



# A ESTRATÉGIA DIGITAL DO GRUPO CRÉDIT AGRICOLE

AGIR CHAQUE JOUR DANS VOTRE INTÉRÊT  
ET CELUI DE LA SOCIÉTÉ



# APRESENTAÇÃO DO GRUPO CRÉDIT AGRICOLE

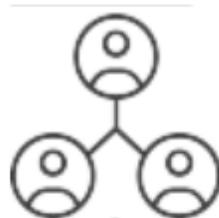
AGIR CHAQUE JOUR DANS VOTRE INTÉRÊT  
ET CELUI DE LA SOCIÉTÉ



# NOSSA RAZÃO DE SER: AGIR TODOS OS DIAS NO INTERESSE DE NOSSOS CLIENTES E DA SOCIEDADE



**51**  
milhões de  
clientes



**Mais de 10,5**  
milhões de empresas



**142.000**  
funcionários no mundo

## **O Crédit Agricole é o líder no financiamento da economia na França. Seu objetivo é ser o parceiro de confiança de todos os seus clientes :**

- **A sua solidez e a diversidade das suas competências** permitem-lhe dar um apoio duradouro a cada um dos seus clientes no seu quotidiano e nos seus projetos de vida, ajudando-os principalmente a proteger-se dos riscos e a planejar a longo prazo.
- Ele se compromete a **buscar e proteger os interesses de seus clientes** em todas as suas ações. Ele os assessora com transparência, lealdade e pedagogia.
- Ele reivindica **a responsabilidade humana no coração de seu modelo**: está empenhado em garantir que todos os seus clientes se beneficiem das melhores práticas tecnológicas, garantindo-lhes ao mesmo tempo acesso a equipes de homens e mulheres competentes, disponíveis localmente e responsáveis por todo o relacionamento.

## **Orgulhoso de sua identidade cooperativa e mutualista, baseada na governança de eleitos para representar seus clientes, o Crédit Agricole:**

- **Apoia a economia, o empreendedorismo e a inovação na França e no exterior**: mobiliza-se naturalmente para seus territórios.
- **Se envolve deliberadamente nos campos social e ambiental**, acompanhando o progresso e as transformações.
- **Está a serviço de todos**: dos lares mais modestos aos mais abastados, dos profissionais locais às grandes empresas internacionais.

É assim que se expressa a utilidade e a proximidade do Crédit Agricole com seus clientes, e como seus 142.000 funcionários estão comprometidos em oferecer excelência..

# PROJETO DO GRUPO : OS TRÊS PRINCIPAIS PROJETOS

## 1. O projeto do cliente

Ele está sendo ampliado e visa a **excelência do relacionamento**, orquestrando uma maior mobilização de todas as linhas de negócios em torno da satisfação do cliente, um compromisso de todo o Grupo com a cultura do "zero defeito"; e também oferecendo uma experiência digital excepcional ao cliente e ofertas inovadoras.

## 2. O projeto humano

Ele gira em torno da **responsabilidade local**. Seu objetivo é oferecer aos clientes acesso permanente a uma pessoa de contato treinada e autônoma atuando dentro de uma clara estrutura de delegação. Esta abordagem implica uma transformação gerencial e organizacional e uma estrutura reforçada de confiança.

## 3. O projeto social

Consiste em buscar o **compromisso do Grupo com a sociedade em benefício de todos**, mantendo o vínculo social nos territórios, desenvolvendo financiamentos com impacto social e tornando o "financiamento verde" uma das chaves do Grupo para o crescimento.



# VOCÊ SABIA?



**1º banco/seguradora**  
na Europa



**1º gestor**  
de ativos na Europa



**1º financiador**  
da economia francesa



**1º escriturador**  
mundial em títulos verdes,  
sociais e responsáveis em  
todas as moedas

# TRABALHAMOS TODOS OS DIAS PARA CRIAR UMA NOVA EXPERIÊNCIA BANCÁRIA QUE SEJA 100% DIGITAL E 100% HUMANA.



**Marca número 2 e grupo número 1** para serviços digitais na França



**3,5 milhões de usuários** do aplicativo Meu banco



**11.000** Filiais do grupo no mundo

# A TECNOLOGIA DIGITAL NO CRÉDIT AGRICOLE

# CRÉDIT AGRICOLE, O BANCO “ALL INCLUSIVE”

“Um banco completo para você”



# A INOVAÇÃO A SERVIÇO DA EMPRESA E DE NOSSOS CLIENTES

- 1. Otimização e confiabilidade de nossos processos (IA, dados...)**
- 2. Aplicação de novas tecnologias para o benefício das atividades e dos equipamentos de nossos funcionários**
- 3. Melhoria das jornadas do cliente, 100% digital e 100% humano.**

Isso permitiu ao Crédit Agricole garantir a continuidade das atividades durante todo o período da pandemia e durante os dois confinamentos.

# PORQUE CONSTRUIR AS INTELIGÊNCIAS ARTICIAIS (IA) INTERNAS?



## Domínio coletivo da IA

Método do projeto, explicabilidade, auditabilidade e interpretabilidade dos resultados vs “Caixa Preta”

## Proteção de dados e conhecimento

Dados de nossos clientes e a maneira de fazer nosso trabalho expressa por meio de bases de conhecimento



## Cobertura ideal de nossas necessidades

Interação com os negócios para construir serviços cognitivos originais e eficientes vs. produtos padronizados

## Construção de um patrimônio do Grupo

Para acelerar nossos projetos, enquanto limitamos os custos (Construção e licenças) e nossa dependência tecnológica



**Uma soberania possível graças à nossa P&D aplicada, baseada no dinamismo do código aberto**

# OS EIXOS PRIORITÁRIOS DO ROTEIRO ANALÍTICO

**Ajudar nossos especialistas em dados a acelerar o uso**

Ferramentas e "tijolos" industriais: dessensibilização de dados, cálculo de indicadores avançados, pré-processamento e modelagem de aprendizagem de máquinas com a MLBox ...

