

Banques : les Français de plus en plus inquiets

C'est la crise et ça se sent. La confiance des Français dans la solidité de leurs institutions bancaires est en baisse. Selon un sondage* « Tilder-LCI-OpinionWay », la confiance des Français dans la solidité de leurs banques a baissé de près de 10 % depuis 2008.

Dans le détail, les Français ont, pour une grande partie, tout de même confiance dans leur banque pour près de 70 % d'entre eux. Ce sont les hommes (73 %) et les plus de 65 ans (77 %) qui sont les plus confiants. Les moins confiants étant les femmes (32 %) et les 35-49 ans (35 %). Politiquement, ce sont les électeurs de droite qui ont le plus confiance dans leur banque à 83 % pour les électeurs de Nicolas Sarkozy, 84% pour ceux de François Bayrou. 75 % des électeurs de François Hollande sont dans le même cas.

Quant à la question de savoir s'ils ont confiance dans la solidité des banques françaises en général, le chiffre est là aussi en baisse de 10 % depuis 2008 passant sous la barre des 60 %, à 57 % exactement : quasiment un Français sur deux n'a donc pas confiance dans la solidité des établissements bancaires français. Là encore ce sont les femmes qui doutent le plus avec les 50-64 ans (48 %). Côté politique, ce chiffre est un peu plus important chez les électeurs de Jean-Luc Mélenchon qui sont 53 % à ne pas avoir confiance dans la solidité des banques françaises. Un chiffre identique pour les électeurs de Marine Le Pen. Les plus confiants dans la solidité des banques de l'hexagone restent les électeurs de Nicolas Sarkozy (72 %) et de François Bayrou (70 %).

Frédéric Latrobe, du cabinet Tilder, nous livre l'analyse suivante de ce sondage :

"Ces résultats sont surprenants, à la fois bonne et mauvaise nouvelle pour les banques françaises. Bonne nouvelle d'abord : malgré le pilonnage dont elles ont fait l'objet depuis 4 ans, attaquées sur leurs responsabilités directes dans la crise, la confiance des Français demeure à un niveau élevé. Deuxième enseignement, qui n'est pas complètement une surprise : la confiance est plus forte dans sa banque que dans les banques en général. C'est l'expression d'un paradoxe bien français : l'optimisme est personnel et le pessimisme est collectif. C'est l'autre bonne nouvelle : à grand renfort d'investissements publicitaires, les banques communiquent depuis 2008 sur la confiance et sur la proximité. Visiblement, cette stratégie est la bonne et donne des résultats.

Néanmoins, il y a une vraie mauvaise nouvelle : c'est la montée de l'inquiétude générale. Par rapport à 2008, la chute est significative : - 9 et - 10 respectivement pour la confiance dans sa banque et pour la confiance dans les banques. L'enseignement est que les Français semblent avoir intégré le risque systémique. Les dégâts collatéraux de la crise financière et aujourd'hui de la crise des dettes d'Etats peuvent se faire sentir pour chaque usager des banques. L'équation devient alors plus compliquée: il faut rassurer en proximité, parler à chaque client pour contenir l'irrationnel et l'inquiétude collective. Les banques ont donc tout intérêt à maintenir la pression sur ces messages de réassurance.

Enfin, ces résultats sont aussi un message pour les Pouvoirs Publics : les Français semblent attendre effectivement, pour se rassurer, une séparation des activités de banques de dépôt et de banque d'affaires. C'était une promesse de François Hollande durant la campagne. Il a donc la voie libre pour se mettre en cohérence avec les attentes de l'opinion".

*Étude réalisée par Internet auprès d'un échantillon de 1003 personnes, représentatif de la

population française âgée de 18 ans et plus du 23 au 24 mai 2012.