



LA REVUE DE PRESSE #Octobre20



Edito

DSP2 : le bilan 1 an après la mise en application de la réglementation

D'un écosystème en expansion, à l'amélioration des APIs et à l'augmentation des investissements, le mouvement de l'Open Banking a parcouru un long chemin depuis la date limite de mise en œuvre de la DSP2 en septembre 2019. À l'époque, notre analyse avait conclu qu'aucune API n'était conforme aux exigences législatives - et que nous avons tous beaucoup à faire pour que l'Open Banking soit un succès. Depuis l'échéance de la directive DSP2, les budgets ont connu un boom dans toute l'Europe.

Dans notre récente étude sur les investissements réalisés pour l'Open Banking, 63 % des institutions financières européennes déclaraient que leurs dépenses avaient augmentées par rapport à 2019, et 80 % indiquaient que leurs budgets connaissent une croissance à deux chiffres.

Il ressort clairement que les investissements dans pour l'Open Banking sont déjà massifs et que les budgets augmentent - mais aussi que le secteur est sur le point de connaître un changement considérable en s'orientant vers des services basés sur les données.

Jérôme Albus – Directeur France & Benelux - Tink

DSP2 : VOGUE LA GALÈRE ([P.2](#))

DSP2 : LES BANQUES ET TPP AVANCENT ENFIN.. MAIS AU RALENTI ([P.5](#))

L'OPEN BANKING OUVRE LE CHAMP DES POSSIBLES ! ([P.8](#))

LES DEUX PIEDS SUR LE FREIN POUR LA PLATEFORMISATION BANCAIRE ([P.10](#))

L'UNION EUROPÉENNE AMORCE LA RÉVOLUTION BANCAIRE ([P.13](#))

LES ÉVÈNEMENTS API À NE PAS MANQUER ([P.15](#))

#1 - DSP2 : VOGUE LA GALÈRE

Un an après la date du 14 septembre 2019 qui devait sonner l'utilisation massive des API DSP2 des banques, la part de connexions basculées sur les API DSP2 par les TPP reste relativement faible.

Où en sommes-nous de la mise en application de la DSP2 et de sa promesse d'innovation dans le secteur financier (open banking) ? **Force est de constater qu'il y a encore beaucoup à faire.** En effet, un an après la date du 14 septembre 2019 qui devait sonner l'utilisation massive des API DSP2 des banques, **la part de connexions basculées sur les API DSP2 par les TPP reste relativement faible.** Pourquoi ? Sommes-nous vraiment entrés dans cette ère de l'open banking qui doit permettre à l'ensemble des acteurs innovants de se connecter aux services de la banque ?

Des avancées

Soyons positifs et soulignons tout d'abord que des avancées ont eu lieu ces derniers mois, en France même si un certain "plateau" apparaît et que le nombre de requêtes faites sur les API AIS (informations sur les comptes) DSP2 des banques ne croît que très lentement sur les trois derniers mois. La situation de crise sanitaire et la période estivale expliquent en partie cela.

Sur les API PIS (initiation de paiement) en revanche la dynamique est positive et le nombre de requêtes augmente de façon plus significative. Cela s'explique aussi par le fait que les TPP ont finalement décidé d'avancer sur les API PIS en attendant que les banques corrigent les points bloquants que présentent leur API AIS en accord avec la publication de l'Autorité bancaire européenne (EBA) de juin dernier.

La multiplication des points de rencontre entre banques et TPP au sein du CNPS (Comité national des paiements scripturaux) explique en grande partie ces avancées. En effet, ces réunions mensuelles ont permis d'évacuer plusieurs points de blocages ou d'incompréhensions. Parmi eux :

- » **La confirmation par l'ACPR que les banques doivent transmettre l'iban du payeur aux TPP lors de l'initiation de paiement ;**
- » **La confirmation par l'ACPR que les comptes de personnes protégées (mineurs, tutelles, curatelles) doivent être intégrés dans l'API dès lors qu'ils sont disponibles au travers des interfaces de banque en ligne ;**
- » **La confirmation par l'ACPR que l'exemption de solution de secours sur les API ne pourra être accordée aux établissements qui n'assurent pas une redirection fluide ;**
- » **La confirmation par l'ACPR que l'API doit proposer la même offre d'émission de virement que l'espace de banque en ligne. Si l'enregistrement préalable d'un bénéficiaire est nécessaire à l'émission d'un virement sur la banque en ligne, alors cette fonctionnalité doit être proposée aux PISP via l'API.**

La publication de l'EBA du 4 juin dernier sur les obstacles à la fourniture de service par les TPP est également venue confirmer et clarifier certains points d'achoppement, mais pas tous...



#1 - DSP2 : VOGUE LA GALÈRE

...mais encore du travail

Malheureusement cette publication et les différents groupes de travail à l'échelle nationale ou européenne n'ont pas tout résolu.