**Antecipar os momentos que importam**

Cadeias automatizadas de processamento industrial, aproveitando ao máximo grandes volumes de dados e algoritmos de IA de última geração, para melhor:

Detectar sinais fracos para antecipar eventos importantes e raros para nossos clientes

**Impedir tentativas de fraude**

Identificar padrões de mudança, reduzir falsos positivos (= desconforto do cliente) e falsos negativos (= perda não evitada)

**Desenvolver um marketing multicanal orientado por dados**

Gerar leads direcionados via Digital Acquisition e CRM, otimizando a transformação desses leads  
Promover aconselhamento relevante para todos os clientes, no momento certo, através do canal certo

**+ Utilização do caso "Modelo Operacional DATA" em fase de instrução com dados de PU e PP**

As que poupam tempo, melhoram a experiência e aumentam a satisfação do cliente ao mesmo tempo



Processamento de e-mails  
(Escritórios Intermediários e de Apoio e Agências)



Reconhecimento, análise e controle de documentos  
(classificação, extração de informações...)



Pesquisa de informações e perguntas e respostas

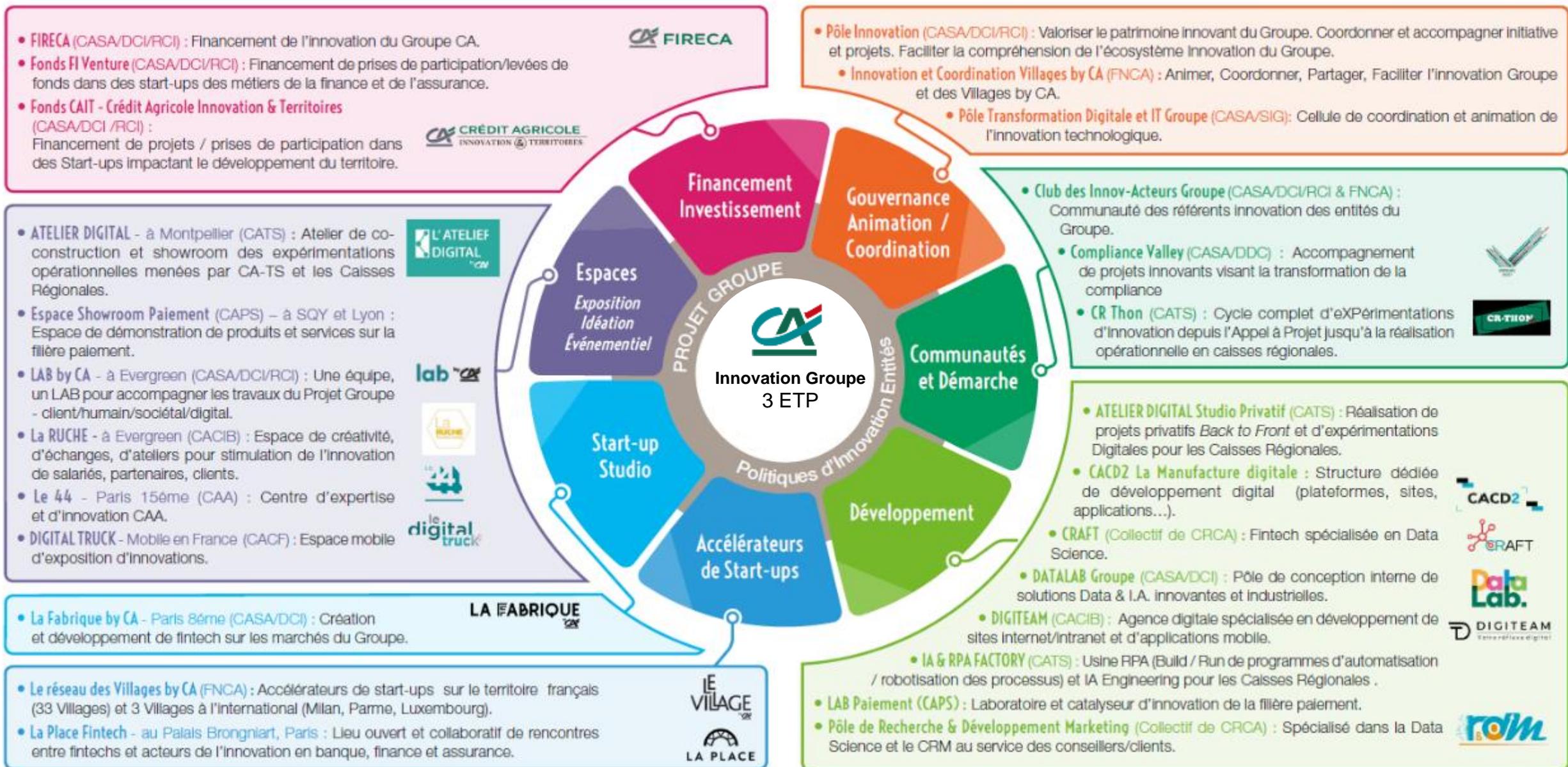


Análise da voz do cliente e relatórios de manutenção



Projetos de P&D e industriais para gradualmente construir fundações comuns que irão acelerar os projetos do Grupo.

