

Rapport
open banking :

Dans la tête des banquiers français

A partir des résultats de l'étude menée par Tink à l'échelle européenne, nous avons examiné de plus près les réponses des banquiers en France.

Objectif : mettre en évidence ce qu'ils considèrent comme les grandes opportunités mais aussi les défis liés au développement de l'open banking et comparer leurs réponses à l'ensemble des résultats européens.

tink^ç

Résultats français comparés aux tendances européennes

En mai 2019, Tink a interrogé près de 270 cadres du secteur financier dans 17 pays européens afin de connaître leur opinion sur le développement de l'open banking. Si les résultats indiquent un changement d'attitude récent - un nombre croissant de banquiers en Europe exprimant un avis positif face aux changements et saisissant les opportunités offertes par l'*open market* - il est clair que tous les pays ne sont pas sur la même longueur d'onde.

L'examen des données par pays confirme qu'il n'existe pas de consensus à l'échelle européenne en matière d'open banking. Sans surprise, certaines différences sont à prévoir. Chaque marché a ses propres défis à relever, car le niveau de maturité numérique de l'industrie financière et l'adoption des technologies par les différentes populations en Europe sont loin d'être uniformes.

La France, en particulier, se distingue comme l'un des pays les plus enclins à se saisir des nouvelles opportunités, même si elle manifeste certaines inquiétudes. Comparés à leurs homologues européens, les dirigeants français craignent surtout que l'open banking affecte la fidélisation de leur clientèle.

Pour autant, les Français reconnaissent que l'open banking constitue une opportunité pour le secteur. D'après les résultats, les Français se préparent à ces changements depuis plusieurs années et sont maintenant passés à une phase d'adoption.

En d'autres termes, les banquiers français sont à la recherche de nouvelles opportunités d'investissement pour accroître le rendement et les résultats potentiels de l'open banking et de la DSP2.

Cette attitude opportuniste à l'égard de l'open banking semble découler de plusieurs facteurs :

D'une part, les efforts de la Banque de France pour sensibiliser la communauté financière aux opportunités offertes par la DSP2 et positionner Paris comme le nouveau centre financier européen.

D'autre part, des tentatives, en amont et réussies, de banques d'incuber des fintechs et de développer de nouvelles technologies afin de stimuler l'innovation et d'attirer les clients en demande de nouveaux services.

Pourtant, plusieurs éléments préoccupent les banquiers français. Contrairement à certains de leurs confrères européens, ce ne sont pas les réglementations qui les inquiètent le plus, mais l'arrivée sur le marché de nouveaux acteurs bancaires et prestataires de services de paiement.

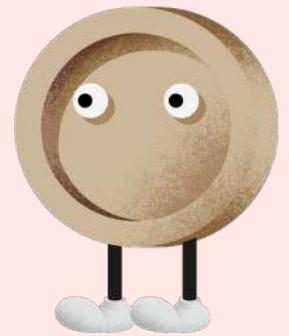
Pour l'instant, l'accent est mis sur l'exécution pratique des opportunités de l'open banking, pour trouver un retour sur investissement et décider des produits à moderniser ou lancer, avec pour objectif principal de fidéliser les clients et d'améliorer les services qu'ils consomment.

**L'open banking
marque le début
d'une nouvelle ère
pour la finance**



Qu'est-ce que l'open banking ?

L'open banking est un tournant majeur pour le secteur de la finance. Il décrit l'échange de données entre les institutions financières et les fournisseurs tiers afin d'offrir au marché des capacités et des expériences améliorées.



Le secteur des services financiers s'engage sur une voie radicalement nouvelle. En effet, l'open banking ne se définit pas seulement par un ensemble de régulations : c'est aussi le début d'un mouvement fait pour durer, offrant l'opportunité unique de révolutionner le monde de la banque pour plusieurs dizaines d'années.

L'entrée en vigueur de la DSP2 a donné aux banques le feu vert pour changer fondamentalement la manière de gérer l'argent.

Les banques européennes ont travaillé dur pour satisfaire à temps les exigences de la DSP2. Pourtant, d'autres défis les attendent : elles devront tirer le meilleur parti des nouveaux services offerts par l'open banking pour protéger leurs activités existantes et générer de nouvelles sources de revenus.

Il s'agit là d'un point essentiel, car l'open banking inverse les rapports de force entre les institutions financières et les consommateurs. En effet, il démocratise l'accès aux données par le biais de prestataires de services tiers (TTP) agréés et incite les institutions financières à répondre aux nouvelles attentes des consommateurs dans un monde de plus en plus digitalisé. Les gagnants de l'open banking seront ceux qui auront le courage d'innover et de créer des services véritablement centrés sur le consommateur.

Les responsables des banques doivent ainsi investir dans deux grands domaines :

Le plus important est l'IT pour s'assurer de pouvoir réellement répondre aux exigences de mise en œuvre de la DSP2.

Le deuxième concerne les produits et services numériques qui tirent parti des possibilités offertes par l'open banking et ajoutent une réelle valeur pour les clients et les actionnaires.

Afin de mieux comprendre comment les financiers réagissent à ce changement historique majeur, Tink a interrogés 269 dirigeants répartis dans 17 pays européens, afin de recueillir leur avis sur les menaces et les opportunités que représente l'open banking pour leur activité. Ce rapport se penche sur les résultats des banquiers français, et leur réaction aux développements récents comparés à ceux d'autres pays européens.

Profil du pays : La France, l'optimiste inattendue

Avant de se plonger dans les résultats pour la France, il est important de rappeler quelques éléments de contexte : les Français sont souvent connus pour leur attitude conservatrice dans le monde des affaires. Ils aiment leur histoire et sont attachés à conserver leurs spécificités nationales.

Pourtant, en 2017, Emmanuel Macron remporte l'élection présidentielle et fait un pari sur l'Europe. Son programme libéral donne alors une nouvelle direction à un pays relativement conservateur : maintenir la cohésion de l'Union européenne et faire de Paris sa nouvelle capitale financière.

Peu après les élections, Paris a été choisie pour accueillir l'Autorité bancaire européenne (ABE), une initiative stratégique visant à attirer des institutions financières du monde entier.

L'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR), institution intégrée à la Banque de France, s'est aussi efforcée de simplifier les procédures d'agrément pour les établissements financiers qui envisageant une délocalisation post Brexit. Fidèle à l'esprit porté par la DSP2, l'ACPR a mis en place le pôle Fintech & Innovation et encouragé le développement de « projets financiers innovants » dans toute la France.

Avec plus de 350 fintech, la France est le berceau d'un écosystème en forte croissance, notamment dans le domaine des paiements. Selon un rapport publié par Codis et GFK en mars 2018, la France représente l'un des plus grands marchés du paiement sans contact en Europe, ce qui en fait un marché propice à l'innovation.

