

Réduire l'impact de la fracture numérique des seniors en tant qu'acteur bancaire, mythe ou réalité ?

Auteur : Khalifa, Cyrine

Promoteur(s) : Blavier, André

Faculté : HEC-Ecole de gestion de l'Université de Liège

Diplôme : Master en sciences de gestion (Horaire décalé)

Année académique : 2019-2020

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/10955>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

Réduire l'impact de la fracture numérique des seniors en tant qu'acteur bancaire, mythe ou réalité ?

Promoteur :

André BLAVIER

Lecteur :

Marc ALEXANDRE

Travail de fin d'études présenté par

Cyrine KHALIFA

en vue de l'obtention du diplôme de

Master en Sciences de Gestion

Option M60 à horaire décalé

Année académique 2019-2020

Remerciements

Je souhaite adresser mes remerciements à mon promoteur Monsieur BLAVIER André pour son soutien.

Je suis également très reconnaissante envers Monsieur ALEXANDRE Marc pour son aide précieuse quant au choix de la problématique à traiter.

Un grand merci, enfin, à toutes les personnes qui ont participé à l'enquête et à toutes les personnes dont je ne pourrai citer tous les noms tant dans le secteur bancaire que le secteur associatif qui ont contribué de près ou de loin à ce travail de fin d'études.

Résumé général et mots clés

Depuis l'essor du numérique, l'environnement bancaire est en constante évolution. Les banques traditionnelles, contraintes de diminuer les coûts de manière drastique pour rester compétitives, conduisent leurs clients vers des services bancaires numériques et leur demandent une digitalisation accrue.

Si les articles de presse et des publications scientifiques mettent en lumière les difficultés que peuvent rencontrer les *seniors*, rares sont les démarches d'analyse qui proposent des solutions pour les aînés.

C'est pourquoi nous avons décidé de nous intéresser dans le cadre de ce travail de fin d'études aux seniors âgés de plus de 65 ans.

Les seniors représentent le « noyau » le plus important touché par la fracture numérique puisque l'âge de départ à la retraite entraîne une réduction d'activité sociale qui comporte un risque accru de fracture sociale. Selon le dernier baromètre numérique des citoyens 2019 de l'Agence du Numérique, ce phénomène tend à s'intensifier.

Même si les outils numériques ont le vent en poupe auprès des seniors, la digitalisation à marche rapide ne leur permet pas d'acquérir les compétences digitales requises par l'essor numérique.

Bien que les seniors soient de plus en plus connectés, la numérisation s'accroît et exige de nouvelles compétences au fur et à mesure du temps.

Le confinement imposé à la population belge dans le courant de l'année 2020 provoqué par la crise sanitaire du COVID19 a suscité une émulation pour le service bancaire numérique.

Toutefois, contraintes à l'isolement, les personnes âgées n'ont pas pu effectuer leurs opérations bancaires de base comme elles avaient l'habitude de le faire au guichet. En effet, elles ne possèdent pas toutes les compétences numériques requises et pour certaines, l'équipement.

Le secteur bancaire belge place le client au cœur de sa stratégie, mais ne développe pas suffisamment les services qui pourraient être spécialement dédiés aux seniors.

Notre hypothèse de recherche porte sur la réduction de l'impact de la fracture numérique des seniors en tant qu'acteur bancaire, mythe ou réalité ?

A travers nos recherches et notre étude sur le terrain, nous avons décelé les freins à la digitalisation bancaire rencontrés par nos aînés, mais surtout récolté leur avis sur des solutions d'outils numériques proposées actuellement à l'étranger.

Pour réduire l'impact de la fracture numérique des seniors en tant qu'acteur bancaire, nous proposons des pistes d'amélioration via des outils numériques centrés sur les difficultés rencontrées pour les personnes âgées.

Mots-clés : Digitalisation bancaire-banque en ligne- service bancaire numérique- seniors-digital-banque-fracture numérique

Abstract and keywords

Since the digital boom, the banking environment has been constantly changing. Traditional banks, forced to drastically reduce costs to remain competitive, are driving their customers towards digital banking services and are demanding increased digitization.

While press articles and various scientific publications highlight the difficulties that *seniors* may encounter, few analytical approaches offer solutions for elders.

This is why we decided to focus on seniors over the age of 65 for this graduation work. Senior citizens represent the "core" that is most affected by the digital divide since retirement age leads to a reduction in social activity, which entails an increased risk of social fracture. According to the latest 2019 digital barometer of citizens by "Agence du Numérique" (Digital Agency), this phenomenon tends to intensify.

Even though digital tools are gaining popularity among seniors, fast-moving digitization does not allow them to acquire the digital skills required by the digital boom.

Although seniors are increasingly connected, digitization is increasing and new skills are required over time.

The lockdown imposed on the Belgian population in the course of 2020 by the COVID19 health crisis has led to an emulation for digital banking.

However, due to isolation, the elderly were unable to carry out their basic banking transactions as they used to do at the teller. Indeed, a majority of them do not have all the required digital skills and, for some, do not even have the necessary equipment.

The Belgian banking sector places the customer at the heart of its strategy, but does not sufficiently develop services that could be specifically dedicated to seniors.

My research hypothesis focuses on the reduction of the impact of the digital divide of senior citizens as banking players: myth or reality?

Through my research and field study, I have detected the obstacles to bank digitization encountered by our elders, but above all, I have collected their opinions on the digital tools solutions currently available abroad.

To reduce the impact of the digital divide of seniors as banking players, I propose tentative improvements via digital tools focused on the difficulties encountered by seniors.

Keywords: banking digitization - online banking - digital banking - seniors - digital - banking - digital divide

Table des matières

Résumé général et mots clés.....	4
Abstract and keywords.....	7
I.Introduction Générale.....	12
II. Le secteur bancaire et les seniors	13
I.1 Évolution du secteur bancaire	13
I.2 La situation bancaire en 2020	14
I.3 Le cas particulier des seniors	16
I.4 La notion de « senior »	18
III. Motivation	22
IV. Revue de littérature	25
I. Baromètre numérique des Citoyens	25
I.1.1 Baromètre numérique des Citoyens 2019 : méthodologie	26
I.1.2 Baromètre numérique des Citoyens 2019 : les constats.....	26
I.4.1.1 L'équipement numérique	26
I.4.1.2 La connexion depuis le domicile	28
I.4.1.3 La fréquence de connexion	29
I.4.1.4 L'usage d'Internet.....	30
I.4.1.5 La spécificité de l'Internet chez les seniors	32
I.4.1.6 Les compétences numériques	34
I.4.1.7 Fracture numérique.....	34
I.1.3 Baromètre numérique des Citoyens 2019 : les conclusions	36

I.5	Observatoire CBC Banque & Assurances	37
I.6	Rapport annuel sur l'inclusion financière en Belgique	40
I.1.1	Rapport annuel sur l'inclusion financière: méthodologie	41
I.1.2	Rapport annuel sur l'inclusion financière : les constats.....	41
I.6.1.1	Carence en matériel informatique.....	43
I.6.1.2	Disparition des self-banking dans certaines agences.....	43
I.6.1.3	Hausse de la tarification	43
I.1.3	Rapport annuel sur l'inclusion financière : les conclusions	43
I.7	Le rapport AMF-ACPR.....	44
I.1.4	Rapport annuel sur l'inclusion financière : : méthodologie	44
I.7.1.1	L'attitude des seniors à l'égard du placement	45
I.7.1.2	Le rapport distingue les différentes générations des seniors.....	45
I.7.1.3	Les services bancaires des seniors	45
I.	Les initiatives à l'étranger pour protéger les seniors	46
I.1.1	Les banques et les seniors en Belgique	48
I.1.2	Les banques et les seniors en France	49
I.1.3	L'exemple de la banque Barclays (Grande-Bretagne).....	50
I.1.4	L'exemple de la banque Capital One (USA).....	51
I.7.1.4	Les avantages de la banque en ligne.....	51
I.7.1.5	Sécurité et sûreté des services bancaires en ligne.....	51
I.7.1.6	Commencer avec la banque en ligne	52
V.	Partie empirique : enquête - méthode et développements	53
I.8	Cadre de la recherche.....	53
I.9	Méthodologie de notre étude.....	54
I.1.5	Création du questionnaire.....	54

I.9.1.1	Profil socio	54
I.9.1.2	Connexion oui/non.....	54
I.9.1.3	Matériel utilisé pour la connexion	54
I.9.1.4	Solutions proposées aux répondants	54
I.1.6	Échantillon et procédure.....	55
I.1.7	Analyse des résultats (profils des répondants, statistiques)	57
I.1.8	Développements	58
I.9.1.1	Étape préliminaire	59
I.9.1.2	Étape centrale.....	59
I.9.1.3	Étape approfondie	60
I.9.1.4	Étape finale.....	60
I.9.1.5	Limites de l'enquête sur le terrain.....	61
VI.	Mise en œuvre et recommandations	62
VII.	Conclusion générale.....	64
VIII.	Bibliographie et références	65
IX.	Annexes	70
	Abstract and keywords.....	88

I. Introduction Générale

Commençons par énoncer une évidence : notre société évolue sans cesse vers plus de numérique. Quotidiennement, nous multiplions l'utilisation d'internet et des services en ligne dans tous les domaines de la vie quotidienne. Que ce soit pour communiquer avec nos proches, consulter les actualités, réserver une table au restaurant, dénicher un lieu de villégiature, trouver un moyen de transport partagé, mais aussi prendre un rendez-vous chez un médecin, avoir accès à notre dossier de mutualité, relever notre compteur d'énergie, rechercher un emploi, commander un document émanant d'une administration, établir une déclaration fiscale... Les exemples sont innombrables, dans les domaines du loisir comme dans les usages administratifs. Surfer sur la toile est devenu incontournable, voire indispensable. Par ailleurs, notamment grâce à la démocratisation des coûts des abonnements aux fournisseurs d'accès ainsi qu'à la souplesse offerte par les appareils mobiles, Internet s'est répandu dans la majorité des foyers. Dernièrement, la crise sanitaire du COVID-19 et le confinement qui en a découlé ont encore accentué le mouvement pour atteindre une frange de la population qui résistait peut-être encore à la digitalisation.

II. Le secteur bancaire et les seniors

I.1 Évolution du secteur bancaire

Comme le souligne sur son blog l'économiste Bernard Keppenne dans un article¹ du 27 avril 2020 intitulé « Le digital, itinéraire d'un remède annoncé » : « *Le secteur bancaire n'y fait pas exception. Le digital est une priorité pour les banques. Toutes les opérations vont être amenées à se digitaliser et le paiement sans contact à devenir la norme. Le digital est pointé comme étant la solution à moyen et à court terme pour lutter contre la pandémie. En effet, prenons l'exemple du commerce en ligne qui a connu une nette progression durant le confinement.* »

La vulgarisation de la digitalisation évoquée dans notre introduction générale a, évidemment, eu de fortes répercussions sur le secteur bancaire. Les opérations deviennent accessibles de partout, tout le temps, à toute heure. Prolongeant les innovations amorcées par les services accessibles par téléphone depuis les années 90, le développement des services en ligne transforme définitivement notre relation à notre banquier. Il n'est pratiquement plus nécessaire de se rendre au guichet ni même dans le self-banking d'une agence. Toutes les opérations bancaires peuvent s'effectuer en ligne, ou presque. Même contracter un emprunt hypothécaire, une décision pourtant lourde de conséquences pour le contractant, peut se faire aisément en ligne.

On note par ailleurs la concurrence grandissante des Fintechs, ces startups qui proposent des services financiers à l'aide des technologies innovantes.

D'évidence, les banques ont un défi à relever pour fidéliser leurs clients et séduire une nouvelle clientèle.

Or le public aussi évolue, il s'habitue à une plus grande réactivité (instantanéité des courriels, par exemple) et à une offre de plus en plus étendue. D'autant que, dans notre contexte de mondialisation de l'information, la comparaison se révèle de plus en plus aisée.

¹ Le digital, itinéraire d'un remède annoncé. (2020, 27 avril). Le blog de Bernard Keppenne. <https://blogs.cbc.be/bernardkeppenne/2020/04/27/le-digital-itineraire-dun-remede-annonce/>

Ainsi, il réclame des tarifs parfois très bas (en comparaison, notamment, avec les pratiques des Fintechs). Sous différents aspects, le client d'aujourd'hui est donc plus exigeant que celui d'hier.

Pour rester concurrentielle et même, simplement, pour garder sa place sur le marché, il est nécessaire que l'offre bancaire s'adapte à ces réalités contextuelles.

I.2 La situation bancaire en 2020

Au début de l'année 2020, la presse belge a multiplié les articles relevant la diminution du nombre d'agences bancaires et l'augmentation des frais bancaires. Selon nos calculs, nous estimons en effet qu'en une année, entre 2017 et 2018, le nombre de fermetures d'agences bancaires se monte à 770. Si l'on examine le même phénomène sur 10 ans, entre 2008 et 2018², on constate que ce sont pas moins de 3 133 agences bancaires qui ont disparu. D'autre part, nous avons noté une augmentation des frais sur les opérations bancaires, et ce dans l'ensemble des banques belges³, comme en témoigne entre autres un article paru sur le site de RTL⁴ le 5 octobre 2020 et dénonçant la hausse de la tarification des services bancaires (ainsi, un virement papier au guichet coûte jusqu'à 7,00 €, selon les agences bancaires).

En effet, depuis plusieurs années, une montée en puissance de la digitalisation du service de base à destination des clients est mise en place pour faire face à des rentabilités de plus en plus basses causées par des marges faibles, engendrées par des taux historiquement au plus bas. Les banques traditionnelles se sont vues contraintes de diminuer les coûts de manière drastique pour rester compétitives et la présence sur le marché des Fintechs ne les rassure pas davantage.

² Site de FEBELFIN <http://dashboard.febelfin.be/fr>

³ING, BNP, Belfius... Les frais bancaires vont augmenter en 2020 : voici les détails banque par banque : https://www.rtbf.be/info/economie/detail_ing-bnp-belfius-les-frais-bancaires-vont-augmenter-en-2020-voici-les-detaills-banque-par-banque?id=10363690

⁴ Digitalisation "forcée" des banques: "Payer 7 euros pour un virement papier, c'est scandaleux !", dénonce Jacqueline : <https://www.rtl.be/info/vous/temoignages/-payer-7-euros-pour-un-virement-papier-c-est-scandaleux-jacqueline-denonce-la-digitalisation-forcee-des-banques-1248139.aspx>

Une situation que dénonce Test-Achats en réagissant à travers son porte-parole Jean-Philippe Ducart : « *Nous ne sommes pas contre la digitalisation. Nous ne voulons pas freiner le mouvement, mais on doit le faire de façon contrôlée.*

Il y a environ 30% de la population en Belgique qui ne parvient pas à prendre le chemin du digital à 100%. Il s'agit de personnes âgées ou précarisées qui n'ont pas accès à un PC et n'ont pas de smartphone »⁵.

Dans une autre parution citée dans le même article, Test-Achat pointe à nouveau du doigt le secteur bancaire : « *Les banques semblent aujourd'hui considérer que tous leurs clients disposent d'un PC performant et protégé, d'une connexion internet, d'une imprimante, d'un smartphone sur lequel ils ont chargé différentes applications de paiement... Et qu'en plus, ils ont reçu la formation nécessaire pour maîtriser ces outils. Ce n'est évidemment pas le cas. Mais les banques semblent peu s'en soucier ».*

Une critique à laquelle la Fédération belge du secteur financier (Febelfin) a répondu par la voix de son porte-parole, Rodolphe de Pierpont : « *Je conçois que c'est frustrant pour certaines personnes parce qu'elles ont des habitudes et n'ont pas envie de changer leur manière de faire. Mais s'il y a moins d'agences, c'est parce qu'il y a moins de visites. En moyenne, un client se rend une fois par an en agence pour obtenir des conseils personnalisés. Il est satisfait d'avoir un meilleur contrôle sur son budget et de pouvoir réaliser des opérations au moment et à l'endroit qu'il souhaite grâce au digital. Il n'a plus besoin de prendre un rendez-vous en agence et de devoir prendre congé pour le faire ».*

Si ce constat se veut apaisant, il faut néanmoins reconnaître qu'à l'heure actuelle, rares sont les banques qui offrent à leurs clients un accompagnement digital qui soit à la fois adapté à leur situation et apte à leur garantir une autonomie dans leurs opérations bancaires quotidiennes. Les clients en situation de fragilité face aux nouvelles technologies sont, dès lors, laissés pour compte.

⁵ Digitalisation "forcée" des banques: "Payer 7 euros pour un virement papier, c'est scandaleux !", dénonce Jacqueline :<https://www.rtl.be/info/vous/temoignages/-payer-7-euros-pour-un-virement-papier-c-est-scandaleux-jacqueline-denonce-la-digitalisation-forcee-des-banques-1248139.aspx>

I.3 Le cas particulier des seniors

Nous avons souligné la disparition importante des agences, à laquelle s'ajoute la diminution des plages horaires d'ouverture des guichets d'accueil ainsi que la hausse de la tarification des opérations effectuées au guichet. Pour différentes raisons que nous allons étudier, ces différents facteurs impactent de plein fouet une catégorie particulière de clients : les seniors (le terme fera l'objet d'une clarification au point suivant).

En outre, la période très particulière qu'a constitué le confinement nous a révélé que c'était dans cette catégorie que nichait la majorité de nos clients qui rencontraient le plus de difficultés à maîtriser les outils digitaux mis à leur disposition par la banque.

Ce public spécifique semble éprouver plus qu'un autre des embarras face à la numérisation croissante de notre société. Dès lors, il risque de se trouver incapable d'accéder au suivi de son budget ou à la possibilité de gérer son portefeuille comme auparavant ; en d'autres mots, il risque d'être confronté à une perte d'autonomie budgétaire.

D'évidence, l'isolement causé par le confinement consécutif au Covid-19 a engendré une accélération de ce phénomène. Nous pouvons l'affirmer, car cette accélération a été objectivement confirmée par notre recherche. Par exemple, afin de suivre de près notre sujet d'étude, nous avons mis en place des veilles sur différents mots-clés parmi lesquels des « Google alert » sur la locution « senior banque digital ». Lors du commencement de notre travail de recherche, c'est à peine un article qui émergeait bimestriellement. Depuis la crise sanitaire de la COVID-19, les résultats ont grimpé à un, voire deux articles, mensuels.

Ajoutons à cela qu'il existe un segment des seniors qui présente un intérêt particulier pour les banques, puisqu'il s'agit d'une clientèle qui dispose d'un patrimoine mobilier et immobilier qu'elle investit. Il s'agit, en outre, d'une catégorie de clients qui nourrit également des projets familiaux, touristiques et de loisirs.

On voit dès lors combien la banque aurait intérêt à trouver des solutions, malgré les restrictions internes, pour rester au service actif des seniors.

