



## CONCURRENCE

# OPEN BANK: UNE AUBAINE POUR LES GAFA?



Patrice Bernard

Consultant

Conix

Blogueur

Cestpasmonidee.com

On les dit dans les *starting-blocks* pour monter une banque, mais les initiatives des GAFA sur le secteur financier restent pour l'instant discrètes.

Et si le développement des API donnait un second souffle à leurs ambitions ?

Plus que des start-up de la FinTech, les banques s'inquiètent de longue date de la menace que représentent pour leurs métiers les géants des technologies, emmenés par Google, Amazon, Facebook et Apple, les fameux GAFA. Les premières aventures de ces derniers dans le secteur financier n'ont pourtant pas, jusqu'à maintenant, concrétisé les craintes qu'ils suscitaient. L'émergence promise de la « banque ouverte » pourrait-elle leur offrir une opportunité de prendre des positions plus sérieuses ?

### DE TIMIDES INCURSIONS

Depuis plusieurs années, les incursions des grands acteurs d'Internet se sont multipliées. Historiquement, les moyens de paiement ont été parmi les premiers visés, mais d'autres domaines ont été explorés par la suite, tels que les offres de crédit d'Amazon ou les comparateurs de cartes de crédit, de prêts hypothécaires, de produits d'assurance... de Google. Chacun avec des objectifs distincts, ils conservent tous un intérêt fort dans les possibilités que leur ouvrirait une pénétration du marché des services financiers.

Sans même s'attarder sur les échecs qu'ont rencontrés quelques-unes de leurs initiatives, les efforts des GAFA restent toutefois limités à ce jour, à la plus grande satisfaction des institutions financières en place. De multiples raisons peuvent expliquer cette situation mais, d'une manière générale, les contraintes spécifiques au secteur figurent certainement en tête de liste, entre complexité et diversité (géographique, notamment) des exigences réglementaires et niveaux d'investissement requis pour construire une offre complète et concurrentielle.

### LES NOUVEAUX HORIZONS OUVERTS PAR L'OPEN BANK

L'ambition d'un Google de capturer toujours plus de données sur les utilisateurs de ses services afin de leur diffuser des publicités plus pertinentes vaut-elle les efforts que représenterait la création d'une banque ? La multiplication des occasions de contacts entre les adeptes de Facebook mérite-t-elle de développer de bout en bout une solution de transfert d'argent ? Apple a-t-il besoin de contrôler l'ensemble de la chaîne de valeur des paiements pour conserver la mainmise sur les transactions des propriétaires de ses iPhones ?

Apparemment, la réponse est non : aucun des GAFA n'a encore réellement tenté de lancer sa propre banque. Et, désormais, grâce à l'ouverture progressive des services bancaires à des tiers, que ce soit en raison de réglementations telles que la nouvelle directive européenne des services de paiement (DSP2) ou par choix stratégique, ils n'auront bientôt plus aucune raison de l'envisager, car ils disposeront de toutes les ressources nécessaires pour poursuivre leurs projets expansionnistes, avec le minimum d'entraves.

En effet, la capacité à intégrer les services financiers fournis par des spécialistes, par exemple par l'intermédiaire d'« API » (interface de programmation appli-

cative), suffira à satisfaire les ambitions des géants du web. Sous réserve d'une offre sous-jacente de qualité (qu'ils trouveront au fur et à mesure du développement de la tendance), ils pourront ainsi apporter aux produits bancaires les qualités et la valeur qu'ils maîtrisent parfaitement, sous la forme, en particulier, d'une expérience client optimale qui fait cruellement défaut aux fournisseurs traditionnels.

La menace qui pèse sur ces derniers deviendra alors réelle. Contrairement aux nouveaux entrants (dont, notamment les « néo-banques ») qui doivent trouver un modèle économique dans leur cœur d'activité, les GAFA n'exploitent ces opportunités que pour compléter et enrichir leurs forces existantes, à travers l'accès à plus de données personnelles pour Facebook et Google, le développement des ventes pour Amazon, la « captivité » des clients pour Apple... Au vu des enjeux, ils sont prêts à quelques sacrifices, financiers, entre autres, pour parvenir à leurs fins.

