



Pulse of Fintech France

1^{er} semestre 2019



Juin 2019

kpmg.fr



Le premier semestre 2019 se démarque par **une accélération du marché des Fintech avec des acteurs français de plus en plus significatifs, et une ouverture vers l'international**. Cela s'est traduit dans les chiffres par des opérations plus importantes à la fois en volume et en ticket moyen qu'en 2018. En effet à la date de notre étude, **avec 39 opérations et 354 millions d'euros de fonds levés**, le financement de la Fintech atteint un nouveau record, réalisant à mi-année quasiment la performance de l'année pleine 2018.

La forte progression du ticket moyen au cours du premier semestre 2019, supérieur à 9 millions d'euros par opération, révèle une capacité à apporter des financements unitairement beaucoup plus importants que par le passé, avec **5 opérations supérieures à 30 millions d'euros chacune**. Parmi ces opérations, nous retrouvons Wynd avec 72 millions d'euros, Younited Credit avec 65 millions d'euros, Shift Technology avec 53 millions d'euros, Alan avec 40 millions d'euros et Lunchr avec 30 millions d'euros.

Les projets plus jeunes en amorçage ou en série A continuent également à attirer des financements, avec 26 opérations jusqu'à 3 millions d'euros.

Ces tendances traduisent une dynamique très positive du marché, à la fois dans l'accompagnement de projets matures et à l'écoute de projets plus jeunes. Plusieurs exits ont également eu lieu ce semestre dans le métier du financement avec Homunity reprise en début d'année par Credit.fr (lui-même acquis en 2017 par Tikehau Capital), et tout récemment Beyond Ratings par le London Stock Exchange.

Nous sommes enthousiastes de partager avec vous ces éléments d'analyse et restons à votre disposition dans le cadre de vos projets d'innovation et de transformation.



Fabrice Odent
Responsable
des activités Bancaires
KPMG France



Mikaël Ptachek
Responsable
de la Practice Fintech
KPMG France

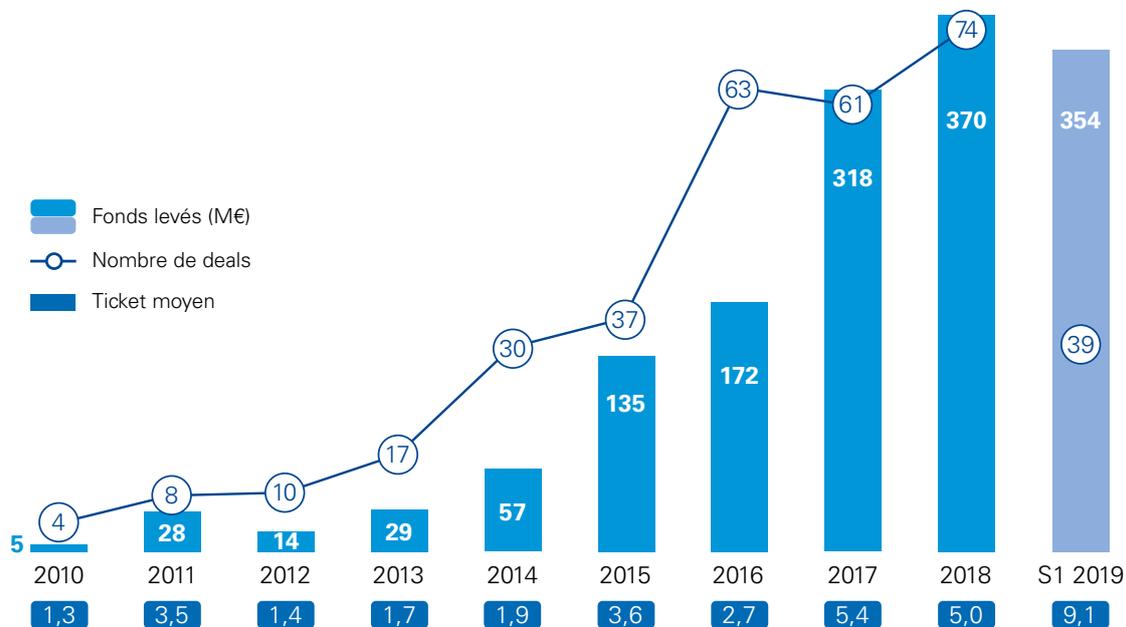
Sommaire

1. Les fonds levés par les Fintech en France	7
1.1 Les principaux indicateurs au 1 ^{er} semestre 2019 et rappel de l'évolution depuis 2010	8
1.2 Les principaux métiers de la Fintech en France	9
1.3 Panorama des levées de fonds en cumul par société et par métier Fintech	10
1.4 Répartition par métier des fonds levés et focus sur les principales opérations du 1 ^{er} semestre 2019.....	12
1.5 Objectifs des principales opérations du 1 ^{er} semestre 2019 par la vision des dirigeants.....	14
2. Les principaux investisseurs dans la Fintech en France.....	17
2.1 Panorama à date des principales prises de participation par les fonds PE/VC.....	18
2.2 Vision des investisseurs sur leurs principales prises de participation du 1 ^{er} semestre 2019	20
3. Les principales institutions financières françaises et la Fintech	23
3.1 Panorama à date des prises de participations par les institutions financières françaises	24
3.2 Vision des investisseurs corporate sur leurs principales prises de participation 1 ^{er} semestre 2019.....	26
4. Le point de vue des experts.....	29
4.1 Open Banking : Ou comment explorer de nouveaux horizons bancaires ?	30
4.2 Robo Advisor : Quelles opportunités pour les banques traditionnelles ?	32
4.3 Néobanques professionnelles : La deuxième vague des néobanques.....	34
4.4 Outsourcing : L'évolution des pratiques prudentielles face à l'externalisation.....	35
4.5 Fintech in Africa : Point de vue de 2 Fintech d'Afrique francophone.....	36
4.6 Fintech en régions : Retour d'expérience sur le premier Fintech Tour 2018-2019	40
4.7 Gamification : Peut-on jouer avec sa banque ?.....	41
5. Nos publications.....	42



1. LES FONDS LEVÉS PAR LES FINTECH EN FRANCE

1.1 Les principaux indicateurs au 1^{er} semestre 2019 et rappel de l'évolution depuis 2010



Source : KPMG Practice Fintech sur la base de données publiques

Depuis plusieurs années, KPMG France a recensé les projets et les levées de fonds réalisées par les acteurs utilisant les nouvelles technologies pour offrir des services financiers innovants, les Fintech. Ces analyses ont été réalisées sur la base des informations publiques communiquées par les sociétés concernées, et confirmées lorsque cela était possible par l'équipe managériale des différentes sociétés.

Nous avons noté plusieurs origines à l'avènement de ces nouveaux acteurs, parmi lesquelles :

- Une évolution des modes de consommation des services en général,
- Une défiance vis-à-vis des établissements financiers traditionnels notamment suite à la crise de la fin des années 2000,
- Des attentes des consommateurs de plus de simplicité dans les usages et de transparence dans la tarification des technologies arrivées à maturité permettant un accès direct aux consommateurs,
- Un abaissement des barrières à l'entrée rendu possible par différents assouplissements réglementaires, notamment pour les activités de paiement, de financement, de néobanque,
- Des ressources de financement plus importantes disponibles pour assurer un grand nombre de financements.

Ainsi à compter de l'année 2015, la Fintech a dépassé en France les 100 millions d'euros de fonds levés, pour approcher 200 millions d'euros en 2016, dépasser 300 millions d'euros en 2017, totaliser 370 millions d'euros en 2018 et déjà atteindre 340 millions d'euros au premier semestre 2019.

Depuis 2010 jusqu'au premier semestre 2019, la Fintech en France aura levé environ 1,5 milliard d'euros auprès de Business Angels, de fonds d'amorçage, de fonds d'investissements ou de Corporate (établissements bancaires et compagnies d'assurance).

Pour rappel, l'année 2017 aura vu en France la validation par le marché de la création de valeur pour cinq projets, suite à des rachats opérés par des Corporate. En effet, les rachats de Nickel par BNP Paribas, de Dalenys par BPCE, de KissKissBankBank par La Banque Postale, de Credit.fr par Tikehau Capital et de Pumpkin par Crédit Mutuel Arkéa auront marqué un premier tournant dans la consolidation de la Fintech en France.

Ces sorties auront également permis à des acteurs du financement de concrétiser une première série d'opérations, et d'utiliser leurs liquidités pour accompagner des projets plus jeunes. Ainsi, l'évolution du ticket moyen par opération progresse régulièrement chaque année, avec des disparités traduisant des investissements à la fois dans des projets plus matures et plus jeunes.

1.2 Les principaux métiers de la Fintech en France

Si comme précédemment abordé, la Fintech a puisé son histoire dans le lancement de projets innovants autour de différents métiers du secteur financier, autour de niches peu ou pas exploitées par les acteurs traditionnels, un certain nombre de métiers a pu être cartographié en regroupant les activités exercées par les + de 500 Fintech françaises à date, observées par notre practice.

Ces métiers peuvent être légèrement différents des métiers répertoriés dans nos études internationales le Fintech 100 ou Pulse of Fintech International, pour tenir compte des spécificités du marché français. Ces analyses sont possiblement amenées à évoluer en fonction des mutations à venir au sein de ce secteur, en mouvement constant.

1 SERVICES DE PAIEMENT

- Terminaux de paiement
- Paiement mobile
- Flux de paiement
- Transfert d'argent et devises
- Solution de cash-back

2 SERVICES DE FINANCEMENT

- Financement participatif et alternatif
- Crédit à la consommation en ligne
- Affacturage et autres financements en ligne
- Cagnottes en ligne

3 SERVICES BANCAIRES 2.0 & NÉOBANQUES

- Néobanques
- Agrégation de comptes
- Autres services bancaires

4 SERVICES D'INVESTISSEMENT

- Épargne en ligne
- Robo-advisors / Algorithmes
- Gestion de portefeuille en ligne
- Services Asset Management

5 ASSURTECH

- Assurances connectées
- Courtiers et comparateurs d'assurances
- Assurances collaboratives
- Services aux assurances et courtiers
- Cautions

6 REGTECH

- Risk Management
- KYC
- LegalTech
- Gestion des données / Cybersécurité

7 BLOCKCHAIN ET CRYPTO-ACTIFS

- Solutions Blockchain à destination du secteur financier
- Crypto-actifs

8 MIDDLE ET BACK-OFFICE

- Aide à la décision / stratégie
- Automatisation (comptabilité, trésorerie)
- Autres services de middle et back-office aux institutions financières

9 SERVICES AUX ACTEURS FINANCIERS

- Relation client
- Intelligence artificielle
- Moteurs de recherches / logiciels
- Autres services aux acteurs financiers et aux fintech

1.3 Panorama des levées de fonds en cumul par société et par métier Fintech

En millions d'€



Source : Représentation des levées de fonds supérieures à 500 000 euros, par KPMG Practice Fintech France sur la base de données publiques

PIKCIO



Regtech



STRĀTUMN



Blockchain et Crypto-actifs



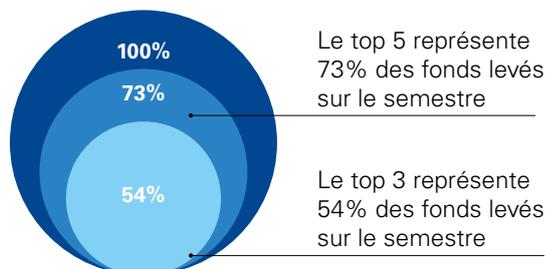
Middle Office et Back Office



Services aux acteurs financiers

1.4 Répartition par métier des fonds levés et focus sur les principales opérations du 1^{er} semestre 2019

Concentration des levées de fonds par société du 1^{er} semestre 2019



Les sociétés suivantes en termes de fonds levés sont :

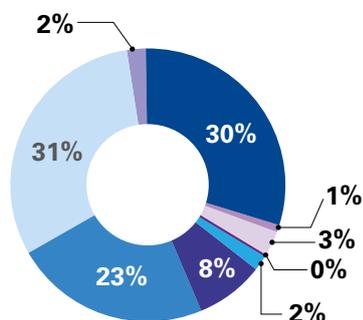
Wynd (72M€), **Younited Credit** (65M€), **Shift Technology** (53M€), **Alan** (40M€), **Lunchr** (30M€), **BANKIN'** (20M€), **Georges** (10M€), **Pretto** (8M€), **Mooncard** (5M€) et **SESAMm** (4,4M€).