Voici quelques problèmes qui restent bloquants aujourd'hui :

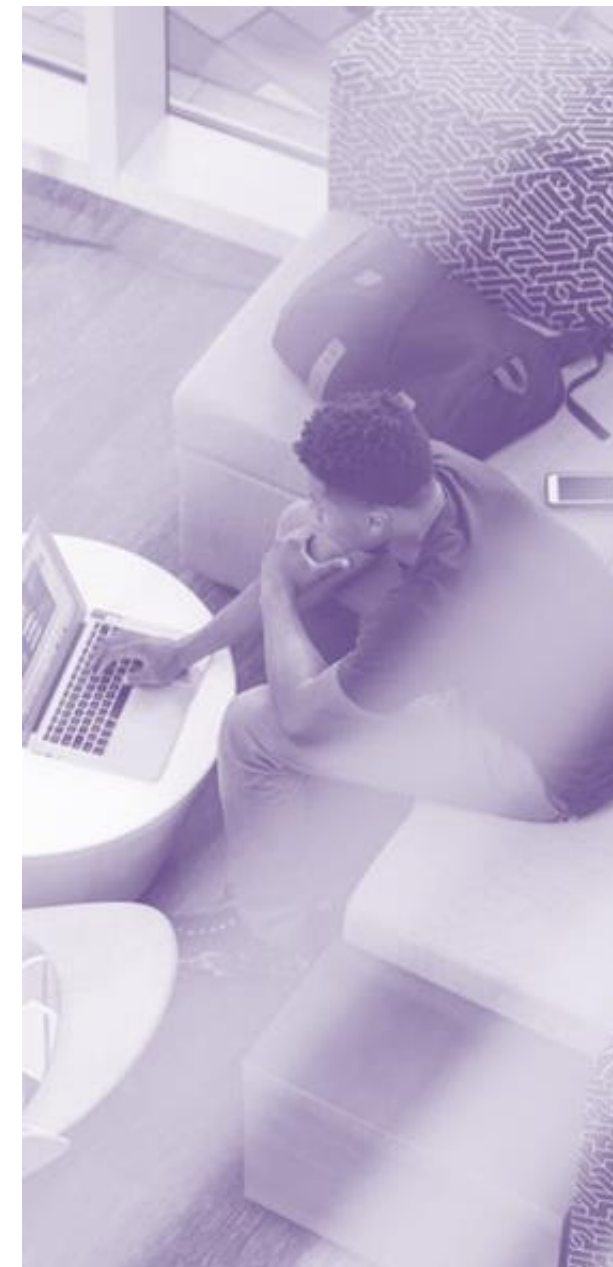
- » **De nombreuses banques françaises imposent une SCA (authentification forte) toutes les 24 heures pour les comptes personnels et/ou entreprises.** En pratique, même si un client ne se connecte pas pendant plusieurs jours, il est indispensable que nous puissions continuer à rafraîchir ses données sans que le client déconnecté reçoive une SCA tous les jours. Avec la limitation de la durée de validité du token à 24 heures, notre service est tout simplement inutilisable et perd tout son sens ! Consciente de cette entrave, la Bafin (autorité nationale compétente en Allemagne) permet une validité du token pendant 90 jours même si la banque a fait le choix de la SCA systématique pour l'accès du client à la banque en ligne. Espérons que l'ACPR s'aligne sur cette décision de nos voisins allemands ;
- » **Les parcours app-to-app n'ont pas encore été généralisés au sein des banques et les "redirect" s'apparentent (souvent) à des parcours du combattant pour les utilisateurs finaux.** Nos premiers taux de conversion sont catastrophiques (seulement 30 à 40% de réussite !).
- » **L'authentification forte et surtout son renouvellement des 90 jours restent à la main des banques.** L'EBA a décidé...de ne pas décider dans sa publication du 4 juin dernier et cela reste le principal obstacle à la prestation de nos services car il a un impact dévastateur sur le taux de conversion ! Nous sommes établissement de paiement agréé et présentons toutes les garanties nécessaires pour "porter" le risque et donc gérer (à minima) le renouvellement des 90 jours.

Les perspectives

Malgré ces sujets encore ouverts, l'EBA et sa publication du 4 juin dernier sont venus préciser ce qui doit être considéré comme un obstacle et qui doit être corrigé par les banques.

Sur la base de ces éléments, la Banque de France et l'ACPR jugent que la migration doit impérativement s'accélérer, dès lors que l'ensemble des points bloquants ont été identifiés et corrigés. Ainsi, l'ACPR et la Banque de France attendent des banques de la place la réalisation d'un calendrier de correction des points de blocage afin de pouvoir accélérer la migration vers les API.

Les TPP ont également préparé un calendrier de migration précisant les délais attendus de migration complète de leurs clients vers les API lorsque les points bloquants auront été levés. **Conscientes des hésitations et tâtonnements de ces 12 derniers mois, la volonté des autorités françaises et européennes est d'accélérer très franchement la migration vers les API DSP2.** Elles ont donc insisté sur l'importance de se fixer un objectif temporel qui engage banques et TPP vis-à-vis des autorités.