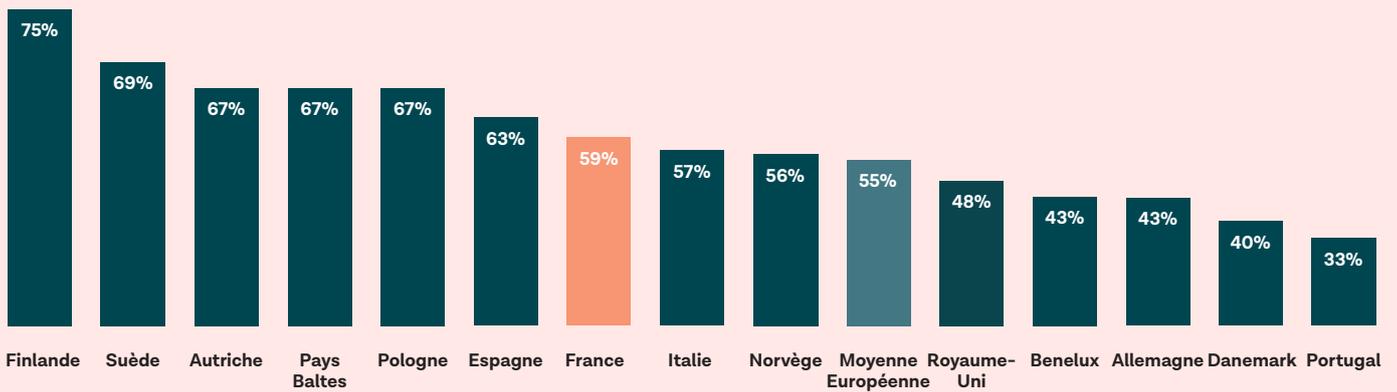
Les mesures favorables prises par l'ACPR et la présence d'un écosystème fintech important poussent les responsables des institutions financières à saisir des opportunités. Tirer parti de l'environnement actuel demande du courage et, surtout, de l'appétit pour le risque.

Cette enquête sur l'open banking montre, de façon assez inattendue, que les Français sont les plus optimistes au niveau de l'Europe. Mais s'adapter à cette nouvelle ère d'open banking- et aux nouvelles réglementations qui l'accompagnent - exige non seulement une refonte des systèmes IT, des opérations internes, mais aussi des modèles économiques entiers.

Une attitude positive à l'égard de l'open banking



Graphique 1. Une attitude positive à l'égard de l'open banking*



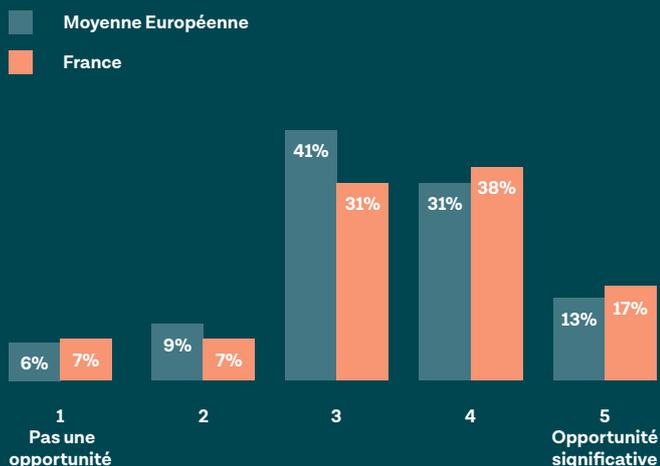
*La somme des valeurs peut légèrement varier en raison de l'arrondi

En ce qui concerne l'open banking, les Français sont généralement optimistes : 59% d'entre eux estiment cette évolution comme positive pour le secteur (graphique 1), contre une moyenne de 55% à l'échelle européenne.

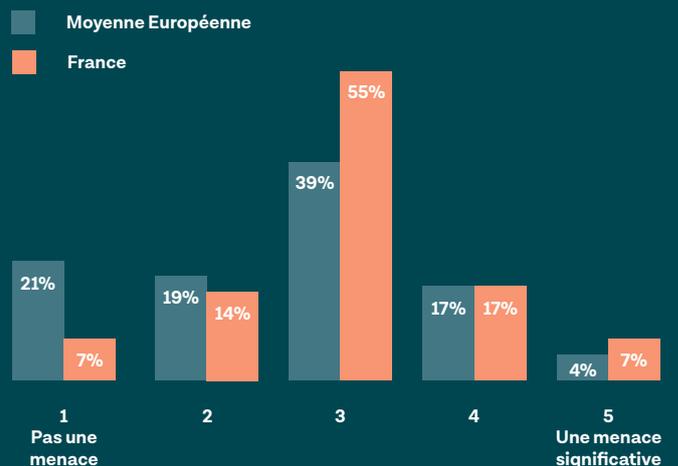
Le détail des résultats révèle en outre que 20% des Français interrogés se sentent (« très » ou « quelque peu ») négatifs à l'égard de l'open banking, soit un peu plus que la moyenne européenne (15%).

L'attitude positive des Français vient du fait qu'une majorité des Français interrogés considère l'open banking comme une source d'opportunités pour leur activité : 17% l'estimant comme une « opportunité significative », contre une moyenne européenne de 13% (graphique 2). Par ailleurs, un peu moins d'un sur dix (7%) considère l'open banking comme une « menace importante » (graphique 3).

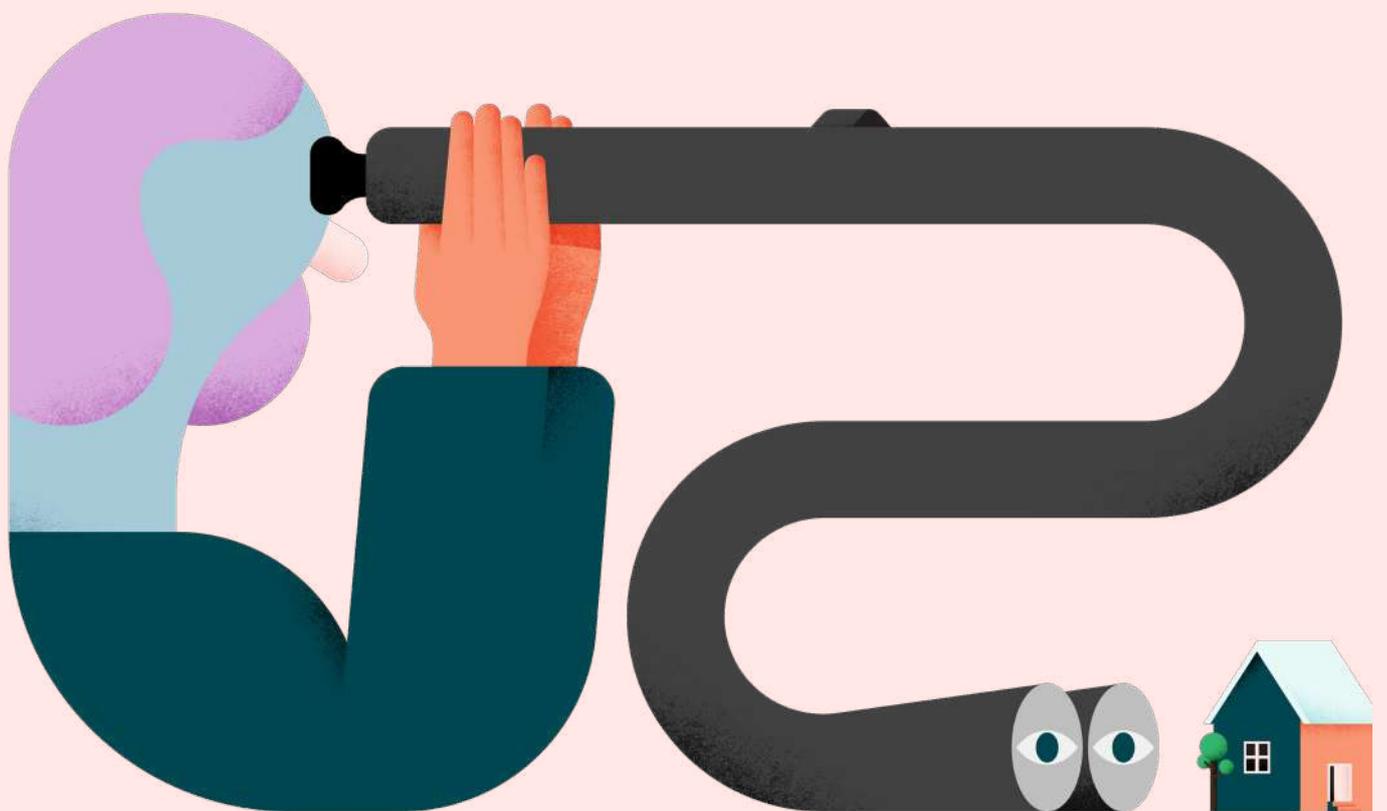
Graphique 2. L'open banking comme OPPORTUNITÉ pour l'activité