Le Top 10 représente **plus de 87%** des fonds levés.

Source : KPMG Practice Fintech sur la base de données publiques

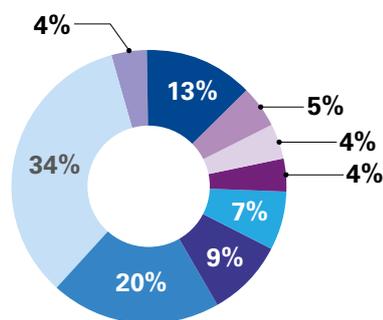
Répartition des fonds levés par métier Fintech

Pour le 1^{er} semestre 2019



- AssurTech
- Blockchain
- Middle Office & Back Office
- RegTech
- Services aux secteurs financiers

En cumul à date



- Services Bancaires 2.0 & NeoBanques
- Services de financement
- Services de paiement
- Services d'investissement

À l'instar de ce qui est observé au plan international, les métiers historiques de la Fintech qui ont levé la majeure partie des fonds au cours de ces 9 dernières années sont **les métiers du paiement et du financement**.

Le secteur de l'Assurtech passe à présent devant le secteur des néobanques avec l'accélération d'acteurs tels que Shift Technology et Alan.

72 M€
wynd

Métier : Services de paiement

Wynd est une plateforme en SaaS qui permet aux commerçants de mettre en place des parcours clients innovants. Grâce aux différents modules et fonctionnalités, ils sont en mesure de rapidement déployer des expériences différenciantes tout en réduisant leurs coûts de développement et maintenance.

A
B
C
D
E
F
G

65 M€
younited credit.

Métier : Services de financement

Younited Credit est une plateforme de prêts à la consommation présente en France, Allemagne, Italie, Espagne et Portugal, ayant pour vocation d'offrir la meilleure expérience client aux emprunteurs et donnant accès à une nouvelle classe d'actifs aux investisseurs sur la plateforme.

A
B
C
D
E
F
G

53 M€
Shift Technology

Métier : Assurtech

Shift Technology est le seul fournisseur de solutions de détection de fraudes et d'automatisation des revendications fondée sur l'IA, conçues spécifiquement pour les assureurs. Déjà connu sur l'échelle internationale, Shift Technology a décidé d'accélérer sa croissance à Boston et Tokyo.

A
B
C
D
E
F
G

40 M€
alan

Métier : Assurtech

Alan est une société d'assurance entièrement dématérialisée. Sa plateforme propose une simplification complète des usages en matière de couverture santé : rapidité d'inscription, pas de sélection, transparence, expérience utilisateur unique.

A
B
C
D
E
F
G

30 M€
lunchr

Métier : Services de Paiement

Grâce à son partenariat avec MasterCard®, Lunchr propose une carte titres-restaurant permettant profiter du meilleur réseau d'acceptation. Cette carte est associée à une application type « néo-banque » offrant la possibilité de gérer son solde, sa carte et ses notifications de paiement.

A
B
C
D
E
F
G

20 M€
Bankin'

Métier : Services bancaires

Bankin' est un coach financier personnel qui offre une nouvelle expérience bancaire à travers une application mobile gratuite et sécurisée. Elle aide à prendre toutes les décisions concernant son argent au quotidien et accompagne les utilisateurs.

A
B
C
D
E
F
G

10 M€
georges

Métier : Middle Office et Back Office

Georges est une solution basée sur l'intelligence artificielle et conçue pour les professions libérales. Elle permet de gérer simplement la comptabilité et d'automatiser les déclarations fiscales sans recourir à un expert-comptable.

A
B
C
D
E
F
G

8 M€
Pretto

Métier : Services de financement

Pretto est une plateforme qui permet de simuler son prêt immobilier et d'accéder à un taux personnalisé. Les meilleurs taux du marché y sont disponibles pour chaque utilisateur. Elle offre également un accompagnement par un expert jusqu'à la signature finale auprès des banques.

A
B
C
D
E
F
G

5 M€
mooncard

Métier : Services de paiement

Mooncard, Fintech leader dans son domaine, propose aux entreprises une solution de paiement de nouvelle génération : des cartes de paiement sécurisées et pilotées en temps réel qui automatisent la gestion des notes de frais et des dépenses professionnelles.

A
B
C
D
E
F
G

4,4 M€
SESAMm

Métier : Services d'investissement

SESAMm est spécialisé dans la création d'analytics innovants pour le monde de la gestion d'actifs. La fintech a développé des outils d'analyse automatique de textes pour extraire des informations pertinentes et traite ces données à l'aide d'algorithmes de Machine Learning.

A
B
C
D
E
F
G

1.5 Objectifs des principales opérations du 1^{er} semestre 2019 par la vision des dirigeants

72 M€

wynd



Ismaël Ould
Fondateur et PDG

Je suis allé observer les géants de la tech en Chine et ce qu'ils développent. Je suis persuadé que la bataille dans le 'retail' va se jouer sur la performance et non sur le prix. Avec l'intelligence artificielle, le saut sera comparable à celui du trading haute fréquence dans la finance.

A	Orange Digital Ventures, Alven Capital
B	
C	Orange Digital Venture, Sodexo Venture
D	
E	Natixis, Sofina, BNF Capital et Sodexo
F	
G	

65 M€

younited credit.



Charles Egly
Co-fondateur et PDG

Cette nouvelle levée de fonds nous permettra d'accélérer notre déploiement en Europe, continuer à développer notre offre B2B de « Credit as a service » et investir dans la technologie, l'exploitation et le traitement des données, l'algorithmique et l'expérience utilisateur.

A	AG2R, La Mondiale, BpiFrance
B	Crédit Mutuel, Eurazeo, Kima Venture, Schibsted
C	
D	Growth, Weber Investissements
E	
F	
G	

53 M€

Shift Technology



Jeremy Jawish
Co-fondateur et PDG

Cette levée de fonds va nous permettre d'accélérer notre déploiement. Aujourd'hui, nous sommes plus de 200 collaborateurs et nous prévoyons d'embaucher 150 personnes au cours de l'année 2019.

A	Accel Partners, Elaia Partners, Iris Capital
B	
C	Accel Partners, Elaia Partners, General Catalyst, Iris Capital
D	
E	Bessemer Venture Partners, Accel Partners, General Catalyst, Iris Capital.
F	
G	

40 M€

alan



Jean-Charles Samuelian
Co-fondateur et PDG

Chez Alan, nous souhaitons réinventer un système de santé plus adapté aux modes de vie actuels. Nous vivons désormais plus rapidement, plus longtemps, et souhaitons bénéficier d'expériences exceptionnelles dans tous les domaines. La vision d'Alan est de fluidifier le système de santé pour nos utilisateurs, en offrant une souscription à une meilleure façon de vivre.

A	CNP Assurances, Index Ventures, p3VC, Partech, Xavier Niel
B	
C	
D	Index Ventures DST Global
E	
F	
G	

30 M€

lunchr



Loïc Soubeyrand
Fondateur et PDG

En un an seulement, nous avons levé 41 millions d'euros auprès d'investisseurs prestigieux. 2018 fut l'année du démarrage, 2019 est placée sous le signe du décollage, tout en préservant nos belles valeurs. Notre ambition est de devenir le service leader de la pause déjeuner en Europe.

A	Daphni, ID Invest
B	
C	Index Ventures
D	
E	
F	
G	

20 M€

Bankin'



Joan Burkovic
Co-fondateur et PDG

Cette levée de fonds nous donne les moyens de soutenir notre ambition qui est d'être le géant européen de la gestion d'argent, indépendant des banques.

A	Omnes Capital, CommerzVentures, Generation NewTech, Business Angels
B	
C	
D	
E	
F	
G	

8 M€

Pretto



Pierre Chapon
Co-fondateur et PDG

Nous avons pour mission de valoriser les meilleures offres et services des banques, en les aidant à répondre à l'évolution des attentes des emprunteurs. Nous travaillons pour le long terme afin de devenir la référence du financement immobilier.

A	Alven, Blackfin, Pierre Kosciusko-Morizet
B	
C	
D	
E	
F	
G	

5 M€

mooncard



Tristan Leteurre
Co-fondateur et PDG

Seule solution du marché intégrant le paiement paramétrable en temps réel, le logiciel SAAS de suivi et la production des écritures comptables correspondantes, Mooncard a pour ambition de tuer les notes de frais, et la charge mentale en découlant. En plus d'un perfectionnement continu de notre solution, l'un des enjeux des prochains mois sera le paiement « invisible » qui permettra une expérience d'achat fluidifiée à l'extrême.

A	Aglæ Ventures, Raise Ventures, Business angels
B	
C	
D	
E	
F	
G	

4,4 M€

SESAMm



Sylvain Forté
Co-fondateur et PDG

Avec ce tour de table, SESAMm a désormais la capacité d'aller encore plus loin : nous allons pouvoir renforcer nos équipes, perfectionner nos technologies et surtout accélérer notre développement commercial. L'ouverture de bureaux au Japon et au Royaume-Uni, des marchés à fort potentiel, est notre prochain objectif.

A	Caisse d'Epargne Grand Est Europe Bourgogne Angels Fonds Venture numérique Lorrain, Pôle Capital
B	
C	
D	Caisse d'Epargne Grand Est Europe, A-Venture, Angelsquare Fintech, Havenrock Business angels
E	
F	
G	

3,2 M€

wilov



Pierre Stanislas
Co-fondateur et PDG

Grâce à un produit inédit adapté aux nouveaux usages de la mobilité et une approche marketing mobile-first, Wilov connaît une viralité croissante : plus de 50% des wilovers proviennent du bouche à oreille.

A	Allianz France, Arkéa
B	
C	
D	
E	
F	
G	

3,1 M€

P



Benoit Grassin
Co-fondateur Pixpay

Notre parti-pris est de considérer les adolescents comme des clients à part entière et de penser un service vraiment fait pour eux.

Seed

Global Founders Capital, Business Angels
--

2 M€

DC



Tanguy Touffut
Co-fondateur et PDG
Descartes Underwriting

Cette levée nous permettra d'acquérir plus de données notamment auprès de spécialistes de l'imagerie satellitaire et de l'Internet des Objets. Elle financera également notre recherche en matière d'apprentissage automatique (« machine learning ») et d'intelligence artificielle avec le recrutement d'ingénieurs, de docteurs et de spécialistes de la reconnaissance d'images.

