



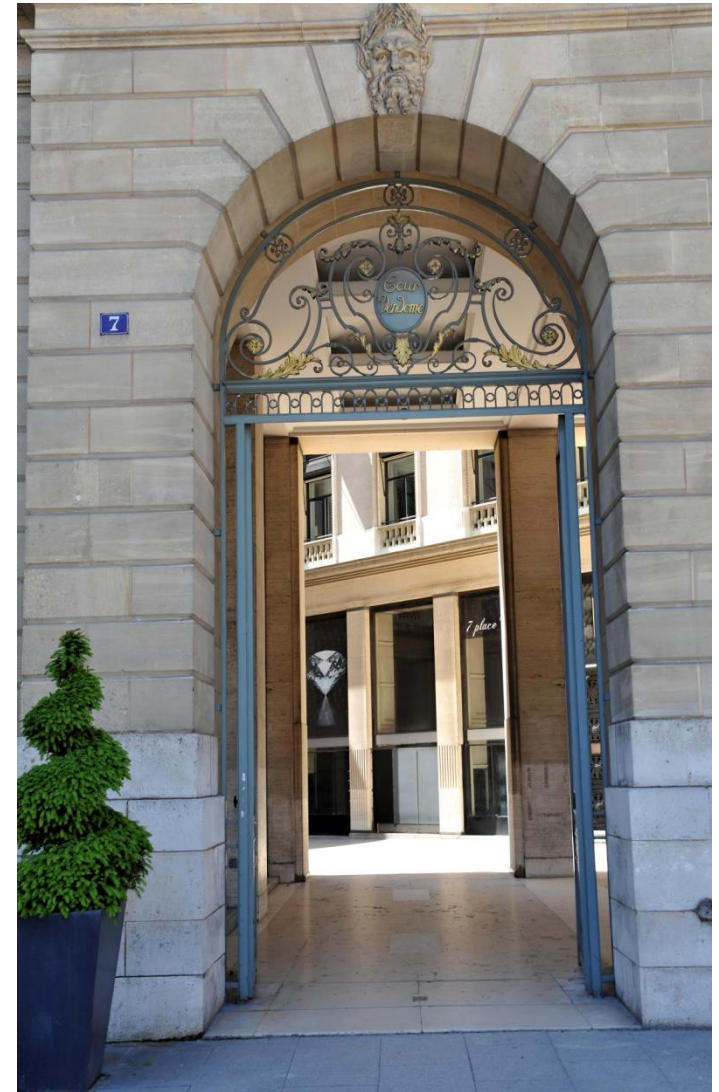
SwissLife
Banque Privée

Observatoire de la Banque Privée – Résultats 2016

30 mars 2016

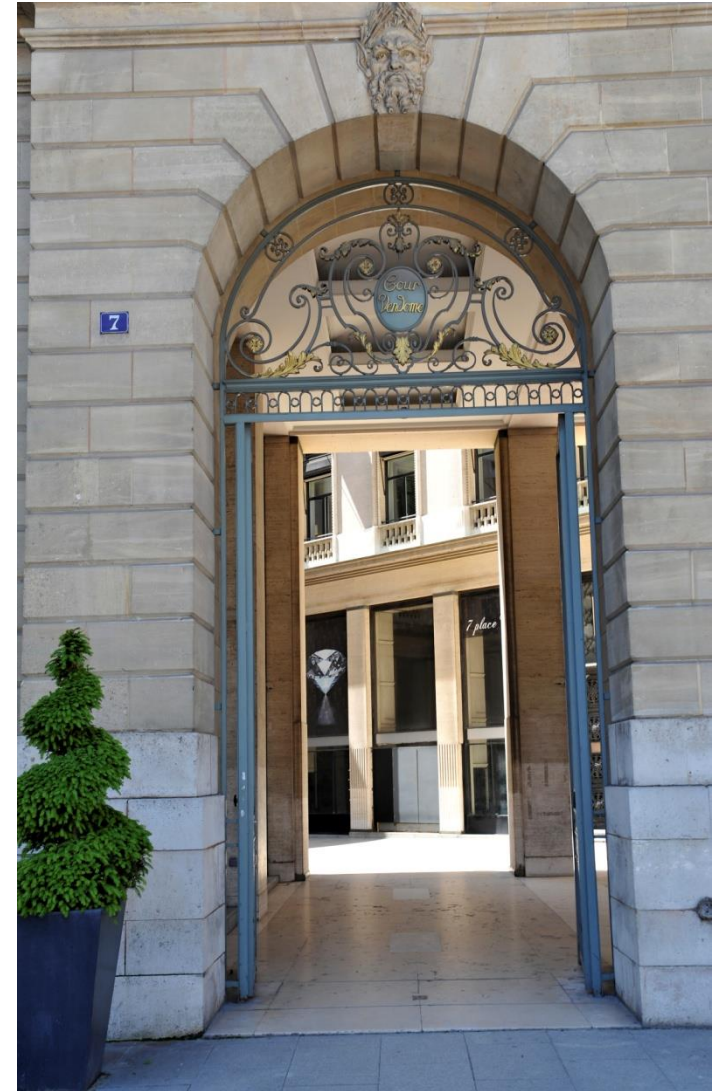
Sommaire

- **Swiss Life Banque Privée : une approche globale**
- **Pourquoi un Observatoire ?**
- **Les grandes tendances depuis le précédent Observatoire**
- **Observatoire de la Banque Privée par Opinion Way**



Sommaire

- **Swiss Life Banque Privée : une approche globale**
- Pourquoi un Observatoire ?
- Les grandes tendances depuis le précédent Observatoire
- Observatoire de la Banque Privée par Opinion Way



Swiss Life Banque Privée en quelques mots

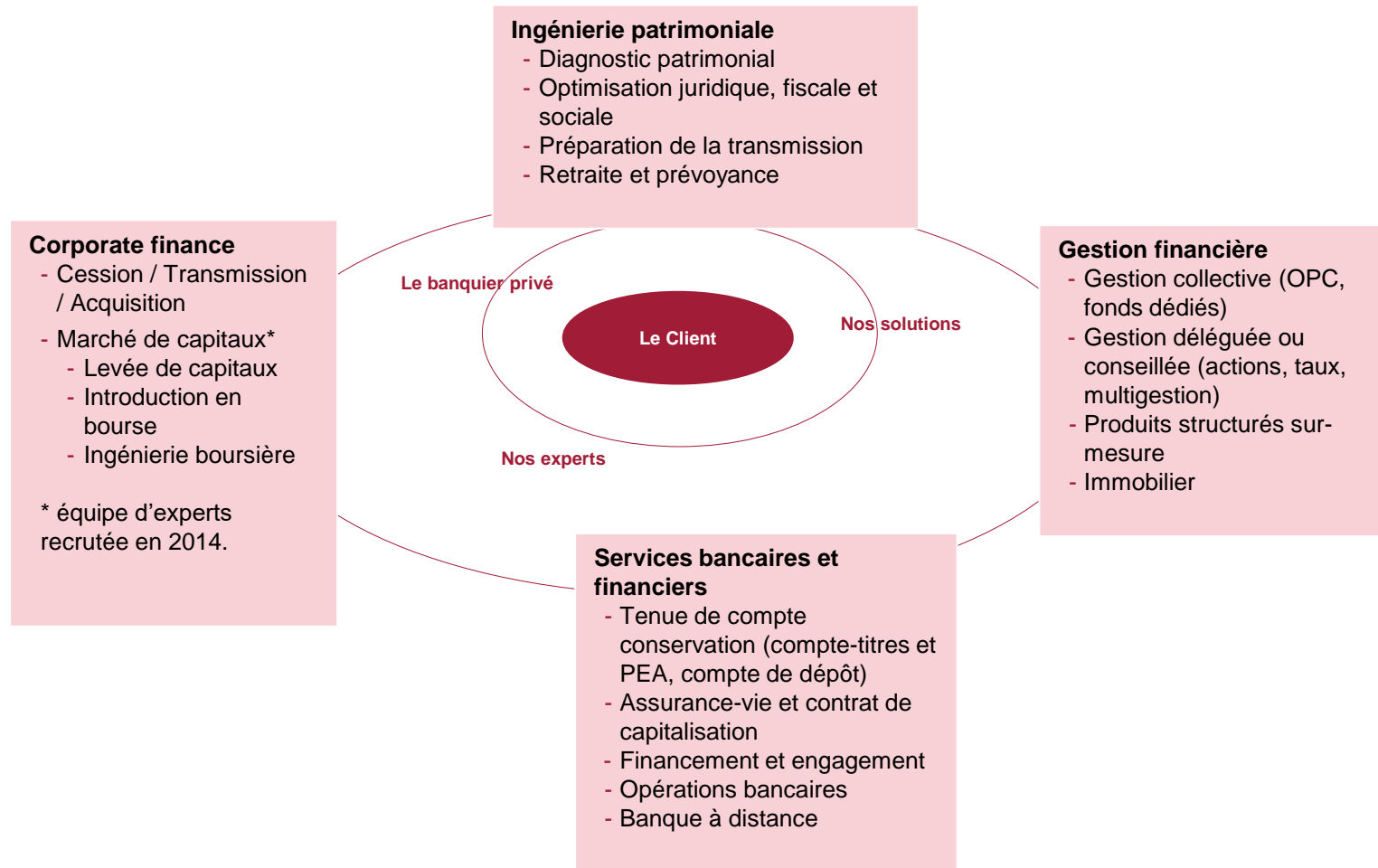
Swiss Life Banque Privée est une banque française. **Notre vocation est de protéger et valoriser le patrimoine privé et professionnel de nos clients.**

Filiale du groupe Swiss Life France, la Banque s'est construite autour d'une collaboration forte avec le groupe VIEL & Cie, un des leaders mondiaux de l'intermédiation financière.

Swiss Life Banque Privée s'est fortement développée depuis 6 ans. Elle est aujourd'hui structurée autour de plusieurs pôles d'expertises (**l'ingénierie patrimoniale, la gestion financière, le corporate finance**) et de services (TCC, assurances-vie, prévoyance, financement....).

En ligne avec la stratégie du Groupe Swiss Life, nos expertises complémentaires permettent de proposer à nos clients directs et ceux des réseaux Swiss Life, des solutions innovantes et personnalisées dans une approche globale.

Swiss Life Banque Privée : une approche globale



Swiss Life Banque Privée en quelques chiffres

Une banque à taille humaine avec des fondamentaux solides :

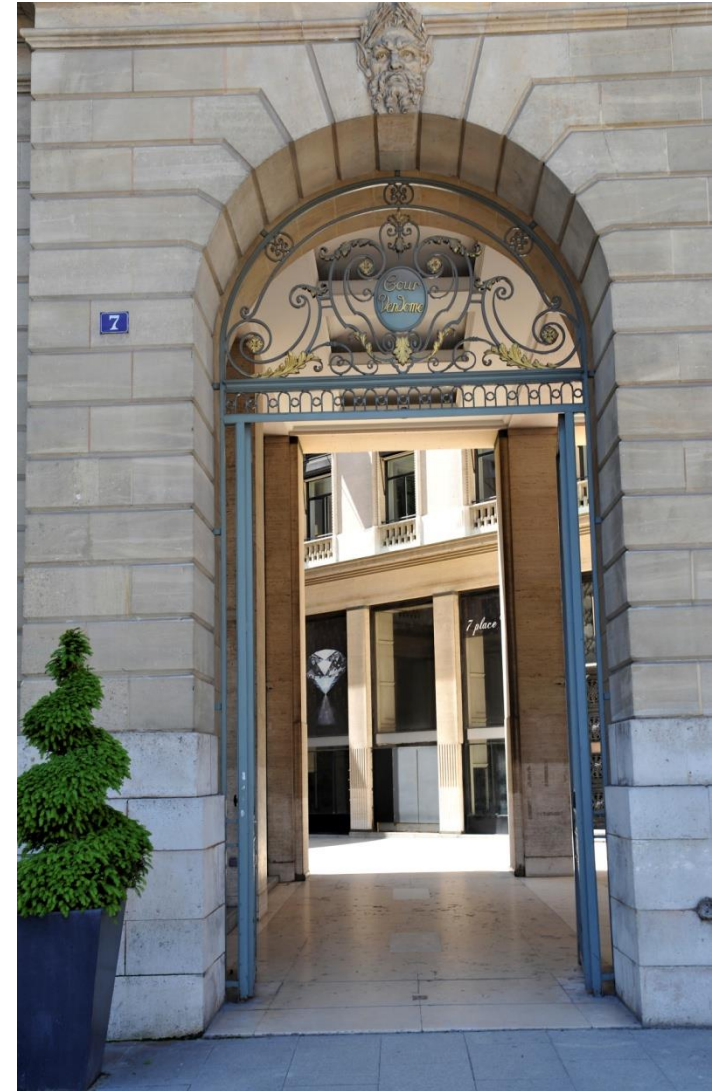
- 145 collaborateurs.
- Plus de 6 500 clients privés.
- 4,5 Mds€ d'AuM dont 1,7Mds en produits structurés.
- 32,3 Mds€ d'actifs en conservation.
- Un PNB et un Résultat Net en progression constante depuis 4 ans.

Une année 2015 riche de succès tirée notamment par les produits structurés et des opérations de Corporate Finance.

	2011	2012	2013	2014	2015
AuM (en Md€)	3	3,1	4	4,4	4,5
Résultat net (en M€)	3,4	3,4	3,8	6,3	10,1
PNB (en M€)	28,4	30	30,6	45	49,6

Sommaire

- Swiss Life Banque Privée : une approche globale
- **Pourquoi un Observatoire ?**
- Les grandes tendances depuis le précédent Observatoire
- Observatoire de la Banque Privée par Opinion Way



Pourquoi un Observatoire ?