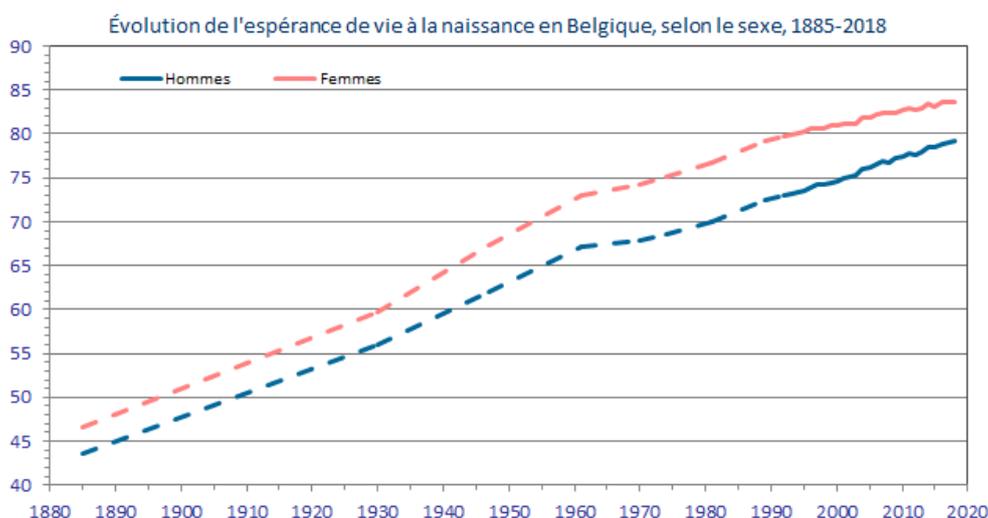
D'autant que cette tranche d'âge est particulièrement présente dans la population belge. Une publication sur le site Digital Wallonia⁶ rapporte que « *D'après les projections des Nations Unies, le nombre de personnes de 65 ans et plus devrait doubler d'ici 2050.* »

⁶ DigitalWallonia.be. (2020c). <https://www.digitalwallonia.be/fr/publications/silver-economie>

Selon l'Union européenne, en 2060, un Européen sur trois aura plus de 65 ans. Enfin, en Belgique, le Bureau fédéral du Plan affirme que les 67 ans et plus représenteront 23 % de la population d'ici 2060. »

Différents éléments pèsent sur l'accroissement de la part âgée de la population. D'abord, l'espérance de vie a nettement augmenté grâce à de nombreux facteurs (qu'il s'agisse de l'amélioration de la qualité de la vie, de l'accès aux soins de santé, des progrès de la médecine...). Là où l'on pouvait espérer atteindre à peine 48 ans en 1950–55, nous sommes passés à 68 ans en 2005 et à une moyenne de 81,8 ans en 2019 (84 ans pour les femmes et 79,6 ans pour les hommes)⁷.

D'après l'Office belge de Statistiques, l'espérance de vie en Belgique est actuellement de 81,8 ans⁸. En sus, comme le montre le graphique ci-dessous, l'accroissement de la durée de vie ne cesse d'augmenter au fur et à mesure des années.



⁷ Source : <https://statbel.fgov.be/fr/themes/population/mortalite-et-esperance-de-vie/tables-de-mortalite-et-esperance-de-vie>

⁸ Source : <https://statbel.fgov.be/fr/themes/population/mortalite-et-esperance-de-vie/tables-de-mortalite-et-esperance-de-vie>

Ensuite, nous connaissons aujourd'hui le vieillissement de la génération appelée « du baby-boom », c'est-à-dire ces nombreuses naissances qui, selon la théorie générationnelle Strauss-Howe⁹, ont marqué entre 1943 et 1960, le retour de la vie et de l'espoir après la Seconde Guerre mondiale.

I.4 La notion de « senior »

Avant d'aller plus loin dans notre développement, il s'agit donc de la première question à étudier : que recouvre le terme « senior » ? De cette définition découlera toute l'analyse comparative des sources effectuée dans le présent travail. Parle-t-on bien partout du même segment de clientèle ?

Dans notre recherche autour du terme « senior », nous avons rapidement rencontré des obstacles pour lui réserver une définition unique et précise. Ainsi, « senior » désigne au sein de l'entreprise, le cadre dont la maturité professionnelle fait défaut aux « juniors », jeunes diplômés au CV encore peu fourni. En sport, le « senior » est le sportif de la catégorie adulte : plus âgé que les juniors, il est aussi plus jeune que les vétérans. Dans le langage courant, le mot est souvent associé au moment du départ à la retraite, quoi que cette étape de vie ait tendance à reculer au vu de l'évolution de la société et de l'accroissement de l'espérance de vie. Ainsi, nombreux sont ceux qui continuent à travailler après l'âge légal de la retraite.

En outre, si l'âge est un excellent indicateur de longévité, il ne peut être utilisé pour décrire les capacités d'une personne. D'évidence, deux personnes de 70 ans n'auront pas systématiquement le même comportement, des revenus identiques ou une santé comparable.

Face à ces différentes réalités décrites par un même mot selon les contextes et les locuteurs, il est primordial pour garantir le cadre de notre étude de définir notre cible avant d'en étudier le comportement. Il s'avère donc que ce travail sera d'autant plus complexe que la cible des seniors est, nous le constatons, hétérogène.

Notre première tâche au cours de ce travail sera donc de clarifier le terme « senior ».

⁹ Howe, N., & Strauss, W. (1992). *Generations : The History of America's Future, 1584 to 2069* (Reprint éd.). Quill.

Selon l'ouvrage « Les nouveaux marketings » de Jean-Paul Tréguer¹⁰, l'origine du terme senior remonte à l'époque de la Rome antique où il qualifiait un soldat émérite.

D'après la définition du dictionnaire Larousse, senior est originaire du latin et signifie « plus âgé » et, arbitrairement : « qui concerne les plus de 50 ans ». Ainsi, le service aux seniors de la Ville de Liège commence à partir de l'âge de 50 ans. C'est aussi à toute personne à partir de 50 ans qu'est dédié le Salon des Seniors¹¹. C'est, encore, généralement à partir de 50 ans que les changements apparaissent : souvent, les enfants quittent le foyer familial et le crédit sur la résidence principale se termine. Le terme senior est également utilisé dans la vie courante, mais pas pour désigner toujours les seniors de plus de 50 ans, en effet par exemple en entreprise pour qualifier un employé avec de l'expérience (Tréguer & Ségati, 2005). Pour l'Organisation mondiale de la santé (OMS), c'est à partir de 60 ans que commence le « vieillissement d'une personne ».

D'après l'Observatoire des seniors¹², le terme senior devrait être banni principalement parce que ces derniers ne se reconnaissent pas dans ce terme. Ce rejet crée l'apparition de différents nouveaux termes comme « silver » (faisant référence aux cheveux gris qui caractérisent souvent les personnes d'un certain âge) ou « baby-boomers » (désignant, comme nous l'avons déjà évoqué, les personnes nées entre 1943 et 1960).

Dans le cadre de notre travail, nous choisirons donc de désigner par « senior » toute personne âgée de 65 ans et plus. Ce choix est motivé par le fait que, premièrement, le baromètre des citoyens wallons 2019 fixe l'âge d'un senior à partir de 60 ans ; deuxièmement, l'étude de ce même Baromètre montre qu'une fracture numérique apparaît à 70 ans ; et enfin, troisièmement, que 65 ans est l'âge de départ légal à la pension et qu'on observe à ce moment une réduction d'activité sociale comportant un risque accru de fracture sociale.

En préambule, soulignons que nous resterons toutefois prudente et veillerons à exclure toute forme de discrimination à l'égard des personnes âgées. Évitions en particulier de tomber dans *l'âgisme*, cette tendance à porter des stéréotypes, des préjugés et des attitudes discriminatoires à l'égard des personnes âgées.

¹⁰ Tréguer, J., & Ségati, J. (2003b). Les nouveaux Marketings : Marketing générationnel et autre Marketing catégoriels (Fonctions De L'entreprise). Dunod.

¹¹ Site internet : <https://www.salondesseniors.com/>

¹² <http://observatoire-des-seniors.com/a-propos-damartex/>

En effet, un âge avancé ne présuppose pas forcément une incapacité à utiliser les nouvelles technologies ; certains de nos aînés sont tout à fait familiers avec l'informatique !

Toutefois, notons que le fait de vieillir est un phénomène biologique naturel progressif, entraînant des changements cognitifs chez tout le monde.

La force et la rapidité à laquelle ces changements s'installent varient d'une personne à l'autre ; chacun réagit de façon différente à ce phénomène. Ce n'est donc pas l'âge à proprement parler qui nous éclaire sur les capacités d'autonomie d'une personne (par exemple pour gérer son budget), mais plutôt sa « vulnérabilité »¹³, c'est-à-dire sur ses lacunes comparées à une autre personne. Dans le cas précis des personnes âgées, la perte d'autonomie est une évidente menace de vulnérabilité. Dans le cadre du secteur bancaire, on visualise parfaitement les risques de cette perte d'autonomie lorsqu'un employé est face à un senior qui doit prendre une décision financière. La question de la capacité du client revêt, dans un tel contexte, toute son importance.

Ainsi que Monsieur Ghilissen l'a souligné dans son cours de marketing digital, toute démarche commerciale doit tenir compte du « persona », c'est-à-dire « un personnage fictif qui communique les principales caractéristiques d'un groupe d'utilisateurs identifiés comme la cible ».¹⁴ Dans le cadre du présent travail, notre persona appartient à la génération des baby-boomers. Nicolas Riou consacre, dans son ouvrage « Tout le marketing à l'ère du digital », un chapitre au « Consommateur digital ». En ce qui concerne le baby-boomer, il pointe différentes caractéristiques de consommation liées à l'ancrage de cette génération dans des valeurs liées à la famille, à la santé et à l'épargne. Il relève également que ses moyens de communication de prédilection sont le téléphone et le mail. En outre, son comportement d'achat se caractérise par un attachement à l'endroit physique, par une loyauté et par un souci du service.

¹³ Pratiques de commercialisation et populations vieillissantes : comment faire face au déclin cognitif des personnes âgées au sein de la relation-client ? ". (2018). Le Pôle commun ACPR-AMF, 6. <https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/publications/rapports-etudes-et-analyses/rapport-amf-acpr-sur-les-pratiques-de-commercialisation-destination-des-populations-vieillissantes>

¹⁴ M. Ghilissen, définition du Persona, cours de marketing digital 2018-2019

D'après Monnier et Mahier-Lefrançois (2012), les besoins et les projets des seniors âgés de 56 à 65 ans résident essentiellement dans la préparation de la transmission du patrimoine et dans l'aide envers leur famille pour qu'elle puisse accomplir ses propres projets financiers (achat immobilier, installation comme autoentrepreneur...).

Ensuite, à partir de 65 ans, leurs priorités se tournent plus précisément vers l'envie de consacrer leur temps libre à leur famille ainsi que de transmettre effectivement leur patrimoine.

III. Motivation

Le présent travail de fin d'études a pour principal objectif d'établir un panel de solutions concrètes à proposer aux seniors afin de leur assurer dans le futur une accessibilité bancaire plus sereine. L'objectif de cette recherche est de permettre aux acteurs du secteur bancaire d'offrir un service accessible à cette tranche de la population qui n'est pas née avec Internet.

Cette ambition est motivée par le fait que nous travaillons dans le secteur bancaire depuis cinq ans, plus précisément au sein d'une agence bancaire CBC Banque. Cette expérience nous place aux premières loges de l'évolution constante du service bancaire, particulièrement l'obligation qu'il a connue d'introduire de nouvelles solutions digitales.

La situation inédite de la pandémie de Covid-19 qui touche la Belgique depuis février 2020 a confiné les citoyens durant de longues semaines. Nombre de nos clients, parmi lesquels une majorité de seniors (particulièrement ceux qui ne sont plus actifs professionnellement), ont alors été condamnés à l'isolement et, en ce qui nous concerne, dépourvus face aux opérations bancaires quotidiennes. Ils ont contacté téléphoniquement la banque pour trouver de l'aide et nous avons pu entendre quotidiennement leur perplexité, voire leur détresse, face aux démarches bancaires à distance. Le choix du sujet du présent travail de fin d'études émerge directement de l'expression par notre clientèle d'un besoin d'accompagnement face aux procédures de la banque en ligne.

CBC Banque et Assurances a choisi de conserver la proximité avec le client en intégrant des solutions reprises sous le terme « phygital ». Le phygital se définit comme la « rencontre du monde physique et virtuel » (physique-digital). Ce modèle présente l'avantage de diminuer les coûts transactionnels des banques et de se focaliser sur des activités à forte valeur ajoutée telles que le conseil et l'accompagnement dans la réflexion des projets professionnels et privés des clients. La majorité des clients de CBC Banques et Assurances se montre satisfaite des applications qui lui sont proposées.

Elles sont au nombre de quatre. La première, « Touch », est un outil de banque en ligne sur ordinateur ou tablette adapté aux opérations courantes. L'application s'articule autour de cinq thèmes majeurs : paiements, épargne & placements, logement, famille et mobilité.

Ensuite, sous l'appellation « Mobile », CBC Banque et Assurances propose les mêmes fonctionnalités déclinées pour un usage sur smartphone avec une application à télécharger sur son téléphone mobile. L'application « Invest » complète le panel par un outil de banque en ligne sûr, permettant de suivre facilement ses investissements et offrant un regard plus détaillé sur le patrimoine que celui proposé dans CBC Touch. Enfin, « Bolero » constitue un outil d'investissement en ligne permettant de gérer son portefeuille d'actions ou d'obligations.

Mais cette offre, au demeurant fort complète, n'efface néanmoins pas le fait qu'une partie de la clientèle, particulièrement les seniors, se trouve en situation de fracture numérique et ressent le besoin d'être accompagnée dans l'utilisation des solutions digitales, quelles qu'elles soient.

En tant qu'acteur local wallon tout autant que prestataire de services essentiels, la banque a un rôle à jouer pour diminuer la fracture numérique des Wallons et, plus particulièrement, celle de la tranche des seniors qui est particulièrement touchée.

Un groupe de réflexion au sein de la CBC banque s'est constitué dans le courant du deuxième semestre de l'année 2020 afin de réfléchir à l'accompagnement des clients en situation de décrochage numérique. À travers ce travail de fin d'études, nous souhaitons apporter un éclaircissement sur la situation actuelle des seniors face à la banque digitale, mais aussi, surtout, suggérer des pistes concrètes pour faciliter leur insertion dans ce nouveau mode de fonctionnement bancaire.

L'Avenir, dans un récent article paru le 8 octobre 2020¹⁵, relate l'interview du CEO Clemens Scholzen : « La banque CBC espère attirer 100.000 nouveaux Wallons à travers son nouveau plan d'expansion 2020-2025 intitulé « numérique ». CBC souhaite aussi devenir la banque facile à utiliser pour les consommateurs. »

Une question posée dans l'article attire particulièrement notre attention. « Quid des personnes qui ne maîtrisent pas les outils numériques. La banque de demain sera-t-elle moins humaine ? ». À notre avis, la réponse est négative pour la simple raison que jusqu'ici, dès que notre banque a développé un projet, elle a veillé à conserver une alternative familière aux utilisateurs. Ainsi, si la grande majorité des virements se font désormais en ligne, cela n'empêche pas le client de déposer un virement papier « à l'ancienne ».

¹⁵ Article se trouvant en annexe I

Afin de répondre à la question posée : « Réduire l'impact de la fracture numérique des seniors en tant qu'acteur bancaire, mythe ou réalité ? », nous avons choisi de consacrer la première partie de ce travail à l'étude empirique de rapports d'analyse du comportement de la clientèle senior et des difficultés qu'elle rencontre ainsi que de retours d'expériences tant intra qu'extraterritoriales. La seconde partie, quant à elle, exposera notre étude de marché récoltant l'avis des seniors sur la situation bancaire actuelle et développera les pistes de solutions dégagées dans la revue de littérature ainsi que dans notre étude empirique.

IV. Revue de littérature

Différentes études se sont intéressées à l'usage d'Internet dans les ménages wallons et au positionnement des seniors dans ce contexte.

Afin de nous informer et d'alimenter notre propos par des sources fiables, nous avons consulté différents ouvrages ainsi que divers articles scientifiques. Nous avons évidemment également visité de nombreux sites Internet dont, principalement, la bibliothèque en ligne de l'ULiège. Des requêtes sur le moteur de recherche Google nous ont permis d'élargir notre quête de données au monde anglo-saxon en consultant notamment le site d'une banque britannique, Barclays, basée à Londres au Royaume-Uni ainsi que le site de la banque Capital One, située aux États-Unis et en France.

Après consultation et comparaison de ces nombreuses ressources, nous avons pour chacune sélectionné les données pertinentes par rapport à notre réflexion avant d'en élaborer la synthèse.

I. Baromètre numérique des Citoyens

Pour démarrer notre recherche, nous nous sommes basée sur des données chiffrées présentées dans le Baromètre numérique des Citoyens 2019¹⁶, réalisé par l'Agence du Numérique.

« L'Agence du Numérique est le service public chargé d'assurer une veille sur les innovations technologiques et les usages du numérique, de conseiller le Gouvernement wallon et ses services dans ce domaine, et de mener ou de coordonner les actions opérationnelles ou de communication visant à la transformation numérique de la Wallonie en s'appuyant sur la stratégie numérique Digital Wallonia approuvée en décembre 2015 »¹⁷.

L'étude du Baromètre numérique des Citoyens avait pour objectif de « poser un diagnostic, analyser les évolutions et prendre les décisions pertinentes ». Pour définir les politiques « visant à favoriser l'inclusion de tous dans la société numérique ».

¹⁶ <https://www.digitalwallonia.be/fr/publications/citoyens2019-recommandations>

¹⁷ <https://www.adn.be/fr/agence-du-numerique/>

Cette étude inédite réalisée sur les compétences numériques des Wallons « permet d’orienter, avec encore plus de précisions, les actions mises en œuvre en faveur de l’inclusion numérique ». L’univers de l’enquête examine la population résidente en Wallonie âgée de 15 ans et plus et répartit la population wallonne totale par genre, âge, niveau d’études et composition des ménages. La conclusion est que l’équipement numérique des ménages wallons est diversifié et que ces derniers sont de plus en plus connectés à Internet. « Certains foyers, particulièrement les adultes isolés et les couples âgés, continuent toutefois à rester non connectés ».

I.1.1 Baromètre numérique des Citoyens 2019 : méthodologie

« L’univers de cette enquête est constitué de 2 945 893 personnes de 15 ans et plus résidant en Wallonie pour ce qui concerne les usages et les compétences numériques, et de 1 533 162 ménages pour les équipements collectifs. L’enquête a été réalisée par téléphone entre le 29 janvier et le 27 février 2019. Cette collecte a permis d’obtenir 2 147 questionnaires complets et valides. Des quotas ont été appliqués pour garantir une répartition équitable des répondants selon les deux genres, 11 classes d’âge, 10 catégories socioprofessionnelles, 4 classes de niveau d’éducation, les 5 provinces et 11 catégories de ménages. Enfin, les quotas ne pouvant jamais être respectés à la lettre, un redressement de l’échantillon a été calculé à partir de ceux-ci pour restituer la distribution naturelle de l’univers considéré »¹⁸.

Dans le cadre de notre recherche, nous avons isolé les cinq éléments pertinents suivants : l’équipement numérique, la connexion au domicile, la fréquence de connexion, l’usage d’Internet et le sentiment de compétence. Voyons ce qu’en dit le Baromètre du numérique.