Seed

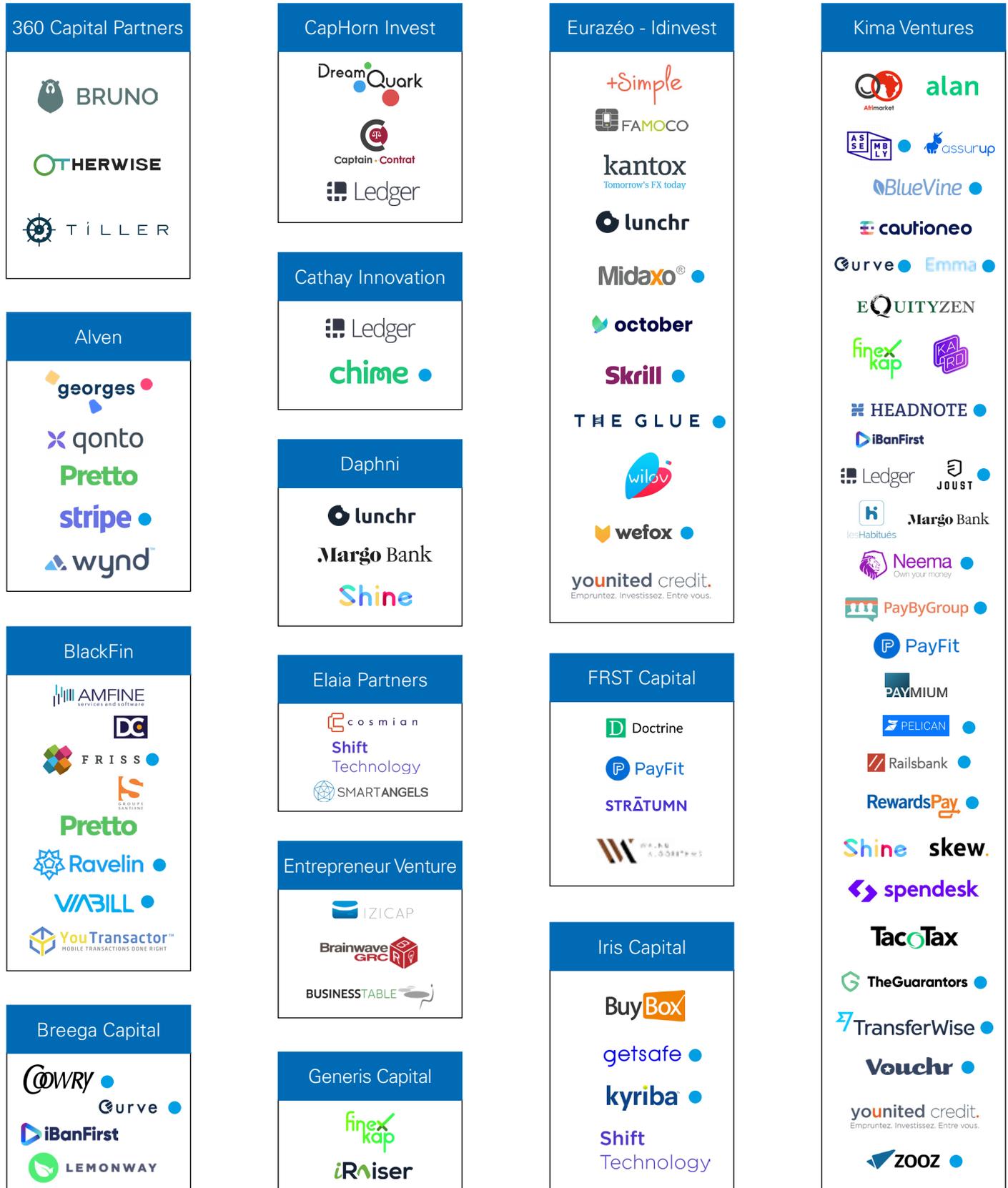
BlackFin



2. LES PRINCIPAUX INVESTISSEURS DANS LA FINTECH EN FRANCE



2.1 Panorama à date des principales prises de participation par les fonds PE/VC



* Cette présentation a été réalisée sur la base de données publiques disponibles à date, émanant notamment des principaux acteurs de l'investissement. Pour toute information ou mise à jour souhaitée, merci de nous écrire à fintech@kpmg.fr

Leap Ventures

Newfund

Beyond Ratings
Energy & Climate Risks Matter

Partech Ventures

Raise Ventures

Truffle Capital

M Capital Partners

Odyssee Venture

getsafe

Seventure Partners

Ventech

New Alpha AM

Omnes Capital

MONAX

IZICAP

XAnge

2.2 Vision des investisseurs sur leurs principales prises de participation du 1^{er} semestre 2019

A B C D E F G		 <p>Charles Birnbaum Associé, Bessemer Venture Partners</p> <p><i>L'équipe de Shift a déjà rencontré beaucoup de succès auprès des assureurs du monde entier et nous sommes ravis de soutenir leur prochaine phase de croissance car ils aident leurs clients à faire face à la transformation numérique qui bat actuellement son plein dans ce secteur.</i></p>	A B C D E F G		 <p>Tom Stafford Managing Partner, DST Global</p> <p><i>Nous sommes enthousiastes à l'idée de poursuivre notre partenariat avec Jean-Charles, Charles et toute l'équipe d'Alan qui repense l'assurance santé et la santé plus globalement. Grâce à Alan, les entreprises s'inscrivent facilement en quelques clics entièrement en ligne et, sont ainsi à même de proposer l'état de l'art de la santé à leurs employés à un prix compétitifs.</i></p>
A B C D E F G		 <p>Jan Hammer Associé Directeur, Index Ventures</p> <p><i>Alan transforme la santé telle que nous la connaissons. Alan construit d'abord une assurance santé centrée sur ses assurés en leur portant un soin inégalé et en fournissant des services simples, accessibles et entièrement digitaux aux entreprises. Nous sommes enthousiastes à l'idée de poursuivre notre collaboration avec Jean-Charles et son équipe, et de contribuer à améliorer drastiquement la santé en France et au-delà.</i></p>	A B C D E F G		 <p>Charles Letourneur Managing Partner, Alven</p> <p><i>Pretto fait souffler un vent nouveau sur ce monde du crédit immobilier en digitalisant toutes ses procédures, privilégiant la réactivité, la transparence et l'efficacité. C'est rare de voir à la fois une telle croissance et l'atteinte de la profitabilité aussi rapidement pour une startup.</i></p>
A B C D E F G		 <p>Dominique Vidal Associé Directeur, Index Ventures</p> <p><i>Cette levée servira aussi à s'étendre à l'international dès 2019 en Europe et dès 2020 sur d'autres continents. Elle permet également de renforcer les innovations pour faire de Lunchr l'acteur de référence du titre-restaurant nouvelle génération.</i></p>			

A
B
C
D
E
F
G



Julien Creuzé
Managing Director,
Blackfin Capital Partners

Nous pensons que **Pretto** est en train de révolutionner le marché du crédit immobilier grâce à sa double approche de business modèle innovant et la qualité inégalée de son expérience Client.

A
B
C
D
E
F
G



François Collet
Associé,
Raise Ventures

Nous sommes très heureux de pouvoir accompagner les équipes de **Mooncard** dans leurs ambitieux projets de développement. Leur positionnement unique sur un marché peu disrupté laisse entrevoir des perspectives de développement exceptionnelles. En parallèle de notre levée de fonds et après les récentes opérations de la fin d'année, cette nouvelle opération vient diversifier et renforcer notre portefeuille.

A
B
C
D
E
F
G



Joud Tchalabi
Associé,
Havenrock

Nous savons que **SESAMm** a tous les ingrédients pour un futur plein de succès : une stratégie claire, une équipe talentueuse, des technologies de pointe et des idées innovantes qui la distinguent sur son marché.

A
B
C
D
E
F
G



Bernard-Louis Roques
Co-fondateur et PDG,
Truffle Capital

L'offre de **RollingFunds**, unique en France et innovante, est emmenée par une équipe combinant une forte expérience métier avec des compétences scientifiques pointues. Automatiser l'octroi de crédits court-terme grâce à l'IA permet à la fois de rentabiliser une activité qui génère de faibles marges lorsqu'elle est gérée avec de multiples interventions humaines et de proposer de nouvelles sources de financement pour les chefs d'entreprises.

Seed



Hugues de Braucourt
Associé,
Global Founders Capital

Il est évident qu'une révolution arrive sur ce segment et que le potentiel de marché est colossal. L'enjeu, c'est l'exécution : construire rapidement un produit exceptionnel et une marque forte. Et, clairement, l'équipe **Pixpay** nous a impressionné par sa capacité à bouleverser ce marché grâce à une vision claire et ambitieuse et à son track-record entrepreneurial.

Seed



Julien Creuzé
Managing Director,
Blackfin Capital Partners

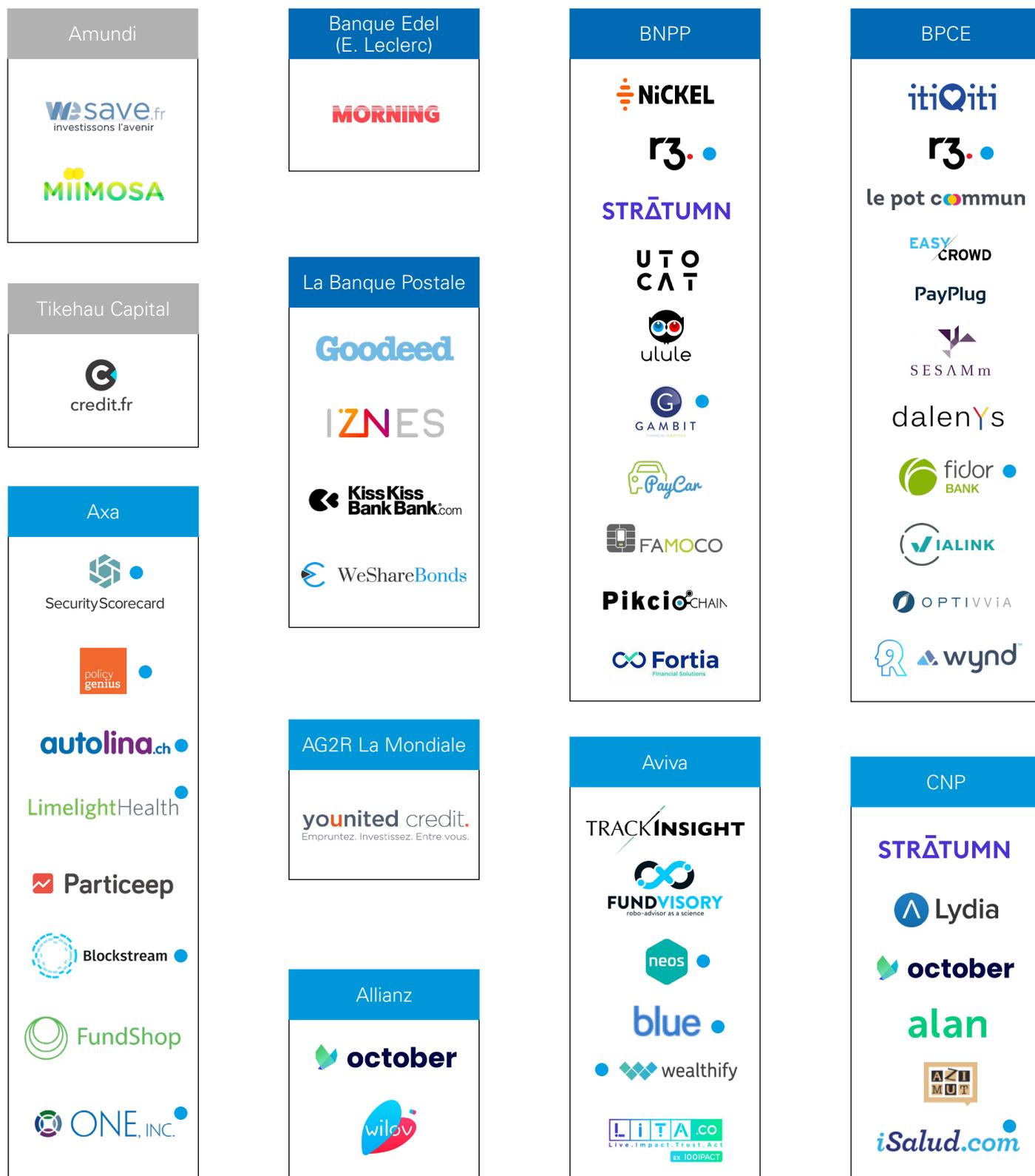
Descartes Underwriting entraîne l'assurance vers un nouveau paradigme, celui du paramétrique, avec des règles d'indemnisation claires et automatiques, en particulier pour les dommages liés à des événements météo. Nous sommes très heureux de soutenir l'équipe, menée par Tanguy Touffut, dans la réalisation de sa vision : améliorer la relation de confiance entre assureur et assuré, et réduire le temps et les incertitudes dans l'indemnisation des sinistres.