L'Observatoire de la banque privée a plusieurs objectifs :

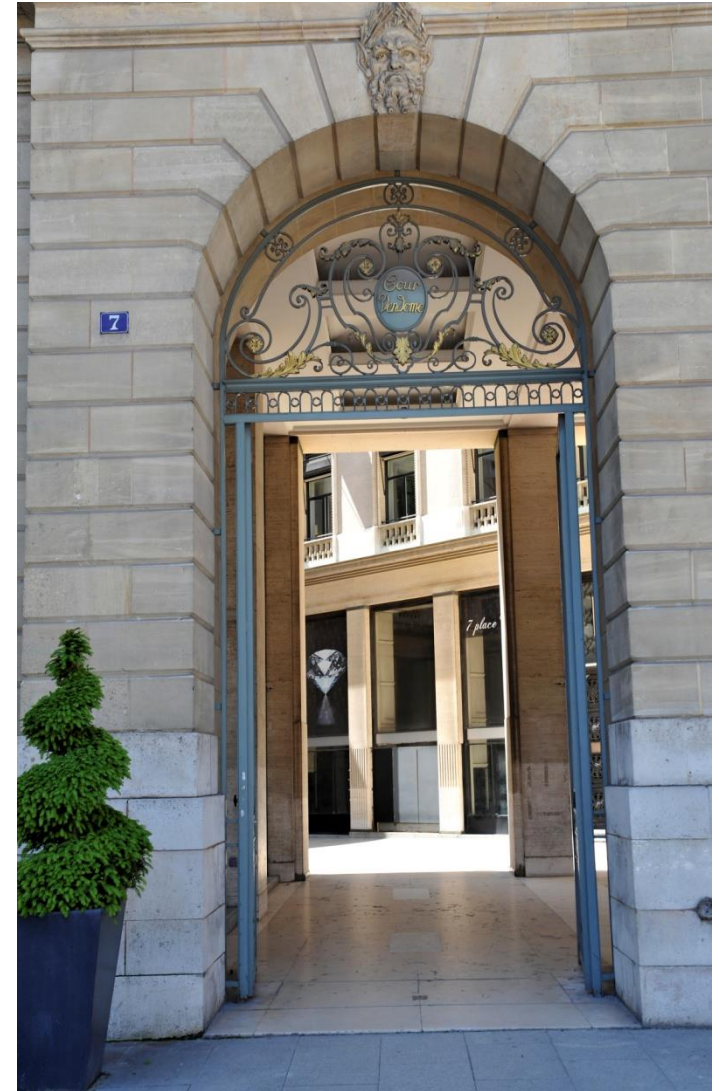
- Evaluer la perception de la banque privée en France et son évolution.
- Apporter des éléments d'analyse pour le secteur sur différents thèmes.
- Mieux connaître les attentes des clients réels ou en devenir.
- Analyser et anticiper les tendances du métier de la banque privée en France.
- Connaître le sentiment des sondés sur des questions sur l'actualité.

Sur cet Observatoire, de nouvelles questions ont été posées sur :

- La mesure fiscale la plus attendue.
- Le comportement des sondés en termes d'épargne et de gestion de leurs actifs financiers dans un environnement économique toujours difficile.
- L'utilisation des nouvelles technologies.

Sommaire

- Swiss Life Banque Privée : une approche globale
- Pourquoi un Observatoire ?
- **Les grandes tendances depuis le précédent Observatoire**
- Observatoire de la Banque Privée par Opinion Way

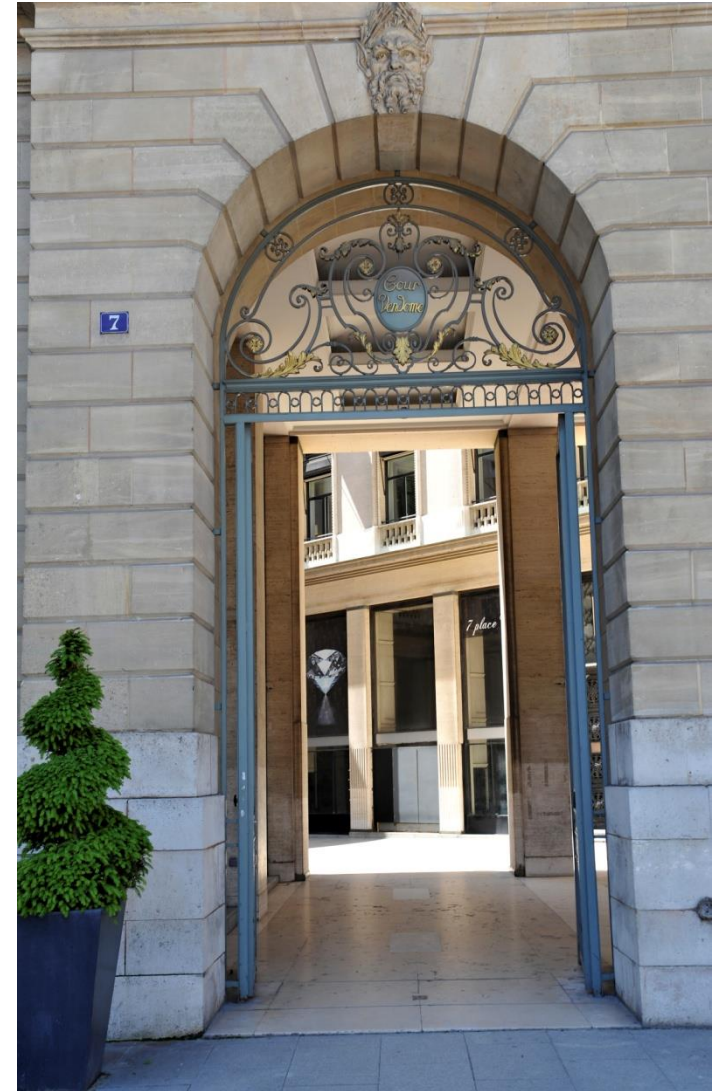


Les grandes tendances depuis le précédent Observatoire

- **Des marchés financiers qui restent « incertains »**
 - Le début d'année 2015 a été euphorique mais la suite a été « anxiogène » et beaucoup plus incertaine (feuilleton Grec, la Chine, les pays émergents, chute du prix du pétrole, etc.).
 - Le début d'année 2016 n'a pas vraiment rassuré les clients avec un mois de février compliqué.
- **Un environnement politique et international difficile** (attentats en France, terrorisme international, etc.).
- Un environnement et un marché qui donnent de plus en plus de place **au digital** et à la technologie (Fintechs...).

Sommaire

- Swiss Life Banque Privée : une approche globale
- Pourquoi un Observatoire ?
- Les grandes tendances depuis le précédent Observatoire
- **Observatoire de la Banque Privée par Opinion Way**





Observatoire de la banque privée – Vague 3

30 mars 2016

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



Rapport



SwissLife
Banque Privée

À : SwissLife Banque Privée
De : Opinionway / Charles-Henri d'Auvigny,
Pascal Novais, Marie Poux



MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie



- ✓ Echantillon de **335 individus** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, représentatifs des Français de 18 ans et plus, appartenant au TOP 5 foyers en termes de revenus.
(Le TOP 5 foyers désigne les ménages dont les revenus annuels nets sont supérieurs ou égaux à 72 000 €)
- ✓ L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, d'agglomération et de région de résidence.



- ✓ **Echantillon interrogé en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview)
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des maximiles ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



- ✓ Le terrain a été réalisé du **3 au 9 février 2016**



- ✓ Opinionway a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



La méthodologie



- ✓ Une pondération a été effectuée a posteriori pour correspondre exactement aux quotas requis. Avant analyse, une relecture de contrôle du tri à plat brut a été effectuée en comparaison du tri à plat final de terrain. Après pondération, les résultats ont été contrôlés afin de valider qu'ils ne sont pas affectés de manière significative.



- ✓ Limites statistiques et représentation des différences significatives : dans ce rapport les résultats entourés d'un rond ou d'un ovale présentent une différence significative testée au seuil de 10 %.
- ✓ OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 2 à 3 points au plus pour un échantillon de 1 000 répondants.



ANALYSE

“opinionway

Questions
d'actualité



*L'épargne et la fiscalité des hauts
revenus*

“opinionway



Dans une conjoncture économique difficile, les Français les plus riches privilégient de nouveau la sécurité, bien qu'ils soient plus nombreux à vouloir diversifier leur épargne en investissant sur des types d'actifs différents.



A2. Dans la conjoncture économique actuelle et face à la faiblesse des rendements sur les produits d'épargne, seriez-vous enclin pour votre épargne à ...?



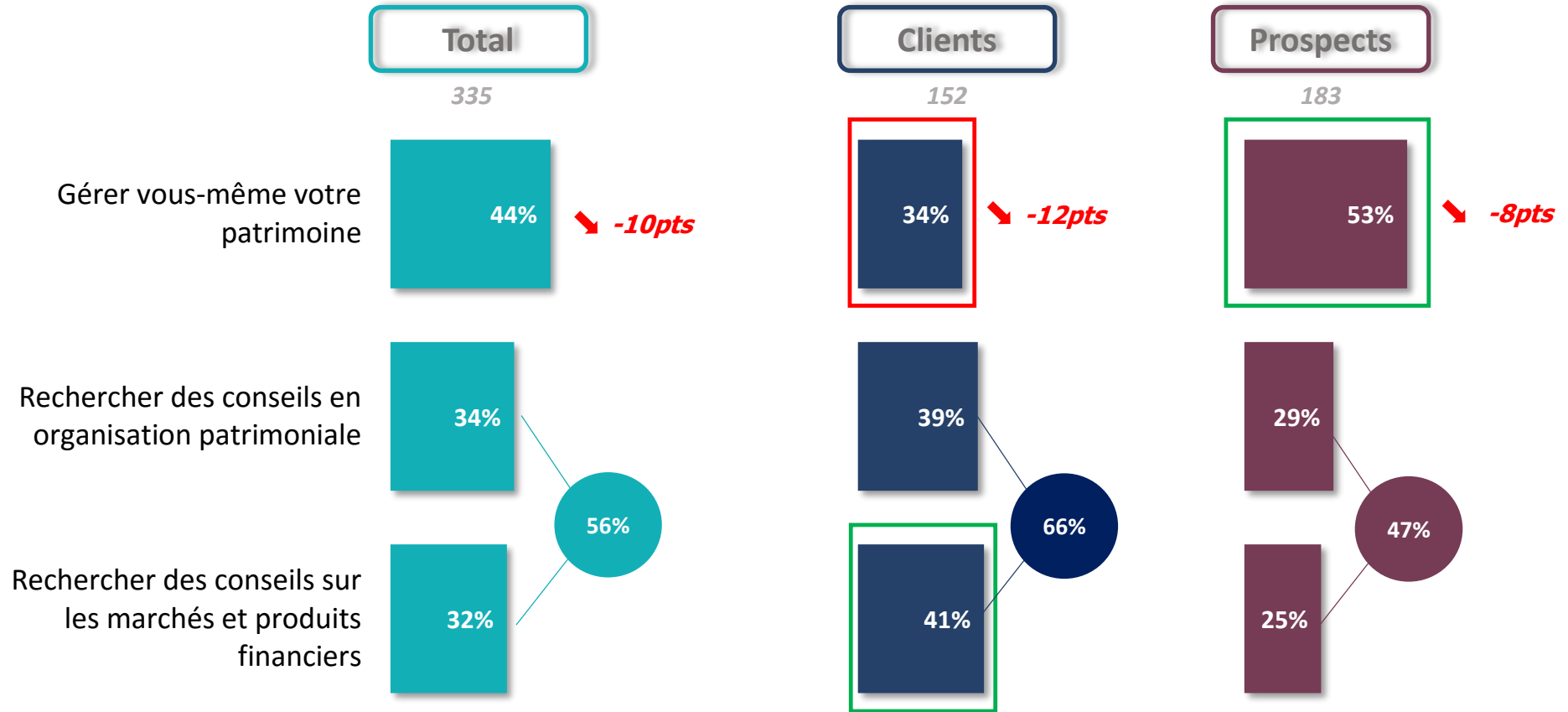
Ecart significatif vs. Total

↗ ↘ Ecart significatif par rapport à la vague 2



Au global, des Français moins enclins qu'en 2015 à gérer leur patrimoine par eux-mêmes et davantage en recherche de conseils

A3. De même, seriez-vous particulièrement incité(e) à ... ?

