

COMMUNIQUE DE PRESSE

ÉTUDE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE - OPINIONWAY

Paris, le 27 mai 2015

GÉRER SON ARGENT AU QUOTIDIEN : POURQUOI LES FRANÇAIS OPTENT DE PLUS EN PLUS POUR LE MOBILE ?

- **88% des Français déclarent bien connaître la situation de leur compte en banque**
- **81 % des Français consomment l'information bancaire de manière digitale et utilisent des services connectés**
- **La consultation du compte en banque dans le top 3 des applications consultées dès le matin**
- **Les applications bancaires : sources de sérénité et de simplification pour plus de 8 Français mobinautes sur 10**
- **49% se sentent plus proches de leur banque lorsqu'ils utilisent une application mobile**

Société Générale a mené avec Opinionway une étude* sur l'argent au quotidien pour analyser les nouveaux comportements des Français face à la gestion de leur budget, dans un contexte de consommation mobile de la banque et de digitalisation de l'univers bancaire.

Les principaux enseignements :

1. Les Français sont de plus en plus nombreux à adopter des comportements connectés vis-à-vis de leur compte en banque et de sa gestion. De fait, la consultation en ligne des comptes bancaires prend le pas sur les moyens plus traditionnels.
2. Les personnes âgées de 25 à 34 ans et les cadres constituent pour l'instant les principaux utilisateurs de ces services et agissent en tant que technophiles prescripteurs des usages mobiles. Dès lors, une progression peut potentiellement être envisagée dans l'utilisation des applications de gestion de budget, avec la croissance continue du taux d'équipement de smartphone et de tablette.
3. L'utilisation d'une application de budget est une activité qui séduit ses usagers et s'avère très bénéfique pour l'image de l'univers bancaire. Elle apporte aux utilisateurs un sentiment de simplicité, de gain de temps et de confiance qui rejaillit sur la relation à sa banque.

La gestion de l'argent, un souci quotidien pour la majorité des Français

Les Français prêtent attention à la question budgétaire dans un contexte de tension sur le pouvoir d'achat. En effet, connaître ses comptes est un enjeu majeur pour une large majorité des Français : près de 9 Français sur 10 (88%) affirment avoir plutôt une bonne vision de l'état de leurs finances. Les mieux au fait de leur compte de banque sont les femmes, les + de 50 ans et les classes populaires. A contrario, ce sont

SERVICE DE PRESSE
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE
BANQUE DE DÉTAIL FRANCE

Joëlle ROSELLO
+33 (0)1 42 14 02 17
Florence AMPHOUX
+33 (0)1 42 14 70 33

AGENCE RUMEUR PUBLIQUE
Anne-Lise IBRAHIMOFF
+33 (0)1 55 74 52 18

Pauline FLORENTIN
+33 (0)1 55 74 52 10

Camille PENVEN
+33 (0)1 55 74 52 00

les 35-49 ans et les CSP+ qui y prêtent le moins d'attention, leur niveau de revenu n'ayant pas les mêmes exigences de suivi.

Face à cette situation stressante, les Français ont mis en œuvre de nombreuses méthodes pour une gestion fine de leurs dépenses. En effet, une large majorité d'entre eux se fixent des seuils de dépenses portant principalement sur le shopping (74%) et les loisirs (69%). Attentifs, ils s'attachent également à suivre leurs comptes quotidiennement, un comportement plus prégnant chez les chefs de familles nombreuses et les foyers les moins favorisés. Les profils les plus dilettantes sont à retrouver chez les moins de 35 ans.

La consommation d'information bancaire s'est largement digitalisée

Les Français consomment largement l'information bancaire via leur compte en ligne. 81 % d'entre eux utilisent des services connectés et 14% d'entre eux consultent désormais principalement leurs comptes depuis leur smartphone ou leur tablette.

L'action de consulter son compte sur mobile se fait principalement à la maison pour 44 % des utilisateurs de smartphone ou tablette, dans 17% des cas avant d'effectuer un achat en ligne, 15% en voyage, 11 % avant un achat en magasin.

L'essor des smartphones et tablettes a fait émerger de nouvelles pratiques chez les Français qui en possèdent. Parmi les premières actions qu'ils effectuent le matin sur ces supports, la consultation des mails (61%), devance largement celle des informations (26%), de leur banque (23%), de la météo (21%) et des réseaux sociaux (20%).

Le mobile, un nouvel espace d'application pour les banques, entre simplicité et réassurance

Satisfecit consensuel des Français qui utilisent les applications de gestion de budget. Elles sont considérées comme utiles et non reléguées au rayon des innovations gadget !

L'utilisation d'une application mobile de gestion de budget concerne un quart des personnes âgées de 25 à 34 ans, et 30% des cadres. Pour une partie d'entre eux, il s'agit même d'un phénomène particulièrement fréquent, puisque 7% des 25-34 ans déclarent ouvrir leur application de gestion tous les jours ou presque, un chiffre qui s'élève à 13% chez les cadres.

Ces applications ont un impact extrêmement positif sur les personnes qui les utilisent, tant en termes de confiance en son budget, que de confiance en sa banque. Les Français se sentent rassurés sur leur budget en temps réel (88%) lorsqu'ils utilisent une application de gestion de budget. Ils éprouvent le sentiment de gagner du temps (85%), de se simplifier la vie (84%) tout en facilitant leurs relations avec leurs banques (83%). Ce changement d'image de la gestion de budget est d'ailleurs ce qui prime face à l'efficacité réelle de ces applications pour être moins souvent à découvert (52%) ou épargner plus d'argent (47%).

