Namur, le 15 décembre 2020

**La crise sanitaire a accéléré la digitalisation financière et les compétences digitales des Belges[[1]](#footnote-1)**

CBC Banque & Assurance dévoile les résultats de son Observatoire   
« La digitalisation des Belges dans la crise du Covid-19»

* Les applications bancaires ont le vent en poupe : depuis le début de la crise, parmi les 82% de Belges qui disposent de l’application bancaire de leur banque principale, 14% l’ont téléchargée suite à la crise.
* Les paiements sans contact sont également en augmentation depuis la crise que ce soit via la carte bancaire ou le smartphone. Les Belges invoquent les raisons suivantes à leur utilisation dans les commerces physiques : la sécurité sanitaire (61%) arrive en premier lieu, devant la facilité (56%) et le fait de ne pas devoir aller retirer de l’argent aux automates (39%).
* Plus de 6 Belges sur 10 estiment d’ailleurs que la digitalisation du secteur bancaire leur a facilité la vie pendant cette crise.
* Depuis la crise du Covid-19, 1 Belge sur 4 (24%) affirme avoir amélioré ses compétences digitales.
* Suite à la crise, les Belges ont avant tout amélioré ces compétences digitales dans différents domaines : le travail à distance (45%), l’accès aux informations (42%), la prise de rendez-vous en ligne (41%), la gestion de leur argent (39%) et les démarches administratives (33%).
* Enfin cette troisième édition de l’Observatoire CBC consacrée au comportement et attentes des Belges en matière digitale confirme un résultat observé déjà ces dernières années : les Belges attendent que la banque de demain soit 1/3 physique et 2/3 digitale. Une tendance qui se confirme dans les faits puisque l’Agence Virtuelle de CBC qui fête ses 5 ans d’existence cette année propose un compte gratuit ouvert à distance. Cette agence vient de passer le cap des 30.000 clients et confirme ainsi son rang d’agence la plus importante chez CBC qui compte aujourd’hui 85 agences physiques, 8 Centres de Banque Privée et 8 Centres Entreprises

Les app’s et les paiements sans contact largement sollicités par les Belges dans cette crise

Selon l’Observatoire CBC, plus de 6 Belges sur 10 estiment que la digitalisation du secteur bancaire leur a facilité la vie pendant cette crise. Et au cœur de ce soutien digital, les paiements sans contact connaissent une forte croissance dans ce contexte qui incite à la plus grande prudence. Ainsi, 70% des Belges utilisent désormais le paiement sans contact via leur carte bancaire, 26% des Belges l’utilisant uniquement depuis le début de la crise sanitaire. Quant aux paiements sans contact via smartphone, ils sont 27% à y recourir, soit une augmentation de 5% sur la même période.

Les app’s bancaires ont aussi le vent en poupe depuis le début de cette crise puisque selon l’Observatoire CBC, parmi les 82% de Belges qui disposent de l’application bancaire de leur banque principale, 14% l’ont téléchargée suite à la crise. Et parmi ces Belges digitalisés, ils sont 4 sur 10 à avoir davantage utilisé leur app ces 6 derniers mois (42%).

Pour Bruno Menu, Directeur du Développement Digital chez CBC, « *il est évident que les Belges avaient déjà embarqué dans le train du digital bien avant la crise sanitaire et que le Covid-19 a accéléré nos habitudes digitales au quotidien. En quelques mois, nous avons pris plusieurs années d’avance. Le digital s’est imposé comme une réelle opportunité, non seulement pour des raisons sanitaires puisque le respect des mesures de distanciation sociale que l’on connait aujourd’hui a pu être favorisé mais aussi en termes de gain de temps et de facilité. Tout comme les Belges ont saisi l’opportunité de continuer malgré tout à communiquer par visioconférence pour rester proches des leurs, ils ont bien compris l’intérêt d’utiliser leur app bancaire pour leurs opérations du quotidien, comme leurs investissements, mais aussi pour payer un parking ou acheter un billet de train en toute sécurité.»* D’ailleurs, à la question de savoir quels avantages les Belges voient à utiliser les moyens de paiement digitaux sans contact dans les commerces physiques, la sécurité sanitaire (61%) arrive en premier lieu, devant la facilité (56%) et le fait de ne pas devoir aller retirer de l’argent aux automates (39%).

Dans cette crise, les Belges ont amélioré leurs compétence digitales

L’Observatoire CBC révèle encore que depuis la crise du Covid-19, 1 Belge sur 4 (24%) affirme avoir amélioré ses compétences digitales. D’ailleurs, suite à la crise, les Belges ont avant tout amélioré ces compétences digitales en ce qui concerne le travail à distance (45%), l’accès aux informations (42%) ainsi que la prise de rendez-vous en ligne (41%), la gestion de leur argent (39%) et les démarches administratives (33%).

Quant aux activités que les Belges effectuent le plus souvent digitalement depuis la crise, on retrouve en premier lieu la consultation de leurs emails (68%), suivie par la consultation des réseaux sociaux (57%) et la gestion de leur argent (56%). 9 Belges sur 10 disent d’ailleurs utiliser leur app bancaire au moins toutes les semaines voire quotidiennement pour 36% d’entre eux.

L’Agence Virtuelle, première agence de CBC Banque

Cette troisième édition de l’Observatoire CBC consacrée au comportement et attentes des Belges en matière digitale confirme un résultat déjà observé ces dernières années ; les Belges attendent que la banque de demain soit 1/3 physique et 2/3 digitale. Une tendance qui se confirme dans les faits puisque l’Agence Virtuelle de CBC, inaugurée en 2015 et qui propose un compte gratuit ouvert à distance, vient de passer le cap des 30.000 clients et confirme ainsi son rang d’agence la plus importante chez CBC qui compte aujourd’hui 85 agences physiques, 8 Centres de Banque Privée et 8 Centres Entreprises. « *A l’heure actuelle, et c’est un constat largement renforcé par la crise, les Belges n’attendent pas de pousser la porte d’une agence pour devenir client. Ils sont devenus de plus en plus exigeants et pressés. Ils veulent de l’instantanéité et seul le digital peut nous y aider. C’est ce que nous proposons chez CBC via une approche Digital First, mais pas Only, pour nos clients et ceux qui veulent le devenir. S’ils trouvent leur bonheur via un canal digital, nous en sommes ravis. S’ils souhaitent se rendre en agence parce que le sujet qu’ils veulent aborder le nécessite, nous les accueillons bien évidemment. Là aussi, les évolutions digitales nous permettent de fournir aux agences de nouveaux outils permettant de mieux servir nos clients, répondre plus rapidement à leurs demandes et les accompagner au travers de leur application digitale s’ils ont besoin de soutien. Et cela fonctionne bien. Aujourd’hui, 1 tiers de nos nouveaux clients le devient via notre Agence Virtuelle. C’est le signe d’un équilibre nécessaire entre l’humain et le digital*.», conclut Cédric Matte, Directeur du marché Retail chez CBC.

1. Observatoire CBC du digital réalisé par le bureau d’étude Ipsos, en novembre 2020, auprès d’un échantillon représentatif de la population adulte belge. [↑](#footnote-ref-1)