

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des Sciences Financières et comptabilité



جامعة مولود معمري تيزي وزو
+∘⊙∧∘⊥ξ+ ∩∑∞∩∞∧ ∘+ ∑∧∘∑∞⊙
UNIVERSITÉ MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU

Mémoire de fin de cycle En vue de l'obtention du Diplôme de Master en
Sciences Financières et Comptabilités

Option : Finance et Banque

Thème :

**L'IMPACT DES FINTECHS DANS LA BANQUE : CAS DE LA
BADR DGA ENGAGEMENTS – ALGER 180**

Présenté par :

Mlle TCHALO Dymiline Benta Nana

Encadré par :

Mme IGUERGAZIZ Wassila

Président : Mr SAM Hocine

Examineur : Mme BOULIFA Yamina

Encadrement : Mme IGUERGAZIZ Wassila

PROMOTION 2021/2022

Remerciements

Je remercie le Bon Dieu sans qui ce travail n'aurait pas abouti.

A côté je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidé pour ce travail notamment mon encadreur Mme IGUERGAZIZ Wassila, le directeur de le DFPME BADR Mr YALA Farid ainsi qu'à mon encadreur Mme Sana BOUNEFLA pour l'opportunité qu'ils m'ont donné de pouvoir faire mon stage au sein de leur service.

Un merci sincère à tous mes proches qui de près ou de loin m'ont soutenu

Dédicaces

Je dédie mon modeste travail à :

*Ma chère mère si aimante et à mon frère Eliakim
pour leur soutien inconditionnel et leur amour sans
faille sans lesquels je ne serais pas où j'en suis
actuellement*

A toute ma famille BARANDAO et TCHALO

*A mes sœurs et frères de cœur (Micheline, Graciella,
Anny Fleur, Reidy, Anissa, Clovis, Ada, Alivela et
Aelis...)*

A Mr NEDI NONO

Liste des abréviations

Abréviation	Signification
API	Interface de Programmation d'Application
B2B	Business to Business
B2C	Business to Customer
BADR	Banque Algérienne de Développement Rural
BATX	Baidu Alibaba Tencent Xiaomi
BNA	Banque Nationale d'Algérie
CIB	Carte Inter Bancaire
COSOB	Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse
DAB	Distributeur Automatique de Billets
FinTech	Technologie Financière
FMI	Fonds Monétaire International
GAB	Guichet Automatique de Banque
GAFA	Google Apple Facebook Amazon
GAFAM	Google Apple Facebook Amazon Microsoft
GE	Grande Entreprise
IA	Intelligence Artificielle
ICO	Initial Coin Offering
MGM	Metro Goldwyn Mayer

P2P	Peer to Peer
PME	Petite et Moyenne Entreprise
PME	Porte-Monnaie Electronique
PWC	Price Waterhouse Coopers
R&D	Recherche et Développement
SATIM	Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et Monétaire
SMS	Short Message Service
SWIFT	Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication
SWOT	Strength Weakness Opportunity Treats
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication
TPE	Terminal de Paiement Electronique
WAP	Wireless Application Protocol
WWW	World Wide Web

Liste des illustrations

FIGURES

Figure n°1 : Représentation de l'utilisation des services de paiement en ligne

Figure n°2 : Représentation graphique des services proposés par les fintechs

Figure n°3 : Comparaison des PIB de valorisation boursière des GAFAM

Figure n°4 : Représentation de l'évolution du chiffre d'affaires des GAFAM entre 2004 et 2019

Figure n°5 : Logo de la BADR

Figure N°6 : Organigramme de la BADR

Figure N°7 : Organigramme de la DFPME

TABLEAU

Tableau n°1 : Tableau de classification des Fintechs

Sommaire

INTRODUCTION GENERALE.....	0
CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS ».....	0
INTRODUCTION.....	4
Section 1. Définition et évolution.....	4
Section 2. Les différents services offerts par les fintechs	18
Section 3. Évolution de secteur bancaire face aux avancées technologiques et digitales .	29
CONCLUSION	44
CHAPITRE II	45
LES BANQUES FACE AUX FINTECHS.....	45
INTRODUCTION.....	46
Section 1. L'importance des Fintechs et leur impact sur le secteur bancaire.....	47
Section 2. Les géants du web	66
Section 3. Section 3. Perspective de la fintech en Algérie	74
CONCLUSION	83
CHAPITRE III LA TECHNOLOGIE FINANCIÈRE DANS LA BANQUE : CAS DE LA DGA ENGAGEMENT « 180 » BADR-ALGER	86
INTRODUCTION.....	87
Section 1. Historique et évolution de la Banque Algérienne de Développement Rural ...	87
Section 2. La technologie financière au sein de la Banque Algérienne de Développement Rural	98
Section 3. Impact et perspectives des technologies financières de la Banque Algérienne de Développement Rural	106
CONCLUSION	109
CONCLUSION GENERALE.....	112

INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

La banque a un rôle capital à jouer dans le développement économique. Elle permet aux particuliers ainsi qu'aux entreprises d'effectuer leurs transactions avec rapidité et en toute efficacité en leur offrant des produits et services financiers qui les accompagnent dans leurs opérations et transactions économiques.

Aussi nous pouvons certainement estimer que les premiers échanges monétaires par téléphone portable remontent à la fin des années 90 quand il fut possible d'acheter du crédit-temps depuis son portable, puis de recharger le crédit d'un tiers. Par ailleurs, sur le média Internet se développaient les premières interfaces permettant de consulter à distances l'état de ses comptes bancaires et de faire des virements de compte à compte, les premiers sites de gestion boursière directe en ligne, tandis que Paypal naissait pour accompagner les paiements des sites d'achat et vente entre particuliers. Plus tard émergeait la technologie des blockchains avec le bitcoin. L'origine des innovations venaient du monde des programmeurs – de la technologie – auxquels on faisait appel pour développer des interfaces permettant d'apporter des solutions aux besoins émergents du monde dématérialisé qu'avait ouvert Internet. Cependant, le développement lors des années 2000 était surtout centré sur le e-commerce. Ce n'est qu'après 2008 que sont réellement apparues de plus en plus de start-ups créées par des anciens banquiers ou traders ayant dû quitter leur emploi suite à la crise, qui s'alliaient avec des programmeurs ayant souvent déjà officié dans la finance pendant la période faste.

La révolution numérique a transformé le secteur bancaire. Au cours des 20 dernières années, les banques traditionnelles ont dû repenser leur mode de fonctionnement en raison de la numérisation des systèmes et moderniser leurs services pour faire face aux nouvelles concurrences que sont la banque en ligne et de la banque mobile. Ils doivent désormais faire face à l'essor de la Fintech. L'industrie financière a subi des changements sans précédent, et ces start-ups des technologies innovantes qui utilisent les nouvelles technologies pour les services financiers.

Les banques ont été durement touchées par la crise financière 2007/2008. Depuis de nouveaux acteurs se sont développés dans le secteur financier, connus sous le terme fintech, ce terme fait référence aux entreprises dans le secteur des finances (les start-ups) qui déploient de nouvelles technologies pour proposer des produits et services financiers aux banques ainsi qu'aux clients et présentant des avantages considérables par rapport aux banques.

INTRODUCTION GENERALE

Ces dernières années, ces industries fintech se sont développées aux États-Unis, atteignant récemment l'Europe continentale puis l'Afrique, et aujourd'hui elles sont considérées comme l'un des hubs fintech les plus dynamiques au monde, elles se développent rapidement car avec l'avènement de technologie mobile La démocratisation du secteur financier a créé de nombreuses opportunités. Ces entreprises, souvent des start-ups, concurrencent les institutions financières du monde entier avec leurs technologies et solutions innovantes.

Afin de faire ressortir le vrai rôle et la puissance d'impact de ces Fintechs, la problématique à laquelle nous devons répondre est la suivante : **Quel est l'apport des fintechs dans le secteur bancaire ?** De cette question principale découle deux questions secondaires :

- Qu'est-ce que les fintechs ?
- Les Fintechs ne sont-elles réellement une menace pour les banques traditionnelles ?

L'objectif de notre travail est de faire ressortir les points positifs et négatifs que ces technologies financières ont sur les banques ainsi que sur leur clientèle et de mettre un point sur comment le secteur bancaire serait s'il n'y avait pas eu ces Fintechs.

Pour atteindre l'objectif de notre travail et répondre à notre problématique, nous avons émis deux hypothèses :

- Première hypothèse : Les Fintechs offrent des solutions avantageuses qui permettent de pallier certaines lacunes des banques traditionnelles
- Deuxième hypothèse : Les Fintechs sont complémentaires aux banques traditionnelles.