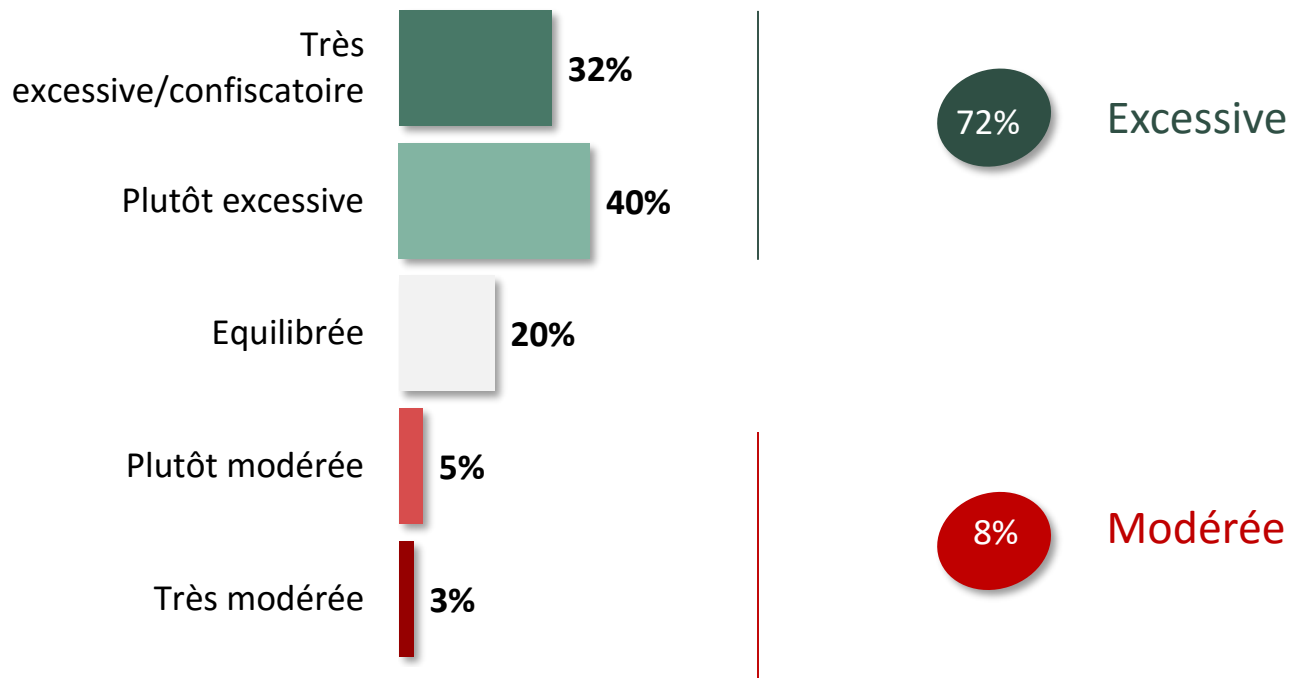


Green box: Ecart significatif vs. Total
Red box: Ecart significatif par rapport à la vague 2



Une fiscalité des hauts revenus de nouveau jugée excessive

A4 : Enfin, diriez-vous que la fiscalité des hauts revenus en France est actuellement... ?



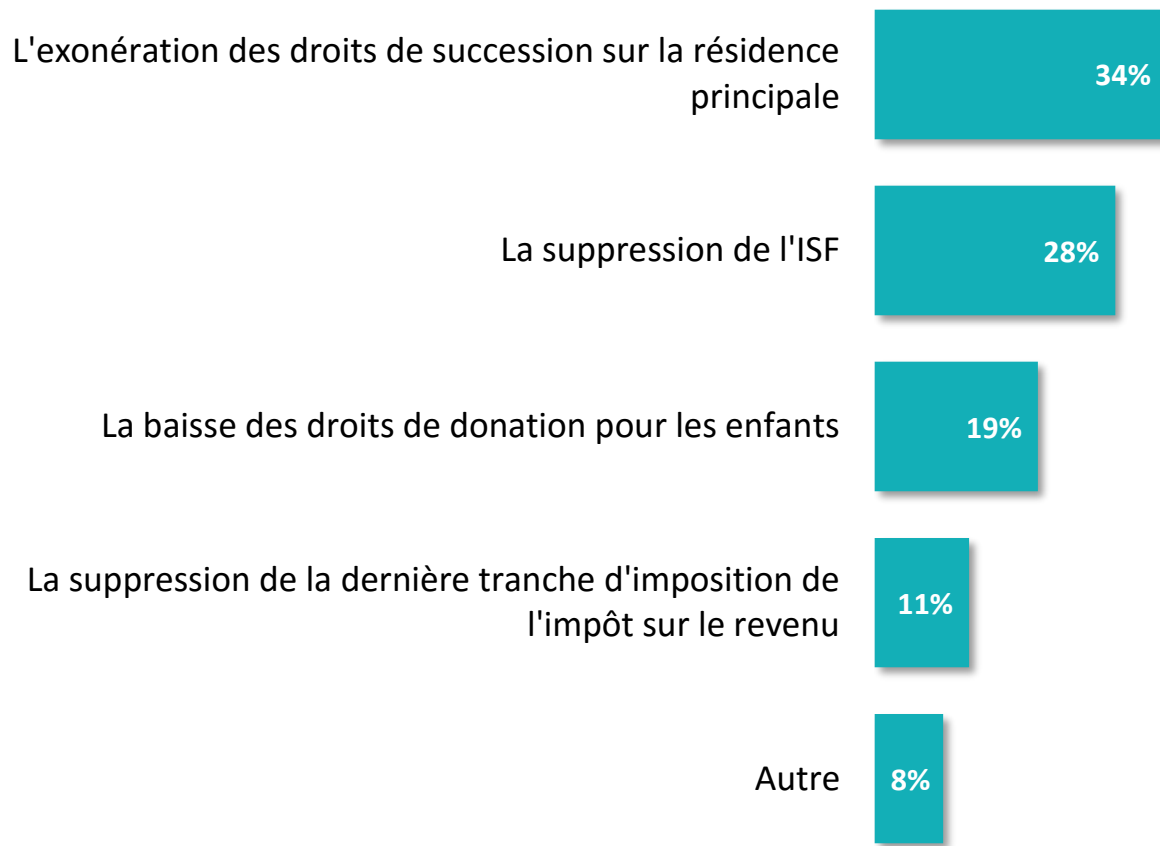


Deux mesures fiscales particulièrement attendues des Français les plus riches pour la prochaine élection présidentielle : l'exonération des droits de succession sur la résidence principale et la suppression de l'ISF.



A6. Quelle mesure fiscale, un futur candidat à la présidentielle, devrait-il intégrer à son programme ?

(Nouvelle question)



Observatoire
de la Banque
privée



*Comment évoluent les perceptions
et les attentes à l'égard des banques
privées ?*

“opinionway

01



Éléments de réponse

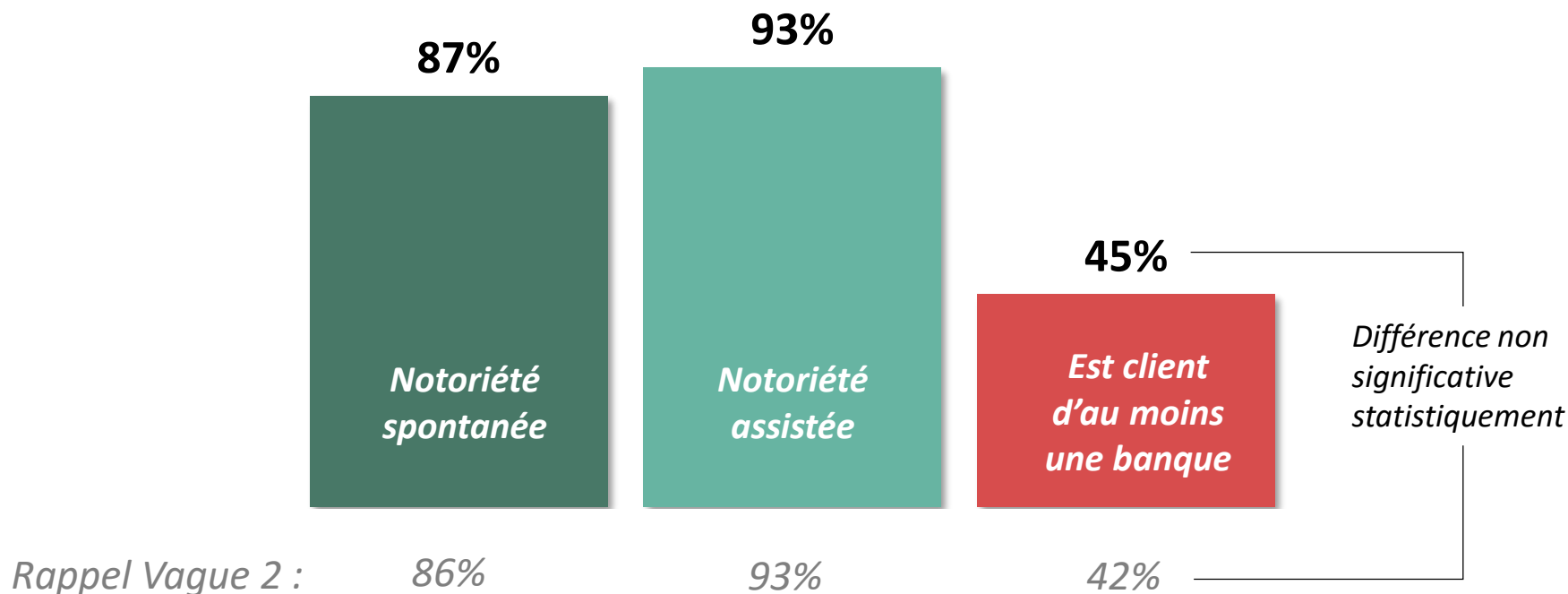
*Une notoriété qui se maintient et
une proportion de clients qui
n'évolue pas*



Des scores de notoriété et une part de clients qui se maintiennent



Rapport aux banques privées





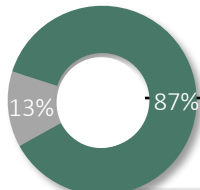
Bien que les banques privées de réseau demeurent sans surprise les plus connues, on note un effritement de la notoriété assistée (= sur liste) des branches banques privées de certains grands groupes

B5. Pour commencer, quelles sont toutes les banques privées que vous connaissez ne serait-ce que de nom ?

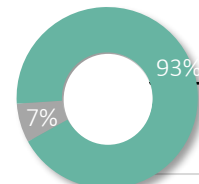
B6. Et parmi la liste suivante de banques privées, quelles sont toutes celles que vous connaissez ?



Au moins une banque privée citée spontanément



Au moins une banque privée connue



TOP15	Vague 2	Vague 3
	354	301
BNP Paribas Banque Privée (BNP Paribas)	34%	28%
HSBC Private Bank	20%	24%
Compagnie financière Edmond de Rothschild	24%	23%
LCL Banque Privée (Crédit Agricole)	20%	16%
Barclays	11%	15%
Société Générale Private Banking	7%	11%
Banque Palatine	6%	11%
Lazard Frères Gestion (LFG)	7%	10%
Crédit Agricole Banque Privée (Crédit Agricole)	12%	8%
CIC	-	7%
UBS	5%	6%
ING Private banking	2%	6%
Banque Neufelize OBC (ABN AMRO)	7%	5%
Crédit Mutuel	-	4%
Oddo et Cie	4%	4%
Banque Privée 1818 (BPCE)	3%	4%
Indosuez Private Banking (Crédit Agricole)	3%	4%
...		
Swiss Life Banque Privée	4%	2%

TOP15	Vague 2	Vague 3
	354	335
BNP Paribas Banque Privée (BNP Paribas)	71%	58%
HSBC Private Bank	63%	57%
Compagnie financière Edmond de Rothschild	53%	51%
UBS	56%	49%
Crédit Suisse	49%	39%
LCL Banque Privée (Crédit Agricole)	43%	37%
Crédit Agricole Banque Privée	44%	37%
Lazard Frères Gestion (LFG)	39%	36%
Banque Neufelize OBC (ABN AMRO)	33%	31%
Swiss Life Banque Privée	37%	30%
Société Générale Private Banking	38%	29%
Groupama Banque Privée	26%	24%
Oddo et Cie	20%	22%
Banque Martin Maurel	14%	18%
Banque Transatlantique (CM-CIC)	21%	18%

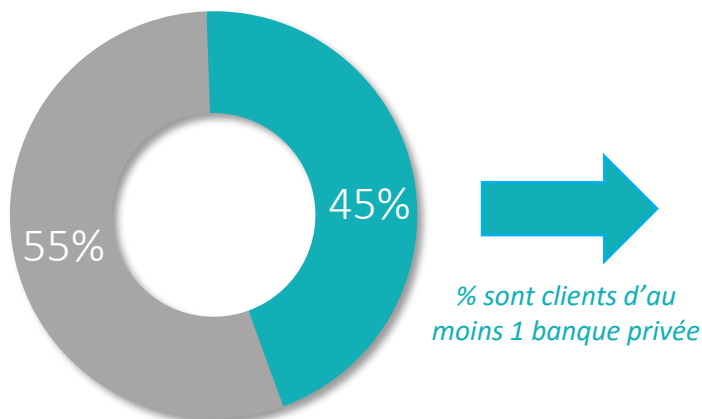


Pas d'évolution notable sur la part de clients par établissement : Les banques privées adossées à un réseau d'agences affichent de nouveau la part de clients la plus importante

B7. Parmi les banques privées suivantes, de laquelle ou desquelles êtes-vous client(e) ?



Proportion de clients d'une banque privée



TOP15	Vague 2	Vague 3
BNP Paribas Banque Privée (BNP Paribas)	29%	23%
Crédit Agricole Banque Privée	14%	16%
LCL Banque Privée (Crédit Agricole)	19%	16%
HSBC Private Bank	14%	10%
Société Générale Private Banking	7%	8%
Groupama Banque Privée	-	6%
UBS	10%	6%
Banque Privée 1818 (BPCE)	5%	4%
Banque Transatlantique (CM-CIC)	7%	4%
Compagnie financière Edmond de Rothschild	2%	4%
Indosuez Private Banking (Crédit Agricole)	5%	4%
Lazard Frères Gestion (LFG)	-	4%
Oddo et Cie	2%	4%
Swiss Life Banque Privée	5%	4%
Banque Martin Maurel	2%	2%

02



*En dépit d'une légère dégradation,
une image qui demeure positive*



Perception de l'univers de la banque privée





Bien que l'univers de la banque privée demeure majoritairement bien perçu, on note un léger affaïssement du nombre d'évocations positives qui lui sont spontanément associées. Deux évolutions sont à noter : le caractère confidentiel, secret de la banque privée ainsi que sa dimension de service, de conseil viennent moins spontanément à l'esprit des Français les plus riches. A l'inverse, ils soulignent davantage les notions de confiance et de fiabilité.



