

BANQUE LOCALE, BANQUE DE PROXIMITÉ

DÉCRYPTER LES LEVIERS DE CONQUÊTE
ET DE FIDÉLISATION POUR DEMAIN

Juin 2025



Recommandation et proximité : des moteurs de choix en mutation

Les critères de choix de la banque principale évoluent : si la recommandation reste la clé d'entrée la plus influente, l'attrait pour la dimension locale s'érode au fil des années... sauf chez les plus jeunes. Cette ambivalence intergénérationnelle ouvre des pistes de réflexion majeures sur l'identité de la banque de demain.

➤ **Notre étude décrypte comment ces leviers s'articulent aujourd'hui et comment les banques peuvent en tirer parti pour (re)construire leur attractivité.**



Une fidélité forte mais de plus en plus exposée

La stabilité apparente des relations bancaires masque des signaux faibles révélateurs d'une fidélité qui se fragilise, notamment chez les jeunes. Satisfaction élevée, mais exigences nouvelles : les modèles historiques sont challengés.

➤ **Notre étude met en lumière les ressorts profonds de la fidélité bancaire et les zones de vulnérabilité à surveiller selon les profils.**



Le digital comme colonne vertébrale de l'expérience client

L'usage des canaux numériques s'est généralisé, mais les attentes en matière d'accompagnement, de conseil et de services en agence demeurent. La relation bancaire devient hybride, et les préférences varient fortement selon les générations.

➤ **Notre étude cartographie finement les comportements digitaux et physiques des clients, et les leviers de préférence selon les usages.**



Consommer et épargner local : entre adhésion de principe et passage à l'acte limité

L'attachement à l'économie locale reste une valeur sûre dans l'imaginaire collectif, mais peine encore à se traduire en comportements concrets. L'épargne de proximité, en pleine émergence, offre des perspectives prometteuses.

➤ **Notre étude révèle le véritable potentiel des dynamiques locales, leur perception par les différentes générations, et leur impact sur l'engagement client.**

Étude « Banque locale, Banque de proximité 2025 : Décrypter les leviers de conquête et de fidélisation pour demain - 3ème édition », réalisée par ARCANÉ Research auprès de 4 001 Français âgés de 18 à 79 ans disposant d'un compte bancaire interrogés par Internet entre le 14 et le 29 avril 2025