permettrait de géolocaliser en permanence ses porteurs.



TECH SPECS

- Comme arguments commerciaux, BioHax met en avant la commodité au quotidien de sa solution de paiement greffée sous la peau, ainsi que les économies de plastique (celui des cartes bancaires) qu'elle permet de réaliser...



Des espaces de récréation pour les petits et les grands.



Servus Credit Union (Alberta, Canada) propose de jouer en équipe à s'échapper d'une salle des coffres. Une démarche d'*experiential marketing* : vivre une expérience inattendue avec la marque.



Des cours de yoga dans les agences d'**Umpqua Bank** (USA, Oregon).



Une agence de la **Standard Bank** (Afrique du Sud) présente une salle de jeu de 2 000 m2.



Les espaces-jeu pour enfants ont commencé à apparaître dans les agences. **Westpac flagship** (Australie) & **Provident Bank** (USA).



Un point sur les prêts étudiants

- Seulement 7% des étudiants français en bénéficient (11% il y a dix ans) et 17% des étudiants des écoles de commerce, qui représentent près de la moitié des bénéficiaires (lesquels sont à 60% élèves des grandes écoles).
- Ces prêts, qui présentent un taux de défaillance moyen assez faible (1,6%) et qui, en partie, sont utilisés à autre chose qu'au financement des études (un tiers sont en fait consacrés à des voyages ou à la création d'entreprises ; aux USA, fin 2017, 21,1% des étudiants se servaient de leurs prêts pour acheter des crypto-devises...) contribuent faiblement à la soulager la situation, souvent financièrement difficile, d'un grand nombre d'étudiants.
- Le budget mensuel moyen des étudiants en France ne dépasse pas 600 €. Et alors qu'on compte deux fois moins de boursiers en France qu'en Hongrie, plus de la moitié des étudiants se déclarent en situation financière difficile. 77% d'entre eux travaillent au cours de l'année ou l'été, dont 28% à temps plein. Ils ne sont, par comparaison, que 40% au Royaume-Uni, 49% en Allemagne et 52% au Danemark. Cet appoint représente 55% de leurs ressources, en moyenne, contre 25% pour l'aide familiale (sachant que 39,4% des étudiants n'en reçoivent aucune, ce qui explique cet assez faible pourcentage).
- 98% des étudiants français sont bancarisés. A 20 ans, 57% d'entre eux sont dans la même banque que leurs parents. Mais, à 25 ans, la moitié d'entre eux aura changé d'établissement.

Pour en savoir plus, consulter notre dossier : [le marché des étudiants](#).

Des événements de marque "décalsés", voire franchement limite !

La chaîne de supermarchés canadienne **President's Choice** a lancé une banque offrant des conditions très avantageuses. Pour le faire savoir, elle a envoyé ses employés manifester dans la rue contre les tarifs bancaires !



Inviter ses clients à battre un record mondial assez débile ! **Comm. Bank of Australia** est entrée dans le *Livre des records* pour avoir réuni le plus grand nombre de personnes portant le même t-shirt sur une photo.

Organiser une tombola dont l'un des prix donnera la possibilité de balancer une tarte à la crème dans la figure d'un des patrons de la banque - lesquels se prêteront au jeu pour la bonne cause : c'est une tombola humanitaire. *A Pie in the face contest.*



A Melbourne, **NAB** n'a pas hésité à attacher l'un de ses cadres sur un pylône. Ses « sauveteurs », prenant tout leur temps, expliquaient aux passants que c'était encore un coup des banques concurrentes, folles de rage...



Les ventes en ligne

- Il a été estimé que les ventes purement digitales n'ont pas dépassé 8% des ventes totales de produits bancaires en 2017 aux Etats-Unis.
- Parmi les meilleures références mondiales, BBVA réalise 28% de ses ventes à travers les canaux digitaux, dont 40% pour les crédits à la consommation et 18% des entrées en relation. Plus précisément, BBVA réalise en ligne 28,8% de ses ventes en Espagne, contre 22,8% aux Etats-Unis, 32,8% en Turquie et 36,9% en Afrique du Sud.
- En France, il semble que 19% des ouvertures de comptes sont désormais réalisées en ligne, ainsi qu'un tiers de la production de crédits à la consommation. Fin 2017, le Crédit Agricole a annoncé que 15% de ses crédits habitats étaient désormais souscrits en ligne. Les internautes français sont 19% à avoir déjà acheté un produit bancaire en ligne, contre 40% au Royaume-Uni ou aux Pays-Bas et contre 57% en Pologne. Toutefois, la moyenne européenne est à 14%.
- Les ventes en lignes favorisent le nomadisme bancaire : 34% concernent des produits proposés par un autre établissement que sa banque principale. Aux Etats-Unis, ce pourcentage atteint 68% pour les crédits automobiles.