B1. Quels sont les 3 adjectifs que vous associez spontanément à la banque privée ?

	Vague 2 354	Vague 3 323
Adjectifs positifs	75%	66%
Personnalisé / Service-sur-mesure / A l'écoute	28%	23%
Compétence / Professionnalisme / Experte / Performante / Innovante	24%	20%
Fiabilité / Sérieux / Sécurisant	12%	19%
Commercial / Profit / Rentabilité / Rendement	16%	14%
Confidentialité / Discrétion / Secret / Privé	20%	10%
Assistance / Service / Conseil	14%	8%
Evoque un autre élément positif	3%	6%
Réactivité / Organisée / Rapidité / Dynamisme	6%	5%
Une bonne chose / Bien	1%	4%
Accessibilité / Disponibilité	5%	4%
Indépendante / Autonome / Libre	2%	3%
Nécessaire / Utile	3%	3%
Facile / Simple	3%	2%

	Vague 2	Vague 3
Adjectifs neutres	38%	38%
Elite / Pour les hauts revenus / Fortuné / Revenus élevés / Exclusif / Sélectif	28%	25%
Gestion de patrimoine / Investissement / Produits d'épargne	6%	6%
Haut de gamme	4%	2%

	Vague 2 354	Vague 3 323
Adjectifs négatifs	40%	41%
Cher / Coûteux / Onéreux	21%	24%
Opportuniste / Non rentable / Non intéressante / Trop axée profit	7%	9%
Abus / Escroquerie / Vol / Triche	4%	7%
Evoque un autre élément négatif	4%	7%
Opaque / Obscur / Manque de transparence / Flou	9%	5%
Risquée / Dangereuse	2%	4%
Indisponible / Manque de conseils, de services / Désinformation / Peu accompagnante	2%	3%
Impersonnelle / Eloignée / Individualiste / Peu attentive / Arrogante	3%	3%
Trop complexe / Compliquée	4%	1%
Ne se prononcent pas / Rien	1%	8%
Autres	2%	3%
NSP	3%	3%

% / % Ecart significatif par rapport à la vague 2



Un affaissement que l'on retrouve également chez les clients de banque privée bien qu'il soit moins prononcé.

B1. Quels sont les 3 adjectifs que vous associez spontanément à la banque privée ?



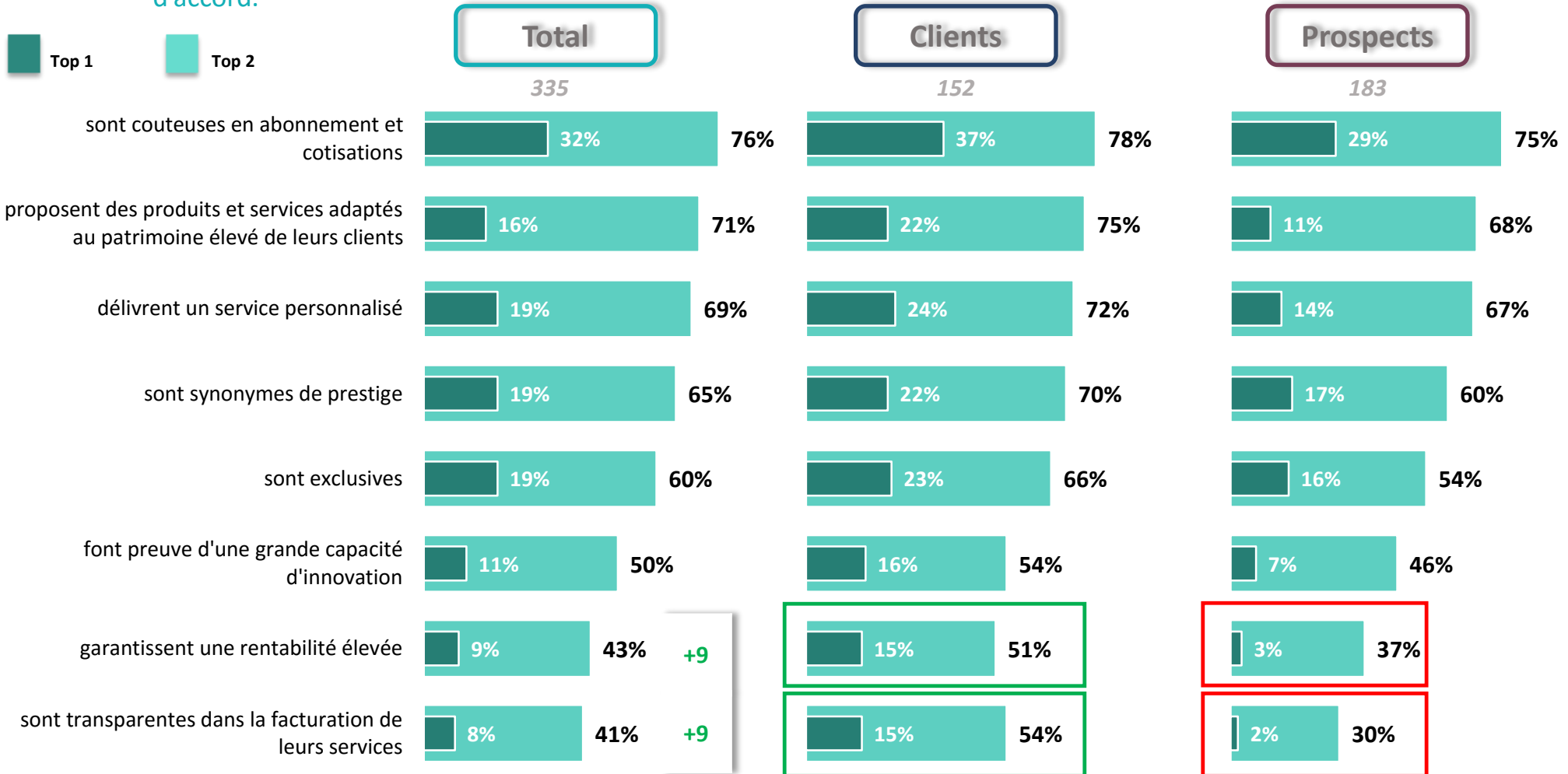
	Total 323	Clients 148	Non Clients 175
Adjectifs positifs	66%	73%	60%
Personnalisé / Service-sur-mesure / A l'écoute	23%	25%	20%
Compétence / Professionnalisme / Experte / Performante / Innovante	20%	22%	18%
Confiance / Fiabilité / Sérieux / Sécurisant	19%	25%	13%
Commercial / Profit / Rentabilité / Rendement	14%	11%	16%
Confidentialité / Discrétion / Secret / Privé	10%	10%	11%
Assistance / Service / Conseil	8%	13%	5%
Réactivité / Organisée / Rapidité / Dynamisme	5%	6%	4%
Adjectifs négatifs	41%	36%	45%
Cher / Coûteux / Onéreux	24%	23%	24%
Opportuniste / Non rentable / Non intéressante / Trop axée profit	9%	10%	8%
Abus / Escroquerie / Vol / Triche	7%	6%	7%
Evoque un autre élément négatif	7%	5%	8%
Opaque / Obscur / Manque de transparence / Flou	5%	5%	5%
Adjectifs neutres	38%	28%	47%
Elite / Pour les hauts revenus / Fortuné / Revenus élevés / Exclusif / Sélectif	25%	20%	30%
Gestion de patrimoine / Investissement / Produits d'épargne	6%	4%	8%
Ne se prononcent pas / Rien	8%	6%	9%
Autres	3%	3%	3%
NSP	3%	3%	3%

% / % Ecart significatif par rapport au total



Rentabilité élevée et transparence dans la facturation sont deux dimensions davantage associées à la banque privée.

B2 Voici une série d'affirmations que l'on peut entendre sur la banque privée. Vous nous direz pour chacune d'entre elles si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.



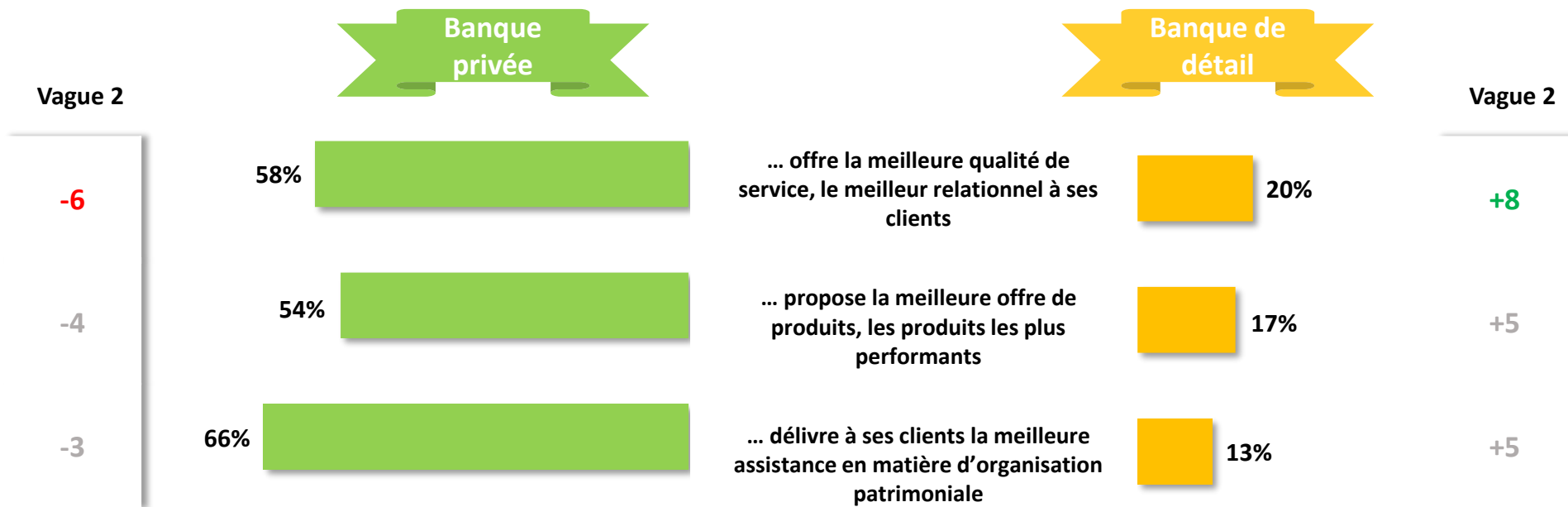
 Ecart significatif vs. Total



Bien que la banque privée maintienne sa position dominante sur les critères clés que sont la qualité de service, l'offre de produits et l'assistance en matière d'organisation patrimoniale, on note une légère dégradation de sa domination face à la banque de détail



B3. Selon vous, quel établissement bancaire, de la banque privée ou de la banque de détail, ...



NB : % Banque privée + % Banque de détail + % Ne sais pas = 100%



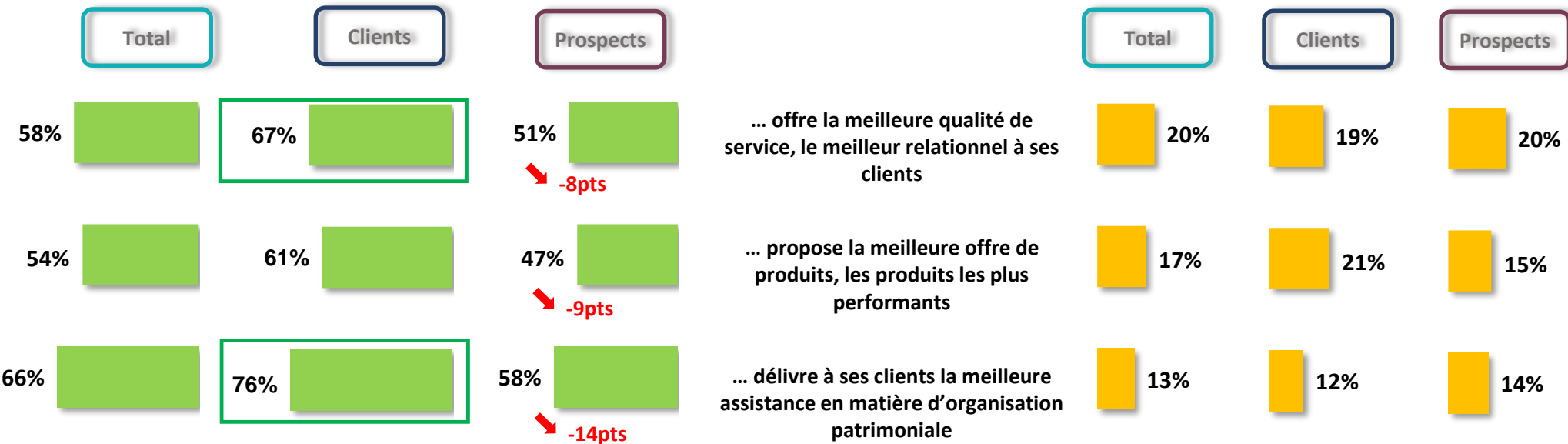
Une évolution imputable aux non clients qui ont moins tendance à considérer que la banque privée délivre une meilleure qualité de service, une meilleure assistance et propose des produits plus performants.

