



Les agences bancaires

Emergence d'une nouvelle génération d'agences

Forces en présence et enjeux stratégiques

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur les agences bancaires. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle analyse de façon détaillée les déterminants du marché, les facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que les axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.

Patrice Remeur
Samshad Rasulam
Chargée d'études
Xerfi France

Edition : Mars 2014 - 130 pages

Les agences bancaires Emergence d'une nouvelle génération d'agences Forces en présence et enjeux stratégiques

Refondre les agences pour répondre aux nouvelles attentes

Les agences bancaires traditionnelles restent indispensables, notamment pour la contraction de prêts ou la souscription de produits de placement, pour lesquelles les clients recherchent une relation particulière de conseil. Elles constituent par ailleurs de solides barrières face à la percée de nouveaux prétendants, à l'image de Rentabiliweb, qui tentent d'entrer dans la profession par le biais des services de paiement. Mais la montée en puissance des canaux à distance – Internet et services mobiles – ainsi que la baisse de leur fréquentation obligent les banques à repenser leurs agences. Toutes multiplient les initiatives pour s'adapter à cette nouvelle donne et répondre aux attentes de leurs clients. **Quelles sont réellement les pistes privilégiées par les acteurs pour transformer leur réseau ? Comment évoluera le paysage bancaire d'ici 2020 ?**

Les points clés de l'étude

- **Les initiatives des principaux acteurs pour repenser leur réseau**
Création de nouvelles agences (physiques/numériques), repositionnement et spécialisation des points de vente, redéfinition de l'accessibilité, etc.
- **Les facteurs de mutation des agences bancaires**
Baisse de la fréquentation d'agences, montée en puissance de la distribution multicanal, avancées technologiques, appétence des clients pour le numérique, contraintes réglementaires, etc.
- **Le paysage concurrentiel**
Concurrence des banques en ligne, essor des banques digitales, nouveaux entrants sur le marché de la monnaie électronique et du paiement, etc.
- **Le panorama des forces en présence**
Fiches d'identité des 9 acteurs clés, dispositif commercial, principales évolutions de leur réseau d'agences, etc.
- **Un état des lieux des réseaux bancaires**
Evolution du nombre d'agences bancaires, réseaux d'agences par acteur, réseaux d'agences en région, etc.

Téléchargez
immédiatement
cette étude sur
www.xerfi.com

avec le code étude
4ABF14



« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Nos prévisions

En plus d'une analyse complète du marché de la banque de détail, segment d'activité qui s'appuie quasi entièrement sur le réseau d'agences, Xerfi vous présente les principales tendances du paysage bancaire à l'horizon 2020. Celles-ci reposent sur l'évolution du comportement des clients et de leurs attentes (fréquentation des agences), le contexte concurrentiel (banques en ligne, nouveaux acteurs dans le paiement, etc.) et les mutations de l'environnement (cadre réglementaire, essor des nouvelles technologies, etc.).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. UN ETAT DES LIEUX DES RESEAUX D'AGENCES BANCAIRES

Cette partie analyse les relations que les Français entretiennent avec les banques et présente un panorama des réseaux bancaires (évolution du nombre de points de vente, les réseaux d'agences par acteur, etc.).

1. Les Français et la banque

- La confiance des Français dans le système bancaire
- La multi-bancarisation et l'expertise client

2. Les réseaux physiques

- L'évolution du nombre d'agences bancaires
- Les réseaux d'agences par acteur
- Les réseaux d'agences par région

3. Les autres canaux bancaires

- Les nouveaux parcours client
- Les pratiques bancaires sur internet et la souscription en ligne
- Les services bancaires mobiles
- Les réseaux sociaux

2. LES GRANDS FACTEURS DE MUTATION

Cette partie permet de cerner les principaux enjeux de la profession, les conséquences du développement du multicanal pour l'agence bancaire, le déploiement des nouveaux outils technologiques, etc.

1. Un état des lieux de la fréquentation en agence

- Une baisse tendancielle de la fréquentation
- Les opérations réalisées en agence
- Le type de clientèle en agence

2. Une concurrence accrue

- L'essor des banques en ligne
- La banque mobile
- L'assurbanque et le mélange des genres
- Les nouveaux acteurs sur le paiement

3. Les mutations de l'environnement

- Les adaptations suite à la crise
- De nouvelles contraintes réglementaires
- La technologie comme support de transformation

3. LA BANQUE DE PROXIMITÉ : NOUVELLE GÉNÉRATION

Cette partie présente les principales transformations mises en œuvre par les banques pour faire face à la baisse de la fréquentation des agences et les nouveaux concepts développés en appui sur l'essor du numérique.