Graphique 3. L'open banking comme MENACE pour l'activité



Les opportunités offertes par l'open banking



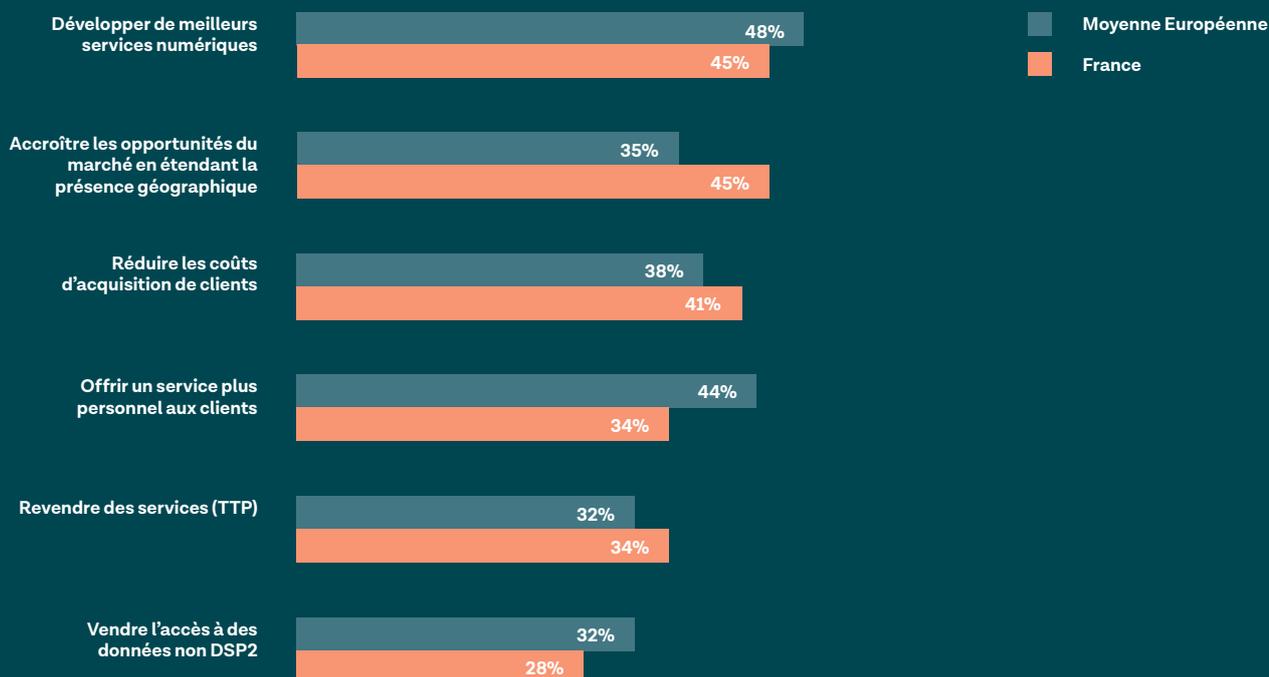
En termes d'opportunités offertes par l'open banking, les Français ont une longueur d'avance. Pour eux, « développer de meilleurs services numériques » et « accroître les opportunités du marché en étendant la présence géographique » sont considérés comme les deux objectifs les plus importants (graphique 4). La volonté de saisir de nouvelles opportunités sur le marché est logique, si l'on considère que les Français sont, de loin, les plus convaincus que la fidélité des

clients risque d'être ébranlée par l'open banking. Les efforts de la Banque de France pour sensibiliser la communauté financière aux opportunités offertes par la DSP2 semblent également porter leurs fruits. Les Français sont ainsi particulièrement conscients du potentiel du marché numérique unique et de sa capacité à attirer des clients potentiels de toute l'Europe.

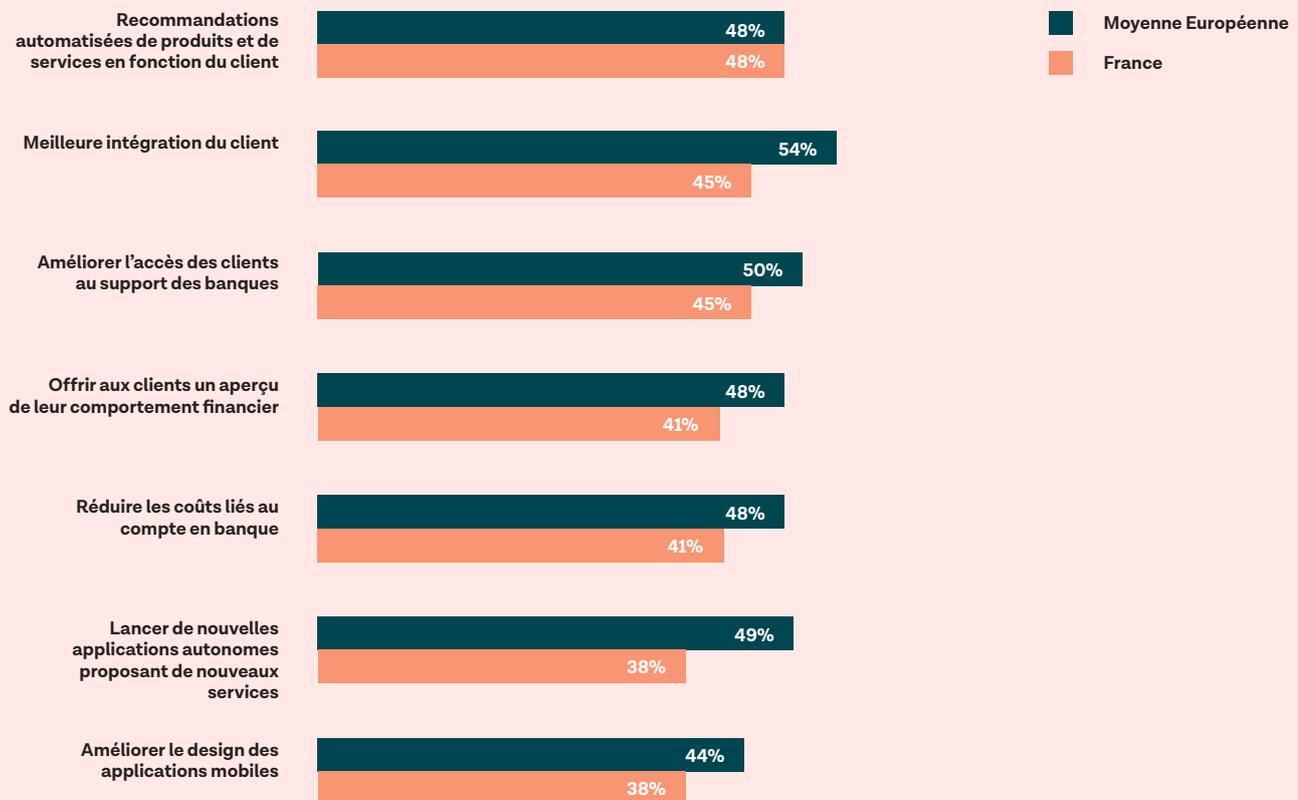
Les meilleures opportunités pour le marché français :

