

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 13 novembre 2019

Le modèle coopératif fait-il la différence pour les clients des banques ?

Les banques coopératives riment avec démocratie, pouvoir du client, territoire et solidarité... mais semblent aussi plus concernées par la satisfaction de leurs clients ! A l'occasion de la semaine de la coopération organisée par les Banques Populaires, le premier baromètre de la différence coopérative réalisé en partenariat avec la Chaire Lyon 3 Coopération vient de sortir. Cet outil permet de comprendre les dimensions de la différence coopérative et leur importance pour les clients des banques françaises.

2318 individus (panel Toluna), interrogés en mai 2019, ont été invités à exprimer leur ressenti sur huit critères (satisfaction client ; influence des clients sur les pratiques de l'entreprise ; valeurs de solidarité de l'entreprise ; orientations résultant d'une décision démocratique ; contribution au développement territorial ; qualité des services ; tarifs ; engagement sur le long terme).

Les critères d'évaluation ont été sélectionnés selon deux conditions :

- ils permettent d'appréhender les spécificités du modèle coopératif ;
- ils ont un impact sur la qualité de la relation bancaire et sur les intentions comportementales des clients (le Net Promoter Score par exemple).

Pour chaque critère, les panélistes se sont positionnés d'une part, pour les banques coopératives et d'autre part, pour les banques non coopératives. Il s'agit donc d'une évaluation comparative dans laquelle le répondant est conduit à positionner sa banque par rapport à ses concurrentes, selon qu'elle soit coopérative ou non.

Les principaux enseignements de ce 1er baromètre sont :

- Les banques coopératives sont mieux évaluées que les autres banques sur les dimensions de *Pouvoir du client, Démocratie, Solidarité, Orientation Long terme* et *Territoire* ;
- Parmi les banques qui ont un réseau d'agences, les banques coopératives sont mieux évaluées sur la dimension *Culture satisfaction* ;
- Les banques coopératives ne se distinguent pas des autres banques sur la dimension *Qualité de services* ;
- Les banques en ligne bénéficient d'un positionnement *Tarifs* et *Culture Satisfaction* bien perçue, en adéquation avec leur promesse clients de banque non universelle.



Pour aller plus loin

Selon les chercheurs, la différence coopérative repose sur 4 piliers, chacun a été étudié :

Pilier n°1 : La Notoriété

La banque est-elle reconnue comme une coopérative ?

Résultats : Globalement les scores des banques coopératives sont faibles : elles sont peu identifiées comme telles de façon spontanée.

Pilier n°2 : L'image

Les clients perçoivent-ils les spécificités coopératives ? (le pouvoir donné aux clients, la démocratie, la solidarité, la priorisation d'une logique de long terme, la contribution de la banque à son territoire, la culture satisfaction client, la qualité des services qu'elle apporte et les tarifs qu'elle pratique).

Résultats :

- Les banques coopératives sont mieux évaluées que les autres banques sur les dimensions de Pouvoir du client, Solidarité, Orientation Long terme, Territoire et Démocratie.
- Les banques coopératives sont mieux évaluées que les autres banques à l'exception des banques en ligne sur la dimension Culture satisfaction.

Pilier n°3 : L'unicité

Les spécificités coopératives font-elles la différence ?

Résultats : les principes RSE sont au cœur de la distinction coopérative : les banques coopératives sont en particulier mieux évaluées sur la dimension Solidarité.

Pilier n°4 : L'engagement

Les clients s'engagent-ils plus pour leur banque du fait de ses spécificités ?

Résultats : On distingue quatre catégories de critères

- Les Atouts (qualité du service, culture satisfaction du client) : ces critères sont bien évalués et contribuent fortement à l'engagement des clients.
- Les Potentiels (les tarifs et la solidarité) : ces critères sont relativement moins bien évalués mais ils contribuent fortement à l'engagement des clients.
- Les Basiques (soutien au territoire et vision de long terme) : ces critères sont bien évalués mais ils contribuent plus faiblement à l'engagement des clients.
- Les Fiches (démocratie et pouvoir donné aux clients) : ces critères sont moins bien évalués et ils contribuent plus faiblement à l'engagement des clients.