1. La réorganisation des agences bancaires

- La multiplication des fermetures d'agences
- Le repositionnement des agences
- La redéfinition de l'accessibilité
- Le paysage bancaire à l'horizon 2020

2. Les nouveaux concepts d'agences

- L'émergence de nouvelles agences (physiques / numériques)
- De nouvelles méthodes de travail
- Une relation repensée sur les besoins, et attentes du client

3. La spécialisation des agences

- Les agences dédiées aux jeunes
- Les agences dédiées à la clientèle *mass affluent*
- Les agences dédiées aux entreprises
- Les agences dédiées aux projets

Le jeu concurrentiel

Les agences bancaires sont concurrencées par les banques en ligne, en lien avec l'essor des canaux à distance (Internet, services mobiles.). L'étude vous présente également les autres grands facteurs de mutation auxquels sont confrontées les banques et qui les contraignent à refondre le modèle économique de l'agence. Ceux-ci sont d'ordre réglementaire, comportemental, technologique, etc.

Les axes de développement

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement mis en œuvre par les banques face à la baisse tendancielle de la fréquentation des agences. Celles-ci lancent de vastes programmes de restructuration de leur réseau : fermetures des agences les moins rentables notamment en Ile-de-France, développement de concepts innovants, en s'appuyant sur les nouveaux outils technologiques, spécialisation des points de vente, etc.

4. ANALYSE DU MARCHÉ DE LA BANQUE DE DETAIL

Cette partie dresse le cadre dans lequel évolue les banques : collecte des dépôts, octroi de crédits, évolution du produit net bancaire, etc. Rappelons que l'agence reste le pilier de la banque de détail.

1. Les évolutions sur le marché du crédit (2005-2013)

- Les crédits à l'habitat
- Les crédits à la consommation
- Les crédits aux entreprises

2. La collecte de l'épargne (2005-2013)

- Les dépôts bancaires
- La collecte en assurance-vie
- Les livrets bancaires

3. Le produit net bancaire

- Evolution du PNB des principales banques françaises

5. FICHES D'IDENTITE DES ACTEURS

Cette partie propose une présentation des principaux groupes bancaires français (profil, principaux chiffres clés, etc.), un focus sur l'activité de la banque de détail, une présentation du réseau physique, etc.

1. Les principales groupes bancaires français

- BNP Paribas
- Crédit Agricole
- Société Générale
- BPCE
- Crédit Mutuel-CIC
- La Banque Postale