- #1 Développer de meilleurs services numériques**
- #2 Accroître les possibilités de commercialisation**
- #3 Réduire les coûts d'acquisition de clients**

Graphique 4. Les opportunités de l'open banking pour l'activité



Graphique 5. Initiatives en matière d'expérience client



Curieusement, les Français ne s'intéressent guère à la revente de services ou aux possibles opportunités commerciales des données non DSP2. Le fait que le marché français ait déjà connu l'éclosion de certaines fintechs peut signifier que ces expériences ont déjà été tentées ou qu'elles n'ont pas abouti.

A court terme, l'accent est mis davantage sur l'amélioration de l'expérience client grâce à de meilleures recommandations de produits, à une intégration plus souple, et à de nouvelles manières d'assister les clients – ce qu'on appelle le service clients omni-canal. Un thème commun partagé aujourd'hui par la plupart des industries axées sur la consommation, y compris les télécommunications, le gouvernement et le commerce de détail.

L'après open banking



Concernant la fidélité des clients, les banquiers français sont nettement plus préoccupés (76%) que la moyenne européenne (56%). Ce n'est pas seulement parce qu'ils voient que cela se produit sur d'autres marchés ; la plupart des banques traditionnelles ont pris des mesures pour répondre aux exigences d'une nouvelle génération de consommateurs.

En France, un grand nombre des « banques challengers » sont des filiales des banques historiques. L'exemple de la BNP Paribas est assez parlant. Cet acteur traditionnel est propriétaire de Hello bank ! et de Nickel, acquis en 2017 et qui sert plus de 1,3 million de clients en France. En comparaison, Hello Bank ! comptait un peu plus de 400 000 clients en février 2019.

En 2014, la Société Générale a acquis Boursorama Banque, aujourd'hui la plus grande banque en ligne en France avec 1,8 million de clients et un objectif de plus de 3 millions de clients d'ici 2021.

Autres exemples : Fortuneo, détenue par Arkéa, BforBank, filiale du Crédit Agricole, et Monabanq, détenue conjointement par le Crédit Mutuel, Cofidis, et le CIC.

Ainsi, ces banques « traditionnelles » encouragent leurs clients à s'adresser à leurs filiales numériques et constatent avec leurs propres yeux : ce n'est pas une mode. C'est une tendance de fond.

Êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants ?

■ France
■ Moyenne Européenne

La fidélité des clients à l'égard des banques sera considérablement réduite en raison de l'open banking.

76% **56%**

Les institutions financières qui ne font que le minimum requis par la DSP2 perdront du terrain face à des concurrents plus innovants

55% **61%**

Le secteur financier évoluera considérablement grâce à l'open banking

59% **64%**

Les institutions financières doivent améliorer leur service pour attirer et fidéliser les clients

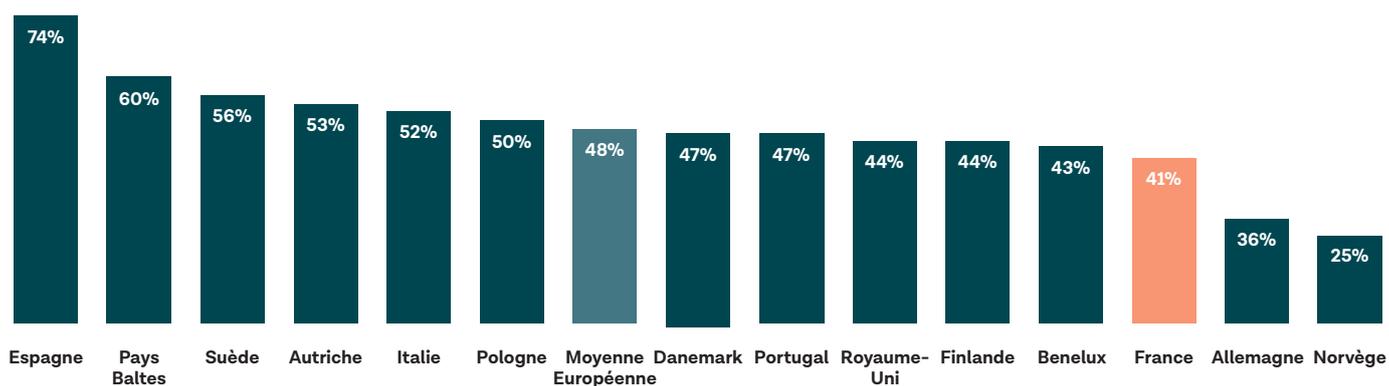
66% **68%**

Contrairement à de nombreux autres pays d'Europe, la majorité des banquiers français ne cherchent pas à réduire les frais de service en fonction des offres des banques concurrentes (graphique 6).

Propriétaires de nombreuses banques digitales ou challengers, les banques traditionnelles peuvent surveiller l'élasticité des prix et gérer les attentes du marché.

Le graphe indique le pourcentage par pays de ceux qui ont répondu entre 8 et 10 (très important).

Graphique 6. L'importance de la réduction des frais bancaires



Les résultats de l'étude semblent indiquer que la plupart des banques françaises s'attendent à ce que l'évolution du secteur vienne de la concurrence, hors du champ d'application de la réglementation. A noter : un peu plus de la moitié (55%) des sondés français estiment que les établissements ne faisant pas le minimum requis par la DSP2 seront perdants face à des concurrents plus innovants. En d'autres termes, nombreux sont les banquiers français qui ne croient pas que la DSP2 (et les efforts correspondants de l'ACPR pour simplifier les processus d'octroi de licences) aura un impact sérieux sur l'activité.