I.1.2 Baromètre numérique des Citoyens 2019 : les constats

I.4.1.1 L’équipement numérique

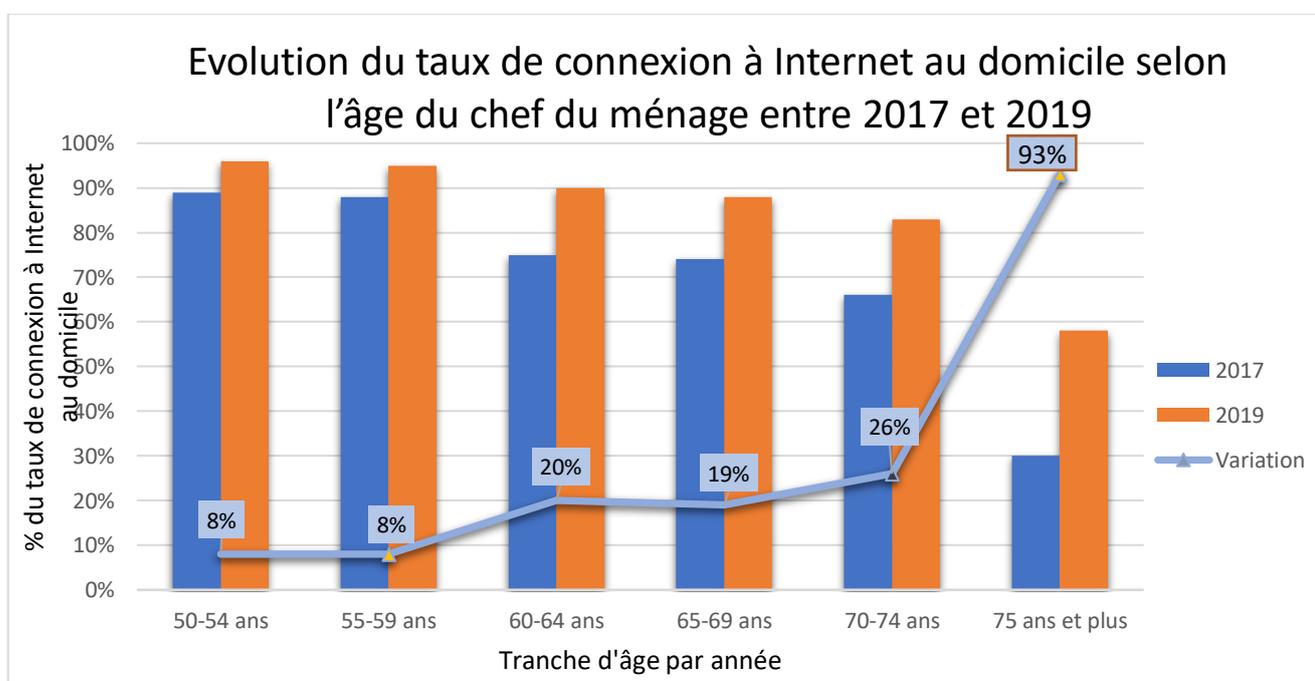
Selon le Baromètre du numérique, « pour l’année 2019, plus de la moitié des foyers non équipés est composée d’un chef de ménage âgé de 70 ans et plus. De plus, le profilage des ménages non équipés montre qu’une fracture numérique d’accès concerne principalement les Wallons âgés, moins diplômés ainsi que les femmes, particulièrement si elles vivent seules ».

¹⁸ <https://www.adn.be/fr/agence-du-numerique/> Page 9

Si nous comparons le Baromètre réalisé en 2017 et celui réalisé en 2019, nous constatons un taux de connexion en augmentation, comme le montre le tableau que nous avons réalisé ci-dessous.

Evolution du taux de connexion Internet 2017 et 2019 du chef de ménage	2017	2019	Variation %
50 à 54 ans	89%	96%	8%
55 à 59 ans	88%	95%	8%
60 à 64 ans	75%	90%	20%
65 à 69 ans	74%	88%	19%
70 à 74 ans	66%	83%	26%
75 ans et plus	30%	58%	93%

Cette comparaison montre des différences majeures entre les diverses tranches d'âge. Nous les avons traduites dans le graphique ci-dessous.



Ce diagramme en bâtons groupés montre les taux de connexion à Internet depuis le domicile, tandis que la courbe montre la variation en pourcentage entre 2017 et 2019 ; ce qui permet de lisser les chiffres et de mettre les tendances en évidence. La variation la plus significative apparaît pour les tranches d'âge à partir de 60-64 ans. On note une nette croissance des connexions effectuées par des personnes âgées de 75 ans et plus. Il s'agit de la plus forte progression observée parmi les tranches d'âge, soit 93 % de variation par rapport à 2017. Cependant, nous ne tiendrons pas compte de la forte progression observée chez cette dernière tranche d'âge par rapport aux autres tranches d'âge, car elle n'est pas significative.

En effet, pour expliquer cette variation, nous avons questionné André Delacharlerie, Expert Senior à l'Agence du Numérique. Selon lui, « les questions posées n'apportent pas d'explication. Il faut aussi garder à l'esprit que les personnes de cette classe d'âge sont plus difficiles à contacter et donc que la marge d'erreur est, objectivement, plus grande. Il faut donc en retenir que le taux initialement très bas est en cours de rattrapage ».

I.4.1.2 La connexion depuis le domicile

Parmi les raisons évoquées de l'absence de connexion au domicile, nous relevons deux pourcentages plus élevés qui semblent significatifs pour notre étude : 38 % des personnes interrogées estiment « une connexion inutile » et 28 % se trouvent « trop âgés pour se connecter », comme nous pouvons le voir sur le tableau ci-dessous issu du Baromètre Citoyens de 2019.

RAISONS DE LA NON CONNEXION À INTERNET	2019
Cette technologie est inutile	38%
Nous sommes trop âgés	28%
L'abonnement coûte trop cher	11%
Refus d'Internet par principe (idéal de vie)	8%
C'est trop technique ou trop compliqué	7%
Utilisation d'Internet uniquement au travail ou à l'école	5%
Des proches l'utilisent pour nous	2%
Nous n'avons pas le temps	1%

Raisons de la non connexion à Internet invoquées par les ménages dont le domicile n'est pas connecté (10% des ménages wallons).

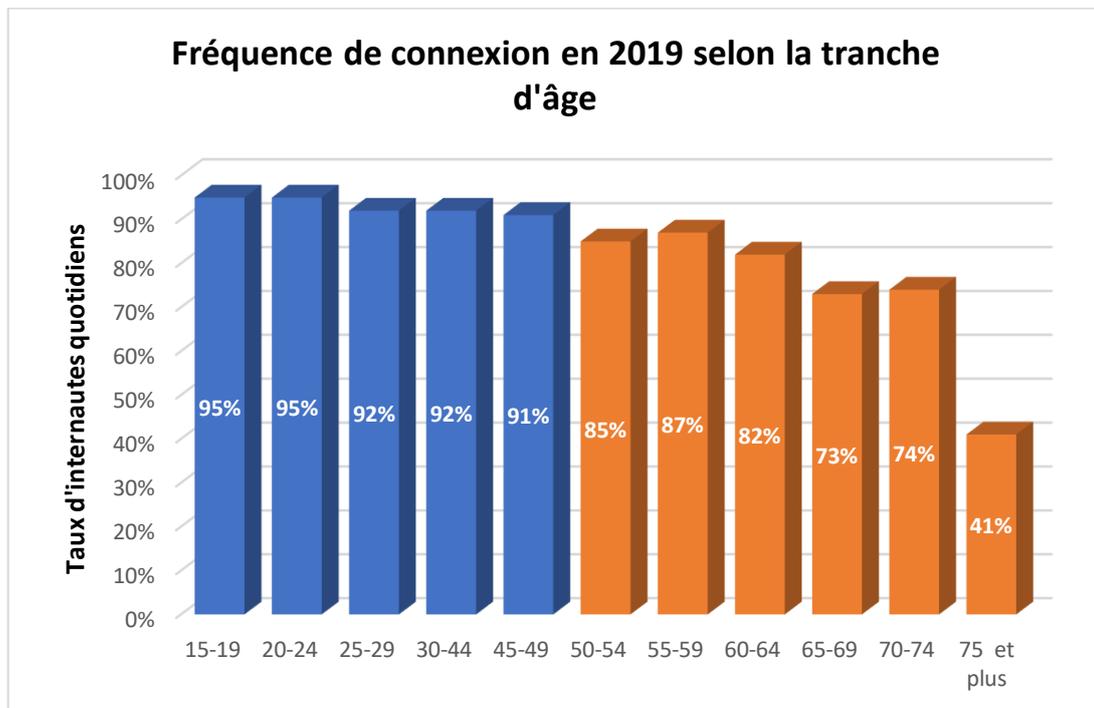
Source : Baromètre Citoyens 2019, page 16

Pour éclairer le second point (28 % des personnes interrogées se trouvent « trop âgées pour se connecter »), nous avons demandé au responsable de l'étude dans quelle tranche d'âge se situent ceux qui ont donné cette réponse. D'après lui, il ne s'agit que de « très faibles effectifs », comme nous pouvons le constater sur le tableau ci-dessous qui nous a été transmis.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1		15 à 19 ans	20 à 24 ans	25 à 29 ans	30 à 44 ans	45 à 49 ans	50 à 54 ans	55 à 59 ans	60 à 64 ans	65 à 69 ans	70 à 74 ans	75 ans et plus	Total
2	Vous utilisez Internet au travail (ou à l'école)					36%	16%					48%	3
3	Vous utilisez Internet chez des proches ou des parents				100%								1
4	Vous n'aimez pas ce qui est technique								17%	38%		45%	7
5	Pas moyen d'avoir l'ADSL dans votre rue												
6	Refus d'Internet par idéal de vie, par principe		2%	6%	30%			11%			11%	40%	16
7	C'est trop cher	1%		2%	12%		5%	9%	1%	27%	13%	30%	29
8	C'est trop compliqué		10%				22%		1%		2%	65%	11
9	Des proches utilisent Internet pour vous						14%			28%		58%	4
10	C'est inutile pour le ménage	3%	2%	5%	9%	3%	6%	8%	8%	8%	9%	39%	74
11	Vous n'avez pas le temps						49%					51%	3
12	Vous vous estimez trop âgé			1%	5%	1%	3%		2%	12%	7%	69%	52
13	Autre raison				14%		14%		14%	48%	4%	6%	9
14	Total	1%	1%	3%	10%	2%	7%	5%	4%	13%	9%	46%	210

I.4.1.3 La fréquence de connexion

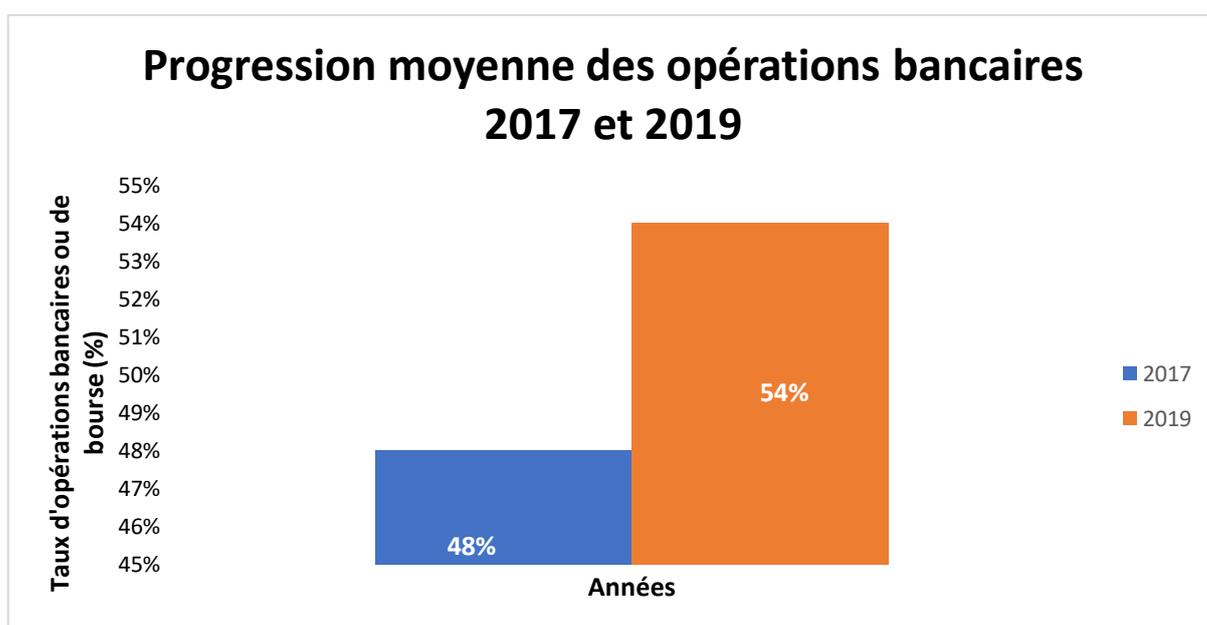
Le diagramme en bâtons simples ci-dessous représente le taux de fréquence de connexion quotidienne en 2019 selon la tranche d'âge.



Nous nous focalisons sur les tranches d'âge qui correspondent à notre sujet d'étude. Entre 50 et 64 ans, les taux diminuent pour « osciller entre 82 % et 85 % ». Après 65 ans, le taux passe sous la barre des 75 % et chez les 75 ans et plus, le taux s'élève à 41 %. Ces trois points montrent que les seniors sont moins utilisateurs d'Internet que la population en général, sans toutefois s'en éloigner.

I.4.1.4 L'usage d'Internet

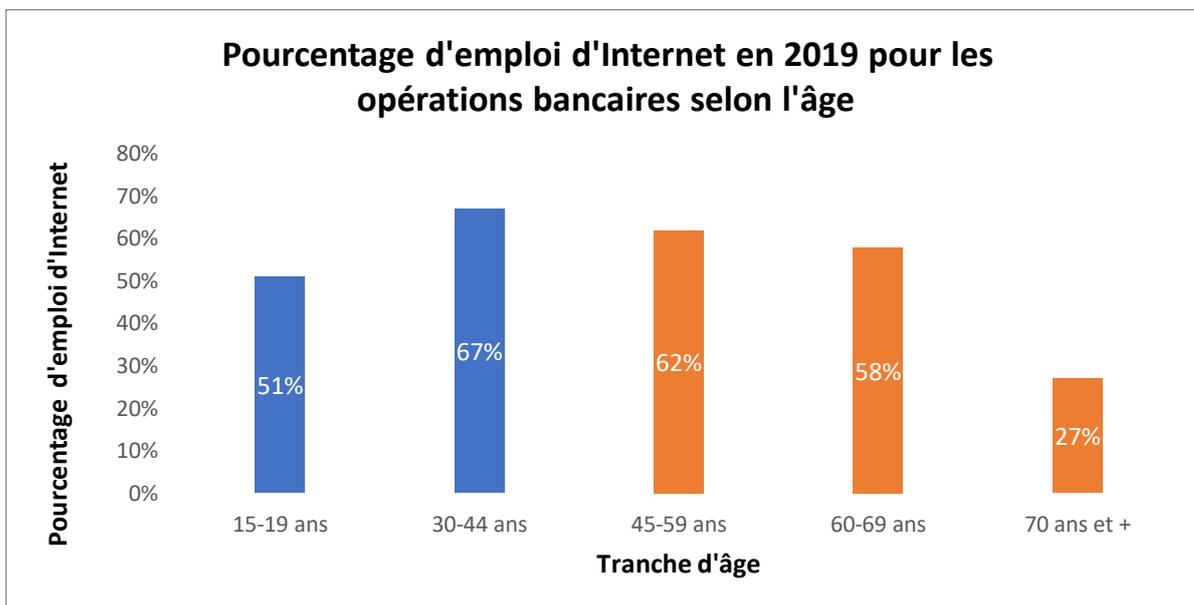
Actuellement, nous vivons une période inédite où, grâce à Internet, nous avons la possibilité de travailler, de suivre l'actualité et de rester en contact avec nos proches. Plus que jamais, la connexion à Internet est essentielle dans notre vie quotidienne. C'est pourquoi l'Agence du numérique a déterminé les 20 usages d'Internet les plus fréquents chez les Wallons. Nous avons décidé de nous intéresser aux opérations bancaires qui figurent parmi cette liste et nous les avons représentées sous la forme d'un diagramme en bâtons simples.



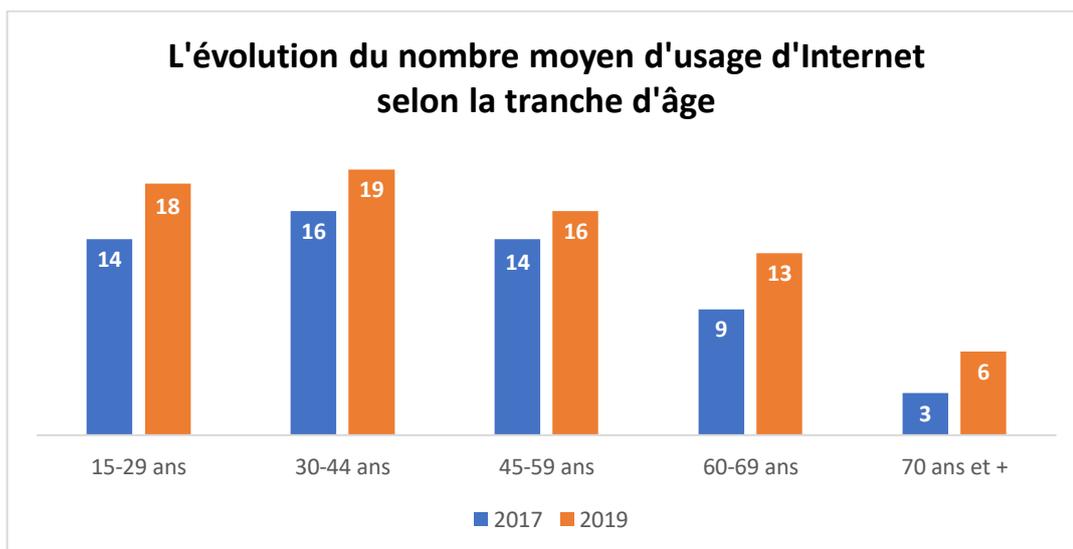
Nous observons sur ce graphique que le recours à Internet pour la banque affiche une progression de 6 % et plus précisément une variation de 12,5 % par rapport à l'année 2017. En moyenne, toutes tranches d'âge confondues, le recours aux opérations bancaires sur la toile pour un citoyen wallon est de 54 %.

En ce qui concerne le pourcentage d'emploi d'Internet pour l'année 2019 pour les opérations bancaires, en comparant les différentes tranches d'âge, nous observons sur le graphique à bâtons simples ci-dessous que la tranche d'âge 60-69 ans présente un pourcentage de 58 % qui dépasse largement la tranche 15-19 ans qui exprime un pourcentage de 51 %.

Notons que la tranche d'âge 70 ans et plus affiche le pourcentage le plus bas qui est de 27 %. Hormis cette tranche d'âge, tous les seniors à partir de 50 ans sont au-delà de la moyenne.



En ce qui concerne les habitudes de surf sur la toile, il paraît logique que les deux plus jeunes tranches d'âge soient les plus connectées. Ce n'est qu'à partir de la tranche 45-49 ans que nous remarquons un décalage. Effectivement, cette génération utilise surtout Internet pour les besoins professionnels. Il ressort également du Baromètre que les seniors à partir de 60 ans s'informent et communiquent à travers la toile.



En comparant l'évolution de la multiplicité moyenne d'emploi d'Internet, la tranche augmente de manière discrète en passant de 14 en 2017 à 16 en 2019. En revanche, pour les tranches d'âge 60-69 ans et 70 ans et plus, on constate une progression significative, en particulier pour les 70 ans et plus, l'emploi moyen est certes plus faible que les autres tranches d'âges, mais cela se multiplie par deux par rapport à 2017.

1.4.1.5 La spécificité de l'Internet chez les seniors

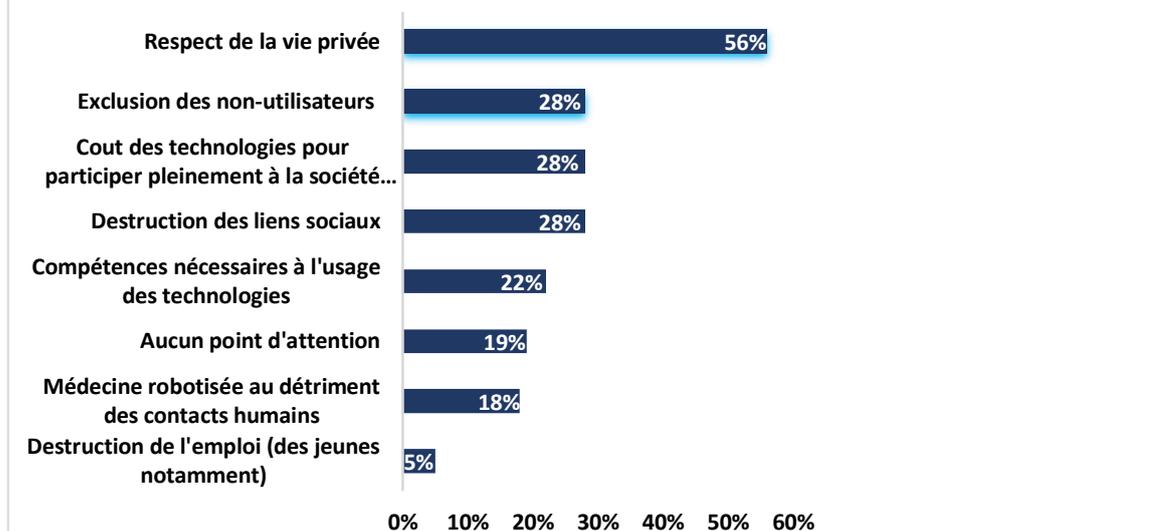
Le Baromètre du numérique 2019 a consacré une note spécifique aux seniors. La référence, pour cette étude, situe un senior comme une personne âgée de 60 ans et plus. Une catégorie qui représente 25 % de la population wallonne. Comme cette dernière utilise moins fréquemment Internet, la tendance est de sous-estimer sa présence sur la toile. Or les seniors ne cessent de porter un intérêt croissant à l'informatique puisqu'en 2019, on remarque une diminution de connexion seulement à partir de l'âge de 65 ans, au lieu de 60 ans en 2017. Les personnes âgées de 75 ans et plus, quant à elles, affichent une variation positive de 93 % de progression à la connexion. En effet, 58 % des 75 ans et plus disposent de nos jours d'un accès au Web.