Desde 2016, o Grupo está organizado em torno de um ecossistema descentralizado que impulsiona várias alavancas de inovação



## Tradução do lado esquerdo do slide:

### Financiamento/Investimento

- FIRECA (CASA/DCI/RCI): Financiamento da inovação do Grupo CA.
- Fonds FI Venture (CASA/DCI/RCI): Financiamento para aquisição de participação/captação de recursos em start-ups nos setores de finanças e seguros.
- Fonds CAIT – Crédit Agricole Innovation & Territories (CASA/DCI/RCI): Financiamento de projetos / aquisição de participação em start-ups que impactam o desenvolvimento do território

### Espaços

#### Exibição, Idealização e Eventos

- ATELIER DIGITAL (Oficina Digital) – em Montpellier (CATS): Oficina de co-construção e showroom de experimentações operacionais realizadas pelo CA-TS e as Caixas Regionais.
- Espace Showroom Paiement (CAPS) – em Saint-Quentin-en-Yvelines e Lyon: Espaço de demonstração de produtos e serviços na folha de pagamentos.
- LAB by CA – em Evergreen (CASA/DCI/RCI): Uma equipe, um laboratório para acompanhar os trabalhos do Projeto do Grupo – cliente/humano/social/digital.
- LA RUCHE (A Colmeia)– em Evergreen (CACIB): Espaço de criatividade, de transformações, de oficinas para estimular a inovação de funcionários, parceiros, clients.
- Le 44 – em Paris, no 15º distrito (CAA): Centro de experiência e inovação CAA.
- DIGITAL TRUCK (Caminhão Digital) – Itinerante na França (CACF): Espaço itinerante de exposição de inovações.

### Estúdio de Start-ups

- La Fabrique by CA (A Fábrica por CA) – Paris 8º distrito (CASA/DCI): Criação e desenvolvimento de fintechs nos mercados do Grupo.

### Aceleradoras de Start-ups

- Le reseau des Villages (A rede de vilas) by CA (FNCA): Aceleradoras de start-ups do território francês (33 cidades) e 3 cidades no exterior (Milão, Parma, Luxemburgo).
- La Place Fintech (A Praça Fintech) – no Palais Brongniart, em Paris: Um espaço aberto e colaborativo de encontros entre as fintechs e agentes da inovação de bancos, finanças e seguros.

## Tradução do lado direito do slide:

### Governança Animação / Coordenação

- Pôle Innovation (Pólo de Inovação) (CASA/DCI/RCI): Valorizar o patrimônio inovador do Grupo. Coordenar e monitorar iniciativas e projetos. Facilitar a compreensão do ecossistema de inovação do Grupo.
- Innovation et Coordination Villages by CA (Inovação e Coordenação das Cidades pelo CA) (FNCA): Animar, Coordenar, Compartilhar, Facilitar a inovação do Grupo e das Cidades pelo CA.
- Pôle Transformation Digitale et IT Groupe (Pólo de Transformação Digital e Grupo de TI) (CASA/SIG): Célula de coordenação e animação de inovação tecnológica.

### Comunidades e Abordagem

- Club des Innov-Acteurs Groupe (Clube dos Agentes de Inovação do Grupo) (CASA/DCI/RCI e FNCA): Comunidade de referências da inovação das entidades do Grupo.
- Compliance Valley (Vale de Conformidade) (CASA/DDC): Monitoramento de projetos inovadores visando à transformação da conformidade.
- CR Thon (CATS): Ciclo completo de experimentos de inovação desde a convocação de projetos até a realização operacional em caixas regionais.

### Desenvolvimento

- ATELIER DIGITAL Studio Privatif (OFICINA DIGITAL Estúdio Privativo) (CATS): Realização de projetos privativos *Back to Front (De trás para a Frente)* e de experimentações Digitais pelas Caixas Regionais.
- CACD2 La Manufacture digitale (A Fabricação digital): Estrutura dedicada ao desenvolvimento digital (plataformas, sites, aplicativos...)
- CRAFT (Collectif de CRCA): Fintech especializada em Ciência de Dados.
- DATALAB Groupe (CASA/DCI): Pólo de concepção interna de soluções Data e IA inovadores e industriais.
- DIGITEAM (CACIB): Agência digital especializada em desenvolvimento de sites de internet/intranet e de aplicativos para dispositivos móveis.
- IA & RPA FACTORY (CATS): Fábrica RPA (Construção/ Execução de programas de automação / robotização de processos) e Engenharia de IA para as Caixas Regionais.
- LAB Paiement (CAPS): Laboratório e catalisador de inovação da folha de pagamentos.
- Pôle de Recherche & Développement Marketing (Pólo de Pesquisa e Desenvolvimento de Marketing) (Collectif de CRCA): Especializado em Ciência de Dados e CRM a serviço dos consultores/clientes.

# Uma capacidade de criar novos negócios apoiados por estratégia e nativamente integrados

Um orçamento de 15 milhões de euros em três anos - Iniciativas mais disruptivas e ambiciosas: KLS, Blank e Khome

## Trajectoires Patrimoine On-line



LANÇADO EM 12 de abril de 2019

Uma visão dinâmica de seu patrimônio que faz a ligação entre o ser digital e o ser humano

10% de taxa de transferência para a agência + 34 no IRC

## JE SUIS ENTREPRENEUR .FR



LANÇADO EM 22 de junho de 2019

Uma plataforma para apoiar o empresário criativo

26 Caixas implantados  
150.000 visitantes / mês

## Yapla



LANÇADO EM 11 de setembro de 2019

Uma plataforma de gestão e pagamento para todas as associações

12.000 clientes  
2 milhões de euros no CA em 2020

## Loop

## J'❤️ mon producteur local



LANÇADO EM 14 de abril de 2020

Um mercado que reúne consumidores e produtores locais

150.000 visitantes  
Extensão aos varejistas (nov. de 20)

## kls



LANÇADO EM 30 de julho de 2020

Uma ferramenta de serviço para o financiamento de múltiplas partes interessadas

500 milhões de euros processados em 4 meses  
Em breve: gestão dos envelopes BEI/FIE