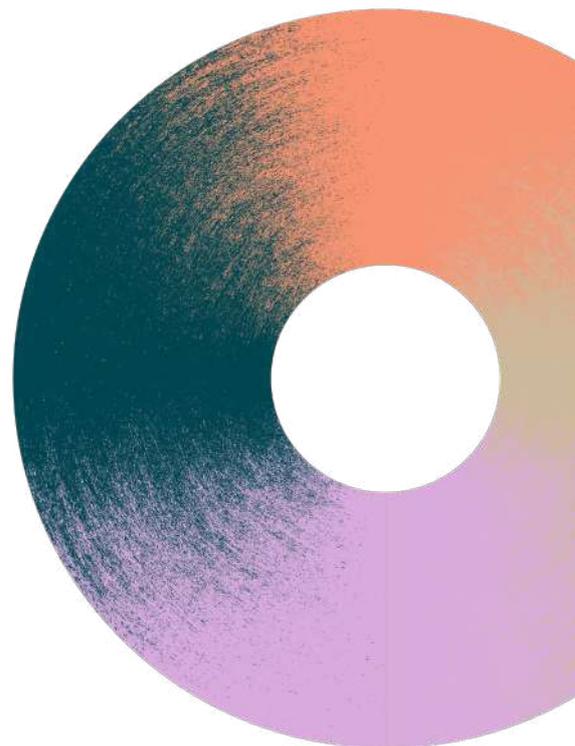
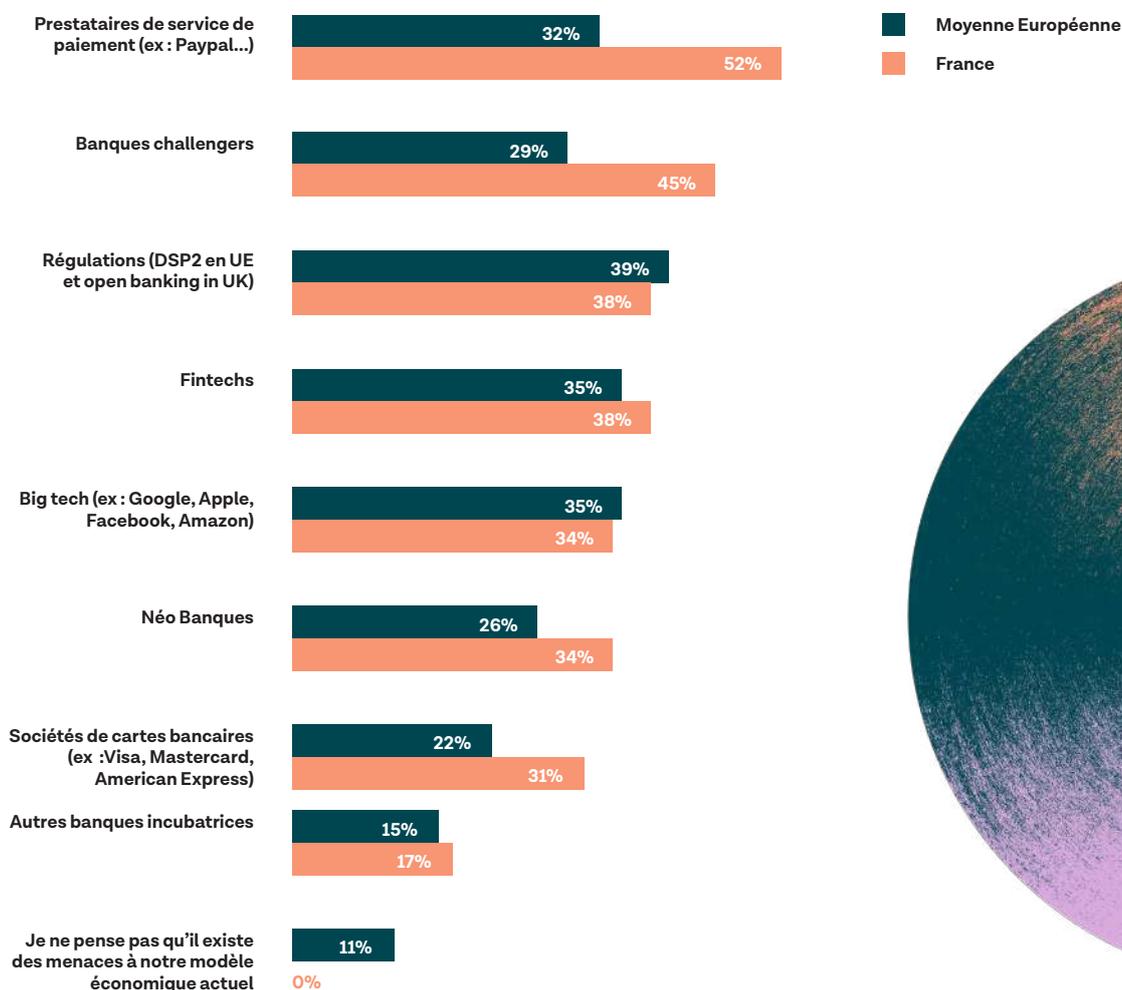
A l'image de l'ensemble des répondants, une majorité des Français interrogés estime que les institutions financières doivent améliorer leurs services et que le secteur va évoluer grâce à l'open banking.

Ainsi, les entreprises qui n'adoptent pas de nouveaux modèles économiques ou qui ne répondent pas aux nouvelles attentes des clients risquent d'être perdantes face à des concurrents innovants.

La réglementation ne fait pas si peur aux Français



Graphique 7. L'open banking, une menace pour l'entreprise ?



