

note de

VEILLE



juillet 2016

Diffusée aux membres et partenaires d'AEC et de Digital Aquitaine, cette Note de veille mensuelle sur les mondes numériques vous délivre un diptyque actualités territoriales – tendances globales à déguster très frais.

LES FINTECHS, UNE CHANCE POUR LE SECTEUR BANCAIRE

Depuis quelques mois la technologie blockchain défraye la chronique, le secteur bancaire n'échappant pas à cet engouement. Au-delà de cette **technologie révolutionnaire**, c'est l'entrée de nouveaux concurrents (appelés les fintechs) sur un **marché en voie de déréglementation** estimé à 12,5 milliards de dollars en 2015 qui risque fort de chambouler les équilibres. Pour autant, selon Alain Clot, Président de l'association France Fintech, « la véritable innovation ne provient pas de la technologie mais des usages. » Pour corroborer cette vision, une **enquête** de Panoramabanque.com réalisée fin 2015 montre que les Français utilisent de plus en plus les services bancaires numériques et délaissent les conseillers financiers particuliers. Cependant, loin de disrupter le secteur traditionnel (comme elles le revendiquaient il y a quelques mois) les fintechs permettent aux banques de se repenser, de repenser la relation à leurs clients et d'envisager plus sereinement l'affrontement prévu avec un adversaire de taille : les géants d'internet qui s'attaquent désormais à ce marché prospère.

1 — Les fintechs poussent les banques à se transformer

Par l'amélioration de la connaissance du client

Parmi les bouleversements occasionnés par l'entrée en scène des acteurs de la Fintech, l'utilisation des outils d'intelligence artificielle et du « Big Data » affine la connaissance des

clients et permet au conseiller financier de proposer des produits individualisés. Il était, en effet, jusque-là, impossible pour un agent de connaître la totalité de la gamme de produits à disposition et généralement ce dernier se concentrait sur 4 ou 5 produits phares. Les logiciels collectent les informations nécessaires sur le client (ses données financières mais également personnelles à disposition de la banque), dessinent son « profil » et pré-sélectionnent quelques produits soumis alors au conseiller financier lui faisant économiser du temps et lui permettant de gagner en efficacité commerciale. À titre d'exemple, **Yseop** travaille avec de grandes banques françaises (Banque Postale, BNP Paribas, CIC, LCL, Société Générale) tandis que le Crédit Mutuel a signé un partenariat avec IBM pour utiliser son système d'intelligence artificielle **Watson**.

Certaines fintechs se spécialisent sur le risque-client. **ZenWeShare**, **Neurodecision** ou **Heuritech** proposent des outils algorithmiques permettant aux conseillers d'évaluer le risque inhérent à chaque client. **Tellmeplus** fournit des solutions d'analyse prédictive des données. Par l'exploration des parcours clients sur l'interface des banques, elle est capable de détecter les individus susceptibles de quitter la banque.

En facilitant l'appréhension des principes juridiques et réglementaires

Autre domaine d'activités dans lequel les nouveaux acteurs se positionnent, le respect des dispositions législa-

tives et réglementaires ainsi que des normes internes et statutaires (compliance en anglais). Si des logiciels existent déjà depuis de nombreuses années, l'inflation des réglementations, associée à la masse d'informations désormais accessible, rend ces outils obsolètes. Apparaissent alors les **regtechs** qui sont des fintech spécialisées dans la fourniture de solutions de conformité facilitant le traitement en masse d'informations ou prenant directement en charge une partie des procédures de contrôles. La plateforme **Innovia**, de la société française Fortia, offre des solutions innovantes en la matière. Pour autant, ce marché reste balbutiant en France et les principaux acteurs sont situés sur les places de Londres (**AssetLogic**, **Behavox**) ou aux États-Unis (**Hexanika**, **Quarule**).

2 — Une couche servicielle au service du client

Nous l'avons déjà vu en mars dernier (cf. Le messaging : l'instantanéité au service de la relation client), les relations entre les entreprises et les clients deviennent instantanées, ubiquitaires et mobiles. La virtualisation des échanges entre professionnels et les clients touche dorénavant le milieu de la banque.

Les chatbots ou la virtualisation de la relation client

Parmi les nouvelles modalités d'échange, le recours au chatbot (agent conversationnel autonome ca-

pable d'interagir avec les humains à travers une conversation écrite) est de plus en plus prégnant. Deux types de services sont aujourd'hui disponibles. **Digibank** est une banque accessible uniquement sur mobile et animée par des chatbots dotés d'une intelligence artificielle. Celle-ci leur permet de comprendre des phrases complexes et de s'adapter aux changements de sujets de l'interlocuteur. **Penny, de son côté**, est un bot qui accompagne les individus dans la gestion de leurs dépenses quotidiennes. Véritable coach financier, ce bot garde un œil sur les mouvements d'argent sur un compte en banque, fait des synthèses des dépenses en fin de mois, compare les dépenses de l'utilisateur aux dépenses moyennes des autres utilisateurs sur un site donné, etc.

Les bots ne se placent pas comme une menace pour les conseillers financiers. Au contraire, l'objectif est d'automatiser la qualification des clients à partir de la discussion sur le chat puis d'orienter le client vers le commercial le plus adapté qui aura une efficacité commerciale maximale. **Luvo**, l'assistant virtuel en passe d'être lancé par la Royal Bank of Scotland, en est l'exemple parfait.

