

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

DIFFCOOP

le baromètre
de la ≠ coopérative
2019

Une étude menée par les chercheurs de la chaire Lyon3 Coopération
auprès de 2318 clients bancaires français interrogés entre mai et juin 2019

Les 4 piliers de la différence coopérative



Notoriété

La banque est-elle reconnue comme une coopérative ?



Image

Les clients perçoivent-ils les spécificités coopératives ?



Unicité

Les spécificités coopératives font-elles la différence ?

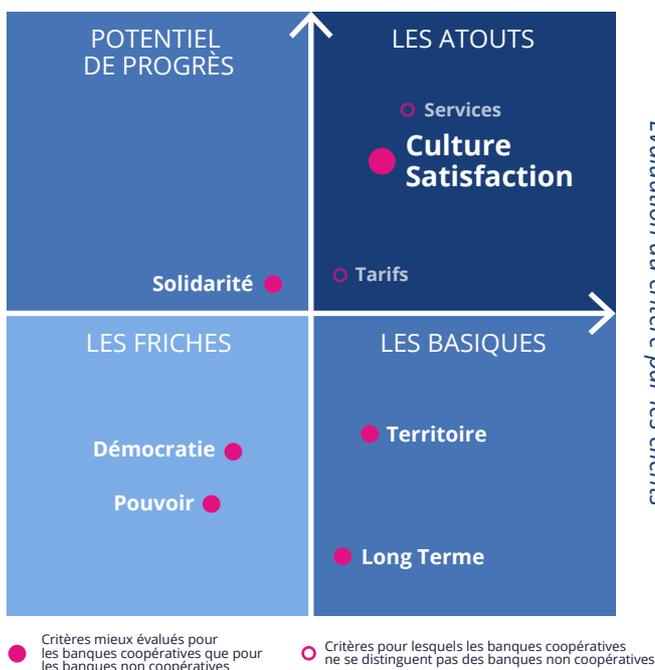


Engagement

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

Être performant, être différent pour être recommandé

Impact sur l'envie de recommander la banque



Résultats



La **culture satisfaction** est au cœur du modèle de la banque coopérative : une banque qui appartient à ses clients s'engage pour les satisfaire et ils s'engagent en retour.



Une banque **solidaire** amène ses clients à la recommander, mais les banques coopératives pourraient encore progresser sur cet aspect.



Une banque coopérative est ancrée dans son **territoire** et adopte une vision de **long terme**, mais cela lui apporte peu de recommandation de la part de ses clients.



Les clients des coopératives **évaluent mieux leur banque** que les clients des banques non coopératives **sur l'ensemble des critères sauf les tarifs et les services**.

Les banques coopératives sont **spontanément citées comme coopératives** dans **seulement 19,2% des cas**

Plus d'infos sur www.diffcoop.fr

Étude menée avec IDCoop et le soutien de la Fédération Nationale des Banques Populaires.

BANQUE POPULAIRE
Fédération Nationale