## Blank



LANÇADO EM 8 de fevereiro de 2021

Um aplicativo completo (incluindo banco) para freelancers

Com os CR /LCL  
Pacifica / Camca / CAL&F

## « Khome »

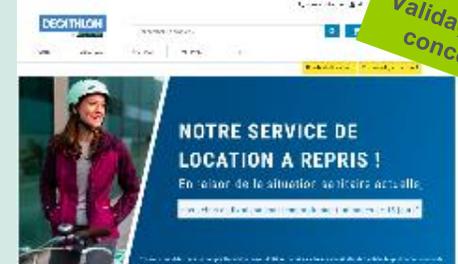


Preparação de testes

Co-investimento para adquirir o espaço extra imediatamente

Rendimento de 3,5% para os bancos distribuidores

## « Loka »



Validação de conceito

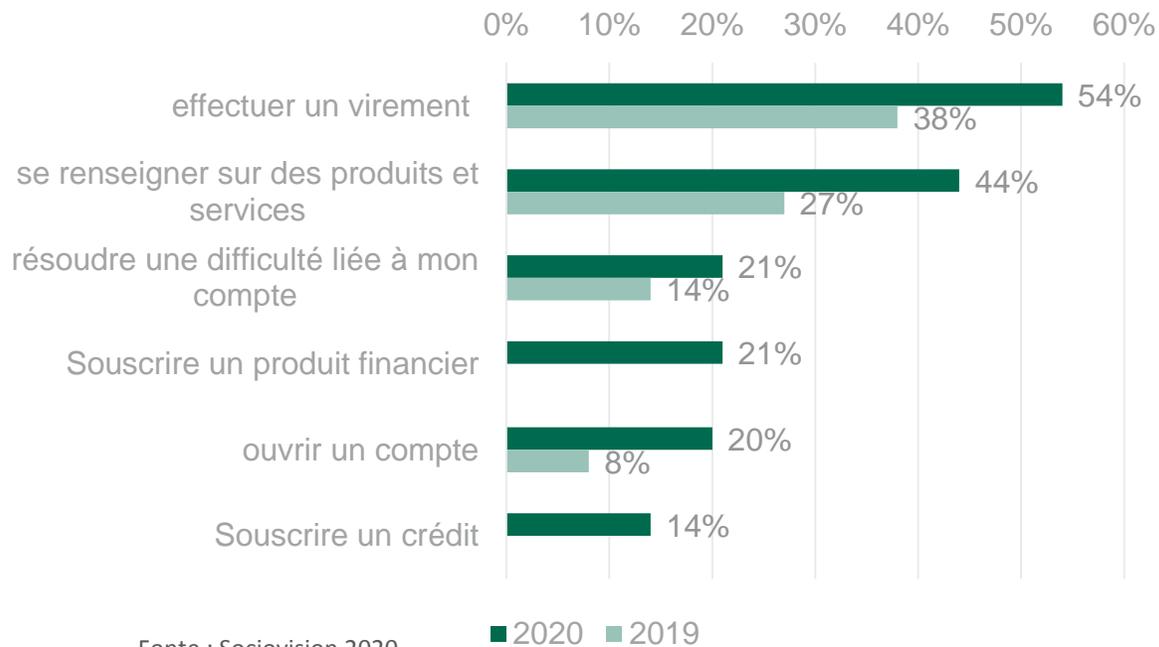
A solução para promover o pagamento para uso em vez de propriedade

Joint Venture com CACF (e CAL&F ?)

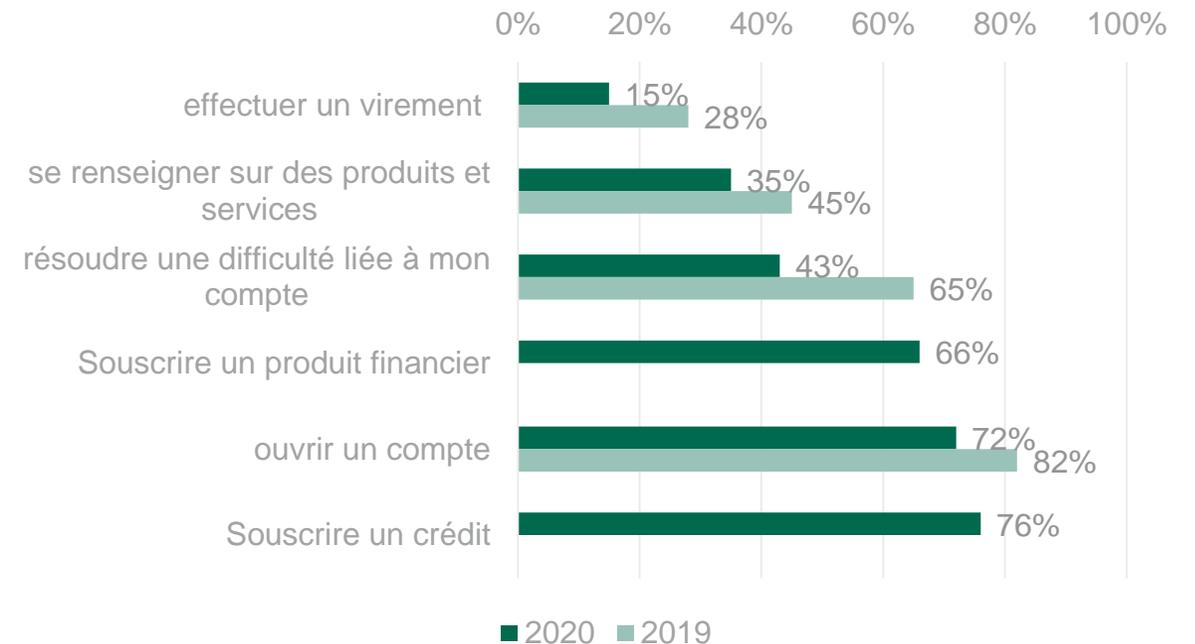
# EMBORA A PRÁTICA DA TECNOLOGIA DIGITAL ESTEJA SE DESENVOLVENDO RAPIDAMENTE, A PRESENÇA DO ASSESSOR CONTINUA SENDO ESSENCIAL PARA CERTAS OPERAÇÕES.