Dans le but de répondre aux différentes questions posées précédemment et de vérifier la validité des hypothèses que nous avons émises, nous avons effectué une recherche documentaire où nous avons pu consulter et explorer différents ouvrages et supports tels que : dictionnaires, livres, revues, mémoires, sites internet et articles afin de collecter le maximum d'informations en rapport avec notre travail. Ensuite, nous avons effectué une analyse de terrain en effectuant un stage pratique au sein de la banque BADR à Alger.

Notre travail a été structuré en trois chapitres qui se présentent comme suit :

INTRODUCTION GENERALE

- Le premier chapitre qui met le concept de la Fintech dans son contexte est scindé en quatre parties : La première partie parle de la définition et évolution du concept de Fintechs, la deuxième partie la classification des Fintechs, la troisième partie énumère les services offerts par les Fintechs et la quatrième partie décrit l'évolution de secteur bancaire face aux avancées technologiques et digitales

- Le deuxième chapitre intitulé Les banques face aux Fintechs est alors subdivisé en trois sections : Dans la première section nous aborderons m'importance des Fintechs et leur impact sur le secteur bancaire, dans la seconde section nous parlerons des géants du web, enfin la troisième et dernière section s'attaque aux perspectives des fintechs en Algérie.

- Le troisième chapitre qui est le chapitre pratique est intitulé La technologie financière au sein de la banque Cas de la BADR. Il est subdivisé en trois sections : la première partie est consacrée à la présentation de l'historique et de l'évolution de la Banque Algérienne de Développement Rural ; la seconde section aborde la technologie financière au sein de la BADR et la dernière partie parle l'impact et perspectives des technologies financières de la BADR.

CHAPITRE I
PRÉSENTATION DU CONCEPT
DES « FINTECHS »

INTRODUCTION

Ce chapitre retrace les généralités nécessaires pour comprendre le concept de fintech.

Il est scindé en trois parties : La première partie parle de la définition et évolution du concept de Fintechs, la deuxième partie aborde les services offerts par les Fintechs et la troisième partie décrit l'évolution de secteur bancaire face aux avancées technologiques et digitales

Section 1. Définition et évolution

Dans cette section nous allons définir les fintechs afin de les comprendre, énumérer leurs caractéristiques, parler de leur évolution, des nouvelles technologies des fintechs et classifier les différentes fintechs.

1. Définition

. Le terme Fintech remonte aux années 1980 et est né de la condensation des mots finance et technologie. Une Fintech est une entreprise qui développe des technologies digitales innovantes pour optimiser les services financiers. Une Fintech cherche à fournir des services financiers plus efficaces à moindre coût

Les entreprises Fintech sont généralement des startups, c'est-à-dire de jeunes entreprises qui anticipent une forte croissance et fondent leurs activités sur l'innovation. Cependant, les grands groupes qui innovent depuis longtemps dans les services financiers se sont parfois positionnés comme des fintechs. Les jeunes entreprises fintech connaissent également un grand succès et dépassent rapidement la taille des startups.¹

Le terme « Fintech » peut avoir de nombreuses significations et est principalement une forme de structure de start-up, à la fois en tant que banque en ligne et en tant que fournisseur de services.

Paiements, experts en assurance, conseils financiers. Ou comme aide à la décision pour les projets d'investissement

En fait, l'acronyme du mot fintech est une bonne illustration des types d'acteurs et des types de services associés, c'est-à-dire des startups ou des PME qui génèrent des innovations

¹ Yassine Talbi, Mémoire sur les Fintechs disponible sur <https://fr.slideshare.net/YassineTalbi5/mmoire-sur-les-fintech> consulté le 29/09/2022

technologiques et les utilisent pour remodeler la finance dans des objectifs disruptifs. Grâce à ces innovations, ils transforment la relation du public avec les institutions financières, en proposant des solutions innovantes qui révolutionnent l'expérience client.

Ces dernières utilisent le digital pour implémenter leurs innovations en ayant conscience que les clients cherchent de plus en plus à avoir l'offre la plus avantageuse et la plus complète possible pour leurs besoins. Avec l'arrivée des Fintech, le regard porté sur les services financiers a drastiquement changé, dans une ère où les services sont exécutés en quelques clics et de façon instantanée. Cette exigence sur la personnalisation des services marque un comportement de disruption majeur à l'initiative des clients, qui encourage le développement des Fintechs dans les services bancaires et financiers, comme avoir à disposition une banque à emporter partout sur son mobile, ou accessible en un clic avec des fonctionnalités personnalisables selon chaque profil de client.