Attention spoiler, voilà ce qu'il risque de se passer sur les prochains mois :

- 1 Nous, TPP, allons donc accélérer la migration sur des API qui ne sont (pour la grande majorité) pas suffisamment fonctionnelles avec des parcours d'authentification et de réauthentification à rallonge.
- 2 Nos taux de conversion et donc notre nombre de connexions vont chuter de façon significative. Directement liés à l'usage de nos technologies, nos revenus vont également s'effondrer.
- 3 Nous allons publier chiffres et statistiques qui démontreront qu'en l'état les API DSP2 et le renouvellement de SCA tous les 90 jours sont des obstacles majeurs à la prestation de nos services.
- 4 Certains TPP ou clients de TPP n'ayant pas les "reins suffisamment solides" vont faire faillite et ne pourront pas faire face à cette dégradation de leurs services.
- 5 L'objectif premier de la DSP2 de favoriser l'innovation ne sera qu'un lointain souvenir, évanoui dans les couloirs de nos chères instances européennes.

Ce scénario est volontairement alarmiste mais il est malheureusement proche de la réalité. Imposer la migration vers les API alors même que certains points bloquants n'ont pas encore été arbitrés, n'a aucune logique de marché, c'est juste le moyen de ne pas perdre complètement la face pour les banques et les autorités compétentes...

Si l'on souhaite faire de l'open banking une révolution permettant un foisonnement d'innovations et l'émergence de nouveaux acteurs en Europe : ne nous précipitons pas et admettons qu'il s'agit d'un changement de paradigme qui doit passer par un processus itératif.

#2 – DSP2 : LES BANQUES ET TPP AVANCENT ENFIN... MAIS AU RALENTI

Un an après l'entrée en application des normes techniques de la directive européenne, les API sont plus ou moins fonctionnelles et les migrations bien entamées.

Encore un anniversaire pour la DSP2. Cette fois-ci, la directive sur les services de paiement fête les un an de la mise en application des normes techniques de réglementation (RTS). Ces RTS, qui n'étaient pas très explicites lors de leur publication fin 2018, ont fait l'objet de nombreuses critiques de la part des acteurs tiers (les TPP), que sont Bankin', Budget Insight ou encore Linxo. Mauvaise expérience client, absence d'accès à certaines informations bancaires, redirection automatique vers l'application de la banque... Surtout, les migrations des clients de la méthode de screen scrapping (une technique qui permet d'accéder aux données d'un client d'une banque en utilisant ses codes d'accès) à celle de l'API n'en était qu'aux balbutiements.

Où en est-on aujourd'hui ? Toutes les grandes banques françaises ont sorti leurs API mais toutes ne sont pas fonctionnelles ou complètes. Du moins aux yeux des TPP. Car chaque acteur a sa propre définition d'une "bonne" API. "L'ACPR et la Banque de France de France ont bien joué le rôle d'arbitre pour convenir ce qu'était une API de qualité. La difficulté de ce chantier est qu'à chaque parution d'un nouveau texte (des clarifications du régulateur européen par exemple, ndr), il y a toujours plusieurs interprétations possibles", souligne Erwan Guigonis, chief of staff de 89C3 Factory, le pôle digital du Groupe BPCE. "Certaines API ne sont pas très stables ce qui peut dégrader l'expérience client. Mais les banques avec qui nous travaillons en ont conscience et jouent le jeu", assure Jérôme Albus, directeur France & Benelux de l'agrégateur Tink. Et elles investissent en conséquence. Près des deux tiers (64,5 %) des institutions financières françaises dépensent plus de 100 millions d'euros dans l'open banking, d'après une étude de Tink. La France est l'un des pays européens qui consacre le plus de dépenses en la matière, toujours selon cette étude.

“ Depuis janvier, BPCE voit une vraie accélération de la consommation de ses API ”

Ces investissements paient. "Depuis janvier, on voit une vraie accélération de la consommation de nos API. Jusqu'alors, on était en test", témoigne Erwan Guigonis, qui précise qu'une vingtaine de TPP peut échanger avec BPCE de façon industrielle. Les tiers commencent à migrer les clients des grandes banques françaises sur les API. Budget Insight est en production avec cinq d'entre elles, quatre au Luxembourg et quatre en Belgique. "Nous nous concentrons sur les banques les plus utilisées", indique Bertrand Jeannet, secrétaire général de Budget Insight. Mais la start-up français maintient en parallèle le scrapping. "On ne peut pas se permettre de migrer vers une API même si elle est supposée être fonctionnelle. On veut être sûr que ça ne casse pas nos cas d'usage", ajoute-t-il. Les acteurs tiers sont dans leur droit. En juin dernier, l'Autorité bancaire européenne (EBA) a publié un document précisant que les TPP peuvent ne pas utiliser les API étant donné que la majorité d'entre elles "présentent des obstacles en termes de redirection". "Cela légitime le fait que de nombreuses API ne sont pas conformes en termes de fluidité de parcours", observe Bertrand Jeannet.