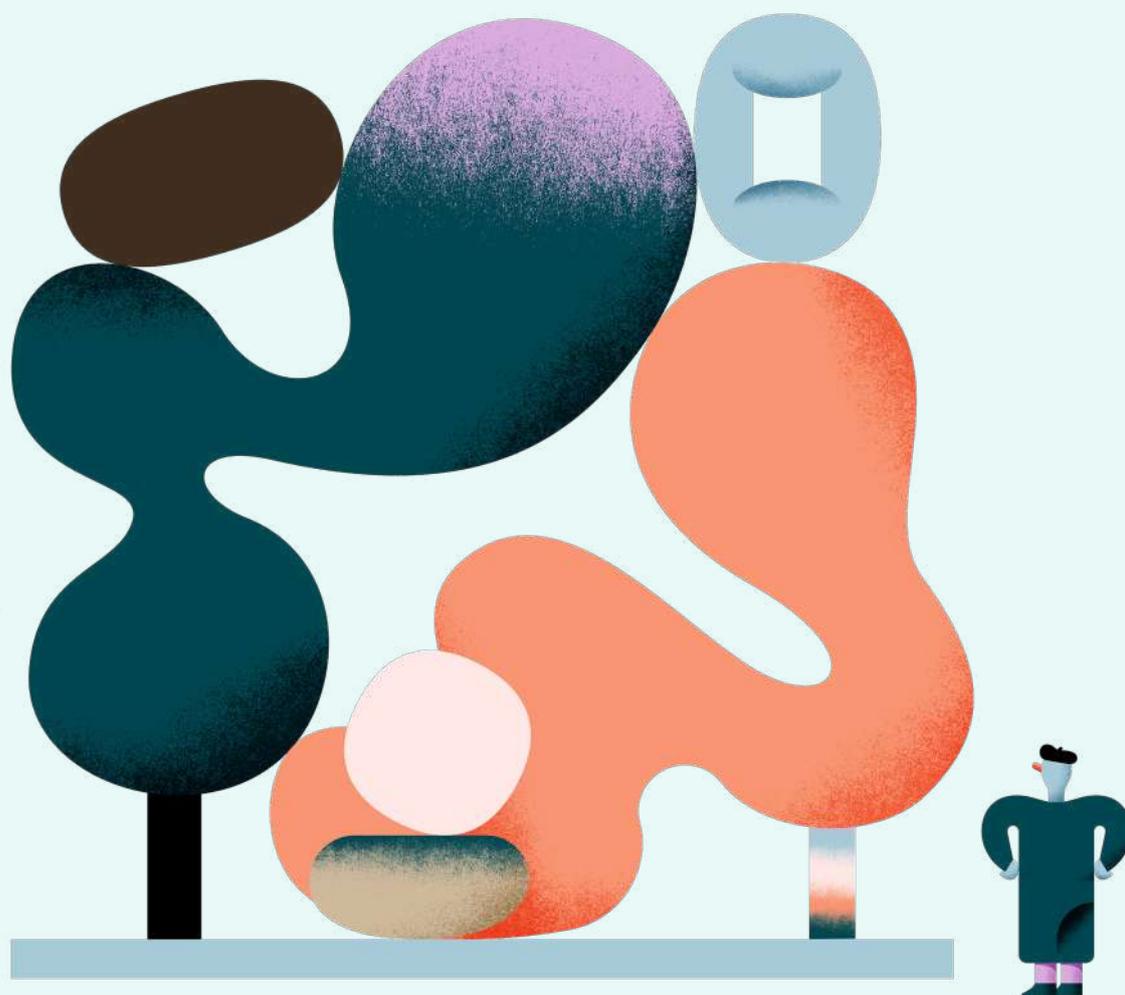
L'étude de Tink menée à l'échelle européenne montre comment les attitudes vis-à-vis de l'open banking sont souvent corrélées avec les perceptions à l'égard des réglementations de l'UE. Ceux qui sont moins favorables à l'open banking sont plus enclins à considérer les réglementations - telles que DSP2 - comme une menace pour leur activité.

28% des répondants français estiment que les réglementations comme DSP2, « encourage significativement l'innovation », contre 13% pour la moyenne européenne.

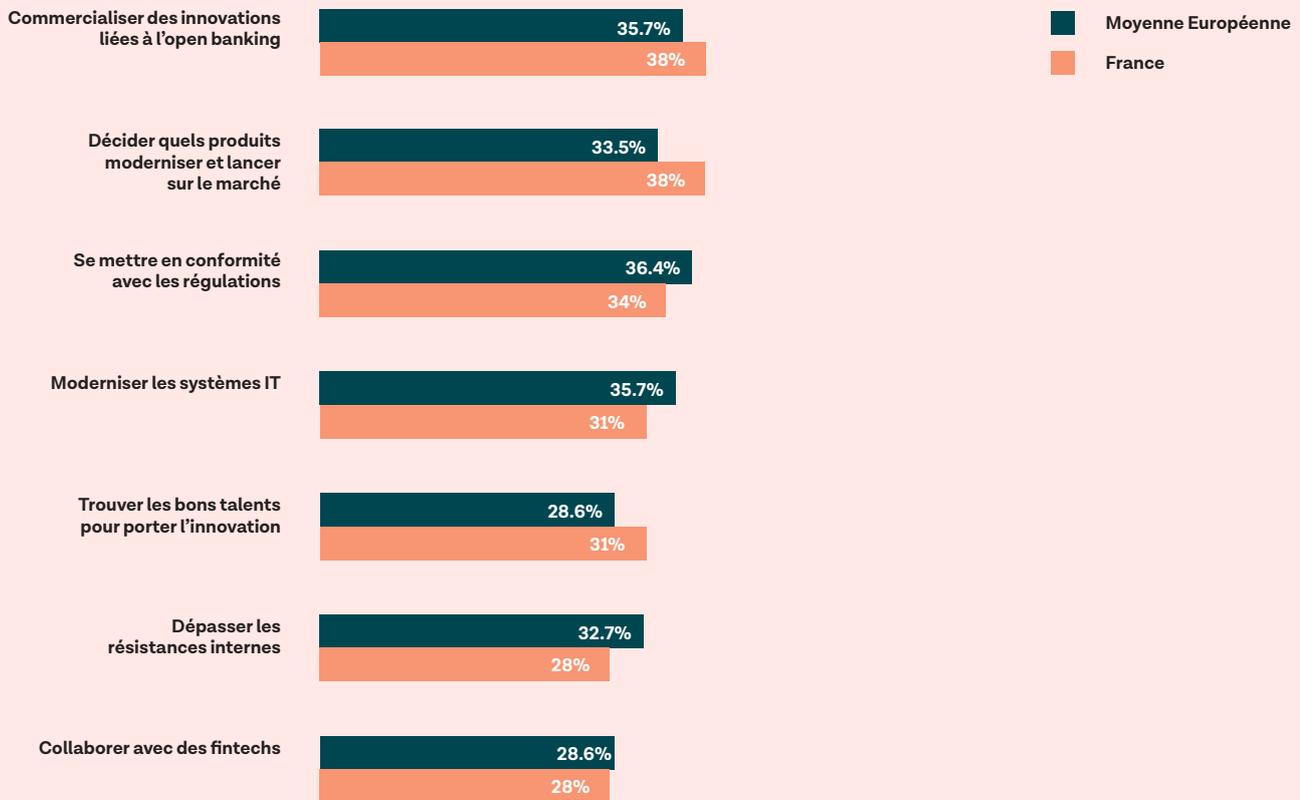
A l'inverse, 38% considèrent la réglementation principalement comme une menace pour leurs modèles économiques existants (graphique 7). Une attitude moins hostile toutefois par rapport à certains de leurs voisins européens, comme le Benelux (61%), le Royaume-Uni (56%), l'Allemagne (43%) et l'Espagne (41%).

Contrairement aux acteurs financiers de certains pays européens, ce ne sont pas les réglementations qui inquiètent le plus les Français, mais l'arrivée sur le marché de nouveaux acteurs bancaires (45%)

Défi : Trouver un retour sur investissement



Graphique 8. Défis pour les entreprises en matière d'open banking



La mise en conformité avec la réglementation est considérée comme le défi le plus important pour les pays européens pris dans leur ensemble.

Ce n'est cependant pas le cas de la France.

Pour les dirigeants français, le défi principal de l'open banking réside dans sa mise en place pratique :

- Commercialiser des innovations liées à l'open banking (38%)
- Choisir quels produits moderniser et lancer sur le marché (38%)

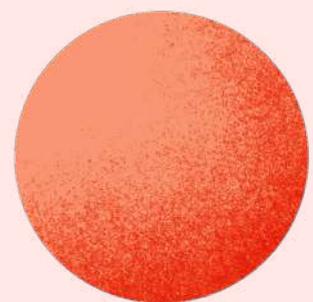
CF (graphique 8)

Note : Le graphique montre le pourcentage de répondants par pays dont la réponse se situe entre 8 et 10 (« très important »).