3. LES PRINCIPALES INSTITUTIONS FINANCIÈRES FRANÇAISES ET LA FINTECH



3.1 Panorama à date* des prises de participations** par les institutions financières françaises



● Fintech étrangères

* Cette présentation a été réalisée sur la base de données publiques disponibles à date, émanant notamment des principaux acteurs de l'investissement. Toute information ou mise à jour souhaitée peut être faite sur simple demande en nous écrivant à fintech@kpmg.fr
 ** Prises de participations minoritaires ou majoritaires

Crédit Agricole



Banque Wormser



Covéa
(MAAF/MMA/GMF)



MACIF



Crédit Mutuel/Arkéa



MAIF



Société Générale



Matmut



SwissLife



Orange



3.2 Vision des investisseurs corporate sur leurs principales prises de participation* 1^{er} semestre 2019



Pierre-Antoine Vacheron
Directeur Général
Natixis Payments

Nous sommes très heureux de nous associer à **Wynd** pour apporter ensemble aux marchands une solution omnicanale concrète et déterminante pour développer leurs ventes et fidéliser leur clientèle à long terme. Elle pourra être combinée avec les solutions de paiement online et omnicanales opérées par les équipes de Natixis Payments et notamment de notre Fintech. Cette solution sera également disponible pour les réseaux de franchise grâce à nos solutions d'encaissement pour compte de tiers.



Marc Rennard
Président
Orange Digital Ventures

Orange Digital Ventures a été très impressionnée par l'équipe, la vision et le succès de **Raisin**. Nous sommes très enthousiastes à l'idée de prendre part au projet de **Raisin**, qui nourrit l'ambition de devenir la première marketplace financière mondiale pour les produits d'épargne et d'investissement. ODV apportera tout son support à **Raisin** afin de pénétrer de nouveaux marchés et développer ses produits.



Julien Martinez
Directeur de la Stratégie,
de l'Innovation et des Fusions
& Acquisitions
Allianz France

Cet investissement du fonds InnovAllianz s'inscrit dans une stratégie d'innovation ouverte lui permettant de bénéficier de l'exceptionnelle richesse créative dont fait preuve l'environnement entrepreneurial français. La compréhension des évolutions et des usages qui découlent des nouveaux modèles économiques et des évolutions technologiques est un axe déterminant pour Allianz France afin de construire l'assurance de demain.

* Prises de participations minoritaires ou majoritaires



4. LE POINT DE VUE DES EXPERTS



4.1 Open Banking : Ou comment explorer de nouveaux horizons bancaires ?



Stéphane Dehaies

Associé KPMG

Responsable Strategy & Business
Transformation – Banque

A la veille d'une application concrète de la DSP2 en France, KPMG analyse et décrypte depuis plusieurs années les tendances et les conséquences du déploiement d'écosystème d'Open Banking. Stéphane Dehaies revient sur les mutations du secteur sous l'impulsion de l'ouverture de services et données bancaires.

Un contexte économique et réglementaire favorable à l'émergence de l'Open Banking en France

Les entreprises qui fonctionnent en silo ont des difficultés à survivre face à leurs challengers qui combinent agilement les points forts des meilleurs acteurs du marché.

La banque a longtemps été épargnée par cette mouvance. Or, de nouveaux usages facilitant le quotidien ont eu raison de la réticence d'une partie de la clientèle.

Dans les années 2010, l'ensemble des banques de détail a dû faire face à l'émergence des agrégateurs de compte tels que Budget Insight. En parallèle, des établissements financiers ont lancé les premiers écosystèmes ouverts grâce à un portail d'API bancaires afin de faciliter la collaboration avec les start-up et les entreprises du digital. Dans le même temps, plusieurs Fintech ont lancé leurs offres en s'appuyant sur une stratégie Open Banking.

La Directive des Services de Paiement 2 (DSP2) qui s'appliquera très concrètement dans les mois qui arrivent, permettra de rendre accessible, en toute sécurité et gratuitement, les données des comptes de paiement des clients des banques aux acteurs tiers souhaitant offrir des services innovants.

Chaque établissement mène des travaux de mise à disposition d'API bancaires. Cette contrainte réglementaire est également l'occasion de se reposer la question de l'évaluation des opportunités business qu'offre cet écosystème de plus en plus ouvert.

Les usages client au cœur des stratégies d'Open Banking

Demain, la valeur ne sera plus captée par les infrastructures de la banque mais par les usages clients. La banque n'est plus LE cas d'usage, elle fait partie DES cas d'usage. Pour se rendre indispensable et attirer l'attention de clients de plus en plus sollicités, il est nécessaire de proposer une expérience client différenciante au moyen de partenariats avec des tiers partageant la même l'obsession du client et de l'innovation.

Qu'ils prennent la forme d'enrichissement de l'offre bancaire ou bien l'intégration des services financiers au sein de parcours clients de tiers, ces nouveaux services posent la question du partage des coûts et des revenus avec les tiers, de la visibilité des marques respectives et de la propriété des clients et de leurs données.

L'Open Banking n'est donc pas un projet technique d'API mais une stratégie d'entreprise s'appuyant sur des opportunités technologiques.

L'Open Banking bouscule les habitudes et les idées reçues des établissements bancaires

L'Open Banking ré-équilibre également le rapport de force entre les grands groupes et les fintechs. Les grands groupes bancaires ont des ressources importantes et une large base de clients mais manquent d'agilité. A contrario, de plus petits acteurs financiers innovants et spécialisés tels que les fintechs ont la capacité d'imaginer des cas d'usage provoquant un effet « Waouh ! » qui feront le succès des produits bancaires de demain. La défiance du début a laissé place à une collaboration fructueuse où chacun y trouve son intérêt.

Les écosystèmes d'Open Banking permettent aux banques et à leurs partenaires de mettre sur le marché de nouveaux services sous la forme de MVP afin de capitaliser très vite sur les succès et les échecs et s'inscrire dans une logique d'amélioration continue. Une stratégie d'Open Banking permet aux banques de sortir des approches « Bing Bang » et de répondre aux contraintes de Time-To-Market.

Savoir comment tirer parti de l'Open Banking

Notre expérience avec les banques et les Fintech suggère qu'il est nécessaire de se concentrer sur six chantiers clés :

1. Comprendre le sens actuel de la marche

Évaluer les trajectoires des régulateurs et des concurrents en matière d'Open Banking afin de tirer parti des expériences et des nouvelles capacités en cours de développement dans le domaine.

2. Éduquer et mobiliser les clients

Élever le débat au-delà des aspects techniques pour parler aux clients de leurs données pour bénéficier à moindre coût de meilleurs services bancaires et extra bancaires.

3. Donner la priorité à l'Open Data.

Concentrer les investissements sur des architectures ouvertes adaptées à l'échelle de l'entreprise et de l'écosystème afin d'encourager la collaboration avec des tiers.

4. Améliorer les capacités techniques et opérationnelles.

Améliorer les capacités existantes - en particulier autour des API et de l'analytics - pour tirer parti de nouvelles opportunités au fur et à mesure qu'elles se présentent.

5. Intégrer la sécurité des données dans la conception

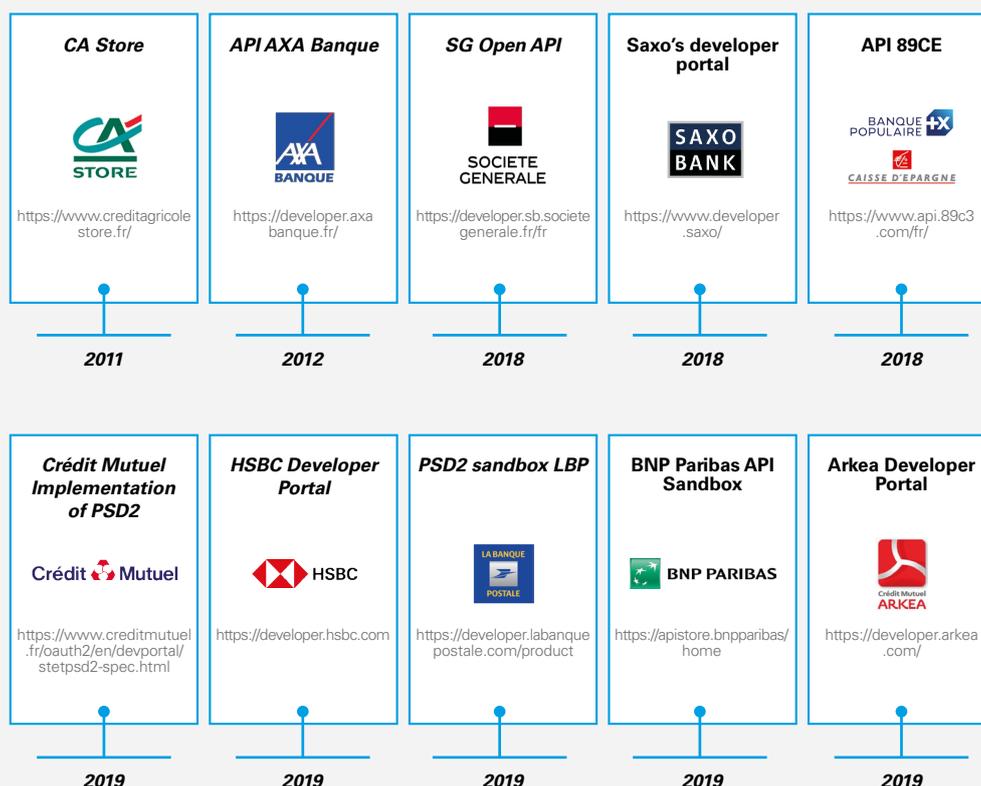
Sécuriser les données des clients pour que les consommateurs se sentent suffisamment en confiance pour partager leurs données en toute sécurité avec vous et vos partenaires.

6. Élaborez votre stratégie et vos capacités de partenariats

Identifier les partenariats stratégiques avec des tiers qui pourront aider à créer et rendre opérationnels de nouveaux produits, services et expériences client.

Si il y a eu certes beaucoup de battage médiatique autour de l'Open Banking, nous croyons qu'au cours des années à venir, c'est tout l'écosystème bancaire qui évoluera vers une concurrence accrue et une reconfiguration des rapports de force. La question n'est pas de savoir si l'Open Banking vous impactera mais de savoir si vous êtes prêt à en tirer parti plutôt que d'en subir les contraintes.

Panorama chronologique des portails d'API proposées par des organismes bancaires en France



4.2 Robo Advisor : Quelles opportunités pour les banques traditionnelles ?



Nicolat Clot
Associé KPMG
Responsable Advisory Asset Management

En 2008 les premières Fintech de Robo Advisors s'imposent sur le marché américain. Il s'agit de plateformes digitales de gestion automatisée des investissements : un conseiller automatique qui, grâce à des algorithmes sophistiqués, construit et gère le portefeuille du client. Ils s'adressent directement aux investisseurs (modèle B2C) retail et mass affluent, qui n'étaient pas desservis par un conseiller ou qui, à cause de la crise financière, ont perdu confiance dans les établissements traditionnels. Grâce à un coût réduit et une expérience client digitale captivante et adaptée aux nouvelles générations, les Robo Advisors attirent de plus en plus de clients.

La stratégie d'investissement combine les données du marché (secteur, performances passées, volatilité, rendement) avec les informations spécifiques du client :

- profil de risque ;
- patrimoine ;
- capacité d'épargne ;
- horizon et objectifs d'investissement ;
- préférences personnelles.

Grâce à des portefeuilles modèles, le Robo Advisor détermine la meilleure allocation d'actifs qui sera proposée au client pour arbitrage (gestion conseillée) ou automatiquement appliquée (gestion déléguée). L'objectif est l'optimisation entre performance et risque en fonction de l'évolution du marché et du profil de risque du client.