Pour éviter d'utiliser des API non fonctionnelles, Bridge (l'entité BtoB de Bankin') a développé Parallel Run, une méthode qui consiste à faire fonctionner simultanément les connexions via les API DSP2 et le screen scraping. Cela permet de migrer les utilisateurs vers les API PSD2, d'analyser les performances de ces API et d'utiliser les connexions en scrapping comme une sauvegarde si nécessaire. *Si l'API marche très bien, tant mieux, sinon on se doit de passer en accès direct (screen scrapping, ndlr),,* illustre Joan Burkovic, CEO de Bankin'. Plusieurs centaines de milliers d'utilisateurs ont été migrés sur cette méthode.

L'épine de l'authentification forte

Ce que le document de l'EBA ne mentionne pas et qui inquiète toujours les TPP est l'authentification forte, ou authentification à double facteur, qui renvoie systématiquement vers l'application de la banque. Sans compter qu'il faut se ré-authentifier tous les 90 jours. *"Nous sommes des acteurs régulés mais nous ne pouvons même pas gérer l'authentification de nos utilisateurs",* regrette Bertrand Jeannet. La redirection a tendance à faire chuter les taux de conversion et d'usage. *"On arrive parfois sur des parcours avec deux authentifications fortes de suite. Quand un utilisateur veut faire un paiement, c'est très long",* lâche Joan Burkovic. *"Pour agréger des comptes, on se retrouve avec un parcours qui dure entre 30 secondes et 1 minute alors qu'il devrait durer à peine 10 secondes. On sait que de nombreux utilisateurs finaux vont abandonner",* complète le secrétaire général de Budget Insight, qui fait actuellement des développements supplémentaires pour faire en sorte que l'utilisateur ne soit pas redirigé vers la banque si le parcours n'est pas fluide.

Une solution tolérée par le régulateur jusqu'à ce que le parcours soit optimal. *"Je comprends la remarque des TPP, l'authentification forte n'est agréable pour personne. Sur la délégation de l'authentification forte, on a un sujet de responsabilité. Au final, s'il y a un problème, c'est la banque qui est responsable",* se défend Erwan Guignonis. Certaines TPP veulent réécrire les RTS (comme le texte le permet) pour avoir la main sur l'authentification forte mais ce processus prendra plusieurs mois. *"Et pendant ce temps-là, on ne favorise pas l'émergence du marché européen.*

Certaines TPP veulent réécrire les RTS (comme le texte le permet) pour avoir la main sur l'authentification forte mais ce processus prendra plusieurs mois. *"Et pendant ce temps-là, on ne favorise pas l'émergence du marché européen. Et les Américains vont arriver avec de gros moyens une fois que nous aurons bien travaillé",* prédit Joan Burkovic.

D'autres améliorations sont encore à travailler, comme l'agrégation des comptes professionnels. *"Nous avons beaucoup focalisé sur le retail bien que la plupart des API AIS (acronyme pour désigner l'API d'agrégation de comptes, ndlr) des banques ont un volet perso et pro",* avoue Joan Burkovic. Un choix pénalisant car l'agrégation de comptes a plus de valeur pour une entreprise que pour un consommateur. Peu de Français sont multi-bancarisés alors que toutes les entreprises le sont. *"C'est la catastrophe, ça ne marche pas",* lâche Pierre-Antoine Dusoulier, CEO d'Ibanfirst, fintech spécialisée dans le paiement multidevise pour entreprises et qui a mis en place de l'agrégation de comptes au sein de sa plateforme. *"Notre service est accessible mais on a dû écrire entre parenthèse que l'accès aux comptes externes n'est pas garanti. Nous réfléchissons à d'autres moyens mais cela demande beaucoup de développements",* souligne le patron.



#2 – DSP2 : LES BANQUES ET TPP AVANCENT ENFIN... MAIS AU RALENTI

Autre chantier en vue : l'initiation de paiement, qui permet par exemple aux consommateurs d'effectuer des virements entre leurs comptes au sein d'une seule application.

“ On a beaucoup creusé le cas d'usage de l'agrégation, la place française est d'ailleurs en avance sur le sujet. Par contre, on est moins avancé sur partie l'initiation de paiement, on découvre seulement les cas d'usage. Pour notre part, nous regardons ce qui se fait depuis février ” confirme Erwan Guignon. Contrairement à d'autres pays européens qui ont recours à ce moyen de paiement depuis plusieurs années, la France est en retard en raison du fort usage de la carte bancaire. Tink assure de son côté entrer en production "très prochainement" sur ce sujet.

La fin du chantier DSP2 ne risque pas d'arriver très prochainement mais les migrations vers les API, si.

“ Tout le monde a fait le deuil de la DSP2. On en a moins jusque fin 2020 pour intégrer les grandes banques françaises et début 2021 pour les petites et moyennes banques ”, avance Bertrand Jeannet.

“ Je ne suis pas certain qu'il y aura des changements énormes cette année sur l'expérience client et le parcours intégré. On espère juste plus de stabilité et de performance sur les API ”, nuance Jérôme Albus. Rendez-vous au prochain anniversaire.