Ao contratar um empréstimo hipotecário, os clientes ainda são obrigados a ter um consultor presente.

## Operações realizadas pela internet



## Operações realizadas em agências



## Tradução do gráfico do slide anterior:

Effectuer un virement – Fazer uma transferência

Se renseigner sur des produits et services – Saber mais sobre produtos e serviços

Résoudre une difficulté liée à mon compte – Resolver um problema com minha conta

Souscrire un produit financier – Fazer a assinatura de um produto financeiro

Ouvrir un compte – Abrir uma conta

Souscrire un credit – Contratar crédito

En % - Total d'accord – Em % - Total de acordo com Base Observatoire France 2020

# O CRÉDIT AGRICOLE NO CONTEXTO DE UMA PANDEMIA

# IMPACTOS DA PANDEMIA E MOBILIZAÇÃO DO GRUPO CRÉDIT AGRICOLE

**Nossa atividade de banco de varejo se adaptou a um ambiente sem precedentes marcado pela pandemia global.**

As decisões de confinar e fechar certos setores comerciais tiveram um grande impacto nos equilíbrios econômicos.

Uma resposta maciça do governo francês: uma operação de "ponte" econômica para atravessar pela fase Covid para uma fase de recuperação/retomada.

Neste contexto, o Grupo Crédit Agricole desempenhou plenamente seu papel como um importante ator no financiamento da economia e incorporou sua razão de ser "Agindo todos os dias no interesse de nossos clientes e da sociedade".

Nos mobilizamos imediatamente para assegurar a continuidade dos serviços essenciais a fim de atender às necessidades de seus clientes, tanto pessoas como empresas, e para manter a atividade econômica do país.

Nossas ações conjuntas com os profissionais contribuíram muito para melhorar a imagem dos bancos na economia em 2020. Os bancos têm desempenhado plenamente seu papel, eles são parte da solução.

# ACOMPANHAMENTO DE NOSSOS CLIENTES DURANTE A PANDEMIA

**A relevância do modelo 100% digital e 100% humano do Crédit Agricole é confirmada no contexto da pandemia.**

- **Manutenção das agências abertas durante o confinamento** em estrita observância às medidas de saúde (distanciamento, número limitado de pessoas nas agências, agendamento de horário obrigatório, etc.).
- **Manutenção do acesso ao dinheiro e ao setor fiduciário: bom funcionamento do setor fiduciário e sem escassez de dinheiro nos caixas eletrônicos**
- **Serviços bancários on-line**

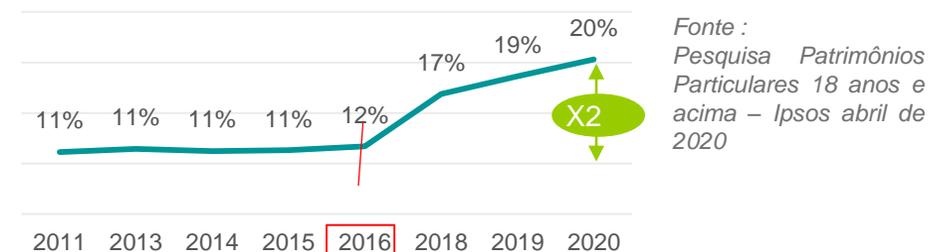
- ✓ 39% das pessoas que baixaram um aplicativo dizem que seu uso de aplicativos bancários mudou como resultado da crise de Covid-19.
- ✓ 32% dos franceses que consultam o site dizem que seu uso do site do banco mudou após a crise de Covid-19.

Fonte : Pesquisa Os franceses, seu banco, suas expectativas IPOP/BBF fevereiro de 2021

- **Pagamento sem contato**

- ✓ **Aumento do limite de utilização para 50 euros** (comparado a 30 euros, anteriormente) durante o primeiro confinamento.
- ✓ **Em 2020, 4,6 bilhões de transações, de um total de 11,8 bilhões de transações com cartão de crédito, foram feitas sem contato\*** (39% dos pagamentos com cartão, sem contato). Isto se compara a 3,4 bilhões de vezes, de um total de 12,4 bilhões de pagamentos com cartão em 2019 (27,4% dos pagamentos com cartão, sem contato).

\*Pagamentos feitos através da rede francesa Cartes Bancaires (CB). Fonte: Relatório anual do Grupo de cartões bancários – fevereiro de 2020



# ASSEGURAR O NOSSO PAPEL COMO PROTAGONISTA DO FINANCIAMENTO DA ECONOMIA

## Exemplos concretos para o Crédit Agricole:

- **31,5 bilhões de euros em empréstimos garantidos pelo Estado (PGE) concedidos na França** (62% para as Caixas Regionais, 30% para LCL e 8% para CACIB), o que corresponde a nossa participação de mercado "natural", de cerca de 27%.
- **Mais de 552.000 pausas em empréstimos concedidas pelo Grupo**, representando 4,2 bilhões de euros em dívidas pendentes, no auge da crise, no segundo trimestre
- O Grupo Crédit Agricole decidiu fazer um importante gesto mutualista, um **apoio extracontratual para profissionais segurados contra a interrupção dos negócios** no valor de 239 milhões de euros
- **Mais de 70 milhões de euros de doações** através de fundos de solidariedade, incluindo a criação de um fundo de 20 milhões de euros para financiar medidas de proteção aos idosos (financiamento das necessidades básicas dos cuidadores, e tablets para os idosos em abrigos, conhecidos na França por EHPAD)
- Criação do primeiro fundo de ações internacionais **CPR Invest Social Impact d'Amundi, que se concentra na redução das desigualdades.**
- **Monitoramento de muitos grandes grupos e soberanos** em sua captação de recursos e soluções de mercado de títulos
- **Fornecimento de visibilidade e assistência na implementação de soluções de clique e coleta** para os comerciantes locais penalizados por fechamentos administrativos.
- **Nenhuma objeção ao trabalho em horário reduzido** em todo o Grupo Crédit Agricole
- **Manutenção do recrutamento** de mais de 4.000 estudantes e 18.000 novos funcionários pelo grupo Crédit Agricole