Actuellement, les 60 à 69 ans sont des usagers réguliers des opérations bancaires et du shopping en ligne. Quant aux opérations bancaires ou de bourse, on constate que 64 % des 60 à 64 ans s'y adonnent ; 52 % des 65 à 69 ans s'y intéressent ; 39 % seulement des 70 à 74 ans s'en préoccupent ; 21 % des 75 ans et plus s'en soucient. Les causes de cette décroissance sont actuellement inconnues. Notre enquête permettra peut-être d'élucider ce point. Ces précisions sont citées par le responsable du Baromètre et présentées dans le tableau ci-dessous :

	60 à 64 ans	65 à 69 ans	70 à 74 ans	75 ans et plus
Effectuer des opérations bancaires ou de bourse	64%	52%	39%	21%

Quant aux 70 ans et plus, ils envoient des courriels, s'informent et s'intéressent à l'actualité. Surfer sur Internet représente également pour les seniors la certitude de conserver un lien social (56 % pour les réseaux d'échanges et 61 % pour la famille). En revanche, les aînés craignent d'une part, le non-respect de la vie privée et d'autre part, l'exclusion sociale (peur du coût, manque de compétences ou destruction des liens sociaux physiques).

Point d'attention des seniors par rapport au développement technologique en 2019



La corrélation entre la qualité de vie et l'amélioration des relations sociales des seniors montre qu'un accompagnement au digital est primordial, d'autant que les seniors manifestent une volonté de rattraper leur retard pour rester « dans le coup ».

« *La silver economy* (d'après François-Xavier Albouy, directeur de Recherche de la Chaire Transitions démographiques, Transitions économiques) est une filière industrielle et services qui a l'ambition de réunir toutes les consommations des seniors. Cette consommation représente un chiffre d'affaires d'une centaine de milliards en France »¹⁹.

On comprend donc aisément qu'ignorer ce groupe social, c'est-à-dire un tiers de la population partie en retraite, représente un risque pour la société. Nous parlions, p.11 du présent travail, des changements cognitifs inhérents à la vieillesse, nous avons également souligné alors les risques de dépendance et la maladie qui, toutes deux, coûtent cher à la communauté. D'après F.-X. Albouy toujours, se concentrer sur le bien-être des seniors serait une éventuelle solution pour conserver leur santé mentale. Cet objectif s'appuie sur la valorisation de trois activités qui constitueraient un cercle vertueux : « altruisme, réflexivité et apprentissage ».

¹⁹ Le gros mot de l'éco - « Silver economy » : les seniors rapportent. France 24. <https://www.france24.com/fr/20190715-veillissement-silver-economie-demographie-retraite-seniors-autonomie>

Cette valorisation en trois axes leur permettrait de gagner 5 ans d'autonomie, qu'ils pourraient entre autres investir dans la consommation. D'autant que, selon le bureau McKinsey de Global Management Consulting, « *les seniors vont générer 60 % de la hausse de consommation dans les pays industrialisés d'ici 2030* ».

Quant au secteur bancaire, il pourrait utilement choisir d'offrir aux seniors de les soutenir vers l'autonomie en les accompagnant lors de leur utilisation de la banque en ligne. En effet, garantir une autonomie aux seniors en les soutenant dans leur utilisation des applications bancaires leur permettrait d'effectuer aisément des paiements et donc, de continuer à s'adonner à leurs activités quotidiennes et de prendre (ou plus exactement de conserver) leur place dans le contexte économique global.

1.4.1.6 Les compétences numériques

Le Baromètre du numérique s'est également penché sur le « ressenti des répondants » quant à leurs compétences numériques. Le formulaire 2019 était composé de 15 interrogations, mentionnées à la page 47 du Baromètre. Elles proposent aux personnes sondées d'évaluer leurs compétences informatiques par rapport à celles soulignées dans le « cadre européen DigComp2.1²⁰ ». Malheureusement, aucune question ne s'intéresse à la compétence pour les opérations bancaires, objet de notre enquête qualitative.

1.4.1.7 Fracture numérique

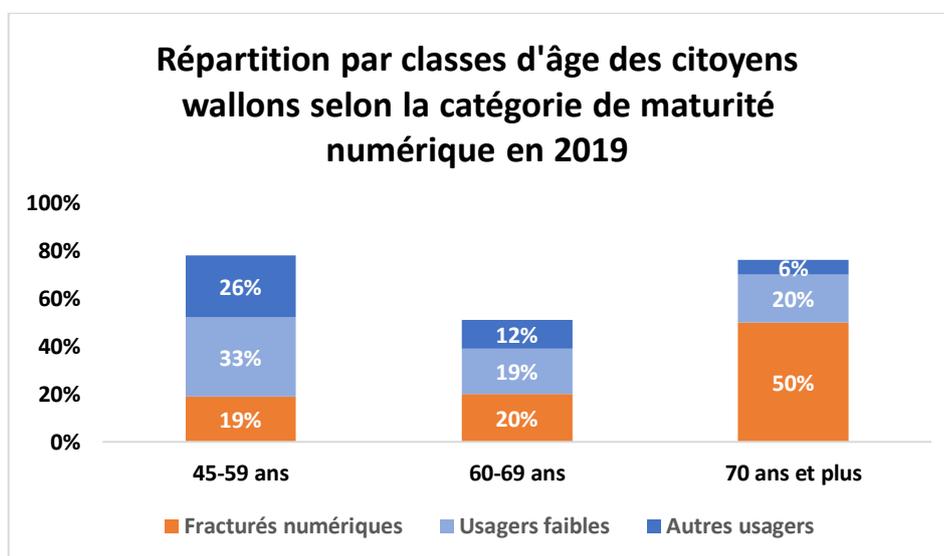
Selon Wikipédia, la « fracture numérique » décrit les inégalités dans l'accès aux technologies de l'information et de la communication (TIC), leur utilisation et leur impact. Sont généralement admis au moins deux niveaux de fracture numérique : l'accès (fracture de premier degré) et l'usage (fracture de second degré).²¹

²⁰ Khan, F., & Vuopala, E. (2019). Digital Competence Assessment Across Generations. *International Journal of Digital Literacy and Digital Competence*, 10(2), 15-28. <https://doi.org/10.4018/ijdlcd.2019040102>

²¹ Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Fracture_numérique

On constate qu'en Belgique, la fracture numérique a évolué d'une fracture de premier degré (fracture d'accès) vers une fracture de second degré (fracture de compétence et d'usages) qui aboutit à une « exclusion numérique ».

Le tableau ci-dessous, issu du Baromètre du numérique 2019, reprend la catégorie de maturité numérique des citoyens wallons par tranches d'âge.



Comme nous pouvons l'observer, la tranche d'âge des 70 ans et plus est la plus concernée par cette fracture numérique ; la tranche d'âge des 60 à 69 ans est concernée dans une moindre mesure puisque le pourcentage est de seulement 20%. L'indicateur de maturité des citoyens développé par l'Agence du numérique montre que 20 % de la population wallonne est en situation de fracture numérique au sein de laquelle 70 % sont âgés de plus de 60 ans et 50 % sont âgés de 72 ans et plus. C'est éclairant.

On note en outre que, chez les personnes en situation de fracture numérique, ce sont les opérations bancaires à effectuer qui représentent le pourcentage le plus élevé des services inaccessibles. Celui-ci atteint en effet 9 %.

L'étude de la fracture numérique en Belgique aboutit donc à la conclusion que les seniors représentent l'épicentre des personnes qui se révèlent étrangères au numérique ou éloignées des outils digitaux. Nous l'avons déjà souligné, l'espérance de vie des seniors hautement qualifiés et aux revenus élevés est avérée. La « silver economy » est donc bel et bien une ouverture socio-économique, à condition que les seniors soient accompagnés dans l'apprentissage des outils digitaux quotidiens.

I.1.3 Baromètre numérique des Citoyens 2019 : les conclusions

Le Baromètre émet des recommandations vis-à-vis des seniors face au numérique. Il constate qu'il est primordial de rencontrer les besoins des pensionnés actifs socialement qui s'intéressent à l'utilisation des outils digitaux et veulent sauter l'obstacle. Cette aide pour tous vers la garantie de l'utilisation numérique relève de l'ordre de la justice sociale dans notre monde en rapide changement où l'obsolescence des connaissances et l'exclusion s'installent aisément. Permettre des apprentissages numériques aux personnes manquant de savoir-faire est un acte civique. Soulignons que la Déclaration de politique régionale du Gouvernement wallon s'intéresse à l'assimilation du numérique à tout âge. Néanmoins, imaginer une communauté exclusivement connectée pourrait être de l'ordre du mythe.

Vice-Président de la Wallonie, Ministre de l'Économie, de la Recherche et de l'Innovation, du Numérique, de l'Agriculture, de l'Urbanisme et de l'Aménagement du territoire, de l'IFAPME et des Centres de Compétence, Willy Borsus a d'ailleurs commenté ce Baromètre sur son site internet²² : « Ce Baromètre indique clairement une tendance positive en Wallonie. Le numérique fait dorénavant presque partie intégrante du quotidien de nos concitoyens. Nous devons donc travailler en ce sens et faciliter davantage l'accès à la connectivité, à l'information, à la donnée, à faciliter les démarches administratives... À nous de réinventer la Wallonie de demain et d'en faire un territoire ultra-connecté au service de la population ! »

Il s'agit donc de réduire la fracture numérique, sans toutefois imaginer atteindre 100% de foyers connectés. En terme commercial, les Wallons aisés peu enclins à utiliser les outils digitaux représentent un marché certain. Un nombre significatif des seniors participe à la croissance de la « silver economy ».

²² Baromètre Digital Wallonia 2019 de Maturité Numérique des Citoyens wallons | Willy Borsus - Vice-Président de la Wallonie, Ministre de l'Économie, du Commerce extérieur, de la Recherche et de l'Innovation, du Numérique, de l'Agriculture, de l'Aménagement du territoire, de l'IFAPME et des Centres de compétence. (2019). Willy Borsus.

<https://borsus.wallonie.be/home/presse--actualites/publications/barometre-digital-wallonia-2019-de-maturite-numerique-des-citoyens-wallons.publicationfull.html>

I.5 Observatoire CBC Banque & Assurances



CBC, active en banque et assurances, est la banque wallonne autonome du groupe KBC, groupe financier de premier plan aux niveaux national et européen. Banque unique dans une région unique, CBC offre un service complet dans les secteurs de la banque et de l'assurance en Wallonie. Cet ancrage local fort choisi par le groupe permet à CBC d'être proche de ses clients et ainsi de répondre au mieux à leurs attentes.

Le groupe KBC fait figure d'exception dans le paysage bancaire belge en jouant délibérément la carte de l'ancrage régional avec KBC en Flandre, KBC Brussels à Bruxelles et CBC en Wallonie. CBC résulte de la fusion en 1998 de deux banques belges (Kredietbank et Banque CERA) et d'une compagnie d'assurances belge (ABB Assurances).

La mission principale que CBC Banques et Assurances se fixe en tant que bancassureur est de permettre à chacun de réaliser ses rêves et de les protéger. Sous l'égide de son CEO Clemens SCHOLZEN, les valeurs promues sont le respect, la réactivité et l'orientation solutions. En 2017, la banque a obtenu la certification ISO 14001.

Son nombre de clients s'élève actuellement à 320.000 clients, soit un peu moins de 10% des Wallons. La banque, dont le siège social est à Namur, dispose d'un réseau de 86 agences bancaires, 1 agence bancaire virtuelle, 72 bureaux d'assurances, 7 Centres de Banque Privée, 1 Centre Wealth, 2 Centres Corporate (spécialisés grandes entreprises), 1 Centre Public et Non-Marchand.

En février 2020, en collaboration avec le bureau d'enquête Ipsos²³, CBC Banque et Assurances a réalisé un observatoire sur « Les Belges et la digitalisation de leur quotidien ». Il en ressort que 76 % des citoyens belges se connectent pour accéder à leurs courriels, 65 % pour gérer leur portefeuille et 62 % pour explorer les réseaux sociaux. Autrement dit, avoir accès à son argent est plus important que de surfer sur les réseaux sociaux. Selon les personnes interrogées, les principaux avantages à réaliser des activités bancaires en ligne sont la simplicité d'accès (74 %), la rapidité (65 %) et l'accessibilité à tout moment (52 %). Pour les répondants, la banque idéale devrait être deux tiers digitale et un tiers physique.

²³ Site Ipsos: <https://www.ipsos.com/fr-fr>

Parmi les réticences des Belges à effectuer les opérations en ligne, les trois freins principaux se déclinent de la manière suivante : la principale est « la cybersécurité (50 %) », vient ensuite « l'utilisation des données (45 %) » et, enfin, « le respect de la vie privée (41 %) ».

D'après Bruno Menu, Directeur du Développement Digital chez CBC Banque & Assurances, « *gérer son argent en ligne, à tout moment de manière presque instantanée, est devenu un standard, une norme pour les Belges. Notre Observatoire révèle que les Belges accordent leur confiance aux innovations digitales, mais pas sans condition puisque les risques liés à la sécurité des données ressortent comme la principale réticence. Or, le système bancaire n'a jamais été aussi performant, sécurisé et fiable, d'autant plus dans le contexte actuel de régulation et de respect de la vie privée. Aujourd'hui, force est de reconnaître qu'il y a moins de fraudes dans les opérations digitales que dans le traitement d'un virement papier.*²⁴ »

Par ailleurs, selon l'article « Les applications de paiement gagnent en popularité », paru dans le journal digital l'Écho le 5 juin 2019²⁵, il ressort que « 68 % des Belges disposent d'une application bancaire ; pour les +55 ans, ce taux est de 60 % ».

La banque se digitalise par obligation, puisque le monde devient de plus en plus connecté. En effet, selon le « rapport digital 2018 », réalisé par « We are Social et Hootsuite »²⁶, l'ensemble des utilisateurs d'Internet est de 10,20 millions sur un total de population de 11,46 millions.

²⁴ Gérer son argent sur son app est la 2ème grande activité digitale effectuée par les Belges après la consultation des mails et devant les réseaux sociaux. <https://www.cbc.be/private-banking/fr/a-propos-de-nous/actualite/les-belges-et-la-digitalisation-du-quotidien.html>

²⁵ Les applications de paiement gagnent en popularité. (2019, 5 juin). <https://www.lecho.be/connect/bpc/l-observatoire/les-applications-de-paiement-gagnent-en-popularite/10133527.html>

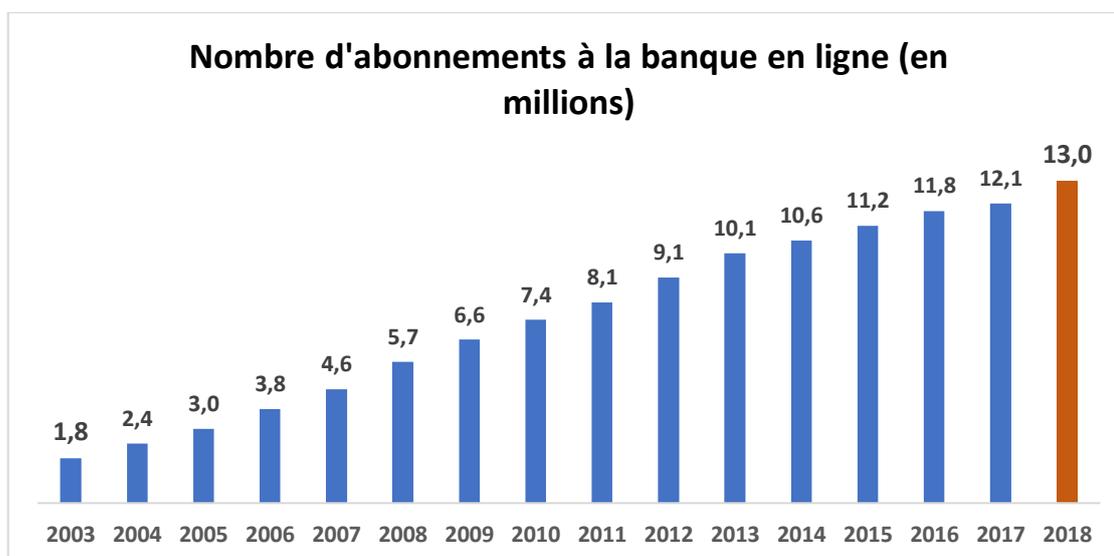
²⁶ Source : <https://www.karott.be/belges-digital-chiffres-a-savoir/>

Ce premier chiffre représente 98 % de la population connectée comme on le voit sur le tableau ci-dessous :



Ce même rapport indique une hausse du nombre d'internautes sur les « réseaux sociaux », expliquée par la présence accrue de personnes âgées.

Ci-dessous, ce tableau dressé par la Febelfin²⁷ permet de remarquer que le nombre d'abonnements à la banque en ligne est en nette progression en Belgique.



²⁷ Source FEBELFIN, <https://www.febelfin.be/fr/journalistes/article/la-banque-mobile-prend-une-place-de-plus-en-plus-centrale-dans-la-vie-des>

I.6 Rapport annuel sur l'inclusion financière en Belgique

Le Rapport annuel élaboré par Finan'cité dont la dernière version date de 2019²⁸, établit une observation de la situation de l'inclusion financière en Belgique, ce qui recouvre l'accessibilité à un compte courant bancaire, aux modalités de paiements, au placement et à l'emprunt.

Pour compléter son action, Finan'Cité en partenariat avec Eneo (une ASBL, anciennement appelée l'Union nationale chrétienne des Pensionnés, se veut depuis 1956 « un mouvement social d' n s, d'action citoyenne et collective, guidé par la solidarité et la justice sociale, d'inspiration mutualiste et chrétienne »)²⁹ et Espace Seniors (une ASBL du réseau Solidaris qui constitue un espace d'information et de formation des seniors affirmant « représenter et défendre les droits des personnes de plus de 55 ans depuis 1977 »)³⁰ ont mis en place, en octobre 2020, une campagne pour dénoncer les pratiques bancaires actuelles. Cette campagne prend la forme de rencontres à travers la Wallonie et Bruxelles au cours desquelles les seniors pourront exprimer leur désarroi face à la montée du numérique. L'objectif poursuivi à travers ces discussions est de récolter des témoignages et de chercher des solutions pour atténuer l'exclusion numérique.

En outre, les seniors sont invités à participer à un concours à l'issue duquel une cérémonie, qui aura lieu en décembre,  lira la banque dont les pratiques sont les plus mauvaises à leur égard sous forme de hashtag #balancetabanque. Si le terme senior est utilisé, nous n'avons pas de détails sur la catégorie d'âge à laquelle, selon Finan'Cité, un senior appartient.