Pour vraiment récolter les bénéfices de l'open banking à court et long terme, les institutions financières doivent regarder au-delà de la simple conformité et être prêtes à se transformer rapidement. Mais comment y parvenir ?

L'épidémie de coronavirus a puissamment accéléré la digitalisation des services financiers, ce qui résonne aujourd'hui avec les attentes des particuliers et des entreprises. Ces acteurs sont en effet en quête de partenaires capables de les aider à atteindre leurs objectifs de manière efficace et pratique dans un monde de plus en plus complexe. Plus c'est fluide, mieux c'est. **L'open banking offre une occasion unique de répondre à cette demande et transforme la manière dont chacun gère son argent, en révolutionnant le secteur des services financiers.**

Sur le terrain, le constat est encourageant. **Les institutions financières européennes expriment une opinion de plus en plus favorable à l'égard de l'open banking et joignent le geste à la parole !** Les investissements se comptent en dizaines voir centaines de millions d'euros. Ceci dit, certains établissements financiers passent peut-être à côté d'une opportunité en abordant l'open banking uniquement comme une question de conformité à la DSP2. Pourtant, une approche stratégique globale transformant l'ensemble de l'organisation peut créer de la valeur tant pour la banque que pour ses propres clients.

Etablir une stratégie claire

Toutefois au delà de la grande confiance affichée dans l'open banking, de nombreuses institutions financières ne prennent pas encore toute la mesure de ses avantages et n'en tirent donc pas le meilleur parti. **De fait, les banques qui ont une stratégie claire vis à vis des opportunités liées à l'open banking seront les mieux placées pour commencer à réaliser des bénéfices concrets.** Mais cela ne se fait pas du jour au lendemain. Certaines institutions considèrent l'open banking comme un enjeu à long terme, d'autres y voient une opportunité de création de valeur à court terme et de gain rapide.

En vérité, les deux approches ont leur intérêt. Les bénéfices ne doivent pas seulement être considérés comme tangibles dans un avenir lointain - ils sont accessibles dès maintenant. La démarche devrait commencer par les cas d'utilisation de l'open banking les plus élémentaires et évoluer vers plus de sophistication au fil du temps. **Concrètement, de nombreuses banques privilégient actuellement les cas d'usage liés aux premières étapes du parcours client. Elles envisagent l'open banking pour améliorer les processus de conformité - KYC (know your customer) et simplifier l'intégration des nouveaux clients, accélérant ainsi l'accès à distance aux services financiers. C'est également là qu'elles s'attendent à trouver le principal retour sur investissement.**



Jouer collectif

La mise en place de partenariats avec des fintech peut aider les institutions financières à mettre en œuvre leurs stratégies d'open banking, à condition qu'elles y consacrent le temps et les efforts nécessaires. De tels partenariats peuvent leur fournir la technologie, l'expertise et la vision nécessaires pour stimuler la création de valeur liée à l'open banking. La grande majorité des institutions financières travaillent d'ailleurs avec plusieurs partenaires pour réaliser leurs objectifs ! Toutefois, avant de conclure un partenariat, il est important d'évaluer soigneusement l'offre technologique d'une fintech, tout en examinant minutieusement ses capacités en termes de support, de sécurité et d'intégrité.

Quant aux fintech, afin que ces partenariats tiennent toutes leurs promesses, elles doivent s'organiser pour naviguer habilement au sein des processus complexes et des exigences en matière d'intégration de prestataires requis par de nombreuses banques. Elles doivent en effet être conscientes de l'environnement très contrôlé et réglementé dans lequel opèrent les banques. De tels partenariats stratégiques seront essentiels pour créer de la valeur à court et long terme pour les institutions financières et, par conséquent, pour leurs clients.

Enfin, les progrès majeurs réalisés pour respecter les délais réglementaires à l'égard de l'open banking témoignent du travail immense accompli par les banques. Il reste toutefois du chemin à parcourir avant de pouvoir en tirer pleinement parti. Cependant, le Covid-19, ayant accentué le passage aux canaux numériques, je m'attends à ce que cette attitude favorable des institutions financières progresse en même temps qu'elles se concentreront sur la transformation numérique des produits et services. Le temps de l'open banking est venu et j'ai hâte de voir la suite !



Étendre son offre de services par l'adjonction de services fournis par d'autres partenaires est un bon outil pour générer de la croissance sur un marché mature en augmentant à la fois la valeur client et le nombre de clients.

Revolut, la néobanque – positionnée comme indispensable pour tout voyageur - a manifesté sa volonté d'augmenter son offre de services, et envisage notamment l'acquisition d'un comparateur de prix pour les voyages, secteur en grande souffrance depuis la pandémie de Covid-19. Sur le papier, l'idée est séduisante : le voyageur qui profite déjà des services de paiements internationaux et de change de Revolut, pourrait également réserver ses vols et louer une voiture sur son application mobile.

