

# Les riches fans de la banque en ligne

Les trois quarts des Français à « *fort potentiel économique* » (drôle d'expression pour dire « riches ») utilisent les services en ligne de leur banque au moins une fois par semaine. C'est l'un des constats posés par le baromètre publié ce 6 mars 2008 par la banque Barclays. Ipsos a mené l'enquête par téléphone auprès de 500 personnes, au cours du mois de février.

Il est vrai que ce sont des habitués : plus de la moitié les utilisent depuis trois ans et plus.

Les plus assidus sont quasiment tous en couple. 80% ont plus de 35 ans, et les trois quarts sont des actifs. Dans les mêmes proportions, ils appartiennent aux catégories sociales les plus favorisées. Autre particularité, les hommes figurent parmi les consommateurs de services en ligne les plus importants, note l'étude.

Cette population est fortement consommatrice de services en ligne, estime le baromètre. Ils les utilisent principalement pour consulter leurs comptes, ou encore pour les gérer. D'autres utilisations sont également prisées, comme la consultation de performance des investissements, les virements internes, la gestion des cartes bancaires et des chéquiers.

## **L'agence pour l'exception**

Bref, la pratique montre que les usagers apprécient fortement les services en ligne. Principal avantages cités : gain de temps et autonomie. Néanmoins, si 68% d'entre eux se sentent plus autonomes, ils ne sont qu'un quart à estimer qu'ils disposent d'une meilleure information grâce aux sites internet.

Néanmoins, au total, 95% d'entre eux sont satisfaits des services web de leur banque. Et pour les trois quarts d'entre eux, ils se déclarent confiants sur la question de la sécurité informatique. Pour l'avenir, ils sont un tiers des répondants à se déclarer favorables à la consultation de comptes depuis leur téléphone mobile.

En revanche, ils considèrent incontournable le déplacement dans une agence pour des opérations d'exception comme la négociation d'un prêt immobilier, ou l'ouverture d'un compte. L'impact de l'usage de ces nouveaux services sur les déplacements en agence est manifestement assez contrasté. Si 58% des répondants déclarent que l'un s'est fortement substitué à l'autre, 42% affirme que cela n'a pas d'impact. Bref, l'agence n'est pas prête de disparaître.