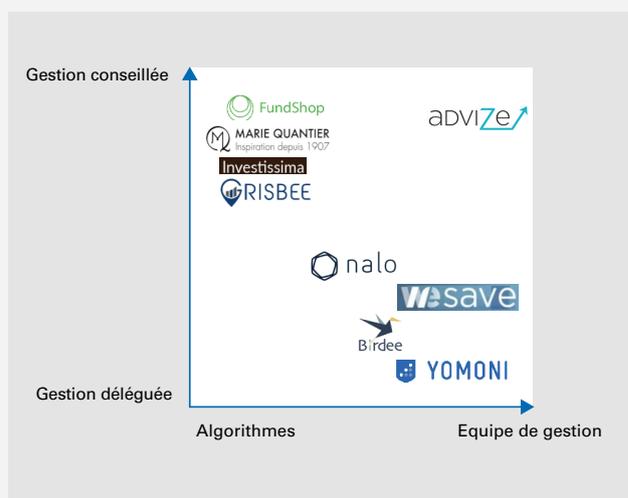
France : un marché en forte croissance

En France les premiers Robot Advisors sont arrivés plus récemment (1er Advize en 2012) et aujourd'hui le marché est composé d'une dizaine d'acteurs : entre autres Yomoni, WeSave, Birdee et Nalo pour la gestion déléguée, FundShop, Grisbee, Marie Quantier, Primonial pour la gestion conseillée.

Le marché est en forte croissance, comme en témoigne la croissance de Yomoni qui après seulement 3 ans d'existence, a dépassé 100 M€ d'actifs sous gestion, contre 35 M€ en 2017.

Concernant la gestion conseillée, Advize a collecté 1 milliard d'euros d'actif avec une base de 100 000 clients.

Le degré d'automatisation de l'allocation d'actifs est plus ou moins poussé, selon la taille des équipes de gestion.



Selon une étude publiée en 2018 par Gambit (Fintech belge spécialisée dans les Robo Advisors, acquise par BNP Paribas, qui a créé la solution Birdee), 57% des français interrogés disposant de placements seraient prêts à recevoir des conseils de Robo Advisors et même 45% des investisseurs à être accompagnés par un conseiller professionnel. **75% des personnes interrogées considèrent les Robo Advisors comme complémentaires aux conseils professionnels.**

Une solution capable de répondre aux nouveaux besoins des clients : 100% digital et conseil personnalisé

- Inscription 100% en ligne, accompagnée par un service client ou chatbot
- Profilage du client en ligne, adapté à la situation personnelle du client et axé sur les projets d'épargne du client
- Conseil affiné grâce aux critères de préférences et au profil de risque du client; recommandation d'arbitrage délivrée par email, proposition d'allocation validée avec signature électronique
- Suivi disponible 24/7, transparence sur les frais et interfaces de consultation user friendly.

Le Robo Advisor au service des banques traditionnelles

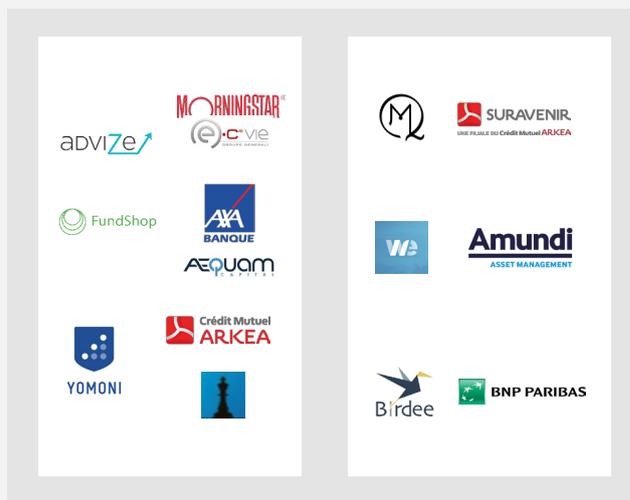
Le Robo Advisor constitue une solution intéressante aussi en B2B2C, où le Robo Advisor est partenaire ou fournisseur des réseaux de CGP ou des banques traditionnelles. Dans ce cas, les banques peuvent bénéficier d'algorithmes évolués pour les mettre au service des conseillers :

- automatiser certaines étapes du processus de conseil (questionnaires client, association à un portefeuille modèle, contrôle de conformité) ;
- suggérer des actions à revoir et à adapter (rééquilibrage du portefeuille, collecte des besoins du client) ;
- faciliter la gestion opérationnelle de la vie quotidienne (alertes et notifications pour la gestion des échéances fiscales ou administratives) ;
- rendre plus efficace l'accès aux informations du client (agrégation des données et actions urgentes à gérer).

Valeur ajoutée du Robo Advisor pour la banque



Exemples de partenariats existants entre Robo Advisors et acteurs traditionnels en France :



Loin d'être une menace, les Robo advisors constituent une véritable opportunité pour les acteurs traditionnels afin d'accélérer leur transformation digitale et de s'adapter à l'évolution des besoins des clients.

Les Robo Advisors représentent donc une solution qui peut faciliter l'exigence d'innovation sans dénaturer l'essence relationnelle de la banque privée. La banque privée peut mettre en valeur son rôle d'interlocuteur privilégié auprès d'une clientèle aux besoins complexes et pour laquelle seule la relation de confiance peut légitimer le coût d'un service vraiment personnalisé.

KPMG peut accompagner les acteurs du marché à identifier les meilleures opportunités de partenariat :

- Réalisation d'études pré-implantation et benchmarks sectoriels
- Conception de l'offre et définition du business model
- Analyse du modèle d'efficacité opérationnelle
- Définition d'une meilleure expérience client
- Plan de transformation



Valentina Benigni

Senior Manager KPMG

FS Business Transformation – Banque

4.3 Néobanques professionnelles : La 2^{ème} vague des Néobanques



Emmanuel Papadacci-Stephanopoli
Spécialiste Marketing Bancaire KPMG
FS Business Transformation – Banque

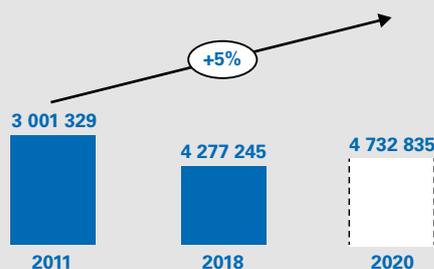
KPMG a mené en 2019 une étude « Voice of Business » de la filière professionnelle en réalisant une série d'entretiens auprès de Directeurs d'Agence et de Conseillers Professionnels. Emmanuel Papadacci-Stephanopoli revient sur les enseignements clefs de l'étude.

Le marché des professionnels en croissance et en pleine mutation

Le marché des professionnels est i. hétérogène (plus de 700 codes NAF, de multiples formes juridiques), ii. en forte croissance en nombre de clients (taux de croissance annuel moyen de 5% depuis 2011) et iii. en pleine mutation comme le montre par exemple le développement de nouveaux modèles de travail / écosystèmes professionnels ouverts comme les free-lances portés par l'arrivée progressive des Millenials sur le marché du travail, à la recherche de sens dans leurs activités professionnelles.

Le marché professionnel suit une tendance positive

Le nombre d'entreprises de moins de 10 salariés avec un chiffre d'affaires allant jusqu'à 2 millions d'€ a un taux de croissance annuel moyen de 5%



Source : Insee, Tableau de l'Economie française 2018

L'incroyable diversité des professionnels et de leurs besoins permet aux néobanques de pénétrer le marché

La variété des besoins des professionnels rend cette clientèle difficile à appréhender par les banques traditionnelles. L'émergence d'une offre néobanque professionnelle est donc une réponse du marché aux besoins des clients professionnels qui ne sont pas totalement adressés par les acteurs historiques. Ainsi, régulièrement, de nouvelles néobanques investissent le marché professionnel français et ciblent les indépendants / freelances, artisans & commerçants voire les professions libérales jusqu'aux PME/ETI.

Au total, c'est une dizaine de néobanques professionnelles qui ambitionnent aujourd'hui de capter le potentiel du marché professionnel en France soit en tant que pure players sur le marché du pro tels que Manager One, Qonto, Shine et bientôt Margo Bank ou soit dans une logique d'élargissement de leur offre avec ce nouveau segment plus rentable après avoir tout d'abord développé des solutions pour le marché des particuliers, à l'image de Revolut et N26 qui ont lancé leur gamme Business en France ces deux dernières années.

Les néobanques pro : un positionnement à l'image des néobanques de la clientèle Particuliers ?

À l'instar des néobanques du segment Particuliers présentes sur le marché français depuis plus longtemps, les néobanques professionnelles ont opté pour une stratégie de focalisation sur de la banque au quotidien et sur les paiements. Elles font le choix de privilégier la qualité du service à la variété et la profondeur de leur offre ne proposant que très peu de produits monétique acquéreur, d'offres de crédit et de service d'encaissement de chèques.

Néanmoins, contrairement aux néobanques du segment des Particuliers, une minorité des néobanques professionnelles optent pour un modèle de freemium (modèle économique qui consiste à proposer une partie de la gamme de services/produits gratuitement et une partie de façon payante). En effet, plus de 75% adoptent une stratégie de tarification qui repose sur différentes gammes de prix selon les fonctionnalités disponibles, les montants plafonds ou le nombre d'opérations.

Les banques traditionnelles n'ont pas dit leur dernier mot

Au regard des néobanques qui s'intéressent au marché des professionnels, les banques traditionnelles cherchent à se différencier en proposant de la proximité et de l'expertise via un modèle de distribution en ligne avec leurs ambitions. La mise en place de partenariats avec des Fintech représente également une opportunité de renforcer leurs capacités et garantir une expérience client optimale.

Les besoins clients professionnels vus par la "Voice of Business"



4.4 Outsourcing : L'évolution des pratiques prudentielles face à l'externalisation



Renaud Ronchieri
Associé KPMG
Responsable IT Financial Services

Dans son rapport annuel sur ses activités prudentielles de 2018, la Banque Centrale Européenne (BCE) a estimé que les deux domaines les plus importants liés au risque informatique sont **les risques liés à la cybersécurité** ainsi que le recours accru à **l'externalisation**, notamment l'informatique dématérialisée (cloud computing).

La BCE souligne que l'externalisation permet certes aux banques d'être plus efficaces et de réaliser des économies d'échelle, mais les met également face à des défis croissants en termes de gouvernance, d'évaluation et de gestion des risques. Face à cette tendance, la supervision bancaire a adapté progressivement son approche au fil de ces dernières années.

Tout d'abord en 2017, la BCE a identifié l'externalisation comme **une priorité de supervision**, en lançant notamment **un examen thématique** au sein d'un échantillon ciblé d'établissements significatifs.

Dans le cadre de la supervision continue, cet examen s'est accompagné de mesures de suivi toujours d'actualité en 2018 qui mettent l'accent sur les pratiques de gouvernance.

Puis dans le contexte du **Brexit**, et afin de garantir que les accords d'externalisation n'entravent pas l'efficacité de la supervision, la BCE s'est engagée à intégrer dans ses normes prudentielles les lignes directrices révisées de **l'Autorité Bancaire Européenne**, notamment sur les thématiques suivantes :

- sécurité et localisation des données et des systèmes
- droits d'accès et de contrôle
- confidentialité
- stratégies de sortie
- pratiques d'externalisation « en chaîne »
- cloud computing

En terme de documentation, ces nouvelles lignes directrices introduisent également une mesure obligeant les établissements supervisés à tenir **un registre d'informations** pour l'ensemble des activités d'externalisation qui doit être mis à disposition des autorités de surveillance en cas de demande de leur part.

Les nouvelles exigences prudentielles de la BCE sur les pratiques d'externalisation des établissements dits « traditionnels » de crédit se sont également vues accompagnées de mesures complémentaires ciblant les banques Fintech sous la forme d'un **« Guide relatif à l'évaluation des demandes d'agrément en qualité d'établissement de crédit Fintech »**.

En effet, toute Fintech disposant d'un agrément bancaire est considérée comme une banque et est donc supervisée comme tout autre établissement de crédit, conformément au droit de l'Union européenne.

De fait, les banques Fintech doivent satisfaire des exigences minimales en matière de fonds propres, de système de gouvernance et de gestion des risques et d'évaluation des membres de l'organe de direction.

Ces exigences couvrent également le périmètre de l'externalisation. En effet, face aux recours accrus des Fintech aux services externalisés (sur la notation des crédits par exemple), le guide d'évaluation de la BCE développe des attentes précises :

- toute banque Fintech est tenue de procéder à un contrôle du prestataire en matière de diligence, en laissant la possibilité de faire appel à un tiers indépendant ;
- toute banque Fintech doit prendre en considération de multiples critères afin d'évaluer au mieux le risque lié à la décision d'externaliser, notamment la situation financière du prestataire de services, sa position sur le marché, ainsi que sa capacité à gérer et garantir la continuité des activités.