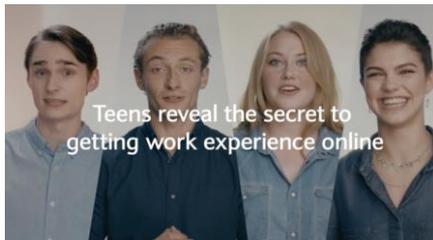
Les valets numériques ou comment faire évoluer les outils de *Personal Finance Management* vers des fonctions davantage personnalisées.



Mint (USA) propose la gestion, la validation et le règlement de factures.



Clarity Money (USA) se charge même de résilier des abonnements inutiles ou de renégocier des factures.



Barclays LifeSkills. Aider les jeunes à mettre en valeur leurs compétences et à rédiger des CVs. S'adresse aux jeunes mais aussi aux parents, aux professeurs et aux entreprises. L'introduction d'une dimension sociétale dans le PFM.



Avec **Price Rewind**, **Citi** met à disposition de ses clients un moteur de recherche qui permet de trouver des offres éventuellement moins chères que celles payées par carte bancaire et de demander des remises ou gratifications, le cas échéant.



Le **Smart Saving Account** de la néobanque **Moven** (USA). Pas de différence entre assistant virtuel et compte en banque. Le premier sera la nouvelle version du second !

Ouverture de comptes : optimisation et solutions originales

HERE ARE THREE SIMPLE WAYS
YOU CAN OPEN YOUR
SANTANDER ACCOUNT

Santander : 10 mn pour ouvrir un compte en ligne, 15-20 mn au téléphone et 45 mn en agence.



Le groupe anglais **Photo-Me** (28 000 cabines photomaton dans le monde, dont 8 000 en France) est désormais capable d'ouvrir des comptes bancaires à partir de ses cabines. Il cherche un ou des établissements bancaires intéressés.



Pour inviter les jeunes à devenir clients, **Kiwi Bank** (Nouvelle-Zélande) a mis en place une chaîne YouTube interactive, sous une thématique imitant *Call of Duty : Green Ops. Operation Easyswitch*.



Metro Bank (UK) : ouvrir un compte en 10 mn, en envoyant un selfie. La formule se généralise. Par exemple chez **Société Générale** (sur la base d'une solution Idemia)



De nouveaux modes d'entrée en relation. **Standard Bank** (Afrique du Sud) demande à ses 50 000 collaborateurs d'être des ambassadeurs actifs de l'établissement à travers leurs réseaux familiaux et amicaux.

Evolutions du temps que prennent les différentes interactions avec sa banque.

- Temps moyen :
 - d'un passage au guichet d'une agence : 6,33 mn
 - Sur le site de sa banque : 3,3 mn
 - Sur un automate : 3,2 mn
 - Sur une appli bancaire : 2,4 mn

Bien entendu, ces quatre interactions différentes ne recouvrent pas exactement les mêmes comportements (on traite en agence des actes plus complexes que sur une appli, où l'on se contente souvent de consulter son compte). Néanmoins, les banques tendent d'elles-mêmes à réduire le temps d'interaction avec leurs clients et l'on peut se demander si cette orientation est vraiment adéquate.

- A contrario, en agence, les temps d'attente tendent à s'allonger, malgré la baisse de fréquentation, ce qui n'est pas vraiment souhaitable. De 2010 à 2016, le temps d'attente devant le guichet (quand il existe encore) est passé de 4 mn à 7,2 mn et, avant de voir un conseiller, de 6 mn à 8 mn. Pourtant le temps moyen d'une rencontre avec son chargé de compte a baissé de 24 mn à 17,3 mn.

Co-working : une expérience particulièrement originale



Une étude lui ayant indiqué que 20% de ses clients entrepreneurs voyagent en train plus de 30 heures par semaine, **Idea Bank** a lancé en 2017, pendant trois mois, une expérience consistant à installer des agences-wagons sur les principales lignes polonaises, les *Idea Hub Express*. Des agences qui sont également disponibles pour le co-working, seul ou à plusieurs. Tous les voyageurs des trains y sont les bienvenus mais les clients d'Idea ont la priorité. Ce qui est particulièrement intéressant : les agences-wagons dupliquent les *Idea Hubs*, les espaces de co-working qu'Idea a développés dans ses agences et qui deviennent ainsi comme un nouveau format standard d'agence.