Bien que essentiels, « moderniser les systèmes IT » et « dépasser les résistances en interne » ne sont pas perçus comme des défis aussi importants en France qu'ailleurs en Europe.

Pour les Français, le vrai défi consiste à exécuter ce qu'il y a à faire et non à le rendre possible.

Perspectives :
**Les financiers se
sentent très bien
préparés pour faire
face à l'avenir**

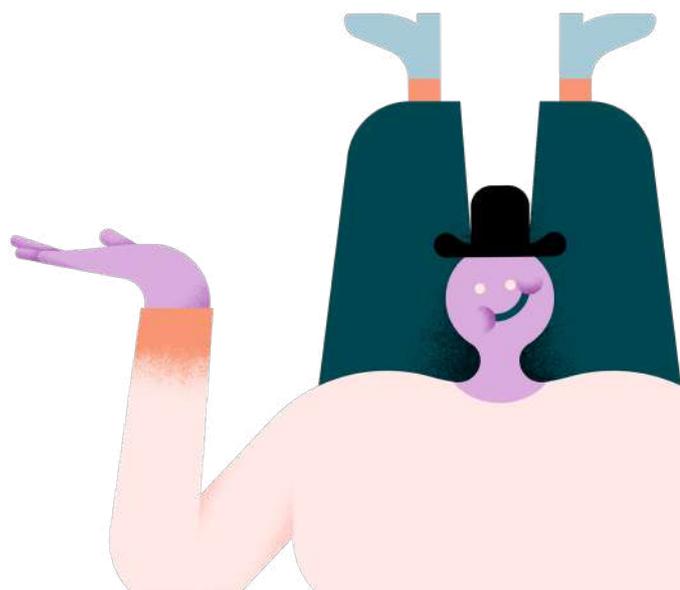


A l'heure actuelle, la finance ne peut plus résister à la vague de transformation numérique qui a déjà bouleversé de nombreuses autres industries. L'open banking est passé d'une utopie futuriste à une réalité concrète et régulée avec des réglementations comme la DSP2.

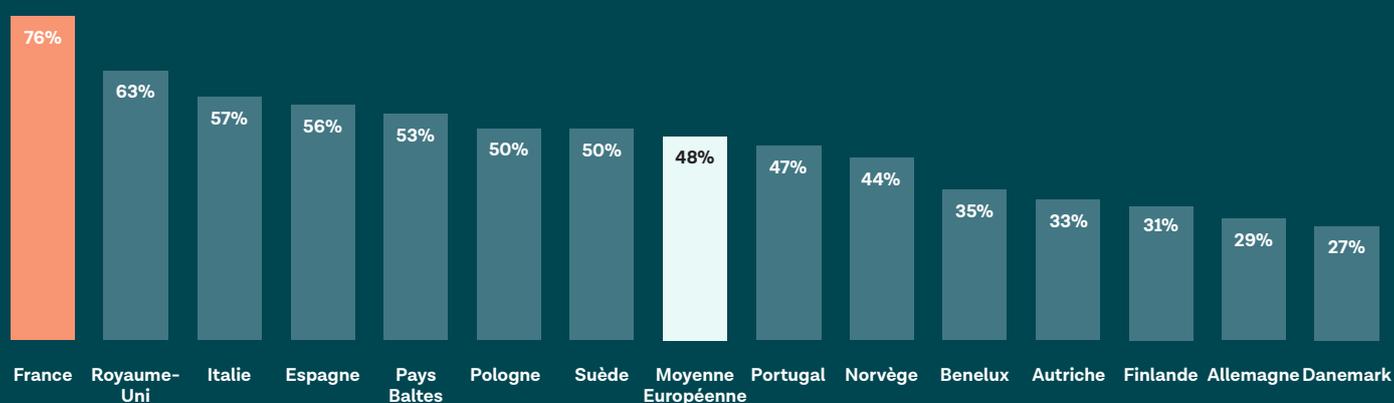
Pour faire face à ces importants changements, les dirigeants de banques européennes ne se sentent pas tous autant préparés.

76% des dirigeants français interrogés se sentent ainsi prêts à faire face aux 5 prochaines années – loin devant la moyenne de l'UE de 48% (graphique 9).

Ces résultats ne devraient pas surprendre, car l'optimisme a rayonné tout au long de l'enquête et s'inscrit dans le droit fil des tendances macroéconomiques du pays qui s'orientent vers une Europe forte et unie, riche en nouvelles opportunités bancaires et commerciales.



Graphique 9. Organisations qui se sentent prêtes pour les cinq prochaines années



Recommandation : Saisir les opportunités



Le secteur financier est en pleine mutation et certains pays sont plus touchés que d'autres par la nouvelle vague de transformation numérique. Que les banquiers français se sentent confiants et prêts à saisir ce que les prochaines années pourraient leur apporter est une très bonne chose

Mais, s'ils ne sont pas vigilants, ils pourraient se faire prendre par surprise par l'innovation technologique des plus de 350 start-up. Tant que cette confiance ne se transforme pas en complaisance, les perspectives des institutions financières françaises sont bonnes.

Pourtant, le marché français est confronté à de nombreux défis : d'un côté des banques challengers et des jeunes générations en demande croissante d'une meilleure intégration, de l'autre les défis liés à la commercialisation des investissements. Avec, en même temps, l'évolution des modèles économiques et les nouvelles réglementations à respecter.

Bien que les Français soient généralement optimistes, cette période de forts changements peut sembler intimidante et demander des efforts à l'ensemble de l'industrie. Les opportunités sont cependant à la portée de tous. Mais comment y arriver ?

Après beaucoup d'essais, d'erreurs, de semi-ratés et de succès, Tink peut se targuer d'une bonne expérience sur la façon de réussir des partenariats d'open banking. Voici nos principales recommandations basées sur ce que nous avons appris et ce que ces résultats révèlent.



Le client au cœur de l'entreprise

Les préoccupations liées à la fidélité de la clientèle, la menace que représentent les nouveaux PSP, les banques concurrentes et la concurrence des 350 fintech présentes en France ne doivent pas être prises à la légère. Pour y répondre, il faut être focalisé sur le client.

L'innovation doit s'intégrer au quotidien à la stratégie de l'entreprise et les indicateurs clés conçus pour refléter, récompenser et renforcer les objectifs axés sur le client.

Répondre simplement aux demandes des clients ne sera plus suffisant. Les institutions qui espèrent rester pertinentes devront relever le défi et dépasser les attentes. Penser à des recommandations personnalisées, à des expériences utilisateur toujours meilleures et à des interactions sans friction à chaque point de contact.

#2

Anticiper les besoins des clients

De nombreuses industries ont déjà été perturbées et complètement réimaginées par la vague numérique, qui arrive seulement maintenant au secteur bancaire. S'il y a une chose que nous avons apprise, c'est que les meilleurs services numériques (et les plus réussis) sont ceux qui placent l'intérêt du client avant tout.