Ainsi, la perception de la banque elle-même est revalorisée à l'aune de la simplicité, du sentiment de liberté qui se dégage de l'utilisation de ces applications : 49% se sentent plus proches de leur banque lorsqu'ils les utilisent. La vision du banquier comme un prestataire à l'écoute de leurs besoins est particulièrement marquée chez les personnes âgées de moins de 35 ans (30% contre 24% de la population française), génération résolument mobile qui perçoit bien plus que les autres l'information bancaire via le filtre de sa tablette ou de son smartphone.

**Etude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1051 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué 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. L'échantillon a été interrogé en ligne sur système Cawi (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées les 8 et 9 avril 2015.*

GÉRER SON ARGENT AU QUOTIDIEN : POURQUOI LES FRANÇAIS OPTENT DE PLUS EN PLUS POUR LE MOBILE ?

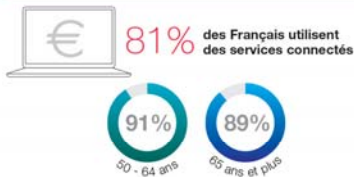
La gestion de l'argent, un souci quotidien pour la majorité des Français



Profil utilisateur d'une application mobile bancaire

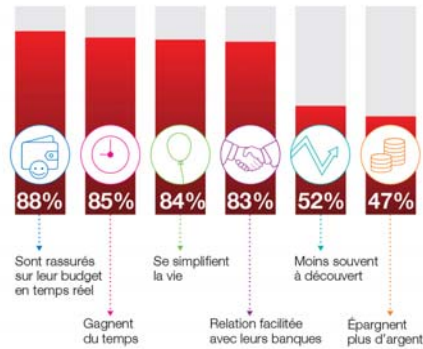


La consommation de l'information bancaire s'est digitalisée

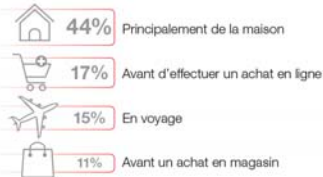


Les applications bancaires plébiscitées par les utilisateurs

Les applications bancaires : sources de sérénité et de simplification de la vie pour plus de 8 Français mobinautes sur 10



LA CONSULTATION SUR SMARTPHONE ET TABLETTE



LES PREMIÈRES CONSULTATIONS DE LA JOURNÉE



La consultation du compte en banque dans le Top 3 des applications consultées dès le matin

Perception de la banque et de son banquier



***Méthodologie de l'enquête :**
Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 051 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, conduite 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. L'échantillon a été interrogé en ligne sur système Cawi (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées les 8 et 9 avril 2015.

Société Générale

Société Générale est l'un des tout premiers groupes européens de services financiers. S'appuyant sur un modèle diversifié de banque universelle, le Groupe allie solidité financière et stratégie de croissance durable avec l'ambition d'être la banque relationnelle, référence sur ses marchés, proche de ses clients, choisie pour la qualité et l'engagement de ses équipes.

Acteur de l'économie réelle depuis 150 ans, Société Générale emploie plus de 148 000 collaborateurs, présents dans 76 pays, et accompagne au quotidien 30 millions de clients dans le monde entier en offrant une large palette de conseils et solutions financières sur mesure aux particuliers, entreprises et investisseurs institutionnels, qui s'appuie sur trois pôles métiers complémentaires :

- **La banque de détail en France** avec les enseignes Société Générale, Crédit du Nord et Boursorama qui offrent des gammes complètes de services financiers avec une offre multicanal à la pointe de l'innovation digitale.
- **La banque de détail à l'international, services financiers et assurances** avec des réseaux présents dans les zones géographiques en développement et des métiers spécialisés leaders dans leurs marchés.
- **La banque de financement et d'investissement, banque privée, gestion d'actifs et métier titres** avec leurs expertises reconnues, positions internationales clés et solutions intégrées.

Société Générale figure dans les principaux indices de développement durable : FTSE4Good (Global et Europe), Euronext Vigeo (Global, Europe, Eurozone et France), ESI Excellence (Europe) d'Ethibel et 4 des indices STOXX ESG Leaders.

Pour plus d'information, vous pouvez suivre le compte twitter  @societegenerale ou visiter le site www.societegenerale.com

La Banque de détail Société Générale en France

Le réseau Société Générale offre des solutions adaptées aux besoins de 8 millions de clients particuliers et près de 475 000 clients professionnels, associations et entreprises qui lui font confiance, en s'appuyant sur trois atouts majeurs :

- Plus de 28 000 collaborateurs et 2 221 agences principalement localisés dans les régions urbaines concentrant une part importante de la richesse nationale ;
- une offre complète et diversifiée de produits et de services, allant du support d'épargne à la gestion patrimoniale, en passant par les financements des entreprises et l'offre de moyens de paiement ;
- un dispositif multicanal complet et innovant : internet, mobile, téléphone et agence directe.

Plaçant le client au cœur de son dispositif, le réseau Société Générale a été reconnu Service client de l'année 2015 (Viseo Conseil), et déploie une offre adaptée aux nouveaux besoins de ses clients. L'enseigne a fait de l'innovation un de ses axes de développement : le réseau Société Générale accueille environ 3,6 millions de clients mobiles et plus de 62 millions de connexions par mois aux services numériques. Il a ouvert sur Twitter le premier compte dédié à la relation bancaire qui garantit une réponse en moins de 30 minutes.

www.societegenerale.fr



Nos actualités en temps réel sur Twitter et des réponses rapides aux questions de nos clients avec [@SG_etVous](https://twitter.com/SG_etVous)



Nos bons plans et conseils sur Facebook avec Société Générale et Vous facebook.com/societegenerale



Nos vidéos disponibles sur la chaîne Youtube youtube.com/societegenerale



Nos infographies et meilleures images à découvrir sur Pinterest pinterest.com/societegenerale