Les robo-advisors, les conseillers patrimoines du futur

Un robo-advisor (« robot-conseiller ») est un type de conseiller automatisé en gestion de patrimoine en ligne. Le robot prodigue des conseils sur les achats et ventes à réaliser, laissant au client le choix de réaliser ou non ces opérations. Les acteurs les plus influents sur ce secteur sont **Wealthfront**, **Betterment**, **Personal Capital** ou encore **Nutmeg**. En France, on trouve **Advize**, **Fundshop**, **Marie Quantier**, **Wesave** et **Yomoni**. Les trois premiers font de la gestion conseillée : l'épargnant pilote lui-même son portefeuille tout en bénéficiant de recommandations qu'il décide ou non d'exécuter. **Wesave** et **Yomoni**, eux, font de la gestion déléguée : la startup s'occupe d'ouvrir un ou des produits (contrats d'assurance-vie, PEA et des comptes-titres) chez son partenaire (Suravenir, filiale du Crédit Mutuel

Arkéa dans les deux cas) et assure au quotidien la gestion de son allocation.

L'arrivée sur le marché de cette nouvelle technologie permet d'abaisser le coût de la gestion de patrimoine et donc de démocratiser cette pratique auprès d'un public disposant de moins d'épargne, la principale cible de ces nouveaux acteurs de la Fintech.

3 — Des solutions pour faciliter la gestion de son argent au quotidien

Autre domaine dans lequel les innovations d'usages bancaires sont importantes : la gestion quotidienne de l'argent par les particuliers. De nombreuses fintechs se placent sur ce marché en plein essor. Deux grandes tendances émergent.

D'un côté, de nombreuses applications facilitent la gestion des budgets et des comptes en banque (ce qu'on appelle des agrégateurs de comptes) : **Bankin**», **Budgea** ou **MoneyDoc**. La MAIF, elle, lance **Nestor** pour concurrencer les banques et se placer dès aujourd'hui comme une néo-banque. La mutuelle s'est associée avec **Linxo** pour intégrer à **Nestor** sa solution d'agrégation de comptes bancaires. À terme, elle entend profiter de l'entrée en vigueur en janvier 2018 de la nouvelle directive européenne sur les services de paiement (DSP2) pour ajouter la solution à une nouvelle offre pouvant concurrencer les banques.

D'un autre côté, des startups ambitionnent de faciliter au maximum les échanges d'argent entre particuliers ou entre particuliers et commerces. **Pumpkin** est une application mobile de paiement entre particuliers, et a pour objectif de devenir une banque mobile pour les jeunes. **Sharepay** est une carte bleue qui permet de répartir les dépenses courantes sur deux comptes en banque distincts et se passer de compte commun. **Smile&Pay** propose des terminaux de paiement mobiles couplés à un smartphone ou une tablette (en concurrence avec **Monetico** et **Orange Paiement Pro**). Enfin, l'application **Lydia** souhaite rin-

gardiser les cartes bleues et même le cash pour faire passer toutes les transactions par un compte lié au téléphone portable. Elle compte aujourd'hui plus de 250.000 utilisateurs en France.

Alors les fintechs, une menace pour les banques traditionnelles ?

La véritable menace pour le secteur bancaire et financier viendra des grands acteurs du numérique et leurs portefeuilles électroniques (**Apple Pay**, **Android Pay**) ou leurs services de paiement en peer-to-peer (**Twitter Pay**), les télécoms (Orange par exemple qui a lancé **Orange Cash** ou **Orange Bank**) ou les géants de la grande distribution qui, par la création de filiales dédiées au paiement (**Carrefour Banque**, **Banque Edil**, **Banque Casino**), court-circuitent les relations classiques entre les clients et les banques.

Les banques traditionnelles peuvent dès lors déployer différentes stratégies : se tourner de plus en plus vers les fintechs pour prendre des parts à leur capital et intégrer leurs services à leurs solutions : **Crédit Mutuel Arkea vient d'entrer au capital de Yomoni** après avoir racheté **Leetchi** et **MangoPay** l'an dernier. Elles peuvent également créer des incubateurs de startups financières en interne. C'est la stratégie adoptée par Barclays à New York et à Londres et par le **Crédit Agricole** en France. Enfin, elles peuvent sous-traiter certaines de leurs activités à des startups de la finance ou faire évoluer leurs métiers en s'inspirant de leurs innovations, pour faire de ces startups de véritables relais de croissance. Le **Crédit Suisse** vient par exemple de lancer une nouvelle **banque privée digitale**.

Vous pouvez nous suggérer des thèmes que vous souhaiteriez voir traités dans une prochaine Note (ou Dossier) de Veille

Thèmes et rédaction // AEC
www.aecom.org
@agenceAEC
Contact : veille@aecom.org

Thèmes et diffusion // Digital Aquitaine
www.digital-aquitaine.com
@DigitAqui
Contact : communication@digital-aquitaine.com

*Cette Note de Veille est adressée aux seuls destinataires de ce message.
Toute publication, utilisation ou diffusion doit être autorisée préalablement par l'agence AEC et le pôle DIGITAL AQUITAINE.*