De plus, ces exigences sont davantage détaillées pour tout ce qui est lié à l'externalisation dite de **l'informatique dématérialisée**. En effet, toute banque Fintech postulant pour une demande d'agrément et ayant recours à l'informatique dématérialisée est tenue de :

- procéder à une évaluation complète de la nature, de l'ampleur et de la complexité de l'accord contractuel ;
- atténuer le risque de concentration en évaluant le niveau de dépendance à l'égard du prestataire de services ;
- exiger de la part du prestataire de services le respect des exigences juridiques et réglementaires en vigueur ;
- détailler les mesures prises par le prestataire de services en cas de défaillance des systèmes ou tout autre incident portant atteinte à la continuité des activités ;
- garantir le niveau de protection des données à caractère personnel et confidentiel.

En conclusion, face à l'augmentation des exigences prudentielles en matière d'externalisation et face à l'intensification des contrôles sur place de la BCE sur le thème des technologies de l'information et de la communication, les banques Fintech doivent renforcer leurs politiques, pratiques et procédures d'évaluation et de gestion des risques.

Mais au-delà de l'externalisation, elles sont également invitées à prêter attention autres sujets de préoccupation de la BCE, c'est le cas notamment de la **gestion des opérations informatiques**, des **droits d'accès**, de la **qualité des données**, et plus généralement de la **sécurité informatique** pour lesquels des constats importants sont régulièrement dressés post-inspection.



Pierre Guerinau
Manager KPMG
ECB Office, Francfort

4.5 Fintech in Africa : Point de vue de 2 Fintech d'Afrique francophone



Avec une inclusion bancaire qui reste globalement faible et un nombre croissant de services financiers disruptifs rendus accessibles par la technologie et l'innovation endogène, l'Afrique intrigue car elle bouscule les modèles existants plus rapidement qu'aucun autre continent.

Deux dirigeants de Fintech présentes en Afrique francophone, Omar Cissé, CEO de Intouch et Aurélien Duval-Delort, CEO de Bizao, se sont prêtés au jeu de l'interview pour nous donner leur vision de l'état actuel du marché de la Fintech en Afrique, de ses enjeux et de ses perspectives de développement.

Avant toutes choses peut-on parler selon vous des Fintech africaines dans leur globalité ou y a-t-il des spécificités régionales ou locales ?

Aurélien Duval-Delort (ADD) : On retrouve effectivement des phénomènes communs à la plupart des pays du continent africain comme le faible taux de bancarisation, souvent aux alentours de 15%. Mais on remarque que le marché est principalement régi par des dynamiques et des spécificités locales. Les fintech ont commencé par faire leur apparition dans les marchés avec les secteurs bancaires les plus matures : le Nigéria, le Ghana, l'Afrique du Sud, le Maroc et l'Égypte. Ces marchés étaient aussi les plus gros d'Afrique et n'étaient pas représentatifs du tout des fintech au niveau continental. Avec l'arrivée du Mobile Money, au Kenya dans un premier temps avec M-Pesa puis plus largement sur le continent, d'autres régions ont pu tirer leur épingle du jeu. L'Afrique francophone, qui avait été plutôt laissée pour compte jusque là, a ainsi pu voire de réelles offres émerger.

Omar Cissé (OC) : Les marchés dans lesquels la banque a une plus grande maturité ont aussi souvent été plus réglementés. On a remarqué que finalement des pays comme le Nigéria, le Maroc et l'Égypte, qui avaient effectivement au départ une belle avance, commencent tout juste à s'ouvrir au Mobile Money et qu'il est encore difficile aujourd'hui de s'y épanouir avec une marge de manœuvre plutôt restreinte. Le Sénégal, qui a été notre point de départ, permet au contraire bien plus d'innovation en la matière. Ce sont toutefois de gros marchés et malgré un certain retard, le potentiel reste énorme. On remarque d'ailleurs que leur réflexion est beaucoup plus locale alors que les acteurs présents sur des pays comme la Côte d'Ivoire envisagent immédiatement une expansion régionale.

Comment envisagez-vous donc une expansion de votre société avec des marchés aussi variés ?

OC : C'est vrai que quels que soient les marchés, nous rencontrons principalement des acteurs fintech locaux et très peu ont réussi à ce stade à avoir une dimension plus globale. Chacun est habitué à un système juridique et financier précis. C'est ainsi qu'on remarque qu'une société comme M-Pesa, dont la réputation n'est plus à faire en Afrique de l'Est, a échoué sur son implantation sur le marché Sud-Africain et privilégie donc pour le moment une logique plus régionale. Sur le marché francophone et particulièrement dans la zone UEMOA, nous avons la chance de bénéficier d'un cadre législatif et économique uniforme. Avec InTouch nous avons démarré notre croissance par les pays frontaliers du Sénégal avant de nous attaquer à d'autres pays francophones. Ceci dit, nous avons la particularité de pouvoir nous adosser à notre partenaire et actionnaire historique Total qui nous ouvre les portes de nombreux pays en nous permettant de démarrer par le biais de son réseau de distribution. C'est ce qui nous a permis de sortir des sentiers battus et d'avoir une première présence au Kenya.

ADD : Nous nous en tenons pour le moment au pré carré francophone qui nous semble prometteur et nécessite déjà de prendre le temps d'en comprendre les différentes zones (CEMAC, UEMOA). Mais nous gardons tout de même à l'esprit qu'en Afrique la complexité génère les opportunités et que si nous devions parvenir à couvrir le continent par le biais de hubs régionaux, nous donnerions aussi à l'inverse à nos clients la possibilité d'adresser cette complexité sans la voir et d'avoir les moyens d'une ambition panafricaine.

De quelle manière les Fintech ont-elles, selon vous, rebattu les cartes dans le secteur des services financiers en Afrique et dans le / les pays dans lequel/lesquels vous êtes présent ? Avez-vous des exemples de cas concrets de transformation digitale du continent par les fintech ?

ADD : Les Fintech ont rebattu les cartes, notamment via des services financiers innovants qui ont bousculé les banques. Les exemples les plus frappants sont au Kenya et au Nigeria avec des acteurs comme Flutterwave, Paystack, Cellulant ou Paga. Ces fintech ont développé des plateformes qui ont permis aux banques de se digitaliser et de s'adresser à une clientèle bien plus large grâce à l'utilisation toujours plus forte du mobile (40% des africains utilisant un téléphone avec data ou smartphone contre 3% de banques avec une présence en ligne). Les Fintech africaines tendent ainsi à être généralistes et proposent une plus large gamme de services tels que le transfert d'argent, le paiement digital, la banque à distance et le prêt bancaire.

OC : le Mobile Money a tout particulièrement contribué à rebattre les cartes. Même si on constate que sur certains marchés comme l'Afrique du Sud et le Nigéria les banques résistent, il faut désormais compter avec les opérateurs téléphoniques et, dans les zones comme l'Afrique subsaharienne francophone où les banques n'ont jamais réussi à faire leur place, le Mobile Money devient la référence. Quand elle est ramenée à son potentiel, l'utilisation de ces services est encore faible, mais sa croissance est exponentielle avec une progression d'environ 20% chaque année. Ce qui était impensable il y a encore quelques années est devenu courant aujourd'hui puisque de nombreux africains règlent maintenant leurs factures d'eau et d'électricité à l'aide de ces nouveaux moyens de paiement. Il reste malgré tout encore une belle marge de progression en ce qui concerne le paiement marchand sur lequel nous concentrons nos efforts.

ADD : Nous avons également remarqué que nos services permettaient à l'innovation de s'épanouir. Les grands opérateurs ont la main mise sur les télécoms et la finance mais n'ont ni l'agilité ni l'urgence des start ups locales qui proposent des solutions par et pour les consommateurs africains. Les fintech comme Bizao permettent de réconcilier les deux en mettant les infrastructures à disposition de l'écosystème digital naissant.

Comment collaborez-vous avec les autres acteurs locaux du secteur (interopérabilité, concurrence...), avec l'Etat et les Institutions ?

OC : La mise en place de partenariats avec les acteurs en place sur un marché est aussi critique pour nous qu'elle est compliquée, notamment lorsqu'on a affaire aux leaders sur leur marché. Nous avons du mal à faire entendre qu'en tant qu'agrégateurs nous ne changeons pas l'équilibre de l'écosystème puisque nous facilitons l'accès aux solutions en place plutôt que nous ne les concurrençons. Nous avons également des difficultés à nous faire accepter par de plus grosses structures en tant que start up. Notre défi premier est donc d'établir la confiance en faisant preuve de respect et de sérieux à l'égard de nos interlocuteurs, distributeurs et solutions de paiement, et en nous efforçant de leur offrir de la valeur. Nous mettons donc à leur disposition un réseau qui leur donne un meilleur footprint, un accompagnement terrain que n'est pas toujours en mesure de proposer un opérateur (formation, hotline...), et leur permettons de réconcilier leurs données pour identifier les failles et fraudes. Les banques et les assurances sont en revanche plutôt en demande afin de se faire une place dans le monde de la tech.

ADD : Sur notre marché de départ, à savoir l'Afrique francophone, le secteur est en pleine construction et l'interopérabilité entre les acteurs majeurs, notamment les opérateurs mobiles, n'est pas encore effective. Bizao construit donc une forme d'interopérabilité en se connectant à tous les acteurs du paiement, au-delà des frontières, afin de satisfaire les besoins de ses clients entreprise. Nous nous doutons toutefois que cette situation ne va pas durer et avons démarré la collaboration avec les projets d'interopérabilité comme Mowali ainsi qu'avec les régulateurs. En termes de concurrence, le marché est encore loin d'être saturé à ce stade et nous nous connaissons très bien entre acteurs du secteur : la tendance est donc plus à la collaboration et nous cherchons surtout à faire évoluer la réglementation ensemble afin qu'elle soit favorable aux Fintech. Nous profitons globalement de toute occasion qui se présente d'échanger avec les autorités publiques sur métiers. Nous avons avec Bizao en revanche assez peu de relation avec les banques qui ne sont pas notre cœur de cible avec finalement peu de parts de marché dans le paiement mobile.

De quelle manière votre activité vous permet-elle de contribuer à une meilleure connaissance du comportement des consommateurs et du marché dans lequel vous évoluez ?

ADD : En Afrique, il y a assez peu de données fiables car une grande majorité de l'économie est informelle. Les milliers de TPE ne produisent pas toujours des informations centralisées et les banques ont une pénétration réduite du fait du faible taux de bancarisation.

Les fintech, qui comptent des millions de nouvelles transactions digitales, sont donc naturellement une source majeure de collecte d'informations sur les habitudes de consommation. Dans le cadre de notre activité avec Bizao, nos clients font surtout appel à notre expérience du marché et nous demandent conseil en matière de tarification et quant à la meilleure manière de s'implanter sur le continent.

OC : Aujourd'hui nous analysons certaines données pour le compte de notre partenaire Total dans le cadre de son programme de fidélité. Ces analyses ne représentent toutefois qu'une part infinitésimale des enseignements que nous pourrions tirer d'une exploitation plus poussée. Nous préférons nous concentrer pour le moment sur la maturité de nos offres sur les marchés mais ne pourrions pas passer à côté de cet exercice.

Quels sont les défis à relever pour le secteur dans le ou les pays dans lesquels vous êtes présents ?

ADD : Le prochain défi à venir est pour moi d'ordre réglementaire ; le secteur est en pleine effervescence, ce qui est assez excitant, mais se fait en marge d'un cadre réglementaire qui n'est pas encore stabilisé. Il faut donc conjuguer un développement rapide avec une anticipation des prochaines évolutions de la réglementation.