B3. Selon vous, quel établissement bancaire, de la banque privée ou de la banque de détail, ...



Banque privée

Banque de détail



NB : % Banque privée + % Banque de détail + % Ne sais pas = 100%

 Ecart significatif vs. Total

03



Les clients de banque privée

- *Qui sont-ils ?*
- *Quelles sont leurs attentes ?*

a



Des clients fidèles et engagés



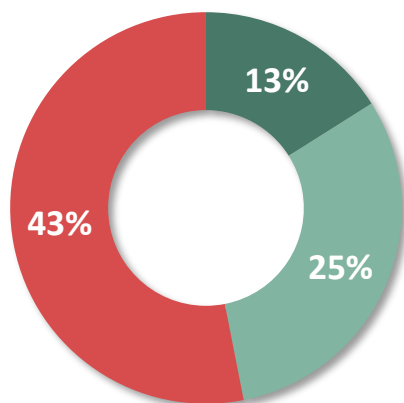
Des clients fidèles


43% des clients d'une banque privée ont plus de 10 ans d'ancienneté.
Et moins d'1/3 des clients ont déjà changé de banque ou pris une 2nde banque privée



Ancienneté

B8. Depuis combien de temps êtes-vous client(e) d'une banque privée ?
(Nouveaux items)



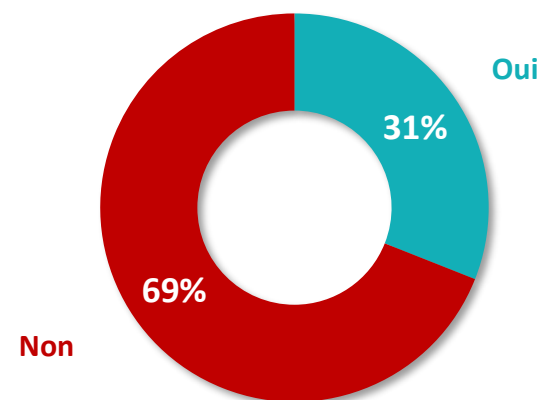
 Depuis moins de 2 ans

 Depuis 2 à 6 ans

 Depuis plus de 10 ans

Changement de banque privée

B16. Avez-vous déjà changé de banque privée ou pris une seconde banque privée ?



Non

Oui

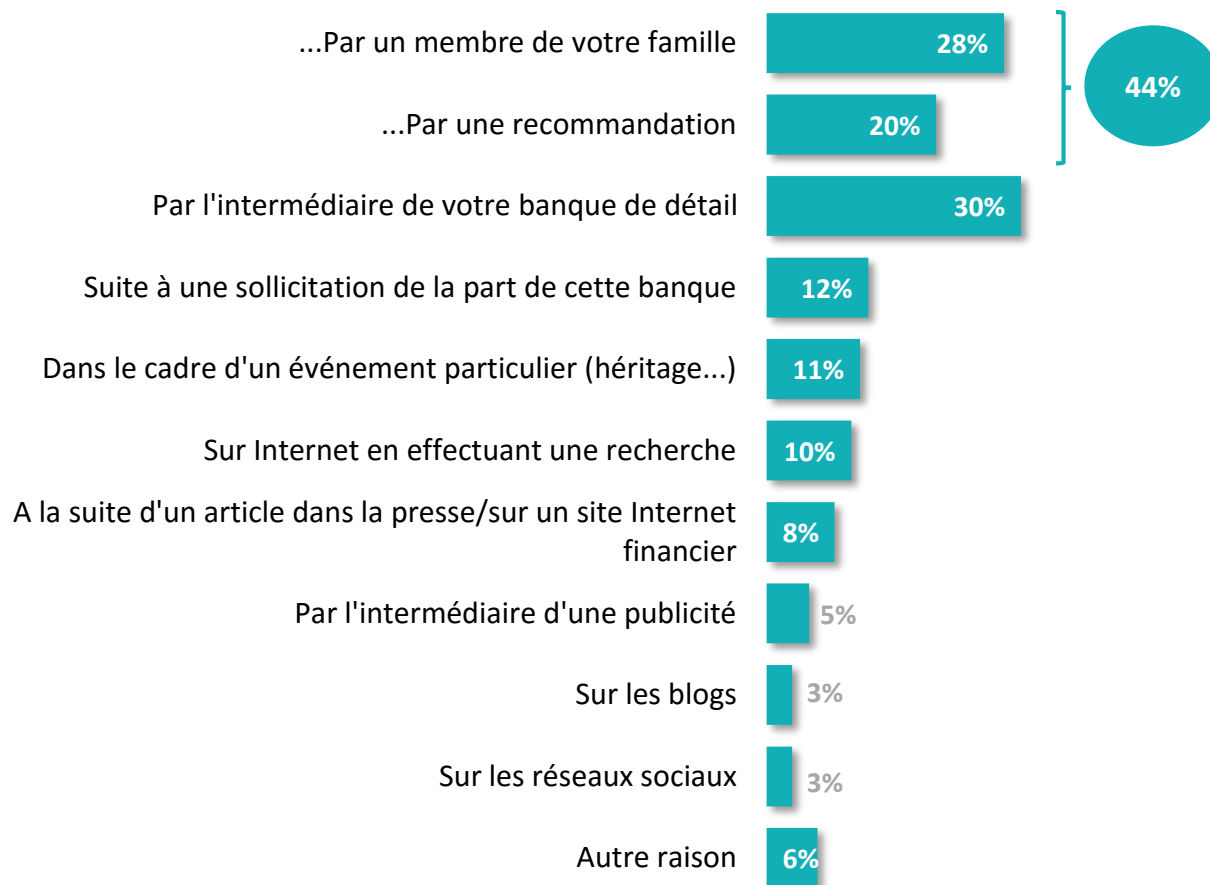


Des clients recrutés par bouche à oreille : ils sont 44% à avoir connu leur banque privée par le biais d'un membre de leur famille ou d'une recommandation.



B10a. Comment, à l'origine, avez-vous connu votre banque privée ?

(Nouveaux items)



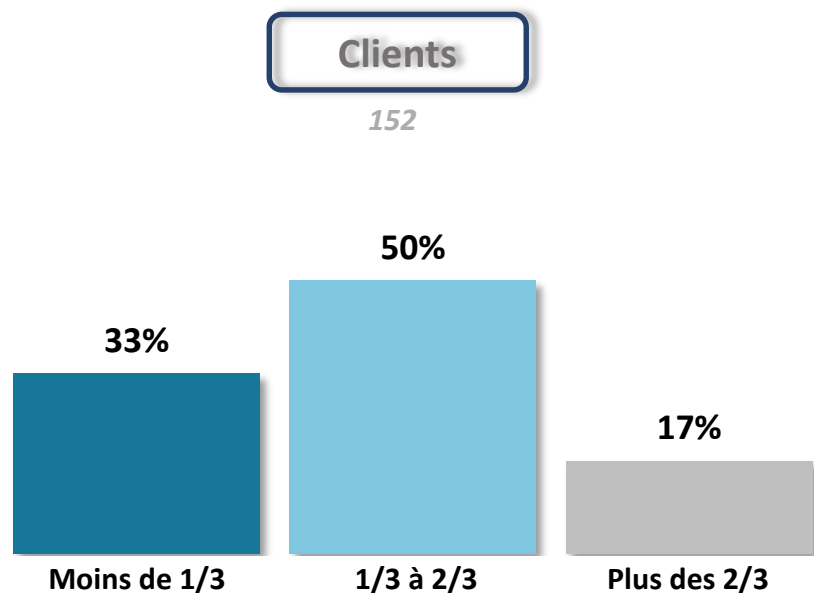


Des clients engagés au travers de leur patrimoine

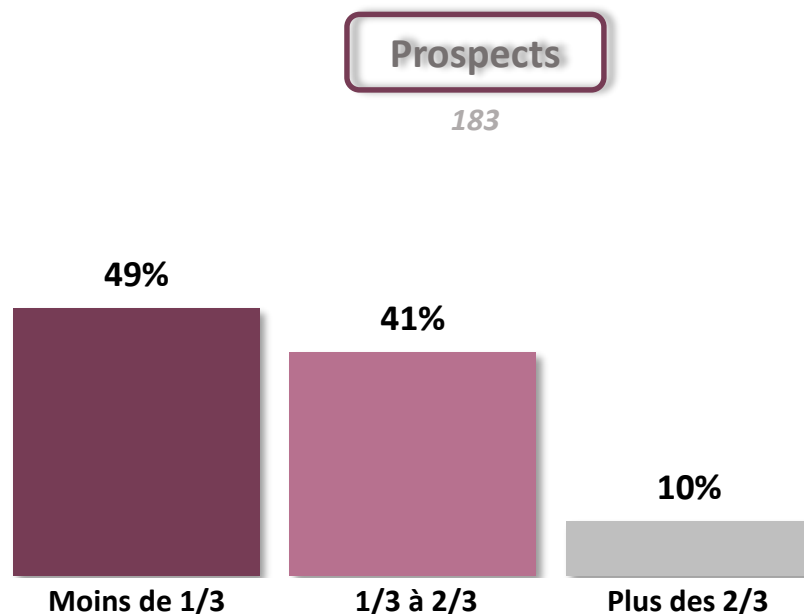
1 client sur 2 a confié entre 1/3 et d'2/3 de son patrimoine à sa banque privée

Quote-part du patrimoine confié

B22a. Quelle quote-part de votre patrimoine financier avez-vous confié à votre banque privée actuelle ?



B22b. Quelle quote-part de votre patrimoine financier seriez-vous prêt(e) à confier à votre banque privée ?



↗ ↘ Ecart significatif par rapport à la vague 2



Une fidélité qui se retrouve également chez certains clients au travers de leur engagement familial

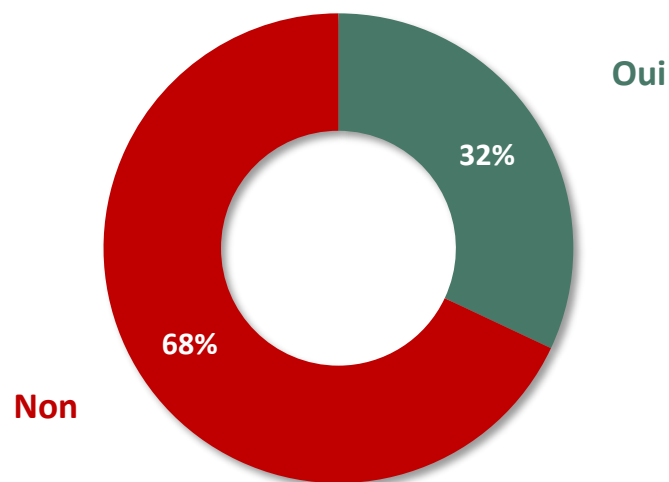
B8c : Votre enfant est-il également client de votre banque privée / L'un de vos enfants est-il également client de votre banque privée ?

(Nouvelle question)

Base : Clients ayant au moins un enfant



Clients dont au moins un enfant est également client au sein de la même banque privée



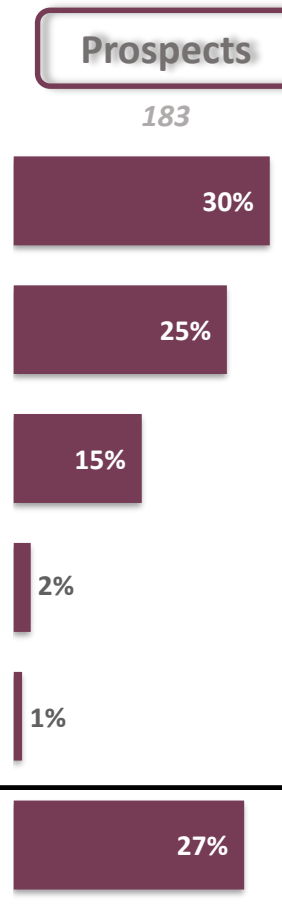


Mais une part de clients qui, en dépit de leur engagement, ont des difficultés à déterminer le seuil d'entrée de leur établissement.

B23a. Quel est, selon vous, le montant plancher de patrimoine financier permettant de devenir client de votre banque privée ?



B23b. Quel est, selon vous, le montant plancher de patrimoine financier permettant de devenir client d'une banque privée ?