**Acima de tudo, cumprimos nosso papel como o banco do relacionamento personalizado. Ao mobilizar nossos funcionários em todo o país, percebemos que a economia precisava de banqueiros locais no campo.**

# **OS RESULTADOS DE 2020 QUE ATESTAM NOSSA SOLIDEZ**

# UMA ATIVIDADE GLOBALMENTE DINÂMICA DURANTE O ANO INTEIRO, COM UMA RECUPERAÇÃO APÓS CADA CONFINAMENTO

## UM GRUPO FORTE, COMPROMETIDO EM APOIAR TODA A ECONOMIA

- **Resultados muito fortes**; provisionamento seguro de ativos saudáveis; alto nível de capital. *Resultados disponíveis em credit-agricole.fr*

## UMA ATIVIDADE RESILIENTE E DINÂMICA

- **+5,2% de crescimento dos empréstimos bancários de varejo** (excluindo PGE) para os Bancos Regionais em 2020, em comparação com 2019
- **1,1 milhão de novos clientes em 2020**

## A CRISE CONFIRMA A RELEVÂNCIA DO PROJETO DO GRUPO E A CARACTERÍSTICA DIFERENCIADORA DO MODELO DE RELACIONAMENTO GLOBAL

- **Aumento na taxa de utilização do aplicativo\***: +3,3 pontos percentuais em relação ao final de 2019 para 68,2% em dezembro de 2020 para os Bancos Regionais

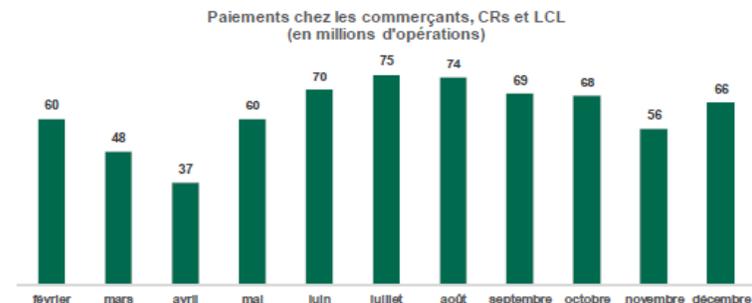
\* Perfil ativo em aplicativos ou conexão com o site no último mês

- **Satisfação do cliente : IRC\* +8 pontos para os Bancos Regionais**

\*Índice de Recomendação do Cliente, fonte interna 2020

- Crédito Agricole, o único banco no **TOP 25 das marcas que provaram sua utilidade durante o confinamento**

## Impact plus limité du deuxième confinement sur l'économie



## Résilience globale de la production des métiers du Groupe sur l'année

Production 2020 par rapport à 2019

96%

Crédits habitat en France (Caisses régionales et LCL)

91%

Affaires nouvelles en assurances dommages

86%

Crédits consommation (CACF)

## Tradução da figura do slide anterior:

Impact plus limité du deuxième confinement sur l'économie - Impacto mais limitado do segundo confinamento na economia

Paiements chez les commerçants, CRs e LCL (en millions d'opérations) - Pagamentos aos comerciantes, CRs e LCL (em milhões de transações)

février (fevereiro), mars (março), avril (abril), mai (maio), juin (junho), juillet (julho), août (agosto), septembre (setembro), octobre (outubro), novembre (novembro), décembre (dezembro)

Résilience globale de la production des métiers du Groupe sur l'année - Resiliência geral da produção das linhas de negócios do Grupo ao longo do ano

Production 2020 par rapport à 2019 - Produção em 2020 em comparação com 2019

96% Crédits habitat en France (Caisses régionales et LCL) - 96% Empréstimos habitacionais na França (Bancos Regionais e LCL)

91% Affaires nouvelles em assurances dommages – 91% Novos negócios em seguros de propriedade e de acidentes

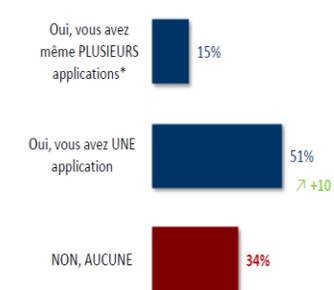
86% Crédits consommation (CACF) - 86% Crédito ao consumidor (CACF)

# PESQUISA IFOP-FBF OS FRANCESES, SEUS BANCOS E SUAS EXPECTATIVAS - FEVEREIRO DE 2021

- O acesso remoto às contas e aplicações bancárias se generalizou: 96% dos franceses consultam o site ou utilizam um aplicativo.
- O pagamento sem contato foi adotado pelos clientes, que o consideram inovador e confiam nele.

Dans un contexte où 96% des Français sont désormais digitalisés, la consultation du site internet de la banque semble ancré dans les usages et le recours aux applications bancaires gagne du terrain (en particulier chez les jeunes).

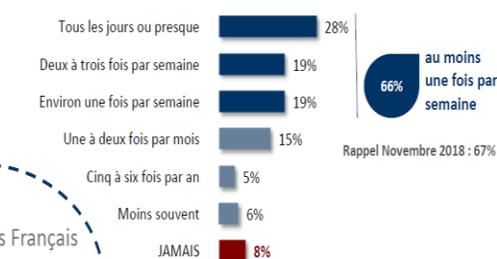
Question : Avez-vous téléchargé l'application smartphone de votre (ou vos) banque(s), vous permettant de gérer à distance vos comptes ?



