

Communiqué - 28 septembre 2020

## ANALYSE

# 2ème édition du Baromètre DIFFCOOP : et si la crise sanitaire montrait les avantages des banques coopératives ?

**Les résultats de la deuxième édition du baromètre Diffcoop® de la différence coopérative permettent de mesurer l'évolution de l'importance de la dimension coopérative pour les clients des banques françaises.**

**Lors de la crise sanitaire, l'image des banques s'est améliorée, en particulier sur des aspects comme la solidarité ou l'ancrage territorial qui prennent plus d'importance. Sur ces aspects les coopératives conservent leur avantage.**

Un baromètre permet une comparaison dans le temps ; la 1<sup>ère</sup> édition de @DIFFCOOP avait été menée en mai 2019 auprès de 2.318 personnes. Cette année, 3.616 individus ont été interrogés en plein cœur de la crise sanitaire 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).

## **La culture « satisfaction client » reste au cœur du modèle coopératif et incite au bouche-à-oreille positif**

Cette deuxième édition du baromètre DIFFCOOP confirme la faible notoriété du modèle coopératif en France. Elle confirme également la supériorité des banques coopératives sur leurs concurrentes sur six critères et font jeu égal sur les critères de Qualité des Services et de Tarification.

**Le Net Promotor Score du secteur bancaire est en hausse de 8 points par rapport à 2019.** Alors que l'image détériorée du secteur suite à la crise de 2008 avait entraîné une crise de confiance envers les banques, la crise sanitaire de 2020 semble amener leurs clients à plus les recommander. Les écarts entre les leaders et les autres se sont réduits.

**La culture satisfaction reste un pilier du modèle coopératif des banques.** Comme en 2019, la satisfaction du client reste au cœur du modèle de la banque coopérative et c'est le critère le plus influant sur l'intention des clients de recommander leur banque. Le Crédit Mutuel conserve la première marche du podium et la Banque Populaire progresse de 3 points en prenant la deuxième place cette année. Les banques en lignes perdent du terrain et arrivent moins à convaincre de leur souci pour leurs clients que l'année passée.

## **Avec la crise sanitaire, les clients favorisent la solidarité et le long terme, portés par le modèle coopératif**

La solidarité reste un axe de différenciation pour les coopératives : elles sont perçues comme plus solidaires que leurs concurrentes et l'impact de cette solidarité sur l'intention des clients de recommander la banque augmente par rapport à 2019, même si ce critère reste un axe de progrès. **Suite à la crise sanitaire, les clients des banques donnent plus d'importance aux liens que leur banque entretient avec le territoire pour la recommander à leur entourage.** La crise sanitaire a donné l'occasion à certaines banques non-coopératives de mettre en avant leurs liens avec leurs territoires, mais cela ne leur permet pas de faire la différence avec les banques coopératives qui restent loin devant.

**Le fait que la banque adopte une vision de long terme prend de l'importance en cette période d'incertitude** et l'avantage de certaines banques coopératives sur ce critère s'accroît par rapport à l'année dernière.

L'infographie :

<https://diffcoop.fr/pdf/La-crise-sanitaire-un-revelateur-de-l'avantage-des-banques-cooperatives.pdf>

### **A propos du baromètre DIFFCOOP©**

Outil issu de travaux académiques, le baromètre de la différence coopérative (DIFFCOOP©) a été créé par des chercheurs en marketing qui ont développé une expertise sur l'image et la valorisation du modèle coopératif auprès du grand public dans le cadre des travaux de la chaire de recherche L3C, en partenariat avec des praticiens. Le baromètre a été créé en 2019 en partenariat avec le fond IDCoopet de la Fédération des Banques Populaires.

<https://diffcoop.fr>



### **A propos de la Chaire Lyon3 Coopération**

Créée en 2015, la chaire de recherche Lyon3 Coopération fédère des chercheurs en sciences de gestion et des entreprises partenaires autour du sujet de la valorisation des modèles coopératifs et mutualistes.

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

**Contact Presse :**

Catherine PARMENTIER, Directrice de la Communication

**iaelyon School of Management**

Université Jean Moulin

1C, avenue des Frères Lumière - CS 78242 - 69372 LYON CEDEX 08

Tél : 04 78 78 71 49 - 06 59 40 51 61 - [catherine.parmontier@univ-lyon3.fr](mailto:catherine.parmontier@univ-lyon3.fr)

<http://iae.univ-lyon3.fr>

<http://www.thinklarge.fr>

<https://twitter.com/iaelyon> - <https://www.facebook.com/Officiel.IELyon>