

BAROMÈTRE DE LA BANQUE DE DEMAIN

Découvrez les 10 chiffres clés de la 5ème édition de notre baromètre sur les usages bancaires des Français.

Souveraineté, IA, éthique : comment les nouvelles générations bousculent-elles les codes traditionnels et imposent-elles de nouveaux standards de transparence et d'innovation ?

Souveraineté et fraude



50 %

Plus de 50 % des Français privilégieraient une banque dont les données et les technologies d'IA sont hébergées en Europe (dont 10 % même si le coût est plus élevé).

des Français (63 % pour les moins de 35 ans et les CSP supérieurs) sont convaincus par le projet d'euro numérique.



20 % des Français déclarent avoir été exposés à une tentative ou ont été victimes d'une fraude.

Les principaux canaux utilisés :



49 % 23 % 18 %

Innovation : IA, data et cryptos



44 % des Français se disent prêts à adopter une banque entièrement pilotée par l'IA, si cela permettait des tarifs plus compétitifs et de meilleures performances financières.



45 % des moins de 35 ans sont prêts à autoriser des tiers à accéder à leurs données bancaires afin de bénéficier de meilleures conditions tarifaires

(exemple : Contrat d'assurance ou d'énergie moins cher, crédit à des taux plus bas...).

30 % des Français de moins de 35 ans attendent de leur banque qu'elle intègre des solutions d'investissement en cryptomonnaies (type Bitcoin).



Le rôle du conseiller



90 % des Français sont satisfaits de leurs conseillers. Le NPS (Net promoter Score) des banques est en hausse par rapport à 2025 (+9 points).



COMPLEXITÉ

Le conseiller bancaire conserve un rôle central dans la relation client, en particulier pour les interactions complexes où l'accompagnement humain reste déterminant.

Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)

De plus en plus acculturés et sensibles au rôle des services numériques dans l'impact environnemental,

76 % des Français jugent prioritaire la réduction de cet impact par les banques.

64 %



des moins de 35 ans sont prêts à changer de banque pour un établissement aux engagements éthiques, écologiques et sociaux plus forts.



43 % des Français déclarent que la qualité du service client est le critère le plus important dans l'évaluation globale d'une banque.

Enquête réalisée par Mantu x mc2i auprès de 2000 Français représentatifs de la population française interrogés par voie électronique entre le 18 février et le 3 mars 2026 avec une durée de complétude du questionnaire de 15 minutes.