66% ont téléchargé au moins une application

Rappel Novembre 2018 : 55%

Question : Vous personnellement, à quelle fréquence consultez-vous le site internet de votre banque (vos banques) ?

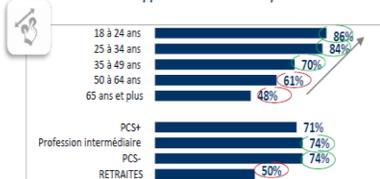


66% au moins une fois par semaine

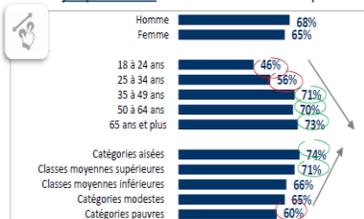
Rappel Novembre 2018 : 67%

96% des Français consultent le site internet ou utilisent l'application de sa banque

Qui sont ces Français qui ont téléchargé l'application de leur banque ?



Qui sont ces Français qui consultent au moins une fois par semaine le site internet de leur banque ?



Question : Pour chacun de ces nouveaux services, diriez-vous que c'est un service, une technologie dans lequel vous avez ... ?

	Rappel Novembre 2018	Total « CONFIANCE »	Total « PAS CONFIANCE »	Rappel Novembre 2018	Total « INNOVANTE »	Total « PAS INNOVANT »
Le paiement sans contact avec la carte bancaire (par rapprochement de la carte avec le terminal du commerçant, sans avoir à saisir votre code secret)	61% $\uparrow +13$	74%	26%	80%	81%	19%
Le paiement sans contact via le smartphone (par rapprochement du téléphone avec le terminal du commerçant, sans avoir à saisir votre code secret)	38% $\uparrow +8$	46%	54%	80%	80%	20%
Le paiement à distance via le smartphone (sur internet)	42% $\uparrow +6$	48%	52%	77%	77%	23%
La possibilité d'échanger avec un conseiller par tchat	65% $\uparrow +5$	70%	30%	59%	60%	40%
L'utilisation de robots pour répondre à vos questions	29% $\uparrow +6$	35%	65%	62%	60%	40%
L'authentification par empreinte digitale pour accéder aux services en ligne de votre banque	62%	65%	35%	83%	81%	19%
e-wallet ou portefeuille électronique qui permet de faire des achats sans avoir à renseigner vos coordonnées bancaires (Paylib développé par certaines banques françaises, PayPal, etc.)	50%	50%	50%	75%	74%	28%
authentification par reconnaissance faciale pour accéder aux services en ligne de votre banque	62%	65%	35%	83%	81%	19%

## Tradução das figuras do slide anterior

Em um contexto em que 96% da população francesa está agora digitalizada, a consulta ao site do banco parece estar consolidada quanto ao uso e o uso de aplicativos bancários está ganhando terreno (especialmente entre os jovens).

Pergunta: Você baixou o aplicativo para celular de seu banco, possibilitando que você gerencie sua conta à distância?

Sim, você até tem vários aplicativos\* – 15%

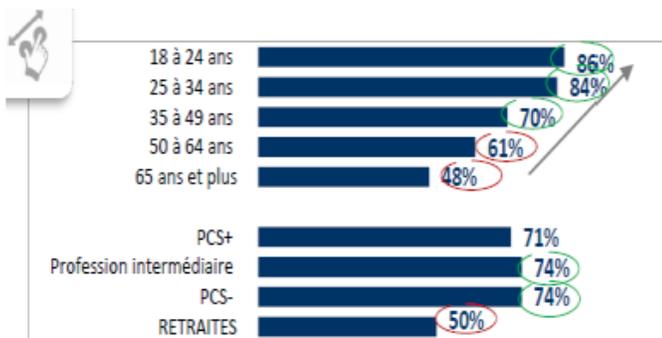
Sim, você tem UM aplicativo – 51%, aumento de 10%

NÃO, NENHUM – 34%

66 % dos entrevistados baixaram pelo menos um aplicativo, em novembro de 2018 a porcentagem foi 55%.

96% dos franceses consultam o site ou utilizam o aplicativo de seu banco.

Quem são os franceses que baixaram o aplicativo de seu banco?



Profession intermédiaire -Ocupação intermediária

RETRAITES - APOSENTADOS

\* Em novembro de 2018, o título do item era: “Você tem até mesmo VÁRIOS aplicativos (caso você tenha vários bancos)”

## Continuação da tradução do slide

Pergunta: Com que frequência você consulta o site de seu banco (ou bancos)?

28% - Todos os dias ou quase todos os dias

19% - Duas a três vezes por semana

19% - Cerca de uma vez por semana

15% - Uma a duas vezes por mês

5% - Cinco a seis vezes por ano

6% - Com menos frequência

8% - NUNCA

66 % consultam pelo menos uma vez por semana, em novembro de 2018: 67%

Quem são os franceses que consultam pelo menos uma vez por semana o site de seu banco?

Homem – 68%

Mulher – 65%

18 a 24 anos – 46%

25 a 34 anos – 56%

35 a 49 anos – 71%

50 a 64 anos – 70%

65 anos ou mais – 73%

Classe alta – 74%

Classe média-alta – 71%

Classe média-baixa – 66%

Classe baixa – 65%

Pobres – 60%

## Continuação da tradução do slide

Pergunta: Para cada um desses serviços, você diria que esse é um serviço, uma tecnologia que você tem...?