Concernant plus spécifiquement l'Afrique francophone qui est pour le moment notre zone d'intervention, elle est composée de nombreux petits pays dont nous allons devoir apprendre à gérer la complexité en matière de taxes, devises et particularités locales afin de franchir rapidement les frontières et de devenir des acteurs régionaux. Enfin, l'enjeu global pour les Fintech en Afrique, quel que soit leur territoire de prédilection, est de réussir à surfer sur la bataille entre les banques et les opérateurs mobiles de manière à en sortir par le haut.

OC : Les défis que nous devons relever ont été amplifiés par la rapidité de notre développement. L'accès aux ressources humaines qualifiées, par exemple, a toujours représenté une difficulté, le statut de start up ne facilitant pas l'accès aux meilleurs talents qui cherchent avant tout la sécurité dans des marchés avec un taux de chômage élevé. Le passage de 10 à 300 employés en 4 ans a rendu l'accès à ces profils de plus en plus compliqué. La réglementation est, pour nous aussi, l'un des sujets de préoccupation principaux, le risque étant qu'une surréglementation bride nos activités sur certains marchés à potentiel comme cela peut être le cas au Maroc aujourd'hui. Pour être efficaces dans notre développement, nous avons tenté de bâtir un modèle que nous pouvons répliquer au moment de pénétrer un nouveau marché d'une même région, mais son efficacité est bien entendu soumise aux restrictions en place. Enfin, l'industrie des Fintech, et l'industrie de la Tech en général, évoluent constamment et nous devons être prêts pour le jour où de nouvelles offres viendront à leur tour disrupter l'ordre établi via des produits très innovants tels que Whatsapp, Wechat ou Alipay, créant ainsi de nouveaux modèles. Notre position d'agrégateurs nous donne toutefois un avantage dans cette éventualité puisque notre modèle a pour essence d'intégrer l'ensemble des moyens de paiements utilisés par les marchands, et donc de cohabiter et coopérer avec ces innovations.

Quelles sont vos principales prédictions pour l'évolution du secteur dans les années à venir ?

ADD : Le secteur va d'abord assister à l'émergence d'une nouvelle vague de Fintech sur l'ensemble du continent grâce au succès du « Mobile Money ». Ces évolutions vont considérablement bouleverser l'écosystème et la chaîne de valeur des services financiers et vont, en ce sens, impacter positivement le volume des investissements.

Il est en revanche trop tôt pour envisager une concentration des acteurs. Le paiement restera l'offre principale pour les prochaines années, malgré l'émergence de nouvelles offres comme l'épargne rémunérée, le crédit et surtout l'assuretech, promise à un bel avenir. En terme de développement géographique, l'Afrique francophone a un potentiel qui ne demande qu'à s'exprimer : 8 pays, globalement en croissance et stables politiquement, sont sur la même zone monétaire et réunissent une population

proche de celle du Nigéria. Bien qu'étant le théâtre d'un fort déploiement du mobile money, ces pays souffrent d'un retard considérable si on les compare à ceux d'Afrique de l'Est. Il y a donc une forte progression à attendre sur ce marché. L'Afrique francophone est par ailleurs encore peu explorée par les fonds de venture capital, qui s'accordent malgré tout à dire que ses entrepreneurs, souvent bilingues et habitués à jongler avec un complexe multi-plays, ont une meilleure capacité à gérer un déploiement panafricain que ceux d'Afrique anglophone qui ont pour habitude de rester concentrés sur leurs marchés.

Il reste enfin la question de l'arrivée des acteurs internationaux sur la scène FinTech africaine.

Si le marché est pour le moment essentiellement composé d'acteurs locaux et de quelques sociétés anglo-saxonnes et françaises, on n'y voit encore assez peu d'acteurs asiatiques qui font pourtant leurs armes dans des marchés aux problématiques assez proches. Il est fort probable qu'il faille s'attendre à ce que cette nouvelle concurrence fasse son entrée.

OC : Les acteurs asiatiques ont effectivement pris une place prépondérante sur le marché mondial de la Fintech et notamment du Mobile Money sur lequel l'Afrique a perdu sa place de leader. On peut cependant penser que cette tendance s'inversera à nouveau avec l'arrivée des « géants endormis », ces champions africains (Nigéria, Egypte...) qui n'avaient jusqu'à présent pas autorisé le déploiement du Mobile Money sur leurs marchés et qui vont maintenant tout faire pour rattraper le temps perdu.

L'avènement de ces marchés conjugué à la multiplication des acteurs va conduire à de plus en plus d'interopérabilité et ainsi mener à des services de plus en plus complets et à la couverture de plus en plus large.

Qu'est-ce que la révolution fintech africaine pourrait apporter au reste du monde ?

OC : Le phénomène du Mobile Money n'en a pas terminé de prendre de l'ampleur et l'Afrique est incontournable en la matière avec 1,3 milliards de dollars de transactions enregistrées chaque jour. L'étape qui permettrait à présent que le Mobile Money africain connecte l'Afrique au reste du Monde serait de renforcer l'interopérabilité avec des sociétés basées à l'étranger, pour imaginer par exemple un jour qu'une personne à Dakar soit en mesure de payer en liquide une commande effectuée sur un site marchand européen ou américain. Les diasporas contribuent à créer ce lien aujourd'hui avec des applications qui voient le jour pour leur permettre de gérer des dépenses en Afrique depuis leur pays de résidence. L'influence de l'Afrique sera toutefois plus concrète le jour où les sociétés africaines exporteront leurs offres sur d'autres continents. On observe déjà ce type de tendance, mais principalement pour des sociétés sud africaines, qui bénéficient d'une force de frappe permise par un marché domestique déjà très mature. On pourrait toutefois s'attendre à voir des Fintech africaines démarrer par un déploiement sur des marchés proches, comme les marchés asiatiques, avant de conquérir le reste du Monde.

ADD : On a vu que la Chine a créé en quelques années des Fintech de taille mondiale, comme Alipay, Wechat, et qu'elle a révolutionné les usages de paiement, notamment en démocratisant le paiement mobile par QR Code et messagerie instantanée. L'Afrique pourrait

suivre le même chemin avec le Mobile Money qui va devenir le moyen de paiement majoritaire, sur le continent, ce qui non seulement introduit de nouveaux usages, mais challenge aussi fondamentalement la chaîne de valeur des services financiers en faisant des opérateurs telecom des établissements financiers. Aujourd'hui en Europe ou aux US les Fintech s'appuient sur le système bancaire existant, mais demain les choses pourraient changer sous l'impulsion des innovations venues des



Barema Bocoum

Associé KPMG
Deal Advisory France et Afrique



Propos recueillis par **Christophe Bringer**

Directeur KPMG
Deal Advisory France et Afrique



Omar Cissé

CEO Intouch



Aurélien Duval-Delort

CEO Bizao

Intouch

Touch est né de la volonté du Groupe InTouch de démocratiser l'accès aux services financiers en Afrique où le taux de bancarisation reste très faible. Fintech panafricaine créée en 2014, InTouch met à disposition des marchands et entreprises une solution unique qui leur permet d'accepter tous les moyens de paiement et de distribuer un large catalogue de services digitaux disponibles dans leur pays via une plateforme unique. Touch est déployée aujourd'hui dans 7 pays dont le Sénégal, le Mali, le Burkina faso, la Guinée Conakry, le Cameroun, le Kenya). InTouch prévoit de se déployer dans plus de 30 pays supplémentaires d'ici 2022.

Omar Cissé

Omar Cissé est ingénieur de conception en informatique diplômé de l'Ecole Supérieure Polytechnique de Dakar en 2000. Il a suivi par la suite une formation en MBA international et différentes formations en management. En 2001, Il a co-fondé 2SI, une entreprise spécialisée dans l'ingénierie logicielle qu'il a dirigée de 2005 à 2010. En 2010, Omar a lancé le premier incubateur d'entreprises dans les TIC (CTIC Dakar) qu'il a dirigé jusqu'en 2013. Avec l'ambition de transformer l'accès au paiement et services digitaux en Afrique, il a fondé InTouch en 2014 avec les premiers services sur la plate-forme lancés en novembre 2015. Enfin, il est le co-fondateur du fonds d'investissement (Teranga capital) qui a été lancé en mars 2015 en collaboration avec Investisseurs et Partenaires.

pays émergents. Avant même cela, il est fort probable que les acteurs étrangers entreprennent dans un premier temps la démarche d'aller chercher l'innovation africaine directement sur place à travers des tentatives de rachat de fintech africaines.

Bizao

Bizao est une Fintech qui permet aux entreprises d'accepter rapidement les moyens de paiement mobile locaux en Afrique.

Tous les secteurs d'activité sont concernés: divertissement, transport, assurance, banque, e-commerce, santé, éducation...

La force de Bizao : soutenir les entreprises avec une équation simple : 1 seul contrat pour tous les pays, 1 seule intégration technique, 1 seul flux financier.

Comment ? Bizao contractualise avec tous les opérateurs et banques locales, développe des briques d'intégration techniques standardisées, et collecte les revenus tirés des transactions pour les reverser à ses clients entreprises, où qu'ils soient.

Déjà live dans 5 pays d'Afrique francophone (Côte d'Ivoire, Sénégal, Cameroun, République Démocratique du Congo, Tunisie), Bizao permet d'adresser 45M de clients et poursuit une croissance rapide.

Aurélien Duval-Delort

Après 15 ans dans les Telecom, en Consulting puis chez Orange, Aurélien Duval-Delort s'est lancé dans l'entrepreneuriat avec Bizao. Passionné par les défis de l'Afrique digitale et par les cultures locales, il partage son temps entre Paris, Abidjan et une dizaine d'autres capitales africaines, tout en consacrant un maximum de temps à sa famille, sans oublier le kitesurf, le vélo et l'alpinisme. Aurélien est diplômé du Master en Management de l'ESSEC Grande Ecole.

4.6 Fintech en régions : Retour d'expérience sur le premier Fintech Tour 2018-2019



Joëlle Durieux
FINANCE INNOVATION
Directrice générale du Pôle de compétitivité mondial

La diversité du tissu économique français est clairement une richesse que les Fintech ont bien saisie !



Cyril Armange
FINANCE INNOVATION
Directeur des Partenariats et de la Communication

D'où est venue l'idée de lancer un « Fintech Tour » ?

Transition numérique, énergie durable, mobilité propre, transformation du système de santé, les régions françaises ont saisi l'importance de proposer de nouveaux modèles répondant à leurs enjeux de reconversion mais également à leurs objectifs d'attractivité économique. Soutenir l'innovation dans toutes ses dimensions en tenant compte des atouts des territoires : c'est justement l'une des missions prioritaires du Pôle de compétitivité mondial FINANCE INNOVATION.

Aux côtés des membres French Tech Brest +, LORnTECH, French Tech Montpellier et France Fintech, FINANCE INNOVATION s'est ainsi engagé fortement dans l'élaboration de la feuille de route stratégique du Réseau Thématique French Tech #FinTech. Ces cinq membres partagent une ambition commune : permettre à la France de maintenir sa position de pointe dans la création de solutions innovantes dans la finance grâce à la cartographie et l'identification de startups, la coordination des structures d'accompagnement mais aussi la mise en place d'une stratégie ambitieuse avec le lancement d'actions concrètes en France et à l'international.

Lancé en Mars 2018, Le « Fintech Tour » fait partie de ses actions phares visant à identifier, sélectionner et accompagner des projets innovants qui incarnent une stratégie ambitieuse de transformation des territoires, associant les grands comptes de l'industrie financière, les Fintech, les acteurs publics et privés, les populations et usagers et les centres d'excellence académiques et de recherche.

Comment s'est-il concrétisé ?

Avec ses partenaires, FINANCE INNOVATION s'est rendu dans 13 villes de France (Paris Nancy, Lille, Lyon, Nantes, Marseille, Bordeaux, Brest, Montpellier, Caen, Toulouse, Grenoble et Niort) afin de mettre en lumière et valoriser les gisements d'innovations existant dans nos territoires.