Seulement, plus d'un an après l'entrée en vigueur de la réglementation DSP2, le cas de Revolut est une exception : la tendance n'est manifestement pas au "Banking-as-a-platform" chez les acteurs du secteur, la distribution de produits et services de partenaires sur une plateforme bancaire semble faire peur. Mais pourquoi ?

Les intérêts d'une plateforme sont pourtant nombreux

La stratégie de plateformisation, c'est à dire l'extension de l'offre de services disponible pour ses clients par l'adjonction de services fournis par d'autres partenaires, est un bon outil pour générer de la croissance sur un marché mature en augmentant à la fois la valeur client et le nombre de clients.

Tout d'abord, développer une plateforme permet de capitaliser sur sa base client et son image de marque pour maximiser ses revenus. Sur ce sujet, la crise sanitaire a amélioré l'image de marque des banques. Alors qu'elles étaient perçues depuis une dizaine d'années comme la cause de la crise financière, les voilà aujourd'hui du côté des sauveteurs des entreprises et ménages fragilisés grâce aux crédits qu'elles distribuent. En proposant un service enrichi, le banquier aura donc plus d'opportunités business, mais aussi plus d'interactions avec son client, et donc une meilleure connaissance. **L'intensification de la relation client initie un cercle vertueux : des services plus nombreux et mieux adaptés, génèrent plus de fidélité.**

Une offre étendue est aussi différenciante et peut favoriser l'acquisition de nouveaux clients, sans oublier que les partenaires distribués sur la plateforme peuvent également apporter leurs clients. Par exemple, lorsque je voyage, j'aimerais convertir mes devises automatiquement, avoir un forfait téléphonique adapté, une assurance adaptée, acheter un adaptateur et avoir une alerte quand mon quota "empreinte carbone" est dépassée !



Quels sont les freins ?

Il existe trois risques principaux susceptibles de constituer autant de freins aux lancements de plateformes de services par les grandes banques françaises :

Risque de réputation

Comment conserver son image de marque de tiers de confiance lorsqu'on ouvre sa base clients à d'autres fournisseurs ? Comment éviter tout risque de dégradation de l'image de marque en cas de défaillance d'un partenaire ?

Risque de perte de cohérence de marque

Quelle est la légitimité de ma banque à proposer ce service supplémentaire ? Comment ne pas être inhibé par l'immensité des possibles ? L'objectif est de créer une cohérence entre la banque et ses partenaires, car pour la plupart des banques, l'objectif n'est pas de concurrencer Amazon, ni de devenir un fourre-tout des services.

Risque financier

Construire une plateforme est avant tout une question d'investissements informatiques. Dès lors comment s'assurer d'un retour sur investissement (développements IT, frais marketing de lancement) ?

Risque de réputation



Une étape indispensable pour la mise en place d'une plateforme est l'analyse complète des risques : **le risque de défaillance du partenaire pourra être atténué grâce au niveau d'intégration, au contrôle du partenaire.** La banque peut simplement se positionner en apporteur d'affaires (modèle ouvert) ou bien adopter une approche plus intégrée, avec une sélection attentive des partenaires éligibles et un contrôle qualité des prestations et des produits fournis via la plateforme.

Par exemple, lorsque La Poste étend son offre vers les services aux personnes âgées, elle change de modèle sur la nature de la prestation. Par exemple, l'offre "Veiller sur mes parents" fonctionne sur un schéma complètement intégré au Groupe La Poste (facteurs sur le terrain, et téléassistance pour les urgences). Par contre, s'agissant de la livraison de repas à domicile ("Saveur & Vie"), La Poste fonctionne en co-branding (marque grise) avec le traiteur Saveur & Vie, et prend soin d'afficher sur son site les engagements ... du partenaire en matière de qualité, santé et environnement !

On imagine aisément que les équipes de La Poste ont effectué plusieurs audits chez le partenaire afin de s'assurer que l'image de confiance, de proximité de La Poste sera également véhiculée par son fournisseur, qui respecte scrupuleusement ses engagements. En cas de problème, la responsabilité retombe souvent à l'opérateur de la plateforme.

Comment lever ces freins ?

Risque de perte de cohérence de marque



Étant par essence prestataires de paiement et de crédit, les banques pourraient étendre leurs services à l'ensemble des activités économiques en fonction de leurs atouts pour rester dans son territoire de légitimité.

L'offre CIC Mobile est un bon cas d'école. Elle a été lancée sur un constat : le marché des télécoms manque d'une offre de proximité et abordable dans les territoires, les principaux acteurs se concentrant sur les métropoles à forte densité, et les zones touristiques. **CIC a ainsi pu miser sur ses atouts : la banque bénéficie d'un maillage territorial important, se positionne comme l'alternative à la vente en ligne, et propose des services complémentaires tels que le financement du téléphone par crédit.**

Risque financier



Quant au risque financier, tout dépend du niveau d'intégration choisi : il sera possible d'adapter l'investissement initial et les coûts de fonctionnement de la plateforme. Pour anticiper, la meilleure solution est toujours de réaliser un solide business plan pour évaluer les perspectives commerciales et donc financières du projet.