Rappel Novembre 2018 – Dados de novembro de 2018

Total CONFIANCE – Total confiança

Total PAS CONFIANCE – Total desconfiança

Total INNOVANTE – Totalmente inovador

Total PAS INNOVANTE – Não é nada inovador

O pagamento sem contato com o cartão bancário (por aproximação do cartão no terminal do comerciante, sem colocar a senha)

O pagamento sem contato via smartphone (por aproximação do telefone no terminal do comerciante, sem colocar a senha)

O pagamento à distância via smartphone (pela internet)

A possibilidade de conversar com um consultor via chat

A utilização de robôs para responder à suas perguntas

A autenticação por impressão digital para acessar os serviços on-line de seu banco

Carteira digital ou portfólio eletrônico que permita fazer compras sem ter que preencher seus dados bancários (Paylib desenvolvido por alguns bancos franceses, PayPal, etc.)

Autenticação por reconhecimento facial para acessar os serviços on-line de seu banco

Tout à fait confiance – Confiança absoluta

Plutôt confiance – Bastante confiança

Plutôt pas confiance – Não muita confiança

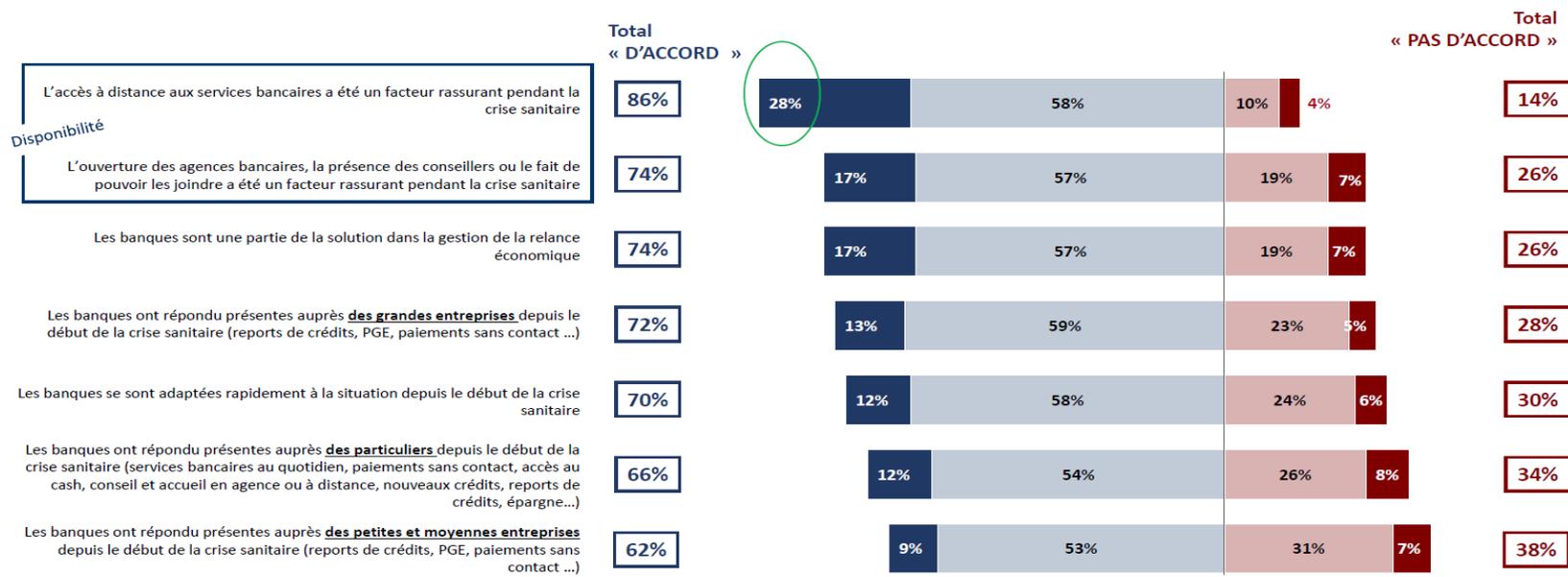
Pas du tout confiance – Sem confiança nenhuma

# PESQUISA IFOP-FBF OS FRANCESES, SEUS BANCOS E SUAS EXPECTATIVAS - FEVEREIRO DE 2021

- A disponibilidade de consultores e o acesso remoto seguro durante a pandemia, o acesso remoto a agências foi um fator tranquilizador para 86% dos entrevistados e a abertura de fiagênciasliais para 74%.
- Os franceses pensam que os bancos são parte da solução: eles elogiam seu papel no financiamento da economia e sua adaptabilidade à situação da saúde.

**Les Français se montrent satisfaits de l'action des banques pendant la crise sanitaire, saluant leur disponibilité et leur attribuant un rôle à jouer dans la relance de l'économie.**

Question : Pour chacune des phrases suivantes, vous allez dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, pas du tout d'accord?



## Tradução da figura do slide anterior

Os franceses se mostram satisfeitos com a ação dos bancos durante a crise sanitária, elogiando sua disponibilidade e lhes atribuindo um papel a desempenhar na recuperação da economia.

Pergunta: Para cada uma das frases a seguir, você deve dizer se você concorda totalmente, você concorda em parte, discorda em parte, discorda totalmente?

Total D'ACCORD - concorda totalmente

Total PAS D'ACCORD – discorda totalmente

### Disponibilidade

O acesso remoto aos serviços bancários foi um fator tranquilizador durante a crise sanitária

A abertura das agências bancárias, a presença de consultores ou o fato de poder contatá-los foi um fator tranquilizador durante a crise sanitária

Os bancos são uma parte da solução da gestão da recuperação econômica

Os bancos estão presentes junto às grandes empresas desde o início da crise sanitária (crédito transferido, PGE, pagamentos sem contato...)

Os bancos se adaptaram rapidamente à situação desde o início da crise sanitária

Os bancos estão presentes junto aos particulares desde o início da crise sanitária (serviços bancários cotidianos, pagamentos sem contato, acesso ao dinheiro, consultoria e recepção nas agências ou à distância, novos créditos, crédito transferido, empréstimos...)

Os bancos estão presentes junto às pequenas e médias empresas desde o início da crise sanitária (crédito transferido, PGE, pagamento sem contato...)