Ecart significatif par rapport à la vague 2

b



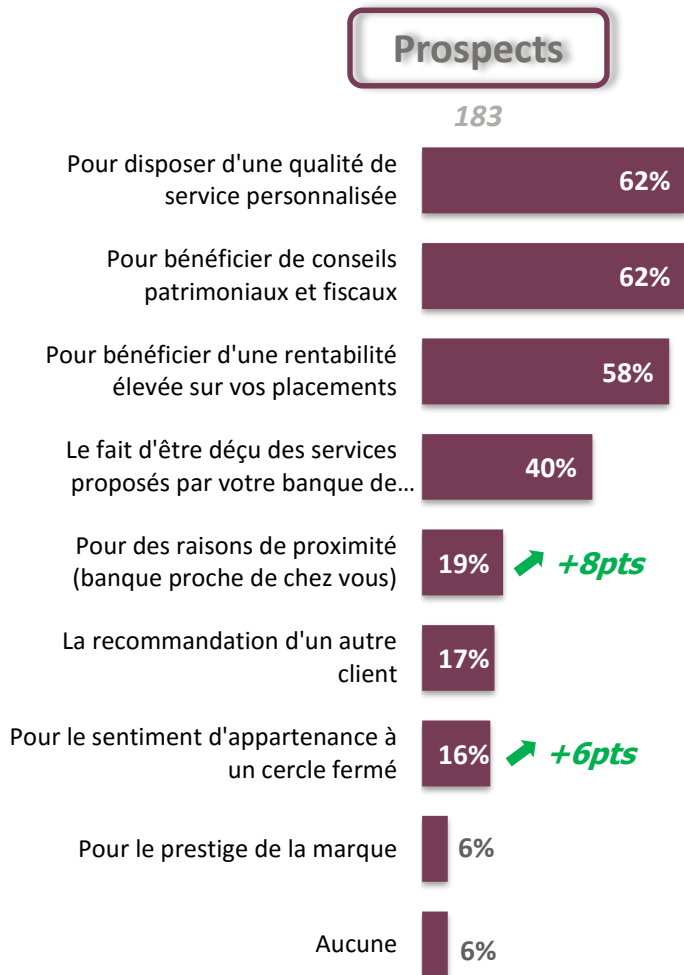
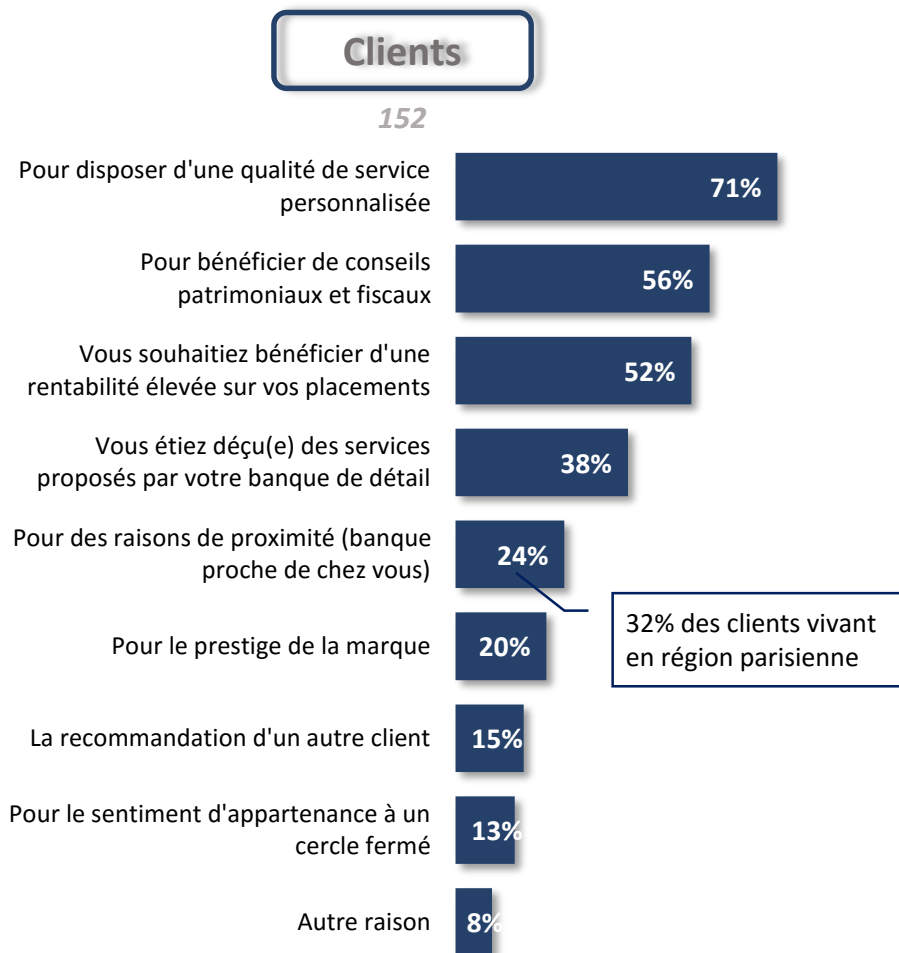
Des clients en recherche d'un service personnalisé et d'un accompagnement fiscal, patrimonial performant



Des clients dont le choix est avant tout motivé par la recherche de services de qualité et de conseils patrimoniaux et fiscaux performants. Le prestige de la marque, le sentiment d'appartenance sont des critères plus secondaires

B15a. Pour quelles raisons avez-vous choisi de placer vos actifs dans une banque privée ?

B15b. Quelles raisons pourraient éventuellement vous inciter à placer vos fonds dans une banque privée ?



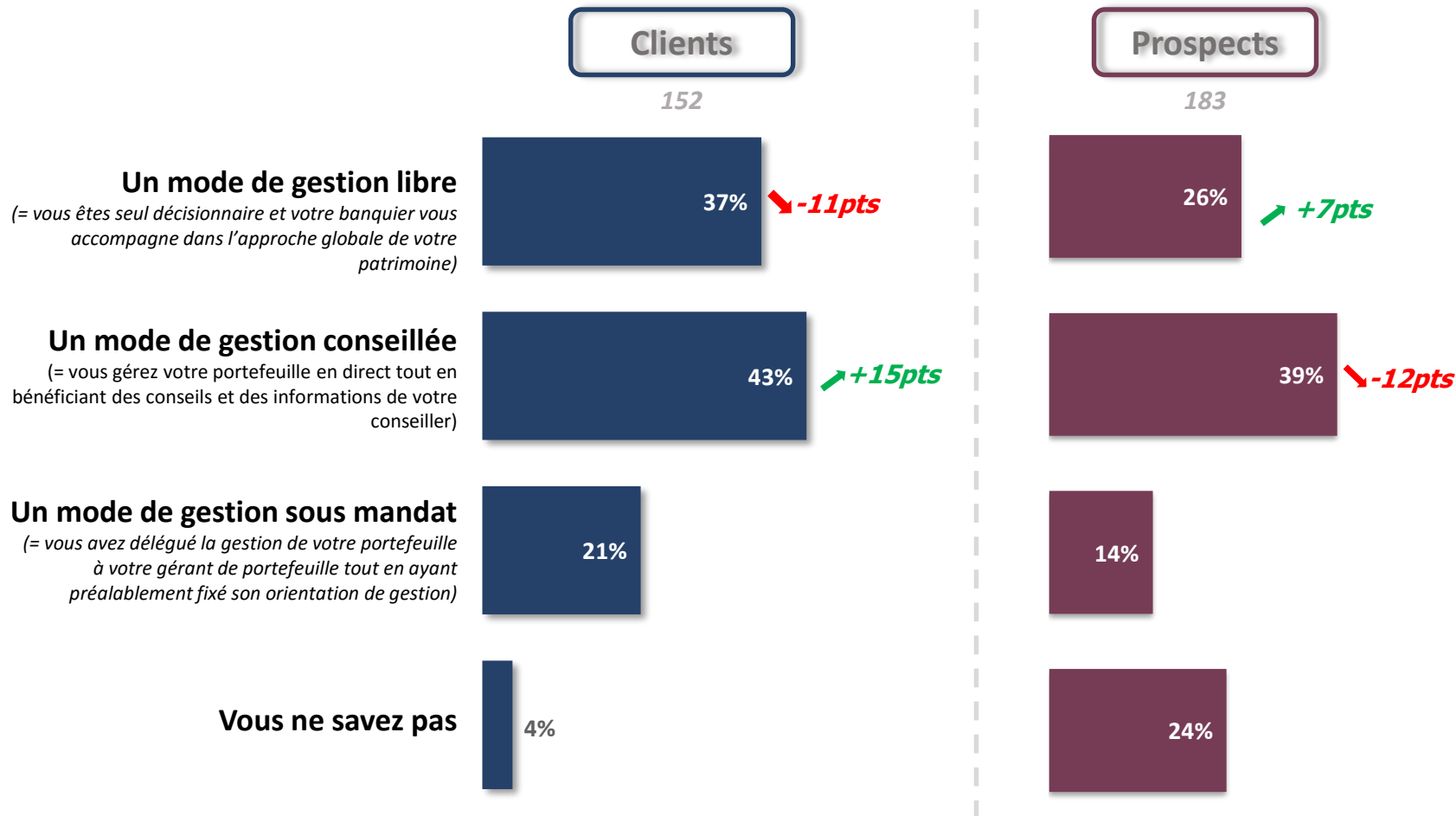
↗ ↘ Ecart significatif par rapport à la vague 2



Des clients en recherche de conseils : Ils sont plus nombreux à se tourner vers un mode de gestion conseillée.

B13a. Pour quel type de gestion avez-vous opté au sein de cette banque privée ?

B13b. Si vous deveniez demain client d'une banque privée pour quel type de gestion opteriez-vous ?



↗ ↘ Ecart significatif par rapport à la vague 2

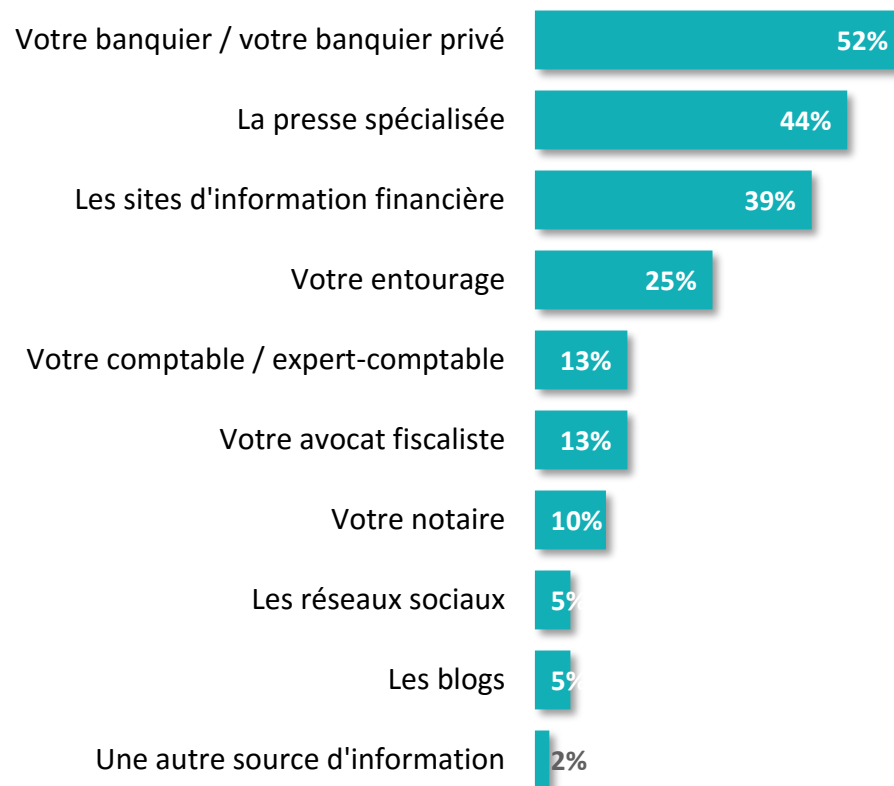


Le banquier privé est la principale source d'information utilisée pour se tenir informé de l'actualité économique et financière

B13c : Quelle(s) source(s) d'information utilisez-vous pour vous tenir informé sur l'actualité économique et financière et gérer au mieux votre patrimoine ?

(Nouvelle question)

Base : 152 Clients

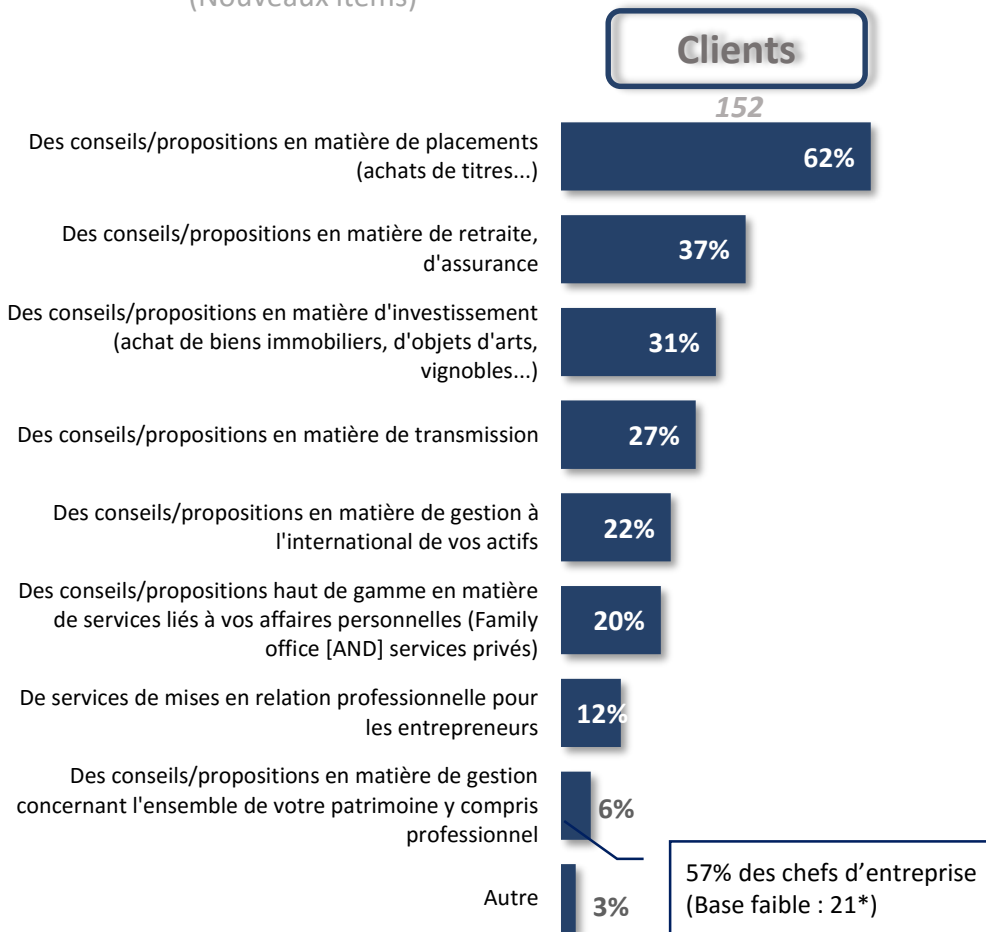




Des clients qui bénéficient avant tout de conseils en matière de placements.