2. Comprendre la Fintech

De manière générale, le terme "technologie financière" peut s'appliquer à toute innovation dans la façon dont les gens font des affaires, de l'invention de la monnaie numérique à la comptabilité en partie double. Cependant, depuis la révolution Internet et la révolution de l'Internet mobile/smartphone, la technologie financière a connu une croissance explosive. Fintech, qui se référait à l'origine à l'utilisation de la technologie informatique appliquée au back-office des banques ou des sociétés commerciales, décrit désormais une grande variété d'interventions technologiques dans les finances personnelles et commerciales.

La fintech décrit désormais une variété d'activités financières, telles que les transferts d'argent, le dépôt d'un chèque avec votre smartphone, le contournement d'une agence bancaire pour demander un crédit, la collecte de fonds pour un démarrage d'entreprise ou la gestion de vos investissements, généralement sans l'aide d'une personne. Selon l'indice d'adoption Fintech 2017 d'EY², un tiers des consommateurs utilisent au moins deux services fintech ou plus et ces

² EY, aussi connu sous son ancien nom Ernst & Young et associés, est un cabinet d'audit financier et de conseil. Membre du Big Four, il est le troisième réseau mondial quant au chiffre d'affaires en 2020, et fournit des prestations d'audit financier, de conseil, de cabinets d'avocats.

CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS »

consommateurs sont également de plus en plus conscients de la fintech dans le cadre de leur vie quotidienne³.

3. Caractéristiques les Fintechs

Afin de mieux appréhender le concept des fintechs il se doit d'énumérer les caractéristiques qui distinguent des Fintech dans le milieu financier. Ces caractéristiques sont⁴ :

- La Fintech est une startup parmi d'autres types de structures qui est capable de prédire l'avenir et d'anticiper les événements pouvant affecter son cœur de métier, tout en gardant une vision claire de ses projets.

- Les entreprises Fintech ont la réputation de se concentrer sur l'expérience client en fonction des besoins spécifiques du développement d'innovations. Par conséquent, l'impulsion vient de l'environnement externe de la fintech, et non l'inverse. Ils apprécient la possibilité de travailler avec des institutions financières, notamment des banques, comme levier d'innovation. En fait, ils travaillent dans un environnement flexible, tant en interne qu'en externe, travaillant avec tous les types de sociétés tierces, institutions financières, régulateurs et actionnaires, assurant ainsi une influence significative et la croissance de l'écosystème environnant.

- La stratégie d'une Fintech doit être assez flexible afin de mener à bien ses objectifs sur le long terme

- Fintech comprend également le développement et l'utilisation de cryptomonnaies, telles que Bitcoin. Bien que ce segment de la fintech fasse peut-être la une des journaux, le gros de l'argent réside toujours dans le secteur bancaire mondial traditionnel et sa capitalisation boursière de plusieurs milliards de dollars⁵.

4. Évolution des Fintechs

Nous pouvons certainement estimer que les premiers échanges monétaires par téléphone portable remontent à la fin des années 90 quand il fut possible d'acheter du crédit-temps depuis son portable, puis de recharger le crédit d'un tiers. Par ailleurs, sur le média Internet se développaient les premières interfaces permettant de consulter à distances l'état de ses comptes

³ EY. « EY FinTech Adoption Index 2017 », Page 3

⁴ ERIC ESTEVEZ, Financial Technology (Fintech): Its Uses and Impact on Our Lives, revue rédigée le 22/06/2022, consultée le 30/09/2022

⁵ERIC ESTEVEZ, Financial Technology (Fintech): Its Uses and Impact on Our Lives, revue publiée le 22/06/2022, consultée le 30/09/2022

CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS »

bancaires et de faire des virements de compte à compte, les premiers sites de gestion boursière directe en ligne, tandis que Paypal naissait pour accompagner les paiements des sites d'achat et vente entre particuliers. Plus tard émergeait la technologie des blockchains avec le bitcoin. L'origine des innovations venaient du monde des programmeurs – de la technologie – auxquels on faisait appel pour développer des interfaces permettant d'apporter des solutions aux besoins émergents du monde dématérialisé qu'avait ouvert Internet. Cependant, le développement lors des années 2000 était surtout centré sur le e-commerce. Ce n'est qu'après 2008 que sont réellement apparues de plus en plus de start-ups créées par des anciens banquiers ou traders ayant dû quitter leur emploi à la suite de la crise, qui s'alliaient avec des programmeurs ayant souvent déjà officié dans la finance pendant la période faste. Ces start-ups utilisaient les technologies innovantes pour repenser les services financiers et bancaires, en proposant souvent un axe non exploité, ou des services en ligne de meilleure qualité, moins coûteux, plus simples et accessibles à distance. Un terme a été développé pour désigner ces start-ups : la FinTech qui met la technologie au service de la finance.