Les Big Tech internationales le comprennent mieux que quiconque, et la meilleure façon de rester dans la course est de les battre à leur propre jeu : être obsédé par la compréhension des clients et explorer de nouvelles façons de créer des services et des expériences qui améliorent leur quotidien.

Explorer de nouveaux services et cas d'utilisation

À ce stade, difficile de prédire à quoi ressemblera la prochaine expérience de rupture en matière d'applications ou de services financiers. Il est temps d'envisager des possibilités à l'extérieur du cadre traditionnel. Il pourrait s'agir de remettre en question les taux

hypothécaires actuels, de s'associer à d'autres entreprises pour fournir des services non financiers ou d'explorer de nouveaux cas d'usage pour les services de reconnaissance de l'identité, de paiement ou de crédit.

Et la France offre l'environnement idéal pour devenir l'épicentre de l'innovation. Avec Paris comme nouvelle capitale financière de l'Europe, des régulateurs progressistes et de nombreuses fintech innovantes, les banques en France pourraient devenir le fer de lance du développement des nouvelles technologies en Europe occidentale.

#3

À propos de cette recherche

Tink a fait appel à l'organisation indépendante d'études de marché YouGov pour mener une vaste enquête sur les attitudes et les opinions concernant l'open banking en Europe.

Toutes les interviews ont été menées par YouGov entre le 8 avril et le 7 mai 2019, et l'étude à l'échelle européenne a porté sur 269 top managers de services financiers dans 17 pays. Ce rapport compare la moyenne européenne avec les réponses recueillies auprès des 29 répondants français.

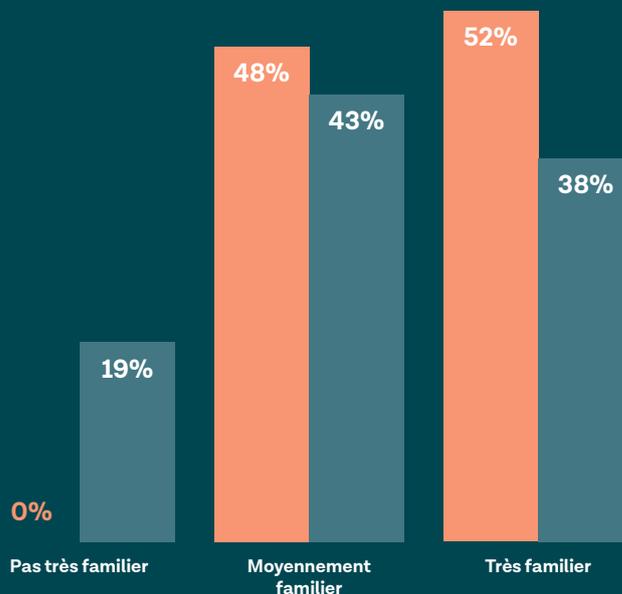
Les participants ont répondu aux questions par le biais d'entretiens téléphoniques et d'un questionnaire en ligne, traduit dans leur langue locale pour améliorer la pertinence des réponses.

Afin d'être sélectionnés pour l'enquête, les participants devaient avoir au moins une certaine connaissance des services d'open banking. Un examinateur a demandé aux participants s'ils connaissaient bien la DSP2. Si ce n'était pas le cas, ils ont été exclus de l'enquête.



Quelle est votre connaissance de la DSP2 ?

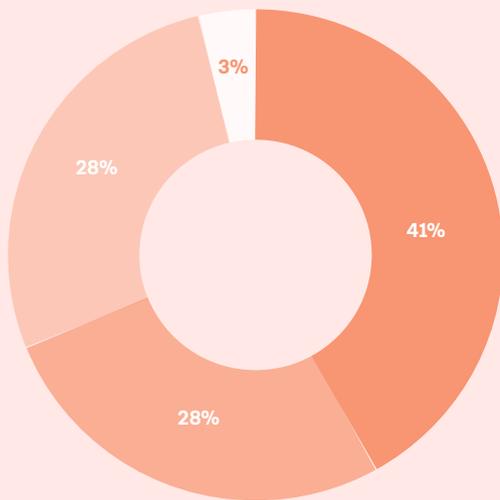
■ France
■ Moyenne Européenne



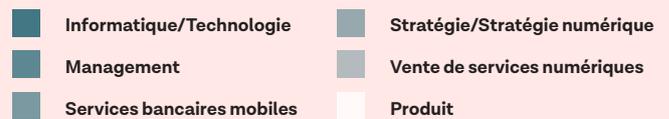
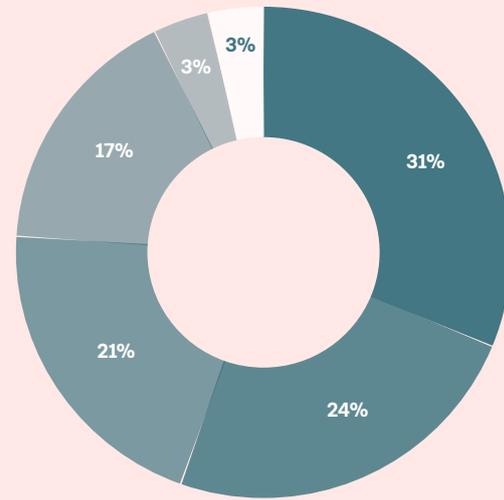
Parmi les participants français, 69% sont soit des cadres dirigeants, soit des chefs de département ou de service ; le même pourcentage s'applique pour ceux qui travaillent dans le management ou l'informatique. A 97%, une écrasante majorité, ils comptent parmi les principaux décideurs en matière d'innovation numérique.

Les graphiques ci-dessous montrent la répartition détaillée des cadres français interrogés par poste, fonction et implication dans la prise de décision.

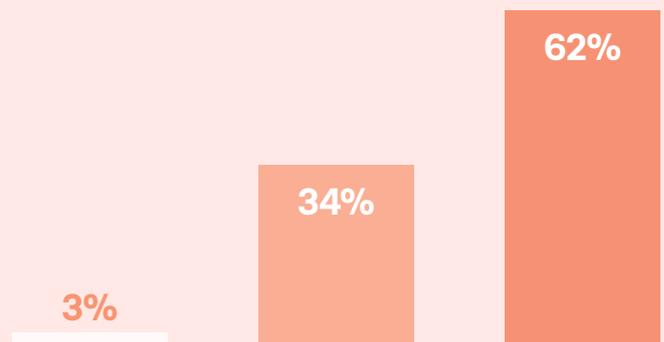
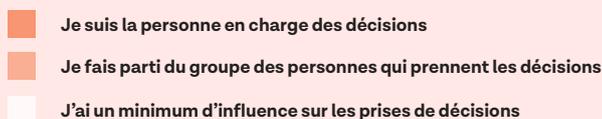
Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre poste au sein de votre organisation ?



Dans laquelle des fonctions suivantes travaillez-vous ?



Comment décririez vous votre implication dans les décisions relatives à l'innovation numérique ?*



*D'autres réponses possibles étaient « J'ai une certaine influence sur ces décisions » et « Je n'ai aucune responsabilité ni influence sur ces décisions » mais aucun des participants n'a choisi ces options.



tink'c