B18a. De quels types de conseils/propositions bénéficiez-vous au sein de votre banque privée ?

(Nouveaux items)



Nombre moyen de conseils/propositions dont bénéficient les clients au sein de leur banque

2,2

B18b. Parmi la liste suivante de conseils/propositions, lesquels pensez-vous bénéficier au sein d'une banque privée ?

(Nouveaux items)



Nombre moyen de conseils/propositions dont bénéficient les clients au sein de leur banque

2,9

C



Une relation avec le conseiller privé positive malgré une légère baisse de confiance



Une légère baisse de confiance à noter.

B21a. Diriez-vous que vous avez...

Clients

152

...totale confiance en votre conseiller

16%

...suffisamment confiance pour vous confier à lui

55%

↘ -8pts

...pas assez confiance pour vous confier à lui

24%

↗ +5pts

...pas du tout confiance en lui

5%

B21b. Si vous étiez client(e) d'une banque privée, auriez-vous...

Prospects

183

3%

68%

21%

8%

↗ +6pts

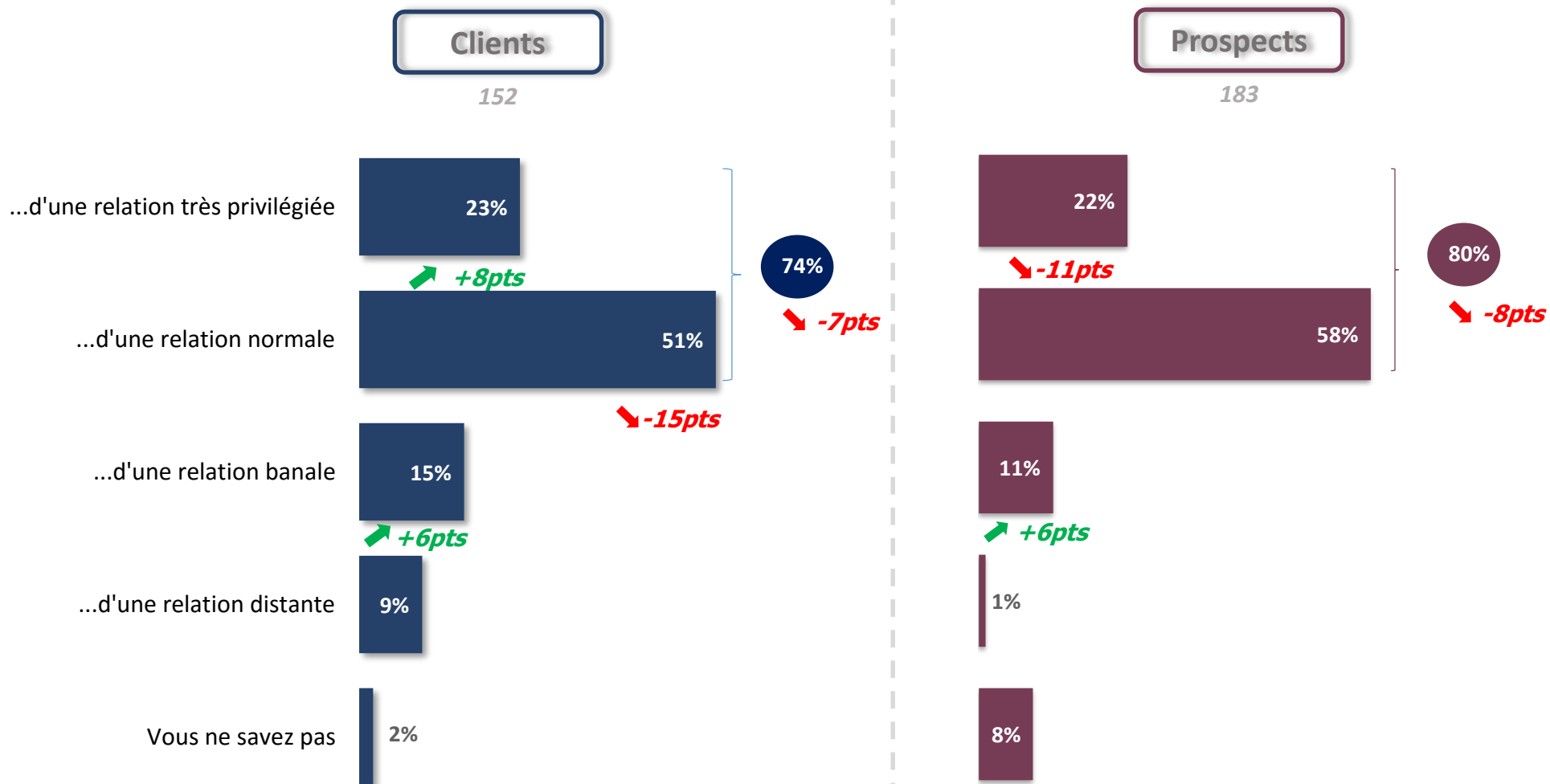
↗ ↘ Ecart significatif par rapport à la vague 2



En dépit d'une relation avec son conseiller qui demeure majoritairement perçue comme étant normale (1 client sur 2), voire privilégiée (presqu'1 client sur 4)

B20a. Si vous deviez qualifier votre relation avec votre conseiller, diriez-vous qu'il s'agit...

B20b. Comment imaginez-vous la relation existant entre un client de banque privée et son conseiller ? Il doit s'agir...



↗ ↘ Ecart significatif par rapport à la vague 2

d



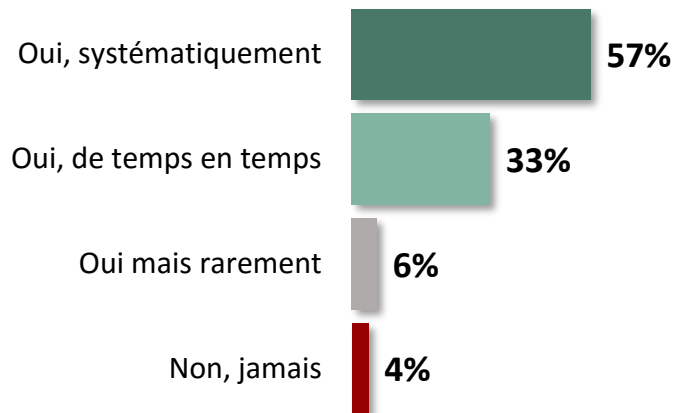
*Des clients technophiles dans la
gestion de leur comptes et données
bancaires*



La quasi-totalité des clients de banque privée interrogés utilise les nouvelles technologies pour la gestion de leurs comptes et données bancaires.

B19 : Pour commencer, avez-vous recours aux nouvelles technologies pour la gestion de vos comptes et données bancaires ?

(Nouvelle question)



96% ST oui

	Clients 152	Prospects 183
Oui, systématiquement	48%	66%
Oui, de temps en temps	42%	25%
Oui mais rarement	7%	5%
Non, jamais	3%	4%

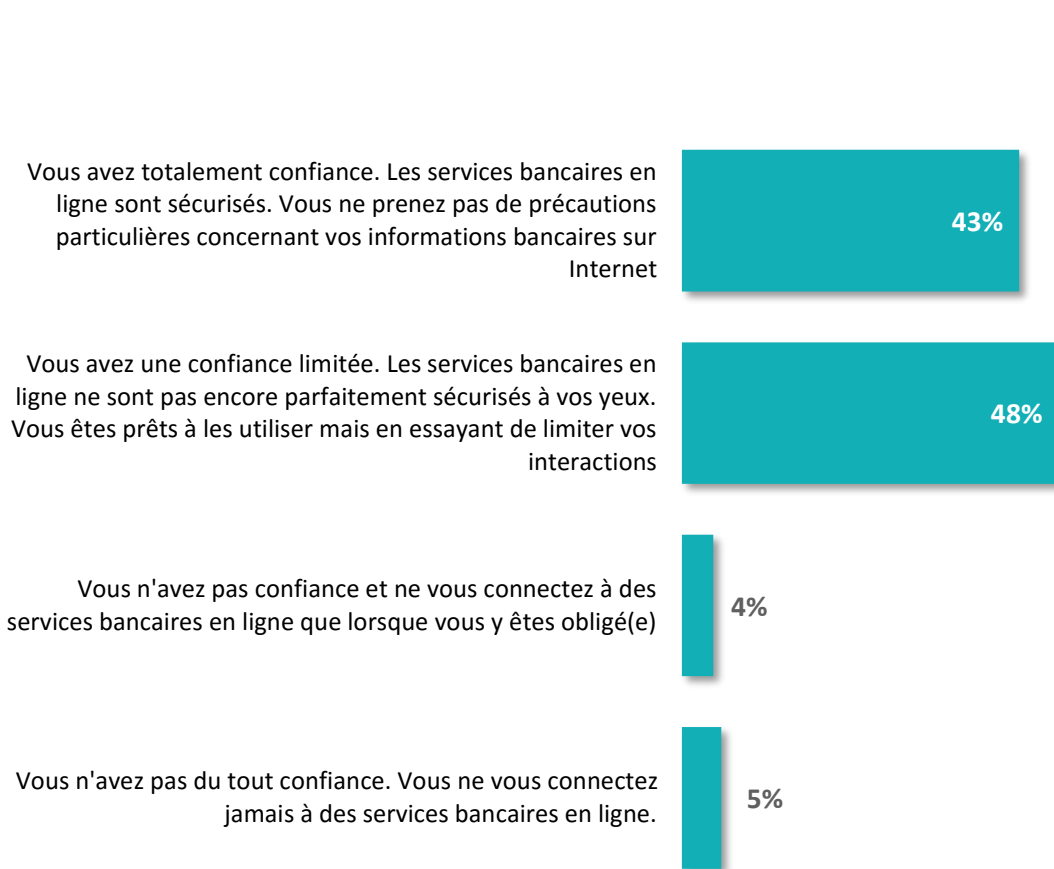
% / % Ecart significatif par rapport au total



Des clients qui font confiance aux services bancaires en ligne : 96% des clients interrogés estiment que les services bancaires en ligne sont sécurisés. Dans le détail, ils sont 36% à avoir totalement confiance en ces nouvelles technologies.

B19c : Plus précisément, laquelle des affirmations suivantes, portant sur la protection de vos informations bancaires sur Internet, vous correspond le mieux.

(Nouvelle question)



	Clients 152	Prospects 183
Totalement confiance	36%	49%
Confiance limitée	58%	40%
Pas confiance / pas de connexion	4%	4%
Pas du tout confiance / jamais de connexion	2%	7%
Total confiance	96%	89%

% / % Ecart significatif par rapport au total



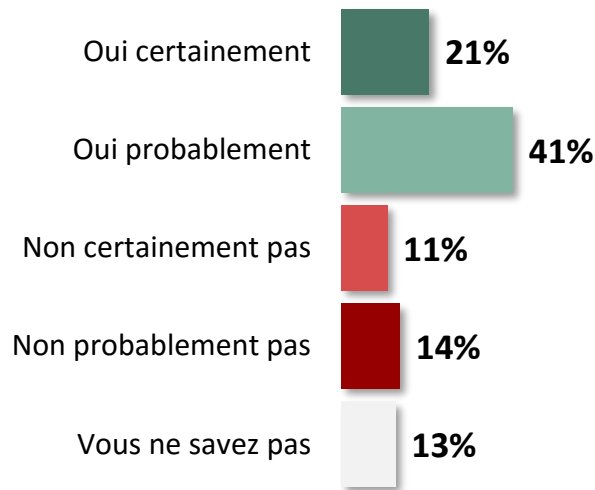
Globalement, les Français sont prêts à utiliser un agrégateur de comptes en ligne. Cette proportion est encore plus importante chez les clients.

B19b : A l'avenir, seriez-vous enclin à utiliser un agrégateur permettant de regrouper en ligne, dans une seule et même interface, les informations provenant de vos différents comptes bancaires ?