En parallèle, un questionnaire que vous trouverez joint en annexe (voir en annexe 4) a été envoyé aux banques afin de récolter des informations concernant l'approche des seniors, le nombre d'agences accessibles, la tarification des opérations au guichet, etc.

Les banques participantes sont Argenta, Belfius, BNP Paribas Fortis, Beobank, Bpost Banque, CBC, CPH, Crelan, Deutsche Bank, ING, KBC et Keytrade. Axa Banque n'a pas souhaité participer.

²⁸ ADÈLE Bero, Fily Anne, Réseau Finan'cité.

²⁹ <https://www.eneo.be/>

³⁰ <https://associations-solidaris-liege.be/accueil/espace-seniors/>

I.1.1 Rapport annuel sur l'inclusion financière: méthodologie

Ce rapport annuel a pour principal objectif d'établir la situation de l'inclusion financière en Belgique. En lien avec notre étude, nous nous sommes naturellement concentrée sur le focus des problèmes rencontrés par les seniors lors de l'utilisation de la banque en ligne. Des données quantitatives ont été récoltées portant sur le compte courant, auquel sont associés des moyens de paiement, des instruments de crédit aux particuliers et des instruments d'épargne.

La méthodologie de ce rapport souligne que, lorsque les données relatives à un service sont disponibles, il leur a été possible de tirer des données quantitatives, mais pas forcément des données qualitatives sur le caractère approprié (ou non) de ce service aux besoins des usagers. L'enquête croise donc ces données recueillies avec les plaintes déposées auprès de l'ombudsman financier, les rapports de divers organismes, les données disponibles sur les sites des acteurs financiers, les articles de presse ou les collectes par des organismes financiers.

I.1.2 Rapport annuel sur l'inclusion financière : les constats

Tout d'abord, nous l'avons vu, le vieillissement de la population et l'augmentation de l'espérance de vie sont incontestables. Face à l'essor numérique, les seniors se voient obligés de passer à la banque en ligne. Or, dans cette catégorie d'âge, l'équipement informatique n'est souvent pas optimal, quand il n'est pas carrément obsolète. La gestion de leur compte courant devient ardue : disparition du self-banking pour les extraits de compte et les virements ; fermeture d'agences bancaires et hausse de la tarification des frais de gestion. La conséquence de ces changements est une perte d'indépendance budgétaire pour chaque senior qui ne s'adapte pas.

Le Rapport énumère les différents aspects du vieillissement dont il faut tenir compte dans la relation commerciale. Cette étude définit les fonctions cognitives comme « un ensemble d'habiletés mentales telles que la perception, l'attention, la concentration, la mémoire et les fonctions intellectuelles de haut niveau comme la prise de décision et la résolution de problèmes.»

Dans le cadre du présent travail, notre intérêt s'est particulièrement porté sur la partie consacrée à la problématique des obstacles rencontrés par les seniors liés à la digitalisation bancaire. Dans la seconde partie de notre étude, nous mettrons notre enquête de terrain en confrontation avec les conclusions de ce rapport. Toujours selon cette étude, « leur efficacité se dégrade souvent avec l'âge ». Quatre effets de l'âge sur les fonctions cognitives nous interpellent particulièrement sur le plan pratique de notre étude.

Le premier effet de l'âge est la diminution de la vitesse de traitement de l'information et de l'attention ; c'est-à-dire de l'enregistrement et de la restitution des événements. Le deuxième constat est la réduction de l'attention et allongement du temps de réaction. C'est-à-dire la capacité à sélectionner les informations pertinentes, exécuter deux tâches simultanément ou encore se concentrer pendant un certain temps. Le troisième déficit réside dans l'affaiblissement de la capacité de raisonnement et de décision. Répondre à des questions simples ou complexes devient de plus en plus difficile pour les seniors. Les personnes les plus âgées se décident difficilement ce qui les pousse à déléguer cette responsabilité à autrui. Enfin, en quatrième, vient la baisse de la vigilance. Une personne âgée est vulnérable face aux escroqueries, car elle est davantage susceptible d'accorder sa confiance à quelqu'un qui pourrait usurper ses données confidentielles (escrocs, télémarketeurs frauduleux qui utilisent le téléphone comme moyen de contact puis d'emprise mentale ; opérations de phishing, hameçonnage, logiciels espions, faux sites, ransomware...).

L'extrait suivant, extrait du « Rapport Annuel sur l'inclusion financière en Belgique », met en lumière l'importance de fournir des outils adaptés aux plus personnes âgées : « *La baisse de leur force, vitesse d'exécution, motricité fine et coordination œil-main peut entraîner une difficulté de manipulation des commandes de petits objets : clavier de paiement du guichet automatique, touche et écran de GSM, tablette ou ordinateur standard dont la taille n'est plus adaptée.* »

Des témoignages ont été récoltés afin de tenir compte des défis auxquels sont soumis les seniors. L'investigation repose sur un panel de 38 personnes choisies de manière aléatoire et, donc, sans démarche scientifique. Le but étant de recueillir des situations vécues pour signifier le malaise.

I.6.1.1 Carence en matériel informatique

Il apparaît que, pour une certaine proportion non définie de seniors, s'ils sont équipés à domicile d'un ordinateur et d'une connexion, c'est un proche qui effectue à leur place leurs opérations administratives. Il faut donc rester prudent sur les statistiques d'équipement des personnes âgées.

I.6.1.2 Disparition des self-banking dans certaines agences

Les seniors avaient pour habitude de se rendre en agence, plus précisément auprès d'un distributeur automatique, afin de retirer leurs relevés de compte. Pour se faire, il suffisait d'insérer la carte de débit dans l'appareil. Le processus était donc simple. Sur la banque en ligne, il est nécessaire d'effectuer plusieurs manipulations avant de pouvoir avoir accès à cette rubrique. Il faut également disposer d'une imprimante si on l'on souhaite, comme auparavant, les conserver dans une farde.

I.6.1.3 Hausse de la tarification

Depuis peu, les clients désireux d'effectuer un virement papier doivent payer des frais supplémentaires. Cela engendre un sentiment de frustration voire une atteinte à leur intimité puisqu'il faut, dès lors, confier la gestion à un tiers. En ce qui concerne l'envoi des extraits de compte, c'est également à charge du client selon un montant qui, par disposition légale, ne peut dépasser le coût réel.

I.1.3 Rapport annuel sur l'inclusion financière : les conclusions

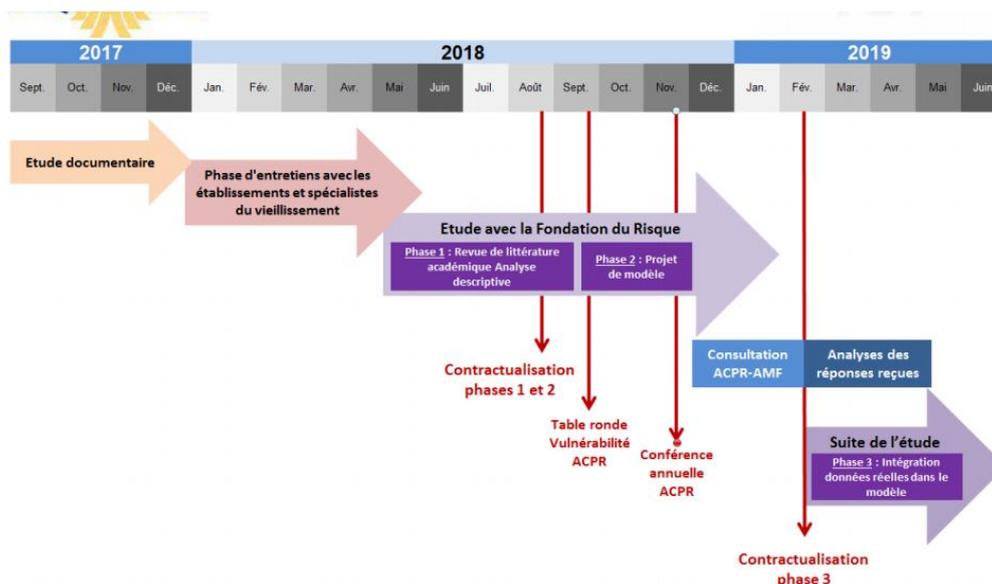
Toutes ces constatations, à savoir : la carence d'une partie de la population en matériel informatique, la disparition de nombreux self-banking et la hausse des tarifs bancaires, amènent à la conclusion du rapport qu'il existerait une forme « d'exclusion bancaire » à l'égard des seniors dans la mesure où il n'existe ni gratuité généralisée pour effectuer un virement au guichet ni plages horaires en agence dédiées à ceux qui ne disposent pas de matériel informatique.

I.7 Le rapport AMF-ACPR

Cette publication³¹, menée par l’Autorité des marchés financiers (AMF) et l’Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR) réunies, s’est attachée à la question « Comment faire face au déclin cognitif des personnes âgées dans le cadre de la relation client ? ». Ils ont étudié la question des pratiques de la commercialisation face au déclin des aptitudes cognitives lors du vieillissement (dernière version : décembre 2018).

I.1.4 Rapport annuel sur l’inclusion financière : : méthodologie

Le but de ce rapport est d’attirer l’attention sur la relation client avec une personne âgée en situation de « vulnérabilité », de définir en quoi consiste cette vulnérabilité. Un état des lieux a été mené sur les informations existantes à ce sujet et ensuite un travail d’analyse des données a été mené. Ci-dessous un tracé entre 2017 et 2019 des actions menées.



Le senior tel qu’étudié ici est toute personne de plus de 65 ans.

³¹ Pratiques de commercialisation et populations vieillissantes : comment faire face au déclin cognitif des personnes âgées au sein de la relation-client ? <https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/publications/rapports-etudes-et-analyses/rapport-amf-acpr-sur-les-pratiques-de-commercialisation-destination-des-populations-vieillissantes>

1.7.1.1 L'attitude des seniors à l'égard du placement

Les besoins bancaires des seniors dépendent d'un ensemble de facteurs variés parmi leur tranche d'âge, leur catégorie socioprofessionnelle et leur structure familiale. Il n'existe pas un senior-type. Cependant, la majorité d'entre eux recherchent la sécurité, le service, la simplicité et la sérénité. Si une frange de cette population, notamment les femmes, a tendance à se paupériser, en règle générale, les seniors détiennent l'épargne de toute une vie et ils ont donc, relativement, plus de moyens pour investir. Cependant, la perception de leur propre vieillissement, le souhait de préparer une éventuelle situation de dépendance et celui de transmettre à ses descendants sont autant d'éléments qui nourrissent chez les seniors une notable aversion au risque. C'est pourquoi ils peuvent présenter un comportement parfois paradoxal vis-à-vis de leur argent, sa rétention ou sa dépense.

1.7.1.2 Le rapport distingue les différentes générations des seniors

Ainsi, d'après cette étude, les 50-64 ans possèdent un pouvoir d'achat relativement fort et rencontrent peu de problèmes de santé. Il est fréquent qu'ils assistent financièrement leurs enfants et leurs parents. Quant aux 65-74 ans, ces retraités sont en général affranchis de toute contrainte professionnelle et familiale. Souvent leurs emprunts sont remboursés. Ils entendent, pour les plus aisés, profiter pleinement de la vie, mais ont, en réalité, des profils de consommation très hétérogènes. Enfin, les « aînés » de plus de 75 ans rencontrent davantage de problématiques de santé et de dépendance, ce qui a des incidences sur leurs comportements de consommation.

Un phénomène qui prend de l'ampleur est la croissance du nombre de seniors. Comme écrit plus haut, en 2050, un Belge sur 3 aura la soixantaine.

1.7.1.3 Les services bancaires des seniors

À l'approche de leur fin de carrière, deux aspects se révèlent particulièrement incertains pour les seniors : ils s'interrogent sur leurs revenus pendant leur retraite d'une part, et sur leur autonomie future, d'autre part. Afin d'y remédier, ils sont intéressés à créer un patrimoine mobilier et immobilier. Être propriétaire est souvent perçu comme une nécessité pour la sécurité, même si nous apportons une nuance à ce constat.

En effet, si posséder un logement est bel et bien une priorité, il n'en demeure pas moins que la nouvelle formule « happy viager³²» disponible sur le marché, suscite de l'engouement dans la mesure où le senior vend son bien, mais dispose tout de même d'un bail à vie pour l'occuper. L'immobilier est un produit attractif pour les personnes entre 50 et 65 ans. Au-delà, cela peut devenir une source d'inquiétude. Entre 65 et 75 ans, 12% projettent de vendre un bien pour changer de domicile et habiter un bien correspondant à leur nouvelle vie.

Le rapport met également en avant la transmission qui malheureusement tombe trop souvent à un moment où les héritiers ont déjà constitué leur patrimoine. Or, vu le contexte économique actuel où les banques sont de plus en plus exigeantes à l'effort propre demandé lors d'une première acquisition, il serait judicieux de réétudier la transmission pour aider les jeunes générations à devenir propriétaires plus tôt.

L'assurance-vie, qui permet de jouir d'avantages fiscaux, est citée comme un produit intéressant à l'égard des seniors.

I. Les initiatives à l'étranger pour protéger les seniors

Nous avons vu que la Déclaration de politique régionale du Gouvernement wallon s'intéresse à l'assimilation du numérique. Les instances internationales et les institutions nationales d'autres pays ont également inscrit ce sujet dans leurs priorités de réflexion et d'action.

Ainsi, l'Organisation internationale des Commissions de Valeurs (OICV)³³ a publié en mars 2018 un panorama mondial des outils et pratiques des superviseurs et associations professionnelles, à la fois pour prévenir les risques de mauvaise commercialisation aux seniors, mais aussi pour les protéger d'escroqueries potentielles. La plupart des pays utilisent les réglementations en place pour gérer l'adéquation et la bonne compréhension du risque. La logique et les principes de base sont au centre de la réflexion : connaissez votre client, connaissez votre produit et conseillez en adéquation avec les besoins et le profil du client.

³² <https://www.lecho.be/monargent/analyse/immobilier/un-viager-moins-morbide-est-desormais-possible/10253784.html>

³³ <https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD595.pdf>

Fait intéressant dans le cadre de ce travail, on apprend dans ce panorama que 6 régulateurs sur 10 affirment développer une stratégie spécifique au public des seniors, allant du programme pédagogique à la politique de supervision.

Différents exemples sont relevés dans ce vaste panorama mondial et nous intéressent en premier chef. Ainsi, la Financial Industry National Regulatory Authority (FINRA) aux États-Unis a mis en place une ligne téléphonique d'assistance pour les seniors. Avec la Securities and Exchange Commission (SEC), elle attire l'attention sur la nécessité de former les conseillers à une manière de communiquer avec les seniors axée sur leur compréhension. Elle met l'accent sur les spécificités du marketing et de la commercialisation vis-à-vis des seniors. En outre, en avril 2017, la FINRA a réaffirmé sa vigilance sur l'exploitation financière des personnes âgées et d'autres clients vulnérables.

Un autre exemple, celui de la Japanese Financial Services Agency (JFSA) qui met en garde, notamment, sur la détérioration potentielle de l'investisseur en raison d'un déclin physique ou d'un affaiblissement temporaire. La JFSA note en outre un accroissement des plaintes de seniors à l'encontre des établissements. L'association professionnelle fixe d'ailleurs des règles et des procédures spécifiques avant certaines commercialisations aux aînés (comme la validation par un manager avant la vente de tel produit, la latence d'une journée de réflexion avant la prise de décision...).

Le Québec quant à lui met l'accent sur la formation des conseillers, notamment sur l'aspect comportemental par l'adaptation des pratiques vis-à-vis des seniors et sur la prévention par la reconnaissance d'éventuels signes de vulnérabilité. Plus globalement, un Plan d'action gouvernemental de lutte contre les mauvais traitements envers les seniors a débuté en 2017 et sera mené jusqu'en 2022. Complémentairement, l'Autorité des marchés financiers Québec travaille sur la rédaction d'un guide de bonnes pratiques à destination du secteur financier.

Enfin, pour citer un dernier exemple, la Hong Kong Monetary Authority (HKMA) a instauré, en collaboration avec l'Association des Banques de Hong Kong, un gel de deux jours ouvrés avant la prise de décision du client pour lui accorder un temps de compréhension, réflexion et conseils d'un tiers.

I.1.1 Les banques et les seniors en Belgique

Pour approfondir notre réflexion, nous avons consulté le site de la Febelfin à la recherche d'initiatives locales et communautaires de sensibilisation des personnes âgées à la numérisation, puisque celle-ci est sociétale. En 2019, « J'adopte la banque digitale »³⁴, une campagne de sensibilisation organisée par l'Agence du numérique (ADN), Febelfin et le réseau des Espaces Publics Numériques (EPN), a été lancée à travers la Wallonie pour mobiliser les réfractaires à la banque en ligne. L'objectif était, d'une part, de sensibiliser les citoyens wallons sur l'importance d'intégrer le numérique au quotidien et, d'autre part, d'accompagner à l'aide des banques présentes l'expérience de la banque en ligne (par du coaching). Il ressort des 13 sessions qui se sont tenues à travers la Wallonie, que la majorité des 250 participants étaient des seniors. À noter que le bilan de cette campagne évoque le terme senior, sans toutefois indiquer l'âge moyen des participants.

Parmi les freins évoqués au cours de l'enquête, il ressort que l'accompagnement et la peur de la cybercriminalité sont les freins majeurs qui découragent les seniors d'accéder aux outils digitaux. Il est à noter que, face à l'engouement suscité, les partenaires souhaitent poursuivre l'action.

Notons aussi le fait que les Espaces Publics Numériques soient co-organisateurs est un facteur à prendre en considération, car cela a contribué fortement à la réussite de l'action.

En avril 2020, dans le cadre de la lutte de la propagation du virus COVID-19, Febelfin a publié un site Internet dédié à la banque digitale³⁵. L'objectif était d'inciter les citoyens à adopter le réflexe d'effectuer les opérations bancaires en ligne et partant, de dissuader les clients de se rendre dans les agences bancaires et d'adopter des comportements à risque face au virus. Ce site internet propose notamment des capsules vidéos explicatives sur les modes de paiement et des conseils pour surfer en toute sécurité. Les avantages cités sont la rapidité, le gain de temps, la diminution de l'utilisation du papier et une gestion autonome de son budget.

³⁴ La banque digitale accessible à tous : <https://www.febelfin.be/fr/journalistes/article/la-banque-digitale-accessible-tous>

³⁵ Banque Digitale. (2020). Febelfin. <https://banquedigitale.febelfin.be/>

I.1.2 Les banques et les seniors en France

En France, le Secrétaire d'État chargé des personnes âgées et de l'autonomie a commandé un rapport de mission, rédigé en septembre 2017, qui répertorie plusieurs mesures et recommandations afin de protéger les personnes âgées vulnérables contre les actes de maltraitance financière. Divers programmes de recherche et d'éducation ont été développés avec à propos, car il est évident que c'est bien d'une action globale dont les seniors et le secteur bancaire ont besoin.

Certaines des recommandations de ce rapport concernent spécifiquement le monde bancaire et assurantiel et visent à la prévention des mauvaises pratiques commerciales, parmi lesquelles la communication à grande échelle de l'existence d'un centre d'appel (3977) permettant de dénoncer les cas de maltraitance financière, l'incitation au signalement de toute situation de ce type ou encore la lutte contre les pratiques commerciales abusives.

C'est également en France que la Banque de la Poste³⁶, extrêmement populaire, a mis en place une tablette nommée « Ardoiz » et destinée aux seniors. On voit le recours marketing au mot appartenant au vocabulaire des plus anciens, mais « twisté » de façon moderne. Le principe de ce service est simple : vous commandez votre tablette, on vous la livre, on vous l'installe et on vous explique comment elle fonctionne. La tablette Ardoiz est proposée à 249 € TTC avec un abonnement aux services Ardoiz à 9,99 € TTC/mois qui, selon leur argumentaire de vente, comprend :

- L'accès à l'interface simplifiée Ardoiz
- Une équipe de conseillers disponibles 6 j/7 pour répondre aux questions
- Des contenus riches et variés, sans publicité
- Des conseils et astuces au quotidien pour découvrir la tablette et Internet
- L'accès au site Famille pour les proches
- Une utilisation en toute sécurité grâce aux mises à jour automatiques et aux sauvegardes des données ».

