



Communiqué de presse
Le 10 octobre 2019

CSA LANCE LE 1^{ER} OBSERVATOIRE DES BANQUES EN LIGNE ET NEO-BANQUES

**44% DES CLIENTS DE BANQUES EN LIGNE
EN ONT FAIT LEUR BANQUE PRINCIPALE**

Pour comprendre les fortes mutations qui touchent le marché bancaire, **CSA lance le 1^{er} Observatoire Permanent des Banques en ligne et des Néo-banques (OPERBEL)**. L'observatoire explore les tendances du marché, les besoins et usages bancaires des clients de banque en ligne et de néo-banques.

Cette première édition nous apprend notamment que 44% des clients de banques en ligne en ont fait leur banque principale. Un client sur deux déclare ne plus pouvoir se passer de sa banque en ligne ou néo-banque. Toutefois, une large majorité reste attachée à la banque traditionnelle : 8 sur 10 y sont bancarisés. Si les banques en ligne et néo-banques se sont largement ouvertes au grand public ces dernières années, elles n'en restent pas moins préférées par des personnes plus aisées, plus franciliennes et plus jeunes que la moyenne française. Si banques en ligne et néo-banques ont une clientèle qui se ressemble, plus CSP+, plus francilienne et plus jeunes que celle des banques historiques, les néo-banques attirent à la fois des CSP+ (chefs d'entreprise, grands voyageurs...) et des jeunes. Enfin, les banques en ligne et néo-banques se démarquent fortement des banques traditionnelles sur les aspects d'innovation, d'accessibilité et de simplicité de la relation bancaire.

Ce dispositif annuel en multi-souscription complète « OPERBAC » Observatoire historique de référence sur le marché depuis 1991 qui mesure la détention de produits ainsi que les organismes de détention (banques, assurances, organismes de crédit) dans tous les domaines de la finance et de l'assurance.

Cette première édition de l'Observatoire CSA des Banques en Ligne et Néo-banques a interrogé 2125 clients de banques en ligne ou néo-banques via une enquête online réalisée sur panel du 12 au 26 juillet 2019.

A propos de CSA

CSA, Consumer Science & Analytics réunit sur la même plate-forme la connaissance 360° du consommateur, la technologie marketing et le pilotage de l'efficacité business. **Consumer Science & Analytics**, c'est **CSA Research**, institut de référence des études marketing et d'opinion depuis 40 ans, **DBI** expert de la technologie marketing, **CSA Data Consulting** spécialiste du pilotage de l'efficacité media marketing par la modélisation prédictive et **France Pub** référence du geomarketing. **CSA** apporte aux entreprises et institutions une compréhension 360° des comportements des consommateurs. Multi-secteur, **CSA** génère, croise une donnée hybride (attitudinale et comportementale, passive et active, qualitative et quantitative) et opérationnelle car activable. CSA, dirigé par Yves del Frate, CEO CSA et Data Solutions, fait partie du groupe Havas depuis 2015.