



Déconfinement : l'observatoire Afterbanking a analysé les impacts de la crise sur la consommation des Français et leurs pratiques de paiement

L'Observatoire des usages bancaires est une étude qui mesure l'impact du digital sur la relation à l'argent et à la banque.

Cette nouvelle édition présente les résultats d'une enquête, en partenariat avec OpinionWay réalisée en France en période de déconfinement, du 22 mai au 1er juin 2020 ainsi qu'une analyse de l'évolution des comportements des clients d'Orange Bank sur les quatre derniers mois. Elle permet ainsi de mesurer l'impact de la crise sanitaire sur l'utilisation des moyens de paiement, la relation à la banque et sur les comportements de consommation avant, pendant et après le confinement.

Les deux principaux enseignements de cette étude sont la forte accélération de la digitalisation des moyens de paiement et une nette reprise de la consommation chez les Français.

Accélération de la digitalisation des moyens de paiement

Cette enquête révèle qu'un Français sur cinq a déjà utilisé son smartphone pour payer sans contact en magasin (+ 6 points en 18 mois) et un sur 10 le fait régulièrement. Les jeunes actifs (25-34 ans) sont particulièrement adeptes (31% l'ont déjà utilisé). En termes socio-professionnel, toutes les catégories sont bien représentées, le paiement mobile se démocratise, il n'est plus l'apanage d'une clientèle élitiste.

Par ailleurs, le paiement sans contact carte continue sa progression (76%, + 11 points en 18 mois). Ce sont les plus de 65 ans qui sont le plus venus grossir les rangs des utilisateurs, ils sont 82% à l'utiliser (+ 6 points par rapport à l'automne 2019).

L'accélération de la numérisation des paiements provoque naturellement une chute très significative de l'utilisation des espèces et des chèques avec des baisses respectives de -13 points et de - 5 points par rapport à l'automne.

L'attractivité des nouvelles banques est désormais bien réelle : 65% des clients d'une banque en ligne ou mobile se déclarent prêts à en faire leur banque principale, alors même que la multi-bancarisation décroît, preuve que les néo-banques constituent désormais une vraie alternative aux banques traditionnelles.

A l'issue du confinement, la solidité financière et la réputation ressortent comme les principaux déterminants de la confiance des Français dans leur banque. Les opérateurs télécom et la grande distribution apparaissent comme des acteurs alternatifs aux banques traditionnelles pour 20% des Français, devant les GAFA qui recueillent 16% d'intérêt.

Déconfinement : une nette reprise de la consommation

Orange Bank, via des techniques de text-mining et de data mining sur plus de 7,3 millions d'opérations, a pu analyser les usages de ses clients sur ces quatre derniers mois.

Ainsi depuis le déconfinement :

- Les paiements mobiles s'installent à un niveau très supérieur à la normale (+ 8% vs début 2020) ;
- Le montant moyen des paiements mobiles a augmenté de + 64% par rapport au début de l'année 2020 ;
- Si les dépenses alimentaires se maintiennent à un niveau élevé (+ 24%) après le déconfinement, les dépenses en habillement ont dépassé le niveau d'avant la crise avec une augmentation de + 11% ;
- Enfin les achats et les divertissements en ligne se maintiennent à un niveau très élevé après le déconfinement avec des hausses respectives de + 46% et + 32% par rapport au début de cette année.

Paul de Leusse, Directeur Général d'Orange Bank, conclut : « *Le confinement a accéléré la digitalisation des services financiers à bien des égards : achats en ligne, recours au paiement mobile, utilisation des néo-banques comme banque principale... et ces tendances ne se sont pas arrêtées avec le déconfinement, signe d'une évolution durable des comportements.* »

Retrouvez

l'étude sur : <https://media.orange.com/c/sirius/Observatoire%20Afterbanking%20Juin%202020.pdf>

A propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunication dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 42 milliards d'euros et 147 000 salariés au 31 décembre 2019, dont 87 000 en France. Le Groupe servait 266 millions de clients au 31 décembre 2019, dont 207 millions de clients mobile, 21 millions de clients haut débit fixe. Le Groupe est présent dans 26 pays. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunication aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services. En décembre 2019, le Groupe a présenté son nouveau plan stratégique « Engage 2025 » qui, guidé par l'exemplarité sociale et environnementale, a pour but de réinventer son métier d'opérateur. Tout en accélérant sur les territoires et domaines porteurs de croissance et en plaçant la data et l'IA au cœur de son modèle d'innovation, le Groupe entend être un employeur attractif et responsable, adapté aux métiers émergents.

Orange est coté sur Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com ou pour nous suivre sur Twitter : [@presseorange](https://twitter.com/presseorange).

Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques détenues par Orange ou Orange Brand Services Limited.

Contacts presse : 01 44 44 93 93

Emmanuel Gauthier ; emmanuel2.gauthier@orange.com