³⁶ Ardoiz, la tablette pour les seniors - La Poste. <https://www.laposte.fr/veiller-sur-vos-proches/ardoiz-la-tablette-pour-les-seniors>

I.1.3 L'exemple de la banque Barclays (Grande-Bretagne)

En 2013, la banque anglo-saxonne Barclays a développé le programme « Digital Eagles ». À l'origine de ce développement, le constat par la jeune génération des employés de la banque de la nécessité d'une formation digitale destinée aux collègues plus âgés, en difficulté de compétence numérique. Par la suite, cette formation s'est étendue à deux segments de clientèle de la banque : les entreprises et les particuliers.

La banque Barclays a premièrement créé en 2013 un service de digitalisation à l'usage des employés de banque en fracture numérique ; deuxièmement, en 2014, la banque s'est adressée aux clients entrepreneurs et particuliers ; troisièmement, en 2016, Barclays a proposé une solution aux communautés locales par la mise à disposition de ses succursales.

Cette formation, intitulée « Digital Wings »³⁷ soit les Ailes digitales, se présente sous la forme d'un guide gratuit qui propose plusieurs modules d'apprentissage via le lien <https://digital.wings.uk.barclays/for-everyone/topics-and-modules/>.

Pour les particuliers, les modules s'articulent autour de 5 rubriques :

- Comment fonctionne Internet ?
- Comment faire une recherche sur Internet ?
- Comment trouver de l'aide en ligne ?
- Comment adapter sa communication digitale ?
- Comment prendre soin de son argent en ligne ?

À la fin, un quizz de vérification de la compréhension des données est soumis aux participants afin de faire évoluer le programme.

Pour les entrepreneurs, Barclays propose de rejoindre une plateforme spécifique destinée à les accompagner dans la révolution digitale. Les sujets sont développés avec l'éclairage d'experts de chez IBM, Accenture ou encore Microsoft. L'objectif de ce programme est d'aider les professionnels à être plus confiants dans l'utilisation des nouvelles technologies. L'accompagnement est personnalisé en fonction du secteur d'activité.

Enfin, en 2016, la banque a étendu son programme aux services des communautés locales par le lancement du « Tea & Teach ». Des séances individuelles ou collectives ont été organisées par les « Digital Eagles ». Une solution aux communautés locales par la mise à disposition de ses succursales.

³⁷ Site internet Digital wings : <https://digital.wings.uk.barclays/>

I.1.4 L'exemple de la banque Capital One (USA)

Capital One est une banque américaine spécialisée dans les crédits à la consommation, les crédits immobiliers et les cartes de crédit. Elle a développé un outil digital gratuit en partenariat avec Grovo, une société innovante d'outils d'apprentissage technologique.

Cet outil, intitulé « Ready, Set, Bank »³⁸, développé à destination des personnes en fracture numérique, est destiné à l'apprentissage. Il donne la possibilité de visionner plusieurs vidéos didactiques de courte durée. L'accès est possible depuis n'importe où et n'importe quand. Un programme destiné à tout le monde.

« Ready, Set, Bank » se compose de plusieurs leçons d'apprentissage destinées à tout le monde et chaque leçon est divisée en micro-vidéos de plus ou moins 2 minutes. La première est une introduction d'explication du « Ready, Set, Bank » et des avantages des outils que sont les smartphone, tablette, ordinateur pour faciliter votre quotidien avec la banque.

Le présentateur est représentatif de la cible. Il utilise des mots simples et accessibles, sans jargon.

I.7.1.4 Les avantages de la banque en ligne

- Comment la banque a évolué ?
- Qu'est-ce que la banque en ligne ?
- Prendre le contrôle de ses finances
- Un service bancaire qui correspond à mon style de vie
- Obtenir facilement de l'aide financière pour la famille
- Gérer ses finances en tant que voyageur

I.7.1.5 Sécurité et sûreté des services bancaires en ligne

- Prendre au sérieux la sécurité en ligne
- Comment les banques conservent vos données en sécurité
- Comment les banques vérifient votre identité
- Alerte de sécurité pour vous tranquilliser l'esprit

³⁸ Site internet Readysetbank : <https://www.readysetbank.org/>

- Apprendre les techniques de communication de votre banque
- Éviter les arnaques
- Repérer une activité suspecte

1.7.1.6 Commencer avec la banque en ligne

- S’identifier pour la première fois
- S’enregistrer sur le site en ligne
- Télécharger l’application mobile
- Entrer ses données personnelles et bancaires
- Créer un identifiant et un mot de passe
- Choix de sécurité
- Vérification de l’adresse mail
- Dernières étapes pour vous identifier

V. Partie empirique : enquête - méthode et développements

La revue de littérature nous a permis de mieux comprendre le contexte du secteur financier actuel, de cerner la notion de senior et de lier les difficultés rencontrées par ces derniers face à l'essor de la banque en ligne. Nous avons également pris connaissance des initiatives prises à l'étranger à l'égard des seniors. À présent, nous allons nous concentrer sur la partie empirique, plus précisément une enquête de terrain qui visait à vérifier plusieurs hypothèses énumérées ci-dessous et à récolter l'avis d'un échantillon de seniors tel que nous l'avons défini plus haut, c'est-à-dire toute personne de 65 ans et plus.

I.8 Cadre de la recherche

La question principale à laquelle nous souhaitons répondre est la suivante : comment le secteur bancaire pourrait-il adapter l'accessibilité de ses outils en ligne afin d'inclure efficacement la clientèle senior dans ce grand mouvement généralisé vers plus de digital ?

Nos lectures nous ont amenée à formuler diverses hypothèses:

- 1) La mise en place d'un encadrement spécifique des seniors directement par un service bancaire dédié pour les aider à gagner en autonomie lors de leurs opérations bancaires en ligne,
- 2) Un partenariat de la banque avec une société innovante découlerait avantageusement sur le développement d'une tablette ergonomique pour seniors,
- 3) Les seniors pratiqueraient davantage la banque en ligne pour leurs opérations bancaires courantes s'ils étaient aguerris en informatique.

Partant, notre étude de marché aura pour principal objectif de déceler les freins actuels éprouvés par les seniors face à la banque en ligne et de récolter l'avis des seniors sur différentes solutions proposées.

I.9 Méthodologie de notre étude

I.1.5 Création du questionnaire

I.9.1.1 Profil socio

Dans l'étape d'introduction, nous avons cerné le profil sociologique des répondants : âge, sexe, niveau d'études, la profession ainsi que l'organisme bancaire. La dernière question a pour but de distinguer les clients CBC Banque et Assurances des non-clients.

Afin de garantir la bonne collaboration des répondants, nous avons insisté sur le fait que le questionnaire était anonyme.

I.9.1.2 Connexion oui/non

L'étape suivante consiste à savoir comment ces seniors se connectent, quels outils ils utilisent, à quelle fréquence et de quel lieu ainsi que de savoir comment ils ont appris à utiliser internet.

I.9.1.3 Matériel utilisé pour la connexion

Nous nous sommes ensuite intéressée à l'équipement informatique des personnes interrogées. Pour avoir accès à la banque en ligne, il est nécessaire d'avoir un équipement (ordinateur ou smartphone), une connexion à Internet et d'être apte à s'en servir. Pour quelles raisons un senior se connecte-t-il sur internet ? Comment réalise-t-il, aujourd'hui, ses opérations bancaires ?

I.9.1.4 Solutions proposées aux répondants

Dans cette autre phase, nous sommes penchée sur les liens entre la banque et les seniors : comment leur banque les accompagne-t-elle aujourd'hui lors des démarches numériques ? Force est de constater que pour la majorité des répondants, aucun suivi n'a été assuré lors de la première connexion à la banque en ligne.

L'accompagnement devrait pourtant débiter dès le moment où l'employé de banque remet au client une carte bancaire et un « boîtier » lecteur de cartes, c'est à ce moment précis qu'un accompagnement pourrait être pertinent et que la première connexion sur un outil de la banque devrait se faire, en agence, sous la guidance du banquier.

Parmi les solutions proposées que nous avons découvertes au cours de nos lectures, il en résulte cinq, à savoir :

- Assistance vocale pour guider en ligne
- Partenariat avec une société active dans l'aide aux seniors
- Plateforme avec des vidéos interactives et des formations disponibles sur le site de la banque
- Formations spécifiques en présentiel ou à distance
- Proposition d'une tablette spécifique dédiée aux seniors

Ce sont ces pistes de solutions qui ont été soumises aux répondants.

I.1.6 Échantillon et procédure

Au préambule de la sélection de nos interviewés, notre réflexion s'est portée sur les clients de CBC Banque privée, c'est-à-dire les personnes détenant un patrimoine de minimum 200 000 € ainsi que des prospects issus d'une zone géographique donnée et susceptibles de posséder ces avoirs. Nous avons choisi de nous orienter vers un public cible aisé issu majoritairement de la région liégeoise : Embourg, Beaufays et le grand Liège. Nous l'avons sélectionné pour des raisons géographiques puisque notre agence se situe à Liège, mais aussi pour des raisons financières, car la banque s'intéresse à des clients qui possèdent des revenus confortables. Enfin, pour des raisons technologiques, car la banque cherche à accompagner des seniors qui possèdent au minimum une connexion Internet à domicile et un équipement informatique adéquat. En effet, ce que nous souhaitons à travers notre enquête est d'une part, satisfaire notre clientèle actuelle, et d'autre part, attirer de nouveaux prospects. Soulignons que nous avons conscience que notre échantillon n'est, évidemment, pas représentatif de tous les seniors résidants wallons.

Pour constituer notre panel, nous avons utilisé la double méthode de l'échantillon de convenance et de l'échantillon boule de neige. L'échantillon de convenance est choisi, lors d'une étude, pour des raisons pratiques d'accessibilité et de coût. Il s'agit d'un échantillon

d'individus facilement interrogeables, généralement des individus qui se présentent à un endroit donné à un moment donné . Ici, l'étude a été réalisée de façon téléphonique.

Les seniors sont une cible très hétérogène. L'avis peut varier en fonction de l'avancée en âge et des circonstances. Il faut dès lors tenir compte du fait que l'avis exprimé aujourd'hui se révèle valable au moment de notre enquête uniquement.

En ce qui concerne les clients de la banque privée de CBC, notons que nous avons été attentive à plusieurs éléments afin de garantir la liberté de parole des répondants. Tout d'abord, lorsque nous avons procédé aux entretiens téléphoniques avec les clients de la banque, nous avons été tenu compte du biais cognitif qui, selon Yann Gourvenec, induit que des clients habituels d'une banque sont susceptibles, et c'est compréhensible, d'avoir des idées préconçues sur celle-ci. Ensuite, selon le même auteur, il importe de tenir compte du biais relationnel : les clients de la banque possèdent naturellement des enjeux personnels et commerciaux liés à leur relation avec CBC Banque et Assurances. Dès lors, notre implication professionnelle constituait un biais supplémentaire. Nous avons donc soigneusement veillé à ne pas mentionner notre appartenance à CBC Banque et Assurances.

En outre, pour remédier à ces différents écueils potentiels, nous avons utilisé le prisme des compétences de nos collègues de la banque de CBC banque privée: nous les avons sollicités afin qu'ils sondent leurs clients actuels manifestant des difficultés pour utiliser les applications bancaires. Afin d'entrer en contact spécifiquement avec ces seniors, nous nous sommes également mise en rapport avec Eneo Embourg, le coin numérique Beaufays et Sequoia. Grâce à cette démarche, nous excluons le problème de la gestion des données privées personnelles (RGPD) dans le sens où nous ne prenons pas directement contact avec les clients, mais grâce à l'intermédiaire de collègues ou d'associations.

Une fois ces clients identifiés grâce au concours de nos collègues, nous les avons contactés par téléphone pour les inviter à répondre à notre enquête. Lors de cette prise de contact liminaire, nous avons insisté sur le caractère académique de la recherche, excluant spécifiquement tout aspect commercial. Lorsqu'un client marquait son accord, nous prenions rendez-vous pour un entretien ultérieur afin de le réaliser dans les meilleures conditions de disponibilité. Chaque entretien a été mené systématiquement selon le même enchaînement d'items grâce à un Google Form prédéfini (joint au point IX. Annexes) qui nous a également permis de consigner les réponses efficacement.

À noter que, pour mener correctement un entretien téléphonique, nous avons étudié à travers plusieurs ouvrages dont les références se trouvent en annexe, la manière de se comporter, en particulier:

— L'écoute active qui consiste en la reformulation des réponses et l'obtention de l'engagement de la personne ciblée.

— La compétence technique qui repose sur la nécessité que l'enquêteur soit neutre et impartial. La personne doit pouvoir se confier de façon fluide pour faire évoluer la relation en tant que fournisseur d'informations.

Alors que notre champ d'appel initial était assez limité pour récolter un échantillon, nous avons été surpris de l'engouement suscité qui nous a permis de bénéficier de l'effet « boule de neige ». Pour rappel, l'échantillon de convenance, selon Bathelot³⁹, est « choisi lors d'une étude pour des raisons pratiques d'accessibilité et de coût ». L'effet boule de neige est un phénomène où des réactions en chaîne produisent une accumulation, à la manière d'une boule de neige roulant le long d'une pente enneigée ou que l'on pousse pour la faire grossir. La méthode de la boule de neige constitue une alternative intéressante aux méthodes d'échantillonnage classiques quand il s'agit de trouver des individus ayant des caractéristiques particulières communes. Ainsi, nous avons interrogé un groupe de personnes connues (les clients définis ci-dessus) et possédant certaines caractéristiques et à l'issue du questionnaire, nous leur avons demandé s'ils pouvaient nous indiquer d'autres personnes ayant les mêmes caractéristiques. Les répondants étaient enthousiastes à l'idée de participer de cette manière à une enquête qu'ils ont trouvée, dans l'ensemble, fort utile.

I.1.7 Analyse des résultats (profils des répondants, statistiques)

Il s'avère que les répondants sont en toute grande majorité des retraités qui ont eu une carrière au cours de laquelle ils ont reçu des notions d'informatique avant d'entrer à la retraite. Chose surprenante, tous sont équipés d'une connexion et d'un ordinateur qu'ils utilisent pour surfer sur internet. Par contre, le smartphone est encore peu exploité pour le service bancaire.

³⁹ Insérer référence (+vérifier qu'elle est aussi dans la bibliographie)

I.1.8 Développements

En premier lieu, nous avons structuré et rédigé un questionnaire-test qui a servi de base à trois entretiens téléphoniques. Nous avons récolté le feedback général des personnes interrogées afin d'adapter les questions pour réaliser l'étude de marché finale.

La phase d'interviews proprement dite a été réalisée sur un échantillon de vingt personnes. La majorité des témoignages récoltés, à savoir quinze, concernaient des seniors vivants seuls de façon autonome. Cinq ont besoin d'une aide familiale.

En ce qui concerne ceux qui ont un équipement informatique chez eux, la manipulation reste limitée par peur de faire des erreurs.

Parmi les personnes qui disposent d'un smartphone, seules trois d'entre elles affirment l'utiliser pour effectuer des opérations bancaires.

Certains nous ont avoué qu'ils ne réalisent pas toujours seuls leurs opérations et font appel à leur entourage pour les aider. Quant à ceux qui n'ont pas la chance d'être entourés, ils se tournent vers des organismes d'aide au numérique et demandent au formateur de réaliser la transaction pour eux. En tant qu'employée dans le secteur bancaire, cela nous heurte d'être confrontée à une telle banalisation de manipulation des données confidentielles. Ces mêmes personnes n'imagineraient pourtant jamais laisser un tiers prendre leur portefeuille pour aller payer à la caisse. Or, la situation est la même ici, sauf que c'est devant un écran... L'intimité financière est rompue. Cela représente une dangereuse ouverture à des personnes mal attentionnées.

Nous avons remarqué un phénomène interpellant : la numérisation du service bancaire impacte la vision budgétaire des personnes âgées. Dix d'entre elles nous ont fait remarquer qu'elles n'ont plus l'impression d'avoir une vision claire de leurs finances, qu'elles n'étaient pas toujours au courant d'un retard de paiement alors qu'avant, avec le « papier », elles arrivaient à contrôler leur budget de manière précise.

Les vingt personnes interrogées souhaitent un meilleur accompagnement, elles manifestent une soif d'apprendre et de comprendre, mais elles craignent parfois d'appeler leur banque pour poser une question informatique. Le sentiment de honte, la peur de devoir reconnaître une forme d'incompétence sont fortement présents. Tous aimeraient bénéficier d'un coaching individuel ou de sessions programmées où ils pourraient se rendre avec leurs outils et apprendre pas à pas.

Nous inspirant de l'ouvrage de Jean-Luc Giannelloni (« Études de marché », 2015), nous avons mené des entretiens semi-directifs en plusieurs étapes que nous détaillerons ci-dessous : étapes préliminaire, centrale, approfondie et finale. Comme dit précédemment, la récolte et le traitement des données ont été optimisés grâce à l'utilisation de l'outil en ligne Google Form.

1.9.1.1 Étape préliminaire

L'objectif de cette étape est d'installer un climat de confiance et d'aisance en posant des questions courantes sur leur relation avec internet, à savoir : la connexion à internet , à quelle fréquence les répondants se connectent, de quelle manière ils ont appris à utiliser internet et comment ils réalisent les opérations bancaires.

15 répondants sur 20 se connectent de façon régulière (au minimum une fois par jour) et 5 d'entre eux de façon fréquente, c'est-à-dire plus ou moins une fois par semaine. 17 d'entre eux réalisent la connexion par ordinateur, 3 d'entre eux utilisent également un smartphone et une tablette. 16 d'entre eux y consacrent en moyenne une heure par jour tandis que, pour 4 personnes, cette moyenne s'élève à plus d'une heure.

Tous disposent d'une connexion à domicile. Pour deux d'entre eux, ils se connectent parfois chez leurs enfants. Parmi les activités les plus courantes réalisées, il s'agit de la consultation des courriels et de la presse en ligne.

Pour la plupart c'est-à-dire 16 d'entre eux, ils ont appris à utiliser Internet sur leur lieu de travail tandis que 4 répondants sont autodidactes ou ont suivi un cours de formation de promotion sociale pour les seniors.

1.9.1.2 Étape centrale

À ce stade, nous nous sommes attachée à leur relation avec la banque, son éventuel encouragement d'utiliser ses services digitaux, l'accompagnement dont ils sont bénéficiaires à l'heure actuelle et leurs avis sur des témoignages de seniors extraits du rapport de Finan'cité.

Pour 19 d'entre eux, les répondants utilisent Internet pour leurs opérations bancaires en ligne. Seule l'une des personnes interrogées n'utilise pas Internet pour ses opérations bancaires.

Le sentiment de compétence qu'ils expriment se situe, en moyenne, entre 2 et 3 sur une échelle de 1 à 5.

1.9.1.3 Étape approfondie

L'étape approfondie visait à cerner leur expérience avec la banque en ligne, à savoir : leur ressenti lors de la connexion, leur évaluation des compétences de leur banque et de la satisfaction qu'ils éprouvent envers celle-ci.

Tous reconnaissent que leur banque les incite à se digitaliser, mais de leur aveu général, l'accompagnement se situe en majorité à un niveau très faible. Étant donné qu'ils ne sont pas autonomes à 100%, ils sont donc moins enclins aux nouveautés numériques ; s'ils acceptent les incitations de leur banque, ils vont rarement prendre l'initiative d'aller vers des nouveautés numériques.