### LES GAFA BIENTÔT « VITRINES » DE SERVICES FINANCIERS

Grâce à un accès facilité aux services des banques, des scénarios jusqu'à maintenant difficilement justifiables deviennent non seulement plausibles mais, surtout, attractifs pour ces entreprises. Devenir un intermédiaire des finances personnelles, d'abord dans l'accès aux informations, puis, pourquoi pas, dans le conseil, voire la souscription de produits, ne présente plus les barrières qui existaient auparavant, tout en leur offrant de nouvelles opportunités de s'immiscer plus profondément dans la vie quotidienne des consommateurs, et d'en tirer profit.

Dans une certaine mesure, les prémices de cette évolution sont déjà à l'œuvre. Quand les banques développent des « chatbots » [1] ou des « skills Alexa » [2] permettant à leurs clients d'interagir avec leurs comptes via, respectivement, une plate-forme de messagerie instantanée (Facebook Messenger) ou un assistant vocal interactif (Amazon Echo), les GAFA commencent à devenir, indirectement, les représentants de la banque. Qu'advient-il si, demain, ils décident de créer eux-mêmes des agents virtuels, doués d'intelligence artificielle, connec-

tés aux institutions financières « ouvertes » ? Ils seront les nouvelles « vitrines » incontournables des services financiers, reléguant les acteurs historiques au rang d'usines de production.

### VERS LA BANQUE DES « MOMENTS DE VIE » ?

En arrière-plan, un mouvement de fond vers la « banque invisible » constitue un autre facteur de rupture accentuant la pression sur les établissements traditionnels. Les progrès technologiques et les changements de comportements individuels laissent entrevoir un monde proche dans lequel les produits financiers, ramenés à leur statut originel de « moyen » (ou « facilitateurs de projets »), seront intégrés de manière transparente dans les « moments de vie ». Or il sera beaucoup plus facile pour un géant du web d'intégrer les outils financiers dans ces

« moments » (dans lesquels ils sont souvent, aujourd'hui, partie prenante) que pour les banques de les capter... La prise de pouvoir des GAFA sur l'univers de la banque est-elle inéluctable ? Il reste (heureusement) quelques incertitudes. En premier lieu, et bien que les précédents n'incitent pas à y croire, il n'est pas exclu que les consommateurs

se défient d'une prise de contrôle explicite de leurs données financières, qu'ils estimeraient particulièrement sensibles, par ces entreprises. Peut-être existe-t-il tout de même une limite à la confiance que les internautes accordent à leurs fournisseurs web préférés ?

Plus critique, il n'est pas de fatalité dans la bataille contre ces nouveaux concurrents si elle se joue à armes égales. En l'occurrence, la priorité est de comprendre où se situe la valeur ajoutée (potentielle, pour l'instant) des futurs « adversaires », afin d'y répondre avec le maximum d'efficacité. Sans surprise, l'expérience client devra généralement figurer au cœur des réflexions, car elle cristallise le point où les écarts entre les approches sont les plus marqués. Certains acteurs préféreront la voie de la collaboration, avec les GAFA (et/ou les FinTechs), qui leur permettra de se concentrer sur l'excellence de leurs produits, en laissant tout ou partie de la relation client à des spécialistes mieux armés qu'eux sur ce terrain.

Quel que soit le scénario retenu, si les GAFA se décident à investir sérieusement le secteur financier, le paysage en sera bouleversé. ■



« Grâce à l'ouverture progressive des services bancaires à des tiers, les GAFA n'auront bientôt plus aucune raison d'envisager de lancer leur propre banque, car ils disposeront de toutes les ressources nécessaires pour poursuivre leurs projets expansionnistes, avec le minimum d'entraves. »

[1] Un chatbot est un logiciel capable de tenir une conversation par messages écrits, en langage naturel, notamment sur les plates-formes de chat (WhatsApp, Facebook Messenger...). American Express, par exemple, propose un chatbot à ses porteurs afin de les informer sur leurs achats et sur les avantages liés à leur carte de crédit.

[2] « Alexa » est l'assistant personnel intelligent d'Amazon, implémenté notamment dans l'appareil spécialisé « Echo ». Il offre une interface vocale destinée à piloter différentes activités grâce à des applications dédiées, baptisées « skills ». Parmi d'autres institutions financières, Capital One, aux États-Unis, offre un tel « skill » permettant à ses clients d'interroger, par la voix, la situation de leur compte et de régler leurs factures.