

Communiqué de presse - Paris, le 26 mai 2015

« Mon banquier c'est moi » se décline désormais au quotidien

BforBank lance son compte bancaire

BforBank, le spécialiste de l'épargne en ligne, annonce le lancement de son compte bancaire, répondant ainsi à l'appétence exprimée par ses clients. Un lancement qui s'inscrit dans un marché tout particulièrement dynamique comme évoqué dans la dernière étude BforBank/Audirep de mai 2015.

Aujourd'hui, la banque 100% en ligne du groupe Crédit Agricole offre aux clients autonomes, actifs et mobiles des produits de banque au quotidien (compte bancaire, carte Visa Premier gratuite, assurances complémentaires), une offre d'épargne et bourse complète ainsi que des services personnalisés.

[120 000 clients, 3,2 milliards d'encours ...](#)

Cinq ans après son lancement à l'initiative des Caisses régionales du Crédit Agricole, BforBank affiche une collecte de 3,2 milliards d'euros et 120 000 clients. BforBank, c'est aussi une marque qui a su s'imposer : 48% de notoriété en novembre 2014 auprès de la cible des mass affluent (d'après le baromètre de notoriété IPSOS).

BforBank est bénéficiaire depuis 2013 et compte 155 salariés.

Depuis 2014, l'entreprise a fait le choix d'ouvrir un nouveau chapitre de son histoire pour proposer progressivement la banque au quotidien en 2015 puis le crédit immobilier en 2016. Le groupe Crédit Agricole a inscrit dans son Plan Moyen Terme dévoilé en Mars 2014 ces nouvelles ambitions pour BforBank.

[1 Français sur 10 se déclare client d'une banque en ligne - Etude BforBank/Audirep \(mai 2015\)¹](#)

Le virage technologique de ces dernières années a fortement ancré Internet dans la vie des consommateurs, notamment pour la gestion des comptes bancaires, un marché en croissance comme l'indiquent les derniers chiffres de l'Etude Audirep réalisée pour BforBank en mai 2015 :

- Près de 11% des Français déclarent désormais être clients d'une banque en ligne, soit + 4 points par rapport à la dernière étude Audirep réalisée en septembre 2014.
- 4% des Français interrogés aujourd'hui la déclarent comme banque principale.
- 17% contre 15% ont l'intention de le devenir.
- 9 clients de banques en ligne sur 10 sont multi-bancarisés.
- 42% des clients banque en ligne considèrent celle-ci comme banque la plus importante. Cette perception est le résultat de plusieurs critères. Au-delà de la définition historique de domiciliation

des revenus émergent de nouveaux critères tels que l'utilisation au quotidien et de « banque préférée ».

Une proposition en réponse aux attentes des clients mobiles et autonomes

« Pour s'inscrire dans ce marché en croissance et apporter une réponse adaptée, nous avons conçu une offre alliant des produits bancaires simples et compétitifs et un ensemble de services personnalisés permettant d'offrir une expérience client remarquable » résume André Coisne, Directeur Général de BforBank.

- **Une offre bancaire premium, simple et gratuite**

- Un compte bancaire sans frais, notamment sans commission d'intervention ;
- Une carte Visa Premier gratuite incluant toutes les assurances et l'assistance Visa Premier et, pour les clients ayant un an d'ancienneté, une carte Visa Infinite au tarif préférentiel de 200 euros par an (toutes deux soumises à conditions d'éligibilité) ;
- Des assurances complémentaires : B Security permet de garantir les moyens de paiements et les effets personnels, B E-Shopping de se prémunir de la fraude sur les achats en ligne et l'usurpation d'identité ; (*B Security, 2 € par mois et B E Shopping, 1 € par mois pour un compte individuel.*)
- Un chéquier et des chèques en ligne ;
- Prochainement, le crédit à la consommation, le Livret A et le LDD ;
- Et bien sûr, BforBank maintient son expertise sur l'épargne avec une offre performante : livrets bancaires, assurance-vie sans droits d'entrée multi-récompensée, offre de courtage en ligne complète, une sélection de 50 fonds en partenariat avec un spécialiste de la multi-gestion et l'accès à 2000 fonds sans droits d'entrée.

- **Des services et outils personnalisables afin d'offrir aux clients une expérience simple et fluide au quotidien**

- L'entrée en relation peut être entièrement dématérialisée, et la signature se fait électroniquement. Le parcours de souscription peut être interrompu et repris sur n'importe quel device, ou via un conseiller. Le code secret de la carte bancaire est communiqué par sms.
- Après quelques semaines de commercialisation, la dématérialisation rencontre un vif succès puisque 85% des clients l'ont choisie.
- Encore plus de mobilité : le site s'adapte à tous les écrans, rendant la navigation et l'expérience client toujours homogènes. La nouvelle application est déjà disponible sur Android et sera disponible très prochainement sur IOS. Nous l'avons conçue la plus esthétique, pratique et intuitive possible.
- L'espace client propose une vision graphique personnalisée des comptes qui permet de piloter ses finances en toute simplicité. Les opérations sont automatiquement catégorisées avec un libellé clair.