2. Autres acteurs bancaires disposant d'une présence physique

- Groupama Banque
- Axa Banque
- Oney Banque Accord

LES PRINCIPAUX GROUPES ET SOCIETES CITES DANS L'ETUDE

- ADP GESTION
- DES PAIEMENTS
- AFONE PAIEMENT
- ALLIANZ BANQUE
- ALLOPASS
- AMAZONE
- AMERICAN EXPRESS
- APPLE PASSBOOK
- AQOBA
- AXA BANQUE
- BANQUE CASINO
- BANQUE POPULAIRE ALPES
- BANQUE POPULAIRE ALSACE
- BANQUE POPULAIRE AQUITAINE CENTRE ATLANTIQUE
- BANQUE POPULAIRE ATLANTIQUE
- BANQUE POPULAIRE BOURGOGNE FRANCHE COMTE
- BANQUE POPULAIRE COTE D'AZUR
- BANQUE POPULAIRE DES SAVOIE
- BANQUE POPULAIRE DU NORD
- BANQUE POPULAIRE OCCITANE
- BANQUE POPULAIRE OUEST
- BANQUE POPULAIRE PROVENÇALE ET CORSE
- BANQUE POPULAIRE RIVES DE PARIS
- BANQUE POPULAIRE SUD
- BANQUE POPULAIRE VAL DE FRANCE
- BANQUE REVILLON
- BFORBANK
- BNC
- BNP PARIBAS
- BOURSORAMA
- BPCE
- BRED
- BUYSER
- C2A
- CAISSE D'EPARGNE ALSACE
- CAISSE D'EPARGNE AQUITAINE-POITOU-CHARENTES
- CAISSE D'EPARGNE BOURGOGNE FRANCHE COMTE
- CAISSE D'EPARGNE COTE D'AZUR
- CAISSE D'EPARGNE ILE-DE-FRANCE
- CAISSE D'EPARGNE LANGUEDOC-ROUSSILLON
- CAISSE D'EPARGNE LOIRE CENTRE
- CAISSE D'EPARGNE MIDI-PYRENEES
- CAISSE D'EPARGNE NORD FRANCE EUROPE
- CAISSE D'EPARGNE NORMANDIE
- CAISSE D'EPARGNE PICARDIE
- CAISSE D'EPARGNE RHONE ALPES
- CARDS OFF
- CARREFOUR BANQUE
- CIC EST
- CIC ILE DE FRANCE
- CIC LYONNAISE DE BANQUE
- CIC NORD-OUEST
- CIC OUEST
- CIC SUD OUEST
- CREDIT AGRICOLE
- CREDIT AGRICOLE ALPES PROVENCE
- CREDIT AGRICOLE ALSACE VOSGES
- CREDIT AGRICOLE ANJOU MAINE
- CREDIT AGRICOLE AQUITAINE
- CREDIT AGRICOLE ATLANTIQUE VENDEE
- CREDIT AGRICOLE BOURGOGNE
- CREDIT AGRICOLE BRIE-PICARDIE
- CREDIT AGRICOLE CENTRE EST
- CREDIT AGRICOLE CENTRE FRANCE
- CREDIT AGRICOLE CENTRE LOIRE
- CREDIT AGRICOLE CENTRE OUEST
- CREDIT AGRICOLE CHARENTE MARITIME DEUX SEVRES
- CREDIT AGRICOLE CORSE
- CREDIT AGRICOLE COTE D'ARMOR
- CREDIT AGRICOLE DES SAVOIE
- CREDIT AGRICOLE FINISTERE
- CREDIT AGRICOLE FRANCHE COMTE
- CREDIT AGRICOLE ILE-DE-FRANCE
- CREDIT AGRICOLE LANGUEDOC
- CREDIT AGRICOLE MORBIHAN
- CREDIT AGRICOLE NORD DE FRANCE
- CREDIT AGRICOLE NORD EST
- CREDIT AGRICOLE NORMANDIE
- CREDIT AGRICOLE NORMANDIE SEINE
- CREDIT AGRICOLE PROVENCE COTE D'AZUR
- CREDIT AGRICOLE PYRENEES GASCOGNE
- CREDIT AGRICOLE SUD MEDITERRANEE
- CREDIT AGRICOLE SUD RHONE-ALPES
- CREDIT AGRICOLE TOULOUSE
- CREDIT AGRICOLE TOURAINE POITOU
- CREDIT AGRICOLE VAL DE FRANCE
- CREDIT DU NORD
- CREDIT MUTUEL ARKEA
- CREDIT MUTUEL-CIC
- FACEBOOK PAYMENTS SERVICE
- FDI
- FORTUNEO
- GOOGLE
- GOOGLE WALLET
- GREEN TRANSFER
- GROUPAMA BANQUE
- HELLO BANK
- HSBC FRANCE
- ING
- ING DIRECT
- LA BANQUE POSTALE
- LCL
- LEMON WAY
- MASTERCARD
- MONABANQ
- MONEYGLOBE
- ONEY BANQUE ACCORD
- ORANGE
- PAYBOX
- PSA BANQUE
- RCI BANQUE
- RENTABILWEB
- SLIMPAY
- S-MONEY
- SOCIETE GENERALE
- SOCRAM BANQUE
- TEMPO FRANCE
- TOTAL
- VISA

(*) LISTE NON EXHAUSTIVE

Le médiateur du monde économique

Le groupe Xerfi a puisé dans son expertise et sa passion pour la connaissance économique et sectorielle, un savoir-faire unique pour comprendre le monde économique. Par ses compétences professionnelles, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, Xerfi apporte aux acteurs de l'économie des analyses et synthèses opérationnelles sur les évolutions sectorielles, les stratégies des entreprises, leur environnement international.

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché bancaire en France (mars 2014, 3ABF11)**
Analyse de l'activité et des perspectives pour 2014
Mars 2014 – 3ABF11
- **Les stratégies de marques dans la banque de détail**
A l'heure du défi numérique et de la marque-média
Février 2014 – 3ABF31

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT, COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **4ABF14** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf dans votre boîte mail

BON DE COMMANDE

Réf : 4ABF14/XR /INT

A renvoyer à
Xerfi - 13-15, rue de Calais - 75009 Paris
Mail : commande@xerfi.fr - Fax: 01 42 81 42 14

Les agences bancaires

Emergence d'une nouvelle génération d'agences Forces en présence et enjeux stratégiques

Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :

<input type="checkbox"/> en version papier-classeur (envoi par la poste) :	1 400 EUR HT	1 477,00 TTC
<input type="checkbox"/> en version électronique (fichier pdf) :	1 600 EUR HT	1 920,00 TTC
<input type="checkbox"/> les deux versions (électronique + classeur) :	1 800 EUR HT	2 160,00 TTC

(TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques)

A renseigner (en majuscules) :

Société :	Fonction :
Nom & prénom :	
Adresse :	
Code postal :	Ville :
Téléphone :	Télécopie :
E-Mail :	
TVA intracommunautaire pour les achats hors de France :	

Tarifs valables jusqu'au 31/03/2015. Facture avec la livraison.
Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture.

En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.

Mode de règlement choisi :

- chèque ci-joint
- dès réception de l'étude et de la facture

Date, Signature et Cachet :