(Nouvelle question)



Base : 227 non utilisateurs



ST Oui

62%

ST Non

25%

	Clients 104	Prospects 123
Oui certainement	25%	19%
Oui probablement	48%	34%
Non certainement pas	5%	17%
Non probablement pas	14%	13%
Vous ne savez pas	8%	17%

% / % Ecart significatif par rapport au total

e



*Des attentes prégnantes qui
pourraient inciter certains clients à
revoir leur position*

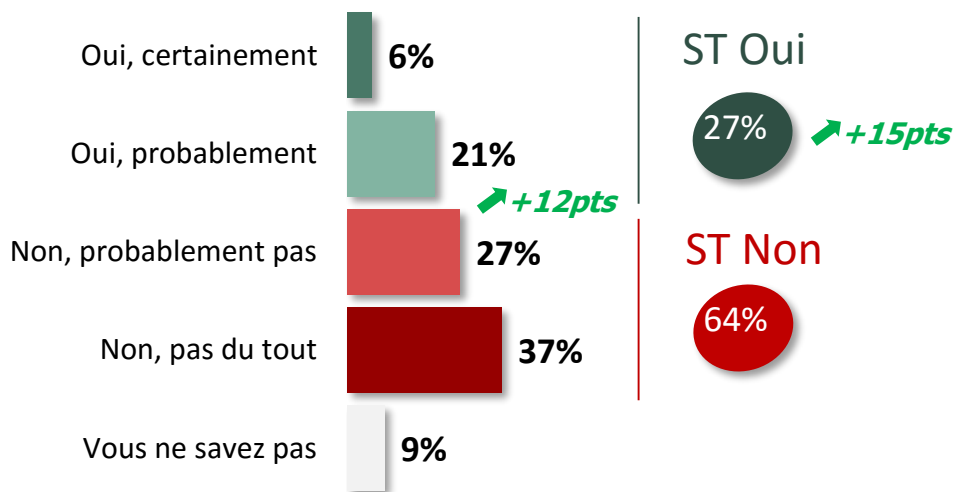


Une fidélité que certains clients pourraient remettre en cause :

Alors qu'ils étaient 12% à exprimer une intention de changer de banque privée en 2015, on voit qu'aujourd'hui ils sont 27%. Une gestion pas assez performante, des tarifs peu avantageux et des services d'accès à l'information pas au niveau, sont les principales raisons évoquées pour motiver leur décision.

B26. Avez-vous l'intention de changer de banque privée au cours des 12 prochains mois ?

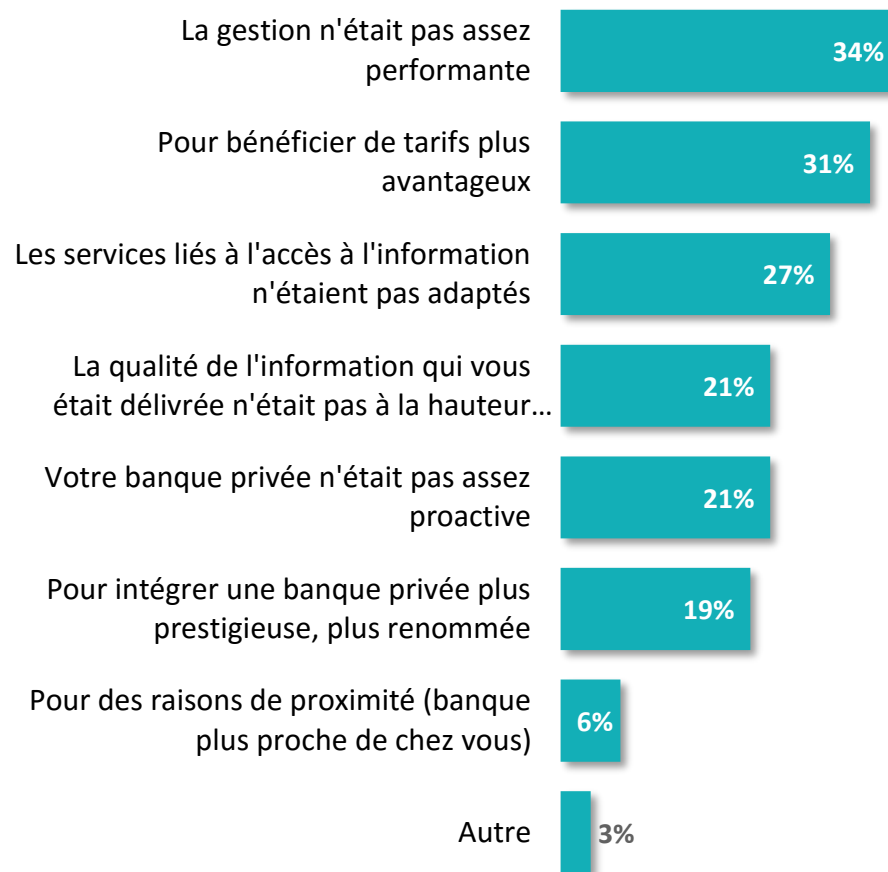
Base : 152



B27. Pour quelles raisons avez-vous l'intention de changer de banque privée ?

(Nouveaux items)

Base : 42*



↗ ↘ Ecart significatif par rapport à la vague 2

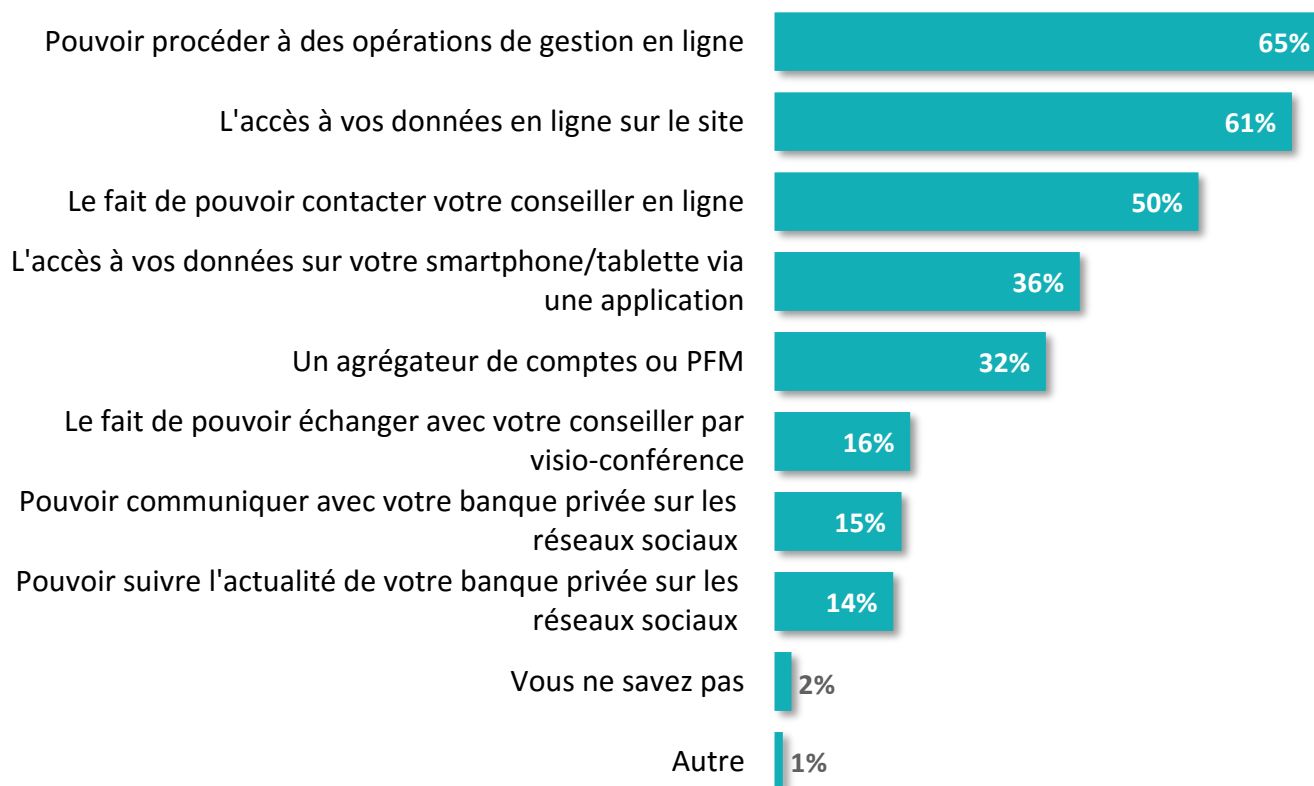



Des attentes réelles en matière de services digitaux, des plus classiques (accès aux données, opérations et contact en ligne) aux plus récents (accès aux données sur support mobile, agrégateur des comptes, visio-conférence,...)



B19a. Parmi la liste suivante de services relatifs aux nouvelles technologies quels sont, selon vous, les 3 plus importants que devrait proposer une banque privée ? Merci de les classer par ordre d'importance : en 1er, en 2ème, en 3ème ? Au cumul.

(Nouveaux items)



 Ecart significatif par rapport à la vague 2



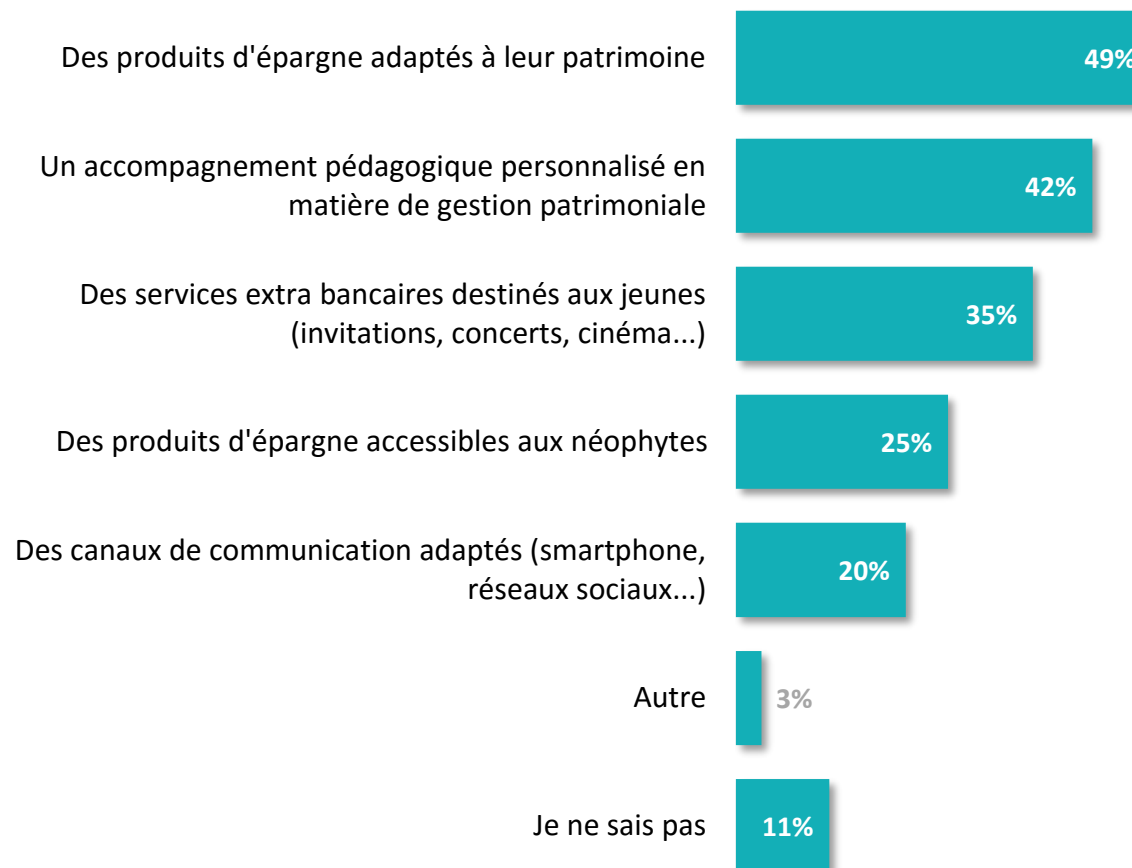
Des attentes pour leurs enfants également : Davantage de personnalisation et d'accompagnement sont attendus par les parents pour leurs enfants



B8d : Selon vous, quel(s) type(s) de services et/ou de produits une banque privée devrait-elle proposer aux enfants de ses clients ?

Base clients et parents d'au moins un enfant

(Nouvelle question)





Synthèse



Principaux enseignements (1/2)

Un léger affaïssement de l'image de la banque privée

Bien que cet univers demeure globalement bien perçu des Français les plus riches (synonyme de services personnalisés, de compétences, de prestige...), **une légère dégradation est à noter :**

- Spontanément, **la banque privée suscite moins d'évocations positives** de la part des clients comme des non clients (66% d'évocation positives contre 75% il y a 12 mois). Cette **baisse transparat tout particulièrement sur le caractère confidentiel, secret de la banque privée ainsi que sur sa capacité à délivrer du service, des conseils.**

- **Vis-à-vis de la banque de détail également**, tout particulièrement sur la question de la qualité de service, du relationnel à ses clients. La perception de la domination de la banque privée face à la banque de détail s'affaiblit sur cette dimension, tout particulièrement aux yeux des non clients (- 6pts au global et - 9 auprès des non clients).

... Du fait d'une exigence plus forte de la part des Français dans un contexte de rendement faible sur les placements dits traditionnels et de renforcement des normes européennes de contrôle.

Dans la conjoncture économique et financière actuelle instable et face à la faiblesse des rendements sur les produits d'épargne traditionnels, **les Français les plus riches sont en quête de sécurité certes (53%) mais également, et de plus en plus, de conseils avisés (56%)** notamment en matière de nouveaux types d'actifs (18%)



Principaux enseignements (2/2)

Ce besoin de conseils transparaît chez les clients dans **l'évolution du mode gestion choisi** avec une transition de plus en plus marquée du mode de gestion libre (- 11 pts) vers un mode de gestion conseillée (+ 15 pts)

Cette **attente plus forte en matière de conseil poussant d'ores et déjà une part plus importante de clients à considérer la possibilité de changer de banque privée** (27% des clients) afin de bénéficier d'une gestion plus performante (34%), de tarifs plus avantageux (31%) mais également de services d'accès à une information de meilleure qualité (27%).