Sur le papier, le développement de plateformes de services par les grandes banques de la place ressemble donc à un remède miracle pour retrouver de la croissance et des marges dans un marché mature, pénalisé par un contexte de taux durablement bas. L'expérience montre que les obstacles et les risques ne sont pas anodins, et que la définition d'un nouveau business model exige des approches et des méthodes particulièrement adaptés à notre temps.



#5 – L'UNION EUROPÉENNE AMORCE LA RÉVOLUTION BANCAIRE

La Commission européenne souhaite que les sociétés financières, entre autres, partagent davantage de données sur leurs clients afin de créer un « espace financier ouvert plus large » avec de nouveaux services pour les citoyens.

Cette stratégie, qui pourrait encore faire l'objet de modifications, devrait être présentée dans le courant du mois. **Elle décrit les actions prioritaires de la Commission d'ici à 2024 pour mettre « les avantages du financement numérique à la disposition des entreprises et consommateurs du bloc », peut-on lire dans le projet de document auquel Euractiv a eu accès.**

Plus de concurrence entre les banques, moins de dépendance pour le citoyen

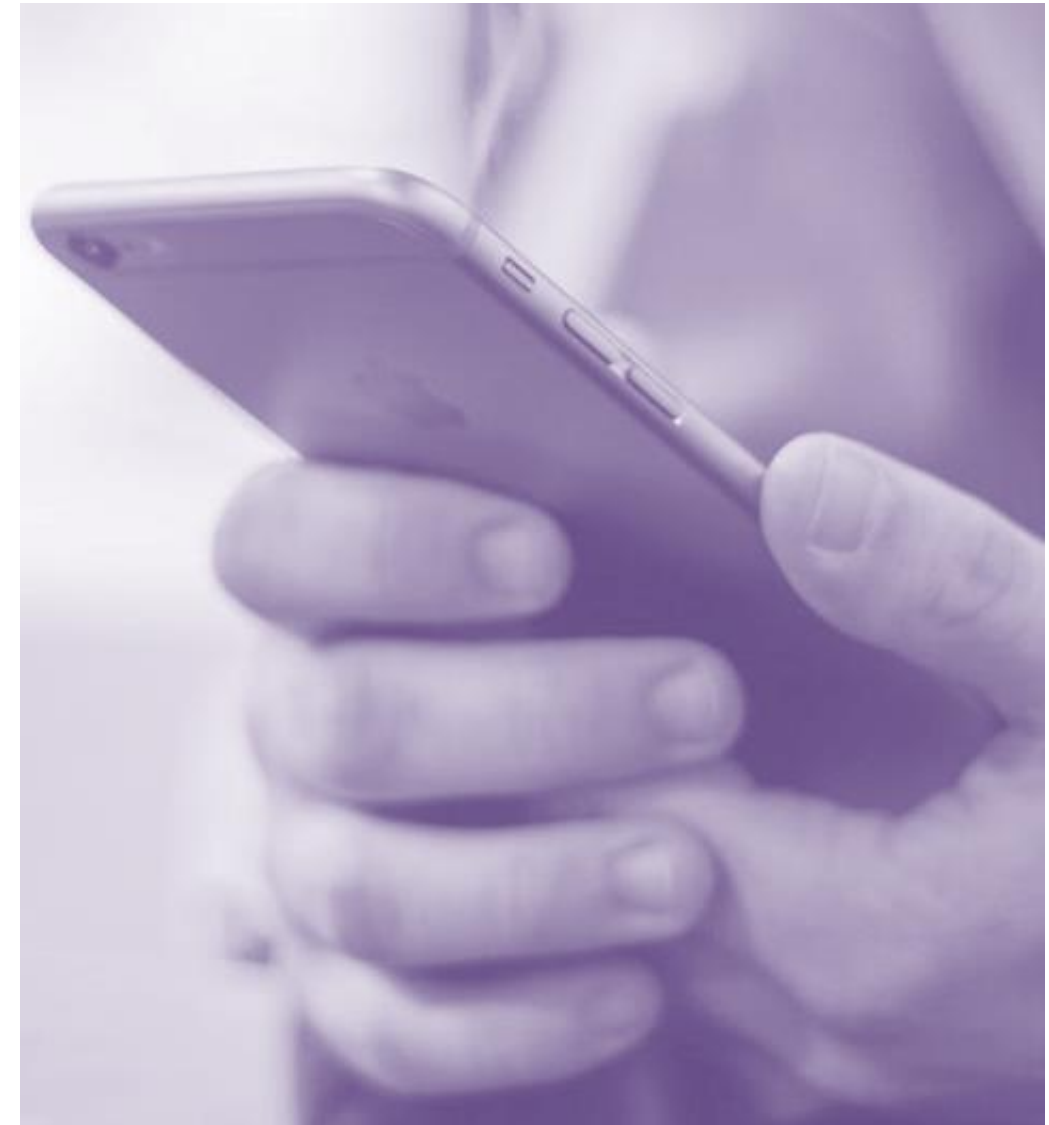
L'un des principaux objectifs est de mettre en place un nouveau cadre de « financement ouvert ». Concrètement, cela implique que les crédits de tous les Etats membres seront ouverts à tous les citoyens de l'Union. C'est donc la fin du système du fichage en Banque nationale en cas de défaut de paiement au profit d'un historique bancaire partagé entre tous les acteurs financiers. Les blocages administratifs qui existent parfois pour quelques euros et la dépendance que cela crée pour le citoyen envers sa banque seront donc révolus.