La FinTech a deux particularités : elle s'appuie sur la maîtrise du numérique, mais surtout, elle place le client au cœur de ses modèles en cherchant à répondre à ses nouveaux usages. La dynamique des offres y est forte mais aucune n'a l'objectif de couvrir l'ensemble des pans du secteur bancaire : au contraire, le positionnement se fait sur des branches ciblées, mal exploitées, délaissées parfois, voire des niches, en tout cas dans des espaces stratégiques nouveaux où les contraintes réglementaires sont limitées.

Les Fintechs se multiplient sur tous les continents : elles identifient les besoins mal desservis ou bien elles cherchent des nouveaux marchés liés à de nouveaux usages. Cependant, l'observation du paysage actuel montre que les Fintechs ne sont pas les mêmes dans les pays du Nord, ou dans les pays du Sud. Elles n'ont pas les mêmes activités car elles répondent aux besoins locaux qu'elles repèrent, délaissés par la banque traditionnelle/commerciale qui s'appuie sur des modèles d'exploitation de la valeur client de standards internationaux non différenciés. Au Nord, le développement des FinTech se fait surtout autour de la compétence bancaire et financière, la technologie venant ensuite se greffer ; au Sud, les FinTechs sont principalement/majoritairement basées sur des compétences technologiques.

Au vu du développement rapide de la FinTech, et du numérique de façon général, la poursuite des innovations n'est permise que grâce à l'émergence des technologies Big Data (solutions permettant de traiter des volumétries de données hautes, et disparates techniquement et géographiquement). Certaines solutions sont propriétaires mais d'autres sont collaboratives et partagées, le choix étant d'importance car il a un impact sur la transparence.⁶

Actuellement, la FinTech intervient dans différents domaines que nous retrouverons et expliqueront ci-dessous

4.1. Le transfert de fonds

Le paiement électronique concerne le e-commerce d'abord, y compris en devises au niveau international. Il concerne aussi le transfert d'argent entre particuliers, dans un échange commercial ou de soutien familial. Des plateformes innovantes, du type échanges de devises entre particuliers peuvent venir se greffer sur ce système. Les échanges peuvent être totalement virtuels ou avoir une traduction matérielle pour partie. Les transferts monétaires se réalisent via le réseau mobile ou internet.

Ils utilisent des plateformes diverses, souvent multicanal : le mobile, le smartphone, la tablette, le PC... Le paiement est encore attaché à un compte bancaire dans les pays du Nord mais peut se faire sans compte en Afrique ou en Asie septentrionale où le service bancaire y est virtuel avec dépôt de cash chez un commerçant ou auprès de l'organisme de téléphonie. Les transferts de fonds peuvent éventuellement s'appuyer sur des monnaies virtuelles de type Bitcoin, Facebook crédits, ou Linden dollars de Second Life. Ce sont effectivement des monnaies parallèles non émises par une autorité, et donc hors de contrôle des banques qui y voient une menace pour leur rôle. Elles représentent une alternative, tout comme les monnaies locales liés à des modèles participatifs qu'on a vus se développer pendant la crise, à la fois par besoin d'un système alternatif pour assurer la fonction de moyen d'échange quand la monnaie officielle manquait, et par défiance pour les autorités financières qui avaient créé la situation de

⁶ Saïd Bourjij sur « Innovations technologiques et offre de services financiers en appui au Développement Dans Techniques Financières et Développement » 2016/3-4 (n° 124), pages 7 à 26

crise. C'est l'existence d'un taux de change avec les monnaies officielles qui peut permettre son utilisation dans ce contexte, ce qui est le cas pour le Bitcoin⁷.

4.2. Gestion patrimoniale

Diverses applications mobiles et plateformes permettent de gérer ses activités bancaires. Outre la gestion de ses comptes, il est possible de comparer et choisir ses investissements, de recourir à des courtiers virtuels ou des comparateurs, d'optimiser ses dépenses, voire de partager l'information sur ses propres investissements dans une optique collaborative. Il peut s'agir de produits d'assurance sous toutes ses formes, d'épargne, d'investissements boursiers ou de financements à optique collaborative ou non. La dématérialisation de la documentation, la diminution des coûts de gestion, facilités par un assouplissement des réglementations permettant l'ouverture à de nouveaux acteurs, l'optimisation de la gestion du risque (grâce au Big Data notamment), les nouveaux canaux d'acquisitions, l'amélioration de la relation client permettent l'émergence de nombreux acteurs et de nombreuses offres, plus ou moins innovantes⁸.

