



Décider d'avancer.

Communiqué de presse

Le bon degré de digitalisation selon les Belges : une banque 2/3 digitale et 1/3 physique

CBC Banque & Assurance dévoile les résultats de son premier Observatoire
« Les Belges et la digitalisation des banques »¹

- Selon l'Observatoire CBC sur la digitalisation des banques, les Belges - toutes générations confondues - attendent de leur banque qu'elle soit accessible de manière digitale (2/3) mais aussi physique via les agences (1/3).
- Plus les opérations sont courantes, plus les Belges les effectuent en ligne : opérations du quotidien (83%), épargne (75%), investissements (33%) et crédits (27%).
- L'ordinateur (71%), le smartphone (32%) et la tablette (16%) apparaissent dans le top 3 des outils les plus utilisés par les Belges dans leurs opérations bancaires quotidiennes.
- En ce qui concerne la gestion des opérations bancaires, près de 3 Belges sur 4 les planifient. Parmi les jeunes (16-34 ans), cette tendance évolue puisque plus de 4 sur 10 effectuent de manière instantanée leurs opérations du quotidien et plus de 3 sur 10 leurs opérations d'épargne.
- Plus d'1 Belge sur 2 est prêt à réaliser davantage d'opérations en ligne. 1/4 des répondants se déclarent même prêts à réaliser des opérations plus complexes en ligne, à condition d'être accompagnés. L'absence de contact humain (54%) constitue le premier frein pour les autres.
- Plus d'1 Belge sur 2 reste par ailleurs attaché à son agence bancaire physique.
- Dans ce contexte, CBC a développé un modèle omnicanal et formé des digi-ambassadeurs chargés de diffuser le savoir digital auprès de l'ensemble de ses collaborateurs pour accompagner, conseiller et familiariser les clients aux différents outils mis en place par la banque.

La banque « *phygitale* » : la banque de demain

Selon l'Observatoire de la digitalisation des banques de CBC, les Belges privilégient une banque accessible à 2/3 de façon digitale et à 1/3 via un contact humain en agence. « *Nous avons interrogé les Belges sur le bon degré de digitalisation. On constate que toutes les générations s'accordent sur l'importance de conserver la possibilité de se rendre en agence. Même les plus jeunes, ultra-connectés, veulent un modèle bancaire identique à celui de leurs parents. D'ailleurs, parmi les 16-34 ans, seuls 7% ont un compte 100% en ligne alors que ce taux est de 3% au niveau national. Les Belges préfèrent ouvrir un compte dans une banque traditionnelle (65%) ou combiner les deux - banque traditionnelle & banque 100% digitale - (32%) afin de conserver la possibilité de rencontrer un conseiller en face à face s'ils le souhaitent. CBC investit dans la digitalisation pour offrir des outils digitaux conviviaux, sûrs et puissants. Cela représente un investissement de 250 millions € en Belgique pour le Groupe. Parallèlement, CBC continue à développer ses équipes qui restent essentielles dans son approche omnicanal du service bancaire : des experts locaux qui sont accessibles à la demande des clients.* » explique Xavier Falla, Directeur Général du Marché des particuliers chez CBC.

L'Observatoire révèle que l'online commence à prendre une place prépondérante dans la gestion des opérations bancaires. Les Belges privilégient en priorité le numérique pour les opérations simples et courantes : opérations du quotidien (83%) et épargne (75%). Par contre, ils semblent encore frileux en ce qui concerne les opérations plus complexes : investissements (33%) et crédits (27%). « *Les opérations bancaires plus complexes, présentant des enjeux financiers plus*

¹ Observatoire CBC réalisé par le bureau d'enquête IPSOS au mois de décembre 2016 auprès d'un échantillon représentatif de la population belge âgée de 16 à 70 ans.



Décider d'avancer.

Communiqué de presse

importants, ne sont encore que peu réalisées en ligne. Cela montre que le Belge est demandeur de contacts humains et de conseils personnalisés pour l'aider dans la prise de décisions plus complexes. Ce type de tendance s'observe dans le secteur bancaire mais également dans de nombreux autres secteurs d'activités. » explique Olivier Lisein, Professeur à l'Université de Liège, Chargé de recherches au LENTIC.