Parmi les solutions proposées spontanément par les seniors pour résoudre cette situation, ce qui ressort majoritairement est la piste d'un accompagnement, plus spécifiquement « un coaching individuel ». Certains nous ont fait part de leur intention de faire appel à un informaticien pour des cours particuliers à domicile. Globalement, la satisfaction envers leur organisme bancaire est bonne, le confinement n'a pas nécessairement poussé à solliciter davantage leur conseiller puisque nous avons affaire à un échantillon qui maîtrise l'outil informatique de base.

1.9.1.4 Étape finale

Afin de répondre à notre question de recherche principale, nous leur avons exposé les différentes solutions utilisées actuellement à l'étranger.

Dans ce panel, ce sont l'assistance vocale, le partenariat avec un espace numérique public ou des vidéos interactives qui sont les 3 solutions privilégiées par nos seniors. Ils nous ont avoué préférer un mix de ces solutions pour pallier leurs besoins.

La tablette senior ou des formations en groupe ne semblaient pas intéresser notre échantillon pour les raisons suivantes. D'abord, la plupart sont déjà connectés avec des ordinateurs et des tablettes standards, la tablette senior se révèle donc inadaptée pour leur génération. Ensuite, les formations en groupe se montrent à leurs yeux peu efficaces : ils craignent de perdre trop de temps avec des questions qui ne le concernent pas. Souvent, certains nous ont également avoué ne plus savoir mémoriser autant d'informations en une session que par le passé et redoutent de devoir revenir pour poser une question identique.

Nous avons enfin réalisé le profil sociologique des personnes interrogées à savoir 10 hommes et 10 femmes. Le niveau de formation représente également un indicateur de maturité. En effet, si vu le faible taux de réponse nous ne pouvons admettre une corrélation entre le fait d'avoir fait des études et les capacités à utiliser Internet, les réponses recueillies nous éclairent sur le fait que toutes ces personnes qui ont un minimum de formation, ont toutes bénéficié avant leur retraite d'une formation donnée par leur employeur sur des connaissances informatiques.

1.9.1.5 Limites de l'enquête sur le terrain

Le nombre de répondants que nous avons pu contacter se révèle limité. En sus, tous se situaient dans la même génération, à savoir les baby-boomers. La taille de notre échantillon ne nous permet donc pas de généraliser, mais nous encourageons les acteurs bancaires à se baser sur nos suggestions pour faire une enquête à plus grande échelle, au sein de leur clientèle par exemple.

Nous souhaitons également mettre l'accent sur le fait que, dû à la pandémie du COVID-19, nous avons dû orienter nos entretiens en face à face vers des entretiens téléphoniques afin de ne prendre aucun risque sanitaire. Dès lors, nous n'avons pu tester leurs compétences réelles à travers leurs outils informatiques. Il nous a également été impossible comme nous aurions voulu, d'observer la taille de leurs écrans.

VI. Mise en œuvre et recommandations

Au cours de notre étude de marché et de nos conversations avec les seniors contactés, nous avons pris conscience de la complexité de l'accompagnement. Pour rappel, nous avons plusieurs hypothèses à vérifier :

- 1) La mise en place d'un encadrement spécifique des seniors, directement par un service bancaire dédié, afin de les aider à gagner en autonomie lors de leurs opérations bancaires en ligne,
- 2) Un partenariat de la banque avec une société innovante qui découlerait avantagement sur le développement d'une tablette ergonomique pour seniors,
- 3) L'accroissement des compétences informatiques des seniors par des formations afin d'encourager la pratique de la banque en ligne pour leurs opérations bancaires courantes.

Nous souhaitons également répondre à la question principale : comment le secteur bancaire pourrait-il adapter l'accessibilité de ses outils en ligne afin d'inclure efficacement la clientèle senior dans ce grand mouvement généralisé vers plus de digital ?

Aujourd'hui, nous constatons qu'il serait réducteur de limiter la solution à de l'accompagnement. Certes, c'est bien entendu l'accompagnement qui fait défaut parmi cette tranche d'âge, mais pas seulement. Lors de nos entretiens téléphoniques, nous avons pu constater qu'il faut proposer plusieurs alternatives aux seniors, en fonction du degré de besoin détecté chez chacun.

Nous sommes convaincue qu'en premier lieu, la banque doit s'entourer de bénévoles déjà actifs dans l'aide à l'accès numérique pour les aînés. À cela, nous voyons deux raisons majeures. Primo, réaliser ce travail en interne ne serait pas rentable pour la banque, que ce soit à long ni même à moyen terme. Secundo, le fait de faire intervenir un partenaire, comme un Espace Public Numérique (EPN) donnerait une connotation de compétence dans l'aide et le service aux seniors qui renforcerait la crédibilité de l'initiative. Lors de ses sessions, il faudrait néanmoins exclure toute forme de publicité de la banque pour éviter de paraître user de son influence pour vanter ses services.

Compte tenu du fait qu'un apprenant, et plus encore un senior confronté à d'éventuelles diminutions de ses compétences cognitives, est susceptible de revenir plusieurs fois avec la même question, il nous semblerait pertinent d'éditer un manuel concis et pratique, orienté utilisateur, propre à chaque banque, portant sur « comment débiter avec la banque en ligne ? ». Attention qu'il serait dommageable de stigmatiser en précisant « à destination des seniors ». Il est primordial de rester neutre sur l'intitulé du fascicule.

Une autre piste intéressante est la mise en place de capsules vidéos à destination des accompagnateurs dans les Espaces Publics Numériques. Le secteur bancaire doit aller à la rencontre de ces EPN et collaborer avec eux sur un projet commun. Ce serait évidemment un mythe de penser que la banque va permettre de digitaliser tout le monde à 100%. Néanmoins, elle participe déjà à l'évolution de chacun au travers de démarches à l'instar de « J'adopte la banque digitale » menée en 2019 en collaboration avec la Febelfin et dont nous avons parlé précédemment. À nos yeux, c'est bien au travers de la Febelfin que des actions de ce type doivent s'intensifier. Comme le pose le titre du présent travail, la banque est un acteur local de proximité qui peut devenir le premier secteur à avoir intégré les difficultés numériques des senior et le besoin d'accompagnement des personnes.

Isolé et sans accompagnement, un senior encourt le risque de se retrouver très rapidement en situation d'exclusion. Il ne s'agit évidemment pas uniquement d'exclusion d'accès à la banque en ligne. Le défi qui nous attend demain réside dans tous les domaines, pas exclusivement le secteur bancaire, et la banque seule ne pourrait y parvenir. Cet enjeu concerne l'ensemble des acteurs de la société et le monde politique en premier chef doit prendre conscience de l'enjeu qui nous attend tous, car chacun d'entre nous sera un jour en situation de vieillesse et, éventuellement, de faiblesse.

VII. Conclusion générale

L'épidémie du COVID-19 et ses impacts économiques ont amplifié le besoin critique d'accès numérique à des produits et des services financiers abordables, que ce soit pour les particuliers comme pour les entreprises. Alors que les gouvernements de tous les pays du monde ont réagi aux effets sanitaires, sociaux et économiques de la pandémie de COVID-19, la numérisation a été reconnue comme étant d'une importance et d'une pertinence primordiales pour assurer la continuité de l'accès aux services financiers.

À l'issue de ce travail, nous sommes à présent en mesure d'apporter un éclairage pertinent sur la question titre. Réduire l'impact de la fracture numérique des seniors en tant qu'acteur bancaire, est-ce un mythe ou une réalité ?

Dans cette révolution digitale qui bouleverse tant notre économie que notre façon de vivre au quotidien, l'accompagnement des citoyens ne peut être fait par les seuls établissements bancaires. D'évidence, il incombe aux gouvernements de s'assurer que chacun dispose des outils et des compétences nécessaires pour maîtriser et exploiter les bénéfices de cette évolution.

De l'ensemble de nos lectures ainsi que des résultats de notre enquête et de leur analyse, ressort le constat que cet enjeu constitue une réalité, à la condition qu'une collaboration entre les acteurs politiques et les acteurs bancaires soit instaurée, avec le soutien d'acteurs de terrain. Cette collaboration s'avère aussi nécessaire que décisive, car d'évidence, l'enjeu de la réduction de la fracture numérique des seniors n'est pas uniquement commercial. Il s'agit bien plus largement de l'ambition d'une société où chacun bénéficierait de l'équité de chance, quelle que soit son origine sociale et quel que soit son âge.

En conclusion, imaginer que seul, l'acteur bancaire pourrait influencer sur la fracture numérique des seniors relève de l'ordre du mythe. Par contre, cette ambition pourrait devenir une réalité grâce à la coopération de l'ensemble des acteurs sociétaux.

VIII. Bibliographie et références

Actualités

- Eetvelt, K. (2020). *La banque digitale accessible à tous*. Febelfin. <https://www.febelfin.be/fr/journalistes/article/la-banque-digitale-accessible-tous>
- Info, R. (2020, 4 octobre). « *Payer 7 euros pour un virement papier, c'est scandaleux !* » : *Jacqueline dénonce la...* RTL Info. <https://www.rtl.be/info/vous/temoignages/-payer-7-euros-pour-un-virement-papier-c-est-scandaleux-jacqueline-denonce-la-digitalisation-forcee-des-banques-1248139.aspx>
- Les applications de paiement gagnent en popularité*. (2019, 5 juin). L'Echo. <https://www.lecho.be/connect/bpc/l-observatoire/les-applications-de-paiement-gagnent-en-popularite/10133527.html>
- Private Banking CBC. (2020, 23 mars). *Gérer son argent sur son app est la 2ème grande activité digitale effectuée par les Belges après la consultation des mails et devant les réseaux sociaux*. CBC. <https://www.cbc.be/private-banking/fr/a-propos-de-nous/actualite/les-belges-et-la-digitalisation-du-quotidien.html>
- R. (2019, 28 décembre). *ING, BNP, Belfius... Les frais bancaires vont augmenter en 2020 : voici les détails banque par banque*. RTBF Info. https://www.rtbf.be/info/economie/detail_ing-bnp-belfius-les-frais-bancaires-vont-augmenter-en-2020-voici-les-detaills-banque-par-banque?id=10363690
- Mascarello, M. (2019, 15 juillet). *Le gros mot de l'éco - « Silver economy » : les seniors rapportent*. France 24. <https://www.france24.com/fr/20190715-vieillesse-silver-economie-demographie-retraite-seniors-autonomie>
- Un viager moins morbide est désormais possible*. (2020). lecho. <https://www.lecho.be/monargent/analyse/immobilier/un-viager-moins-morbide-est-desormais-possible/10253784.html>
- V.G., L. P. A. (2019, 8 novembre). *Digitalisation du secteur bancaire : comment assurer l'accès aux oubliés du numérique ?* RTBF Info. https://www.rtbf.be/info/societe/detail_digitalisation-du-secteur-bancaire-comment-assurer-l-acces-aux-oublies-du-numerique?id=10361142
- Canal C, T. (2020). *Animation pour les seniors : « J'adopte la banque digitale ! »*. « J'adopte la banque digitale ! ». <https://www.canalc.be/animation-pour-les-seniors-jadopte-la-banque-digitale/>

Les laissés-pour-compte du numérique. (2020, 4 mars). Soirmag.

<https://soirmag.lesoir.be/284240/article/2020-03-04/les-laisses-pour-compte-du-numerique>

CBC Banque SA. (2020). *Gérer son argent sur son app est la 2ème principale activité digitale.* Gérer son argent sur son app est la 2ème principale activité digitale.

<https://cbc.prezly.com/gerer-son-argent-sur-son-app-est-la-2eme-principale-activite-digitale-effectuee-par-les-belges-apres-la-consultation-des-mails-et-devant-les-reseaux-sociaux-1#>

Le succès de la banque numérique auprès des Belges. (2020, 2 mars). Le Soir Plus.

<https://plus.lesoir.be/283998/article/2020-03-02/le-succes-de-la-banque-numerique-aupres-des-belges>

<https://www.lemagdusenior.com/dossier-212-agisme.html>

<https://www.latribune.fr/opinions/tribunes/l-inclusion-financie-re-a-l-e-re-digitale-un-de-fi-a-relever-835026.html>

<http://www.marchedesseniors.com/silver-economie/quest-ce-que-le-marketing-des-seniors/20998>

<https://plus.lesoir.be/327091/article/2020-09-23/banques-la-fracture-numerique-laisse-encore-trop-de-seniors-dans-loubli>

<https://trends.levif.be/economie/banque-et-finance/quand-les-seniors-sont-invites-a-balancer-leur-banque/article-normal-1336105.html>

<https://www.france24.com/fr/20190715-vieillesse-silver-economie-demographie-retraite-seniors-autonomie>

<https://www.a6dom.com/>

<https://fr.metrotime.be/2020/05/18/actualite/pendant-le-confinement-les-seniors-sapproprient-les-outils-numeriques/>

<http://www.marchedesseniors.com/silver-economie/les-living-labs-sur-la-silver-economie-et-proche/21342>

https://www.cbc.be/private-banking/fr/a-propos-de-nous/actualite/digital-itineraire-remede-annonce.html?utm_source=Ambassify&utm_medium=landing&utm_content=Le%20digital%20itin%C3%A9raire%20d%27un%20rem%C3%A8de%20annonc%C3%A9&TYPE=sm&CID=priv_dig_202019_na_actualite_actualite&PLA=na_na_amb_na_na_org&CRE=link_na_remededigital_fr

<https://www.test-achats.be/argent/payer/news/satisfaction-bancaire>

Articles scientifiques

Dashboard | Febelfin Dashboard. (2020). FEBELFIN. <http://dashboard.febelfin.be/fr>

DigitalWallonia.be. (2020). Digitalwallonia.
<https://www.digitalwallonia.be/fr/publications/silver-economie>

DigitalWallonia.be. (2020b). Digitalwallonia.
<https://www.digitalwallonia.be/fr/publications/citoyens2019-recommandations>

Karott. (2019, 30 avril). *Les Belges et le digital : tous les chiffres à savoir.*
<https://www.karott.be/belges-digital-chiffres-a-savoir/>

Khan, F., & Vuopala, E. (2019). Digital Competence Assessment Across Generations. *International Journal of Digital Literacy and Digital Competence*, 10(2), 15-28.
<https://doi.org/10.4018/ijdlcdc.2019040102>

Pratiques de commercialisation et populations vieillissantes : comment faire face au déclin cognitif des personnes âgées au sein de la relation-client ? ". (2018). *Le Pôle commun ACPR-AMF*, 6. <https://www.amf-france.org/fr/actualites-publications/publications/rapports-etudes-et-analyses/rapport-amf-acpr-sur-les-pratiques-de-commercialisation-destination-des-populations-vieillissantes>

Rapport annuel sur l'inclusion financière en Belgique. (2019).
<https://www.financite.be/fr/reference/rapport-sur-linclusion-financiere-2019-synthese>

Tables de mortalité et espérance de vie | Statbel. (2020, 14 juillet). [Base de données].
<https://statbel.fgov.be/fr/themes/population/mortalite-et-esperance-de-vie/tables-de-mortalite-et-esperance-de-vie>

Insee : http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1452

<https://statbel.fgov.be/fr/themes/population>

Le digital, itinéraire d'un remède annoncé©. (2020, 27 avril). Le blog de Bernard Keppenne.

<https://blogs.cbc.be/bernardkeppenne/2020/04/27/le-digital-itineraire-dun-remede-annonce/>

Ouvrages

LESSARD—HEBERT Michelle, GOYETTE Gabriel, BOUTIN Gérald (1997), *La recherche qualitative*, Méthodes en sciences humaines, BXL, De Boeck, Université.

SYNDICAT NATIONAL POUR LA SILVER ECONOMIE

synapse-france.org

Nous vous remercions de vous être inscrit(e) à « ATELIER SYNAPSE- SENIORS CONNECTES... : Mythe ou Réalité ? ».

Atelier Silver Economie du Synapse avec la participation de :

- Eric CASTELNAU - Modérateur et Président de Sens & Partners
- Sophie Taupin – DG de Tikeasy- BU La Poste Silver
- Arnel de Lesquen -Co fondateur Famileo
- Adrien Bouvier- Co-fondateur de Grand Mercredi
- Benoit Goblot – Président de Matinal
- Christelle Ayache – R&D Cap Digital
- Yoan le Tiec – Dr Commercial - Dôme

Merci d'envoyer vos questions, commentaires et impressions à : contact@sya-france.org

Voici comment rejoindre le webinaire :

jeu. 16 avr. 2020 11:00 - 12:30 CEST

Ajouter au calendrier: [Calendrier Outlook®](#) | [Calendrier Google™](#) | [iCal®](#)

1. Cliquez sur le lien puis rejoignez le webinaire à la date et à l'heure indiquées :

[Les Seniors et Internet, histoire d'une passion](#) de Jean-Paul Tréguer

<https://www.amazon.fr/nouveaux-marketings-Marketing-générationnel-marketing/dp/2100490826>

<https://blog.bolden.fr/les-fintech-definition-evolutions-ambitions/>

Howe, N., & Strauss, W. (1992). *Generations : The History of America's Future, 1584 to 2069* (Reprint éd.). Quill.

Tréguer, J., & Ségati, J. (2003). *Les nouveaux Marketings : Marketing générationnel et autre Marketing catégoriels (Fonctions De L'entreprise)*. Dunod.

Sites Internet

Accueil. (2020, 24 septembre). Salon des Seniors. <https://www.salondesseniors.com/>

A propos. (2019, 12 septembre). Observatoire des seniors. <https://observatoire-des-seniors.com/a-propos-damartex/>

Ardoiz, la tablette pour les seniors - La Poste. (2020). La poste.

<https://www.laposte.fr/veiller-sur-vos-proches/ardoiz-la-tablette-pour-les-seniors>

Banque Digitale. (2020). Febelfin. <https://banquedigitale.febelfin.be/>

Readyssetbank. (2020). Ready,Set,Bank. <https://www.readyssetbank.org/>

Start learning today. (2020). Digital Wings. <https://digital.wings.uk.barclays/>

Espace Seniors. (2020, 30 septembre). Associations Solidaris Liège. <https://associations-solidaris-liege.be/accueil/espace-seniors/>

Home. (2020). Énéo, mouvement social des aînés asbl. <https://www.eneo.be/>

Ipsos | Bienvenue sur notre site. (2020, 19 octobre). ipsos. <https://www.ipsos.com/fr-fr>

Qui sommes-nous? (2020, 18 mars). Agence du Numérique (AdN). <https://www.adn.be/fr/agence-du-numerique/>

Wikipedia contributors. (2020, 15 octobre). *Fracture numérique*. wikipedia. https://fr.wikipedia.org/wiki/Fracture_num%C3%A9rique

Baromètre Digital Wallonia 2019 de Maturité Numérique des Citoyens wallons | Willy Borsus - Vice-Président de la Wallonie, Ministre de l'Économie, du Commerce extérieur, de la Recherche et de l'Innovation, du Numérique, de l'Agriculture, de l'Aménagement du territoire, de l'IFAPME et des Centres de compétence. (2019). willy borsus. <https://borsus.wallonie.be/home/presse--actualites/publications/barometre-digital-wallonia-2019-de-maturite-numerique-des-citoyens-wallons.publicationfull.html>

IX. Annexes

Annexe I : Article de presse dans l'Avenir du 8 octobre 2020



« Réduire l'impact de la fracture numérique des seniors en tant qu'acteurs bancaires : mythe ou réalité ? »

Guide d'entretien anonyme - TFE réalisé par Cyrine KHALIFA pour HEC Intrapreneurs

***Obligatoire**

Remarque

Précision: votre témoignage est anonyme. Toutefois, j'aimerais pouvoir établir votre profil sociologique en commençant par quelques questions générales sur votre situation personnelle (en rapport avec le thème de mon TFE).