4.3. Apport de fonds

Au-delà du produit d'épargne, l'apport de fond à travers la FinTech se concentre sur le financement participatif : le crowdfunding. Il se subdivise essentiellement en 5 axes : le don simple, le don avec contrepartie matérielle, la participation aux fonds propres de la société (crowd equity), la participation à un prêt aux PME/TPE (crowdlending), et le prêt de particulier à particulier (« P2P Lending »). Les PME peuvent diversifier leurs sources de financement. Le risque de contrepartie lié à l'activité est pris en compte par d'autres FinTechs qui travaillent par exemple sur des statistiques comportementales sur l'utilisation du smartphone pour connaître le risque de l'emprunteur⁹.

⁷ Saïd Bourjij sur « Innovations technologiques et offre de services financiers en appui au Développement Dans Techniques Financières et Développement » 2016/3-4 (n° 124), pages 7 à 26

⁸ Saïd Bourjij sur « Innovations technologiques et offre de services financiers en appui au Développement Dans Techniques Financières et Développement » 2016/3-4 (n° 124), pages 7 à 26

⁹ Rapport de Saïd Bourjij sur l'Innovations technologiques et offre de services financiers en appui au Développement Dans Techniques Financières et Développement 2016/3-4 (n° 124), pages 7 à 26

4.4.Sécurisation des échanges monétaires

Les risques des échanges monétaires dématérialisés sont divers : usurpation d'identité, hameçonnage, captation et détournement des flux financiers, fausses transactions. Ainsi, des sociétés Fintech, de plus en plus nombreuses, se sont développées autour de cette problématique, la pionnière ayant sans doute été Paypal.

Quant au Bitcoin, monnaie totalement virtuelle, il a surtout permis le développement de la technologie Blockchain apparaissant comme une alternative originale pour sécuriser les transactions puisqu'elle supprime notamment le besoin de contrepartie bancaire pour certifier de la solvabilité de la transaction en rendant les données sur les stocks, les propriétés et les échanges totalement transparentes et partagées collectivement. La Blockchain qui le constitue est une technologie vue comme révolutionnaire pour la finance dans le sens où elle permet de désintermédier la validité et la légitimité des transactions en rendant l'information redondante auprès de tout membre du réseau : la technologie Blockchain pourrait sécuriser le système du crédit ou les transferts d'argent, supprimant une des principales raisons d'être des banques¹⁰.

5. Fintech et nouvelles technologies

Les instruments d'intelligence artificielle facilitant l'analyse des données de plus en plus étendues et variées sur leurs clients favorisent l'amélioration de la gestion des risques, essentiellement l'évaluation des risques de crédit et la prévention des fraudes. Par le biais d'un service plus facile plus accéléré et plus accessible, un grand nombre d'innovations vise le renforcement de la qualité fournie au client.

Les nouvelles technologies, telles que l'apprentissage automatique / l'intelligence artificielle (IA), l'analyse comportementale prédictive et le marketing basé sur les données, élimineront les conjectures et les habitudes dans les décisions financières. Les applications "d'apprentissage" apprendront non seulement les habitudes des utilisateurs, souvent cachées à eux-mêmes, mais engageront les utilisateurs dans des jeux d'apprentissage pour améliorer leurs dépenses automatiques et inconscientes et leurs décisions d'épargne. Fintech est également un adepte de la technologie de service client automatisé, utilisant des chatbots et des interfaces

¹⁰ Saïd Bourjij *Innovations technologiques et offre de services financiers en appui au Développement Dans Techniques Financières et Développement* 2016/3-4 (n° 124), pages 7 à 26

d'intelligence artificielle pour aider les clients dans les tâches de base et également réduire les coûts de personnel. La fintech est également mise à profit pour lutter contre la fraude en exploitant les informations sur l'historique des paiements pour signaler les transactions qui ne sont pas conformes à la norme.

5.1.L'intelligence artificielle

Selon Larousse l'intelligence artificielle (IA) peut se définir comme « l'ensemble de théories et de techniques mises en œuvre en vue de réaliser des machines capables de simuler l'intelligence ».

Avec le