Le baromètre de la différence coopérative permet de réaliser de nombreuses comparaisons, par critères, par banque mais aussi par type de cibles (les clients, les sociétaires, les élus ou les collaborateurs...). Il propose des matrices permettant une analyse stratégique du positionnement des banques.

Pour plus de détails sur le site du baromètre : <https://diffcoop.fr>



Le partenariat réseau des Banques Populaires et la Chaire Lyon 3 Coopération

1% seulement de la recherche universitaire est consacré aux coopératives financières alors qu'elles représentent près 70% de part de marché.

Fort de ce constat, la FNBP s'est tournée vers la Chaire Lyon 3 Coopération et son Fonds de dotation IDCOOP pour prendre toute la mesure des enjeux de connaissance, de reconnaissance et de valorisation du modèle coopératif. Ainsi, la FNBP cherche à stimuler la production de connaissances dans son domaine d'activité, avec la volonté de servir l'intérêt général au travers d'une meilleure compréhension des enjeux liés à la gouvernance coopérative.

La FNBP et son Fonds de dotation soutiennent l'activité d'IDCOOP qui a pour objet de promouvoir, soutenir et mettre en œuvre toutes actions d'intérêt général contribuant au développement et au rayonnement national et international de la recherche et de la diffusion des savoirs sur les modèles coopératifs et mutualistes.

Le soutien de la FNBP vise à :

- Soutenir et favoriser l'acquisition, le progrès et la diffusion des connaissances sur les problématiques et les enjeux sociétaux, économiques, politiques et stratégiques des modèles coopératifs et mutualistes français et étrangers ;
- Favoriser les initiatives, l'émergence et la réalisation de programmes et chaires de recherche contribuant au développement et à la valorisation des modèles coopératifs et mutualistes, de l'innovation coopérative et de nouveaux modes d'organisation de l'économie de marché ;
- Informer et sensibiliser différents publics sur les modèles coopératifs et mutualistes, les innovations et les enjeux et faire progresser les propositions et recommandations auprès des pouvoirs publics dans ce domaine ;
- Structurer et fédérer les acteurs et les actions de recherche et d'enseignement dans le domaine des coopératives et mutuelles et encourager la coopération, à l'échelle nationale et internationale, entre les acteurs publics et privés.



À propos du réseau des Banques Populaires

Le réseau des Banques Populaires est constitué de 12 Banques Populaires en région, du Crédit Coopératif et de la CASDEN Banque Populaire. Autonomes et coopératives, ces banques exercent tous les métiers de la banque et de l'assurance dans une relation de proximité avec leurs clientèles. Banque Populaire, avec 9,3 millions de clients dont 4,44 millions de sociétaires, fait partie du Groupe BPCE, 2e groupe bancaire en France.

La Fédération Nationale des Banques Populaires est l'instance de réflexion, d'expression et de représentation du réseau des Banques Populaires, de leurs dirigeants et de leurs sociétaires.

Contact presse FNBP

Céline Kech / 01 58 40 72 16 / celine.kech@fnbp.banquepopulaire.fr

Beatrice Vignon / 01 58 40 46 23/ beatrice.vignon@fnbp.banquepopulaire.fr

www.fnbp.fr / www.banquepopulaire.fr



À propos de la chaire de recherche Lyon3 Coopération – L3C --

*À l'heure des grands défis sociétaux et économiques, où les questions de performance et de solidarité se posent à l'échelle mondiale, s'impose une réflexion approfondie sur de nouvelles façons de faire et de penser l'économie de marché. La coopérative et le système mutualiste auxquels adhèrent plus d'un milliard de personnes dans le monde apparaissent aujourd'hui comme une alternative extrêmement sérieuse au modèle d'actionnariat classique. En 2012, l'Université Jean Moulin Lyon 3 **via ses chercheurs de l'iaelyon**, le Crédit Agricole Centre Est et le groupe Jacquet-Brossard se sont associés pour créer une chaire de recherche sur la "Valorisation des modèles coopératifs et mutualistes". En 2018, la Fédération Nationale des Banques Populaires s'est jointe au projet ainsi que plusieurs partenaires du mouvement coopératif. **Le Fond de dotation IDCoop vient en soutien de la chaire L3C.***

Contact presse L3C

Sonia Capelli/ 06 74 36 15 37 / sonia.capelli@univ-lyon3.fr

<https://chairel3c.univ-lyon3.fr/>