- Les clients ont la main sur la personnalisation de leur compte bancaire. Ils peuvent créer des alertes sur la situation de leur compte ou de leur carte, modifier les plafonds de retrait et paiement de leur carte bancaire, activer ou désactiver l'option paiement sans contact, ou adapter instantanément leur autorisation de découvert en fonction de leur besoin et leur capacité financière
- Pour garantir un niveau de sécurité renforcé, BforBank propose une nouvelle technologie de sécurité permettant d'enregistrer à la fois les appareils et les numéros de téléphone. Il n'est plus nécessaire de recopier les codes générés (type SMS).
- Des services pratiques viennent enrichir la proposition : la localisation de distributeurs en France et dans le monde, le service BSwitch pour accompagner la prise en charge des formalités liées au changement de domiciliation bancaire, l'application BCheck qui permet de numériser les chèques et le remplissage automatique des bordereaux.
- Enfin, le client est autonome mais jamais seul : un service client composé d'une quarantaine de personnes répond aux demandes des internautes du lundi au vendredi de 8h à 21h et le samedi, de 9h à 18h. Des conseillers experts sont disponibles par téléphone ou webcall back, par chat, sur les réseaux sociaux et par e-mail. Un service de qualité qui lui a valu d'être Elu Service Client de l'Année en 2014 et à nouveau en 2015 dans la catégorie Banque en ligne (enquête Viséo Conseil). Un service d'assistance personnalisé 7/24 est disponible en cas d'urgence pour tous les clients BforBank.

30 000 nouveaux clients par an

BforBank a pour objectif de séduire 30 000 nouveaux clients par an et vise 250 000 clients d'ici cinq ans, avec un encours géré de plus de sept milliards d'euros. La banque en ligne anticipe un retour aux profits en 2018, après trois années d'investissement.

« Notre ambition est de délivrer un service impeccable à nos clients au quotidien, et ce quel que soit le canal. » commente André Coisne.

Une campagne qui illustre la promesse stratégique de la marque « Mon banquier c'est moi »

Avec cette nouvelle offre, BforBank réaffirme sa signature de marque "Mon banquier, c'est moi". Le message de la nouvelle campagne diffusée à partir du 26 mai 2015 et réalisée par Les Gaulois, encourage ainsi chacun à prendre son argent en main, à devenir son propre banquier.

Cette campagne perpétue les codes distinctifs de la communication BforBank - films et prises de vue en noir et blanc univers cinématographique, musique classique - au service des promesses d'autonomie par la Marque.

Deux films présentent une chef étoilée et un styliste en plein exercice de leur art, témoignant de leur passion pour leur métier. Le parallèle avec le métier de banquier illustre donc la relation que l'on peut avoir avec son compte bancaire et son argent chez BforBank : simple, directe et efficace.

BforBank est la banque 100% en ligne du Groupe Crédit Agricole. Créée en 2009, elle offre aux clients autonomes, actifs et mobiles des produits de banque au quotidien (compte bancaires, carte Visa Premier gratuite, carte Visa Infinite avec tarif préférentiel, assurances), une offre d'épargne complète (Livrets, Bourse, Fonds et assurance-vie) ainsi que des services personnalisés.

Dotée d'un service client disponible sur des plages horaires particulièrement étendues (du lundi au vendredi de 8h à 21h et le samedi de 9h à 18h) et d'un service d'assistance en cas d'urgence 7/24, BforBank propose également une conciergerie pour les clients disposant d'une carte bancaire Visa Infinite.

Avec un site adaptable à tous les écrans, complété par une application mobile, BforBank propose une expérience remarquable et innovante pour piloter ses finances en toute sécurité : modifier ses plafonds cartes ou son niveau de découvert, paramétrer ses alertes en quelques clics, gérer son budget grâce à un outil très intuitif en toute autonomie, ...

Une banque pour prendre en main la gestion de ses finances en restant mobile, très mobile.

www.bforbank.com

Pour suivre toute notre actualité, rendez-vous sur nos pages [Twitter](#), [Facebook](#) et [LinkedIn](#).

Contact presse

Coralie Vogt | + 33 1 71 11 03 33 | coralie.vogt@bforbank.com | <http://presse.bforbank.com> | @BforBank_News

ⁱ Etude réalisée sur un échantillon de 1577 personnes représentatives de la population française âgée de 18 à moins de 65 ans en mai 2015 et à paraître.