Quant à la manière d'effectuer leurs opérations bancaires quotidiennes, une large majorité des Belges (71%) préfère utiliser son ordinateur ou encore son smartphone (32%) tandis que la tablette (16%) vient clôturer le top 3. Les résultats révèlent également que 3 Belges sur 4 - toutes générations confondues - planifient encore leurs opérations bancaires à un moment bien précis et dans un lieu adéquat. *« On constate que parmi les plus jeunes, 4 Belges sur 10 - de moins de 34 ans - ne programment plus leurs opérations du quotidien, ils sont dans l'instantané. Même leurs opérations d'épargne sont concernées pour plus de 30% d'entre eux. On voit que c'est une tendance forte appelée à s'amplifier dans les prochaines années. 60.000 clients de CBC utilisent déjà notre app Mobile Banking, avec une croissance de 2.000 nouveaux utilisateurs chaque mois. »* explique Xavier Falla.

Des services bancaires équilibrés

Pour Olivier Lisein, *« Globalement, il apparaît à la lumière des statistiques de l'Observatoire, que les Belges souhaitent bénéficier d'un certain équilibre en matière de services bancaires : une offre de services en ligne leur permettant de gérer leurs opérations quotidiennes combinée à une offre de services personnalisés, en agence, pour traiter de questions financières plus complexes. On note en outre une évolution du positionnement des Belges par rapport à la « banque en ligne » : le développement continu de l'offre de services électroniques de la part des banques, la tendance des institutions bancaires à encourager leurs clients à utiliser les applications digitales mises à leur disposition ainsi qu'un certain « effet d'expérience » fait que les Belges – toutes générations confondues – réalisent aujourd'hui de plus en plus d'opérations bancaires par Internet et sont demandeurs de services électroniques rencontrant leurs attentes. »*

Selon l'Observatoire, plus d'1 Belge sur 2 est d'ailleurs prêt à réaliser davantage d'opérations bancaires en ligne. Les Belges sont donc ouverts au développement numérique mais pas encore à n'importe quelles conditions. 25% sont en effet prêts à réaliser des opérations bancaires plus complexes en ligne à condition d'être aidés par un conseiller. Pour des produits et services engageants, ils ont donc avant tout besoin d'un contact humain (54%), que leur situation soit connue de leur banquier (33%) et d'une approche personnalisée (24%).

120 digi-ambassadeurs formés pour accompagner le changement

Pour accompagner cette transition digitale, CBC a développé un modèle omnicanal avec 4 axes intégrés : agences, mobile banking, Internet et contact center. Au cours de l'année 2016, CBC a également formé 120 digi-ambassadeurs qui se mettent à disposition de leurs collègues et des clients CBC en vue de les accompagner dans la digitalisation, de les conseiller et de les familiariser avec les différents outils mis à disposition par la banque.

« La digitalisation est un mouvement en marche, mais il ne doit pas se faire au détriment de l'humain. Il nous paraît indispensable d'accompagner les clients dans ce processus et de leur laisser le choix de l'outil pour effectuer leurs opérations ou rentrer en contact avec leur banque, selon leur propre tempo et leur mode de vie. C'est l'essence même de l'expérience omnicanal proposée par CBC. L'avenir est à la fois aux agences, à l'online, mais aussi à l'entre deux. Les uns vont profiter de l'agilité de CBC Connected, notre centre de conseils à distance accessible par téléphone, chat et vidéo-chat. Ils profitent ainsi d'un contact humain sans pour autant que celui-ci soit physique, à des horaires plus larges en semaine et le week-end. D'autres utilisent nos app's qui sont parmi les plus performantes et appréciées des Belges. Et bien sûr, chacun peut s'il le souhaite se rendre dans l'une de nos agences pour un conseil à haute valeur ajoutée. Les clients les plus actifs utiliseront l'ensemble des canaux à leur disposition, et quelle que soit leur porte



Décider d'avancer.

Communiqué de presse

d'entrée dont ils peuvent changer à leur guise, l'information sera centralisée. Tous ces canaux sont compatibles. Vous pouvez commencer une opération par un canal et la terminer par un autre. » conclut Xavier Falla.

Contact Presse

PRIDE Aurélie Coeckelbergh / Laure Miquel-Jean

aurelie.coeckelbergh@pr-ide.be / Laure.miquel-jean@pr-ide.be

0479 261 613 / 0477 31 71 61

Press Room CBC: <http://cbc.prezly.com/>