Entrepreneurs, influenceurs, décideurs, chercheurs, investisseurs, journalistes sont venus nombreux pour démontrer que les énergies créatrices sont en région. De nombreuses Fintech décident en effet de se développer en dehors de la métropole parisienne, et ce pour diverses raisons : cadre de vie, financements accessibles, accompagnement, démarcation au sein d'un écosystème, coûts intéressants, ressources humaines, etc. La diversité du tissu économique français est clairement une richesse que les Fintech ont bien saisie !



Quelles sont les prochaines étapes ?

Nous continuerons à travailler main dans la main avec les collectivités territoriales afin d'identifier et de développer les potentiels de chaque écosystème doté d'une stratégie innovante et ambitieuse de développement économique, fondée sur des alliances territoriales, soutenue par des acteurs publics et privés et impliquant pleinement les populations.

De plus nous souhaitons développer une offre de financement adaptée aux spécificités territoriales via des outils, issus des Fintechs, en particulier pour le financement de l'innovation et l'accès au crédit des entreprises couvrant la plupart des besoins des entreprises en matière de création, d'innovation et de développement.



Propos recueillis par
Hervé Sahut
Associé KPMG
Responsable du marché des Entreprises de croissance à Paris et en Région

4.7 Gamification : Peut-on jouer avec sa banque ?



Hervé Alexandre

Université Paris-Dauphine

Directeur du Master 224 Banque Finance
et de la Chaire Fintech

L'apparition des smartphones comme média incontournable des échanges économiques dans notre société est un phénomène qui prend une ampleur énorme depuis le lancement de l'iPhone en 2007.

La qualité de l'expérience vécue par l'utilisateur dans ce type d'environnement numérique prend une part prépondérante dans un univers où la relation économique entre deux acteurs passe par une interface logicielle. Cette interface, site web et plus récemment applications dans un smartphone, constitue le contact premier bien avant tout contact physique en boutique ou en agence.

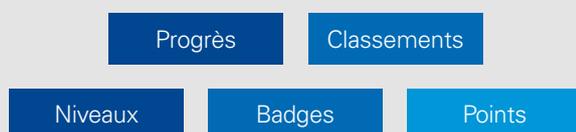
Le design de cette expérience (UX Design) revêt alors une importance toute particulière. Il est possible d'envisager une approche commerciale simplifiée, moins technique et plus expérientielle.

De nombreuses Startups mettent en avant une interface et un accès simplifié à un produit ou un service, souvent sans modifier la technicité intrinsèque du service vendu. Cette logique esthétique et simplificatrice de l'usage amène à l'inclusion d'aspects ludiques.

Les entreprises, ont longtemps, et sont encore aujourd'hui pour la plupart, réticentes à l'idée de risquer leur image par une approche trop ludique de leur relation commerciale. L'intérêt académique pour le concept de ludification (gamification en anglais) est également assez récent, ce concept n'ayant pendant longtemps pas été considéré comme un sujet d'étude digne d'intérêt.

La ludification peut être définie comme l'utilisation d'éléments ludiques dans un contexte qui ne s'y prêtent a priori pas (Walz et Deterding, 2015). De manière assez proche, Zichermann et Cunningham (2011) présentent la ludification comme un processus qui consiste à utiliser l'état d'esprit et la mécanique du jeu pour résoudre des problèmes et faire participer les usagers.

L'objectif pour les entreprises utilisant ces principes est d'influencer les comportements de l'utilisateur pour le faire davantage participer et ainsi potentiellement générer un plus grand nombre de transactions. Les outils à disposition des entreprises souhaitant introduire la ludification dans leur relation avec les consommateurs sont de plusieurs natures comme le présentent Walz et Deterding (2015) et comme nous pouvons le voir dans le graphique suivant. Il s'agit de valoriser la réussite, l'accomplissement, ou tout simplement l'implication par une récompense qui n'est pas obligatoirement monétaire.



La banque et la finance sont également concernées par ce phénomène, bien qu'étant considérées comme des activités très éloignées de l'idée de jeu et pour lesquelles la ludification semble très improbable. En même temps, cet éloignement en fait justement un terrain très propice à l'application de ce décalage univers jeu/activités sérieuses.

Prenons l'exemple de Xaalys, une néobanque à destination des adolescents, public sans doute plus sensible qu'un autre à une approche ludique. Xaalys offre une interface différente de celle proposée par la plupart des banques en ligne, mais surtout elle propose un système de jeux permettant d'accroître la qualité de la relation et le temps passé par l'utilisateur sur l'application, donnée fondamentale dans une logique de plateforme bancaire (Alexandre, 2017). Une pratique régulière des différents quizz proposés permet d'accroître sa connaissance financière, ce qui semble particulièrement important surtout au regard du public concerné. Le niveau d'activités est récompensé par l'obtention de badges et de loots, reprenant ainsi une terminologie directement empruntée à l'univers des jeux vidéo.

En effet, le loot est le butin récolté en fin de mission réussie dans un RPG (Role Playing Game) notamment. Il prend souvent la forme d'un coffre contenant diverses récompenses. Ces butins sont calibrés pour maintenir l'intérêt du joueur et l'inciter à rester connecté un peu plus longtemps.

Comprendre les mécanismes implicites mobilisés par l'utilisation d'éléments ludiques à la banque mobile et aux néobanques, revient à s'intéresser aux mécanismes d'incitation ainsi créés. La théorie des jeux (sans lien avec la ludification malgré sa dénomination) peut s'avérer un outil précieux dans la compréhension de cette modification des choix économiques consécutifs à une stratégie de ludification.

Par exemple, Easley et Ghosh (2016) utilisent un jeu non coopératif pour modéliser les incitations provoquées par la mise en place de badges permettant de récompenser les utilisateurs sur diverses applications. Les badges sont un des outils de fidélisation les plus utilisés. Ils permettent d'accroître les interactions avec l'application ou le site web. Ils constituent une illustration empirique très pertinente de l'effet d'une approche commerciale ludique.

L'importance des smartphones dans les relations économiques modifie fondamentalement l'approche commerciale de nombreuses industries. Le design des applications devient crucial et ouvre la porte à des approches ludiques. Les banques, longtemps très réticentes face à ce type de démarches, en découvrent progressivement l'intérêt face notamment à une clientèle jeune demandeuse d'approche digitale ergonomique.

Nos publications

Études générales : Innovation & Fintech



PULSE OF FINTECH FRANCE

Chaque semestre, ce baromètre réalisé par les équipes de la pratique Fintech de KPMG en France revient sur les principales opérations intervenues en France dans la Fintech. Il fournit un éclairage sur l'activité des Fintechs financées en détaillant le point de vue des dirigeants, des investisseurs, des fonds d'investissement, des banques et des assurances.



PULSE OF FINTECH INTERNATIONAL

Chaque semestre, KPMG revient sur les tendances dans les levées de fonds réalisées par les acteurs de la Fintech dans le monde, avec une analyse à la fois géographique et sectorielle des investissements, ainsi qu'un focus sur les projets marquants.



CLASSEMENT FINTECH 100 « LEADING GLOBAL FINTECH INNOVATORS »

Le rapport international 2018 sur les Fintech les plus innovantes publié par KPMG et H2 Ventures propose chaque année un classement mondial des Fintech leaders.



LA FINTECH POUR ÉVOLUER ET GRANDIR

Cette étude montre comment les institutions financières mondiales conçoivent leur stratégie et adoptent la Fintech, ainsi que les meilleures pratiques en place et à venir dans le cadre de leurs projets de transformation.

Réglementation et Regtech



LA REGTECH 3.0 : LA PROCHAINE RÉVOLUTION

Ce dossier décrit l'évolution des RegTech pour traiter les questions complexes de la conformité à moindre coût dans un environnement réglementaire plus exigeant.



RÉFLEXIONS RÉGLEMENTAIRES

Cette publication semestrielle présente les principaux développements de la réglementation bancaire et leurs implications pour le secteur financier. Elle a pour objectif de donner la parole à nos experts qui y présentent des études détaillées, tout en faisant part de leur expérience concrète sur le terrain.



DÉFI POUR LA TRANSPARENCE

KPMG décrypte dans cette 12^{ème} édition la Communication Financière des 17 principaux groupes bancaires dans 8 pays européens. Le rapport analyse notamment leurs résultats, le discours des dirigeants. Le chapitre 9 est dédié aux enjeux liés à la transformation numérique.



RADIO FRÉQUENCE BANQUE

KPMG revient chaque trimestre sur les actualités et principales évolutions en matière de résultats bancaires et prudentielle, avec des témoignages d'experts KPMG et des intervenants de place.

Digitalisation des Services Financiers



30 VOICES ON 2030

Dans cette étude, KPMG met en avant, à travers les témoignages de 30 dirigeants d'Institutions Financières Internationales, leur vision des évolutions à attendre dans les services financiers pour les années à venir.

Services bancaires et néobanques



LES NÉOBANQUES EN FRANCE

L'étude présente les principales néobanques en France et analyse les solutions proposées qui posent un défi aux banques traditionnelles.

Financement



BAROMÈTRE DU CROWDFUNDING EN FRANCE

Ce baromètre annuel réalisé en partenariat avec Financement Participatif France revient sur les principales performances des acteurs du Financement Participatif et Alternatif en France, à travers une série d'indicateurs et d'analyses. Étude présentée à la Presse le 18 janvier 2018 à la Maison du Crowdfunding.



CUSTOMER EXPERIENCE EXCELLENCE

Dans cette étude, KPMG réalise un classement des entreprises françaises fournissant la meilleure expérience client en 2018, notamment en matière de services bancaires et assurantiels.

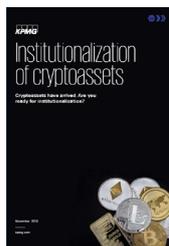
Paielements



ME, MY LIFE, MY WALLET

Cette étude réalisée par le Centre d'Excellence de l'Expérience Client KPMG depuis 2017 propose d'analyser les nouveaux comportements des consommateurs à travers le monde. Elle donne une méthodologie éprouvée qui permet de comprendre les leviers de la prise de décision des consommateurs.

Blockchain et crypto-actifs



CRYPTO-ACTIFS & ICO

Coinbase et KPMG expliquent l'importance de l'institutionnalisation des crypto-actifs qui permettrait d'ouvrir le système financier mondial et ses défis.



PAIEMENTS EN TEMPS RÉEL

L'étude présente les nouvelles opportunités qui accompagnent le développement du paiement en temps réel notamment l'ouverture des systèmes bancaires ou encore le portefeuille mobile.



BLOCKCHAIN ET KYC

Dans cette étude, KPMG revient sur les opportunités de l'utilisation de la Blockchain dans l'évolution des activités du KYC, sur la base d'expérience récentes menées auprès d'acteurs financiers en Asie.

Contacts

Fabrice Odent

Associé

Responsable des activités Bancaires

Tél. : +33 (0)1 55 68 72 27

E-mail : fodent@kpmg.fr

Mikaël Ptachek

Responsable de la practice Fintech

Tél. : +33 (0)1 55 68 72 09

E-mail : mptachek@kpmg.fr

kpmg.fr

Cette publication a été réalisée sur la base de données publiques disponibles à date.

Ont été intégrées les sociétés identifiées comme appartenant aux métiers de la Fintech catégorisés par KPMG France, et ayant levé plus de 100 000 euros (equity et non equity).

Nos remerciements aux contributeurs de ce numéro au sein de la Communauté Fintech de KPMG France :

Valentina Benigni, Barema Bocoum, Christophe Bringer, Nicolas Clot, Stéphane Dehaies, Charlie Grausem, Pierre Guerinau, Emmanuel Pappadacci-Stephanopoli, Renaud Ronchieri, Hervé Sahut

Alexandre Antoine, Caroline Boissy, Antoine Bosché, Salomé Chiche, Alice Daguerra, Magali Dalaigre, Marie Dubois, Pauline Foutelet, Diane Gaillard, Anne Gillard, Laura Gresse, Océane Hamelin, Aurore Houzé, Delphine Lebeau, Irène Miquel, Marie-Gabrielle Monteil, Rizana Siddique, Emmanuelle Tescher

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2019 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International. Imprimé en France.
Conception - Réalisation : Communication - OLIVER - Juin 2019.

Crédit photos : GettyImages, Istock.