Il s'agit d'approfondir les progrès réalisés dans le cadre de la révision historique de la directive sur les services de paiement (DSP2), qui a obligé les banques à partager une partie des données de leurs clients avec de nouvelles entreprises numériques opérant dans le secteur financier (Fintech).

La directive PSD2 a conduit à la création de centaines de startups et d'applications offrant des services de paiement innovants.

Bruxelles prévoit maintenant de mener un nouveau réexamen sur cette même directive l'année prochaine, en évaluant notamment sa portée.

Sur la base de cette révision, l'exécutif européen proposera une législation sur un « cadre financier ouvert plus large » d'ici à la mi-2022.



Nouveaux produits bancaires

Dans cette stratégie, la Commission souligne que « de nouvelles mesures visant à renforcer le partage de données et l'ouverture entre et au sein des secteurs, dans le respect des règles de protection de données et de concurrence, permettront à la filière financière d'adopter pleinement l'innovation axée sur les données ».

De nouveaux produits pour les consommateurs et les entreprises pourraient ainsi être créés en Europe et contribueraient donc à la mise en place d'un marché unique des données, l'une des priorités pour progresser sur le front du numérique.

Les représentants du secteur bancaire se sont plaints par le passé du fait que la DSP2 les obligeait à partager leurs données clients avec les entreprises Fintech, alors que les plateformes de médias sociaux et d'autres secteurs continuent de recueillir une quantité immense d'informations.

Un autre représentant de la filière a mentionné que les services publics, y compris les entreprises énergétiques, constituaient un domaine potentiel d'interaction dans un nouveau cadre financier ouvert.

La Commission européenne fait valoir que l'accès à davantage de données sur les clients permet aux prestataires de services d'en offrir des plus personnalisés, même si les clients doivent garder le contrôle sur leurs informations.

« Un cadre réglementaire équilibré pour le partage des données sur les produits financiers aidera le secteur financier à adopter pleinement la finance basée sur les données, et protégera efficacement les personnes concernées, qui doivent avoir un contrôle total sur leurs données » indique le projet de règlement

L'exécutif travaille sur plusieurs fronts afin d'atteindre ce nouvel espace révolutionnaire de « finance ouverte ». Compte tenu de ses vastes et profondes implications, la proposition s'appuiera sur des initiatives axées sur l'accès aux données, notamment la prochaine loi sur les données et la loi sur les services numériques.

La politique européenne de concurrence mise en examen

La Commission réexamine également sa politique de concurrence afin de déterminer si des mesures spécifiques sont nécessaires pour garantir un « accès équitable aux plateformes » pour tous les prestataires de services financiers.

Outre le nouveau cadre de « financement ouvert », la stratégie de financement numérique comprend également trois objectifs supplémentaires et une série de mesures pour y parvenir.

Les objectifs sont de s'attaquer à la fragmentation du marché unique numérique des services financiers, de veiller à ce que le cadre réglementaire de l'UE facilite l'innovation numérique et d'appliquer le principe « même risque, mêmes règles » pour surmonter les nouveaux défis et risques liés à la mue numérique.

La stratégie de financement numérique sera publiée en même temps que la nouvelle réglementation de la Commission sur les cryptomonnaies.

Parallèlement à ce que reprend la proposition sur les cryptomonnaies, l'exécutif européen a déclaré dans la stratégie de financement numérique qu'il envisagerait de mettre à jour les règles prudentielles pour les cryptoactifs détenus par les entreprises financières, ce qui pourrait forcer les banques possédant ces actifs numériques à détenir plus de capital comme coussin de sécurité, au vu de la volatilité et des risques qui y sont associés.





Pourquoi et comment créer un catalogue unifié de services et d'API ?



Au travers de cet atelier vous apprendrez comment fournir un point unique pour la découverte des APIs, comment unifier les catalogues d'APIs existants, et comment contrôler la visibilité des APIs.



Le 13 octobre



[Inscription ici](#)



To better augment the API onboarding experience



Every Developer, SlashData, Nordic APIs



Le 14 octobre, de 18h à 20h



[Inscription ici](#)



DSP2 : Quels impacts, quel bilan, quels enjeux ?



Regulation Partners, DGT, ACPR, Budget Insight, Société Générale



Le 15 octobre, de 18h à 20h



[Inscription ici](#)



Instant Payment : enjeux et cas d'usage



Banque de France, Société Générale, STET, Sopra Banking Software, Galitt.



Le 1^{er} décembre, de 18h à 20h



[Inscription ici](#)



PARTENAIRE PREMIUM