1. Votre profil sociologique

1.1 Vous êtes

Une seule réponse possible.

un homme

une femme

je ne souhaite pas le préciser

1.2 Quel est votre âge? *

1.3 Quel est votre niveau de formation? *

Une seule réponse possible.

enseignement fondamental (primaire)

secondaire inférieur

secondaire supérieur

supérieur de type court et bacheliers

supérieur de type long et universitaire

technique ou professionnel

1.4 Quel est actuellement votre statut professionnel ou, si vous êtes retraité(e), quelle a été votre profession ?

1.5 Dans quel organisme financier êtes-vous ? (si vous êtes dans plusieurs organismes bancaires, quelle est votre banque principale?) *

Une seule réponse possible.

Axa Bank

Banque de la poste

Belfius

Beobank

BNP Paribas Fortis

CBC

Deutsche Bank

Fintro

ING

KBC

Triodos

Autre :

je ne souhaite pas le préciser

2.1 Vous connectez-vous à internet?

Votre relation à internet: quand et comment vous vous connectez.

2.1 Vous vous connectez à Internet *

Une seule réponse possible.

Jamais

Rarement (moins d'1 fois par mois)

De façon régulière (+/- 1 fois par semaine)

Souvent (au minimum 1 fois par jour)

2.2 Vous et les opérations bancaires de base (sans internet)

2.2.1 Pour quelles raisons ne vous connectez-vous pas à internet? (Plusieurs réponses possibles) *

Une seule réponse possible.

je n'ai pas d'ordinateur / tablette /smartphone

je ne comprends rien à l'informatique

je ne comprends rien à internet

je trouve cela cher, je ne sais pas pourquoi je paie (ou autre argument financier)

Autre :

2.2.2 Vous ne vous connectez pas à internet, comment effectuez-vous les opérations bancaires de base? *

Une seule réponse possible.

Je fais ces opérations moi-même au self de la banque

Je me fais aider par mes enfants, un membre de ma famille

Je me fais aider par mon aide familiale, mon assistante sociale

Je me fais aider par un employé de la banque sur place (à la banque)

Je me fais aider par un employé de la banque à distance (par téléphone)

Autre :

3. Vous, internet et la banque en ligne

3.1 Quel(s) appareil(s) utilisez-vous pour vous connecter à internet?

Plusieurs réponses possibles.

un ordinateur (qu'il soit personnel ou d'un tiers)

un smartphone

une tablette

Autre :

3.2 A quel moment ou pour quelle raison utilisez-vous internet ?

Une seule réponse possible.

j'effectue des recherches

je consulte les réseaux sociaux

je communique par e-mail

je consulte la presse en ligne

Autre :

3.3 En moyenne, combien de temps passez-vous sur internet par jour ?

Une seule réponse possible.

moins d'une heure

environ une heure

plus d'une heure

Autre :

3.4 Depuis quel(s) lieu(x) vous connectez-vous?

Plusieurs réponses possibles.

à mon domicile

chez mes enfants ou dans ma famille

chez un(e) ami(e)

à la banque

n'importe où car j'utilise mon smartphone selon mes besoins

Autre :

3.5 Comment avez-vous appris à utiliser internet?

Une seule réponse possible.

je suis autodidacte et ai appris seul(e)

j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))

j'ai suivi une formation en groupe chez un indépendant

j'ai suivi une formation individuelle

j'ai suivi un cours de promotion sociale pour les seniors

Autre :

3.6 Utilisez-vous internet pour effectuer les opérations bancaires de base? *

Une seule réponse possible.

Oui

Non

4. Vous et les opérations bancaires de base (avec internet)

Par opérations bancaires de base, nous entendons: effectuer un virement, vérifier vos domiciliations et ordres permanents, consulter vos soldes et vos cartes de crédit, suivre vos placements...

4.1 Quel(s) appareil(s) utilisez-vous pour effectuer les opérations bancaires de base en ligne?

0 point

Plusieurs réponses possibles.

un ordinateur

un smartphone

une tablette

Autre :

4.2.1 Rencontrez-vous des difficultés pour utiliser la banque en ligne?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

4.2.2 De quelles difficultés s'agit-il? S'il s'agit d'une difficulté technique au niveau bancaire, faites-vous appel à votre banque ou à un tiers pour le résoudre?

4.3.1 Avez-vous été accompagné lors de votre première connexion à la banque en ligne? *

Une seule réponse possible.

Pas du tout

1

2

3

4

5

Totalement

4.3.2 Racontez-moi votre expérience d'accompagnement lors de la première connexion à la banque en ligne.

4.4 Comment évaluez-vous vos compétences pour les opérations bancaires en ligne?

Une seule réponse possible.

Aucune compétence

1

2

3

4

5

Compétences optimales

4.5 Quels sont les services d'aide que la banque pourrait vous proposer dans ce domaine?

4.6 Pouvez-vous me raconter brièvement une bonne ou mauvaise expérience que vous avez vécue lors de la connexion aux services bancaires en ligne?

5. Témoignages et réactions

Je vais vous lire 3 témoignages. Après chaque témoignage, je vais vous demander votre avis. Commençons.
(Extrait du RAPPORT ANNUEL SUR L'INCLUSION FINANCIÈRE EN BELGIQUE 2019 publié par Financité https://www.financite.be/sites/default/files/references/files/rif_2019_-_pdf.pdf)

Premier témoignage: celui de Pierre, 88 ans

« Tout est fait pour attirer les jeunes avec de nouveaux outils, mais on laisse tomber les personnes âgées. Un vrai manque de reconnaissance, même quand on a beaucoup d'argent à la banque. »

5.1 Quel est votre réaction par rapport au témoignage de Pierre ? Et quel est votre point de vue sur le sujet?

Deuxième témoignage: celui de Marthe, 82 ans.

« J'ai l'impression d'être devenue trop bête pour faire les choses. Cela m'énerve. Comme j'ai une grande famille, je trouve toujours une solution, mais je suis très fâchée contre les banques. Elles ne pensent pas aux personnes âgées. Elles nous laissent tomber alors qu'on a mis de l'argent chez elles toute notre vie. »

5.2 Quel est votre réaction par rapport au témoignage de Marthe ? Et quel est votre point de vue sur le sujet?

Troisième témoignage: celui de Claude, 67 ans.

« J'ai assisté à une session de formation organisée par la CBC à Woluwe-Saint-Pierre. Il y avait là 40 à 50 retraités. La plupart se plaignaient des banques. Les personnes âgées devraient être entendues par les banques. »

5.3 Quel est votre réaction par rapport au témoignage de Claude ? Et quel est votre point de vue sur le sujet?

6. Votre banque et les services bancaires en ligne

6.1.1 Votre banque encourage-t-elle la banque en ligne?

Une seule réponse possible.

pas du tout

un peu

beaucoup

6.1.2 De quelle manière?

6.2.1 Votre banque vous propose-t-elle un accompagnement d'accès aux services en ligne?

Une seule réponse possible.

Pas du tout

1

2

3

4

5

Totalement

6.2.2 Cet accompagnement est proposé sous quelles formes et quels services? Cela vous paraît-il satisfaisant?

6.3.1 Etes-vous attentif(ve) aux nouveautés numériques (par ex: paiement payconiq)? *

Une seule réponse possible.

Oui

Non

6.3.2 Pour quelles raisons êtes-vous attentif(ve) aux nouveautés bancaires?

Plusieurs réponses possibles.

J'aime la nouveauté

Je suis curieux(se) de façon générale

J'aime me tenir informé(e) car j'ai peur d'être dépassé(e)

Les questions bancaires m'intéressent

Autre :

6.3.3 Par quels canaux de communication êtes-vous informé(e) des nouveautés ?

Plusieurs réponses possibles.

par mon entourage

par ma banque

par la presse

Autre :

6.4 Quelles sont les nouveautés numériques qui vont ont été proposées ?

6.6 Adoptez-vous ces nouveautés numériques dès que possible ou attendez-vous que votre banque vous propose de les adopter?

Une seule réponse possible.

je les adopte sans attendre

j'attends que la banque m'y incite

Autre :

7. Vous est-il déjà arrivé d'être confronté(e) aux situations suivantes?

Voici 2 situations que les seniors disent rencontrer couramment, dites-moi si vous y avez déjà été confronté personnellement.

7.1 Il vous a été impossible d'accéder à des services bancaires virtuels (par internet).

Une seule réponse possible.

Oui

Non

Autre :

Détails

7.2 Les services bancaires auxquels vous pouvez avoir accès ne sont pas adaptés à vos besoins.

Une seule réponse possible.

Oui

Non

Autre :

Détails

8. Votre perception de votre banque

8.1 Globalement, êtes-vous satisfait de votre banque?

Une seule réponse possible.

Pas du tout

1

2

3

4

5

Entièrement

8.2.1 Recommanderiez-vous votre banque?

Une seule réponse possible.

Pas du tout

1

2

3

4

5

Totalement

8.2.2 Si vous avez répondu 4 ou 5 à la question précédente, pouvez-vous préciser pour quelles raisons vous recommanderiez votre banque?

8.3 Pendant le confinement, avez-vous sollicité votre banque?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

8.4.1 Depuis le confinement, avez-vous recours plus souvent aux services bancaires en ligne?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

8.4.2 Si vous avez eu recours plus souvent aux services bancaires en ligne, allez-vous continuer en ce sens?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

9. Perspectives d'avenir

9.1 Si vous pouviez décrire en une phrase le service bancaire idéal, que diriez-vous?

9.2 Seriez-vous intéressé par le fait que votre banque développe un service d'assistance vocale pour vous guider en ligne?

Plusieurs réponses possibles.

Oui

Non

Autre :

9.3.1 Seriez-vous intéressé par le fait que votre banque développe un partenariat de la banque avec une société active dans l'aide aux seniors? (donnez des exemples de ce type de sociétés)

Plusieurs réponses possibles.

Oui

Non

Autre :

9.3.2 Pourquoi?

9.3.3 Avez-vous déjà eu recours à ce genre de société (active dans l'aide aux seniors)?

Une seule réponse possible.

Oui Non

9.3.4 Pourquoi avez-vous / n'avez-vous pas eu recours à ce genre de société?

Une seule réponse possible.

NOTE: peut-être mettre des exemples de réponses?

Autre :

9.4.1 Seriez-vous intéressé par le fait que votre banque développe une plateforme avec des vidéos interactives et des formations disponibles sur le site de la banque?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

9.4.2 Seriez-vous intéressé(e) par des formations

Une seule réponse possible.

à distance

en présentiel

9.4.3 Pourquoi seriez-vous / ne seriez-vous pas intéressé par ce type de plateforme?

9.5 Seriez-vous intéressé par le fait que votre banque mette en place une tablette spéciale pour les seniors? (NOTE: c'est-à-dire, concrètement? décrire les services de cette tablette ou son utilisation, comment on se la procurerait...?)

Une seule réponse possible.

Oui

Non

9.6 Si demain, une autre banque proposait un accompagnement personnalisé, seriez-vous prêt(e) à quitter votre banque actuelle?

Plusieurs réponses possibles.

Oui

Non

Autre

9.7 Avez-vous des suggestions pour améliorer la situation des seniors au niveau bancaire?

Annexe 3 : Entretiens téléphoniques (extraits du tableau Excel des questions les plus pertinentes)

Age	Sexe	Fréquence de connexion	Outil utilisé	Comment avez-vous appris à utiliser internet?	Seriez-vous intéressé par le fait que votre banque développe une plateforme avec des vidéos interactives et des formations disponibles sur le site de la banque?	Seriez-vous intéressé par le fait que votre banque développe un partenariat de la banque avec une société active dans l'aide aux seniors? (donnez des exemples de ce type de sociétés)	Seriez-vous intéressé par le fait que votre banque mette en place une tablette spéciale pour les seniors? (NOTE: c'est-à-dire, concrètement? décrire les services de cette tablette ou son utilisation, comment on se la procurerait...?)
Moins de 60 ans	H	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	je suis autodidacte et ai appris seul(e)	OUI	OUI	NON
Moins de 60 ans	F	De façon régulière (+/- 1 fois par semaine)	Ordinateur	je suis autodidacte et ai appris seul(e)	OUI	OUI	OUI
56	H	De façon régulière (+/- 1 fois par semaine)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	NON
66	H	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	NON
75	H	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	NON
68	F	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	OUI
68	H	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Smartphone	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	OUI
74	F	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	OUI
66	H	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Smartphone	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	OUI

69	F	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	NON
70	F	De façon régulière (+/- 1 fois par semaine)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	NON
68	H	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	NON
63	F	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	je suis autodidacte et ai appris seul(e)	OUI	OUI	NON
68	H	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	NON
64	F	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	OUI
71	H	De façon régulière (+/- 1 fois par semaine)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	OUI
73	F	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	OUI
69	F	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Ordinateur	je suis autodidacte et ai appris seul(e)	OUI	OUI	OUI
76	H	De façon régulière (+/- 1 fois par semaine)	Ordinateur	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	OUI
62	F	Souvent (au minimum 1 fois par jour)	Smartphone	j'ai été formé par mon employeur (avant ma retraite si retraité(e))	OUI	OUI	OUI

Annexe 4 : Questionnaire envoyée aux banques dans le cadre de la campagne « dehors les seniors » menée par Financité, Eneo et espace seniors.

Personne de contact au sein de votre banque pour cette enquête :

- Nom :
- Adresse email : Tél. :
- Service/fonction :

Existe-t-il au sein de votre banque un service spécifique dédié à la clientèle senior ?

- Si oui,
 - Lequel ?
 - Personne responsable :
 - Nombre de personnes affectées à ce service (équivalent temps plein) :
- Si non, pourquoi ?

Nombre de clients âgés de 65 ans et plus :

- Région Bruxelles Capitale :
- Flandres :
- Wallonie :

Accès aux agences bancaires et aux distributeurs de billets de votre banque :

- Nombre d'agences bancaires :
 - Région Bruxelles Capitale :
 - Flandres :
 - Wallonie :
- Nombre de distributeurs de billets en propre :
 - Région Bruxelles Capitale :
 - Flandres :
 - Wallonie :
- Nombre de personnes âgées de 65 ans et plus habitant à plus de 2 km de son agence la plus proche :

- Lorsque la fermeture d'une agence est envisagée, procédez-vous à une étude d'impact sur la clientèle avant toute décision ? Si oui, sur la base de quels critères ? Notamment tenez-vous compte de la distance qui devra être parcourue par la clientèle âgée ou peu mobile pour se rendre à l'agence la plus proche ?

- En moyenne, les agences ouvertes sans rendez-vous:
 - Ouvrent demi jours par semaine
 - Ouvrent..... heures par semaine
- Agences ouvertes uniquement sur rendez-vous :
 - Les rendez-vous peuvent être pris
 - Au guichet,
 - Par téléphone directement auprès de son agence,
 - En passant par le call center général de la banque, avec un collaborateur au téléphone,
 - En passant par une plateforme téléphonique qui propose un menu à plusieurs options,

- Uniquement en passant par le site web de la banque.
- Est-ce que les agences sont équipées de sièges pour la clientèle ?
- Accès aux distributeurs de billets :
 - Nombre total de distributeurs dans les espaces de 'self-banking' ?
 - Nombre total de distributeurs à l'extérieur :
- Espaces de 'self-banking' :
 - Sont-ils sécurisés de sorte que seuls les clients puissent y rentrer ?
 - Sont-ils équipés de machines permettant d'effectuer facilement¹ des transactions telles que des virements ?
 - Sont-ils équipés d'au moins une imprimante (extraits bancaires) ?
 - Certains distributeurs sont-ils adaptés aux personnes moins valides (hauteur, siège, grandeur des polices à l'écran, ...) ?

Tarification :

- Ces 3 dernières années, avez-vous adopté une tarification particulière et abordable pour les clients âgés, notamment pour les opérations manuelles et l'accès aux extraits de compte ? Merci de la détailler.
- Si non, envisagez-vous de le faire dans les 12 mois qui viennent ?

Conception des outils et services :

Comme le rappelle le Baromètre citoyens 2019 sur les équipements, usages et compétences numériques des citoyens wallons², les personnes âgées sont particulièrement touchées par la fracture numérique. Si 58% des 60-69 ans déclarent effectuer des opérations bancaires ou de bourse par Internet, elles ne sont plus que 27% chez les personnes de 70 ans et plus. C'est aussi dans cette tranche d'âge que les compétences numériques nécessaires pour gérer un compte à vue en ligne sont les plus faibles : seules 33% savent créer un mot de passe sécurisé, 25% installer un programme ou une application, 35% envoyer un fichier à une autre personne par internet, 23% configurer un ordinateur pour ajouter une imprimante et 5% enregistrer des données dans le cloud.

Il est par ailleurs scientifiquement prouvé³, et démontré au quotidien, que le processus normal de vieillissement conduit peu à peu à une diminution de certaines capacités cognitives, en particulier en ce qui concerne la mémoire immédiate, l'attention, la durée de réaction, la capacité de raisonnement et la vigilance), ce qui rend difficile l'adaptation à un environnement nouveau. Le processus de vieillissement conduit aussi à la diminution de certaines capacités physiques comme la baisse de l'acuité visuelle et parfois aussi des tremblements et de l'arthrite dans les doigts.

Quelles mesures avez-vous pris pour en tenir compte, notamment :

- Lorsque vous concevez des applications pour smartphones ou modifiez l'interface PC Banking sur le site Web de votre banque, procédez-vous à des tests auprès d'un panel de clients, notamment des personnes âgées ?
 - Prenez-vous en compte, dans les évolutions des logiciels bancaires destinés au public, l'impact financier du renouvellement des ordinateurs si ceux-ci ne supportent plus les nouvelles configurations ?
 - Pouvez-vous maintenir d'anciens systèmes suffisamment longtemps, évitant des rotations trop fréquentes qui insécurisent les usagers ?
- Quels moyens (humains, techniques) mettez-vous à la disposition de la clientèle âgée pour l'accompagner dans l'utilisation de vos outils numériques ?
- Ces 3 dernières années, avez-vous développé des outils bancaires ou des services bancaires particuliers pour les clients âgés ? Merci de détailler.
- Si non, envisagez-vous de le faire dans les 12 mois qui viennent ?

- Envisagez-vous par exemple des moyens plus innovants que les mots de passe, qu'il faut changer régulièrement, pour assurer la sécurité des connexions et des transactions effectuées par les personnes âgées et autres clients qui le souhaitent ?

Avez-vous pris d'autres mesures, ou envisagez-vous de prendre d'autres mesures en direction de la clientèle âgée ?

Abstract and keywords

Since the digital boom, the banking environment has been constantly changing. Traditional banks, forced to drastically reduce costs to remain competitive, are driving their customers towards digital banking services and are demanding increased digitization.

While press articles and various scientific publications highlight the difficulties that seniors may encounter, few analytical approaches offer solutions for elders.

This is why we decided to focus on seniors over the age of 65 for this graduation work.

Senior citizens represent the "core" that is most affected by the digital divide since retirement age leads to a reduction in social activity, which entails an increased risk of social fracture. According to the latest 2019 digital barometer of citizens by "Agence du Numérique" (Digital Agency), this phenomenon tends to intensify.

Even though digital tools are gaining popularity among seniors, fast-moving digitization does not allow them to acquire the digital skills required by the digital boom.

Although seniors are increasingly connected, digitization is increasing and new skills are required over time.

The lockdown imposed on the Belgian population in the course of 2020 by the COVID19 health crisis has led to an emulation for digital banking.

However, due to isolation, the elderly were unable to carry out their basic banking transactions as they used to do at the teller. Indeed, a majority of them do not have all the required digital skills and, for some, do not even have the necessary equipment.

The Belgian banking sector places the customer at the heart of its strategy, but does not sufficiently develop services that could be specifically dedicated to seniors.

My research hypothesis focuses on the reduction of the impact of the digital divide of senior citizens as banking players: myth or reality?

Through my research and field study, I have detected the obstacles to bank digitization encountered by our elders, but above all, I have collected their opinions on the digital tools solutions currently available abroad.

To reduce the impact of the digital divide of seniors as banking players, I propose tentative improvements via digital tools focused on the difficulties encountered by seniors.

Keywords: banking digitization - online banking - digital banking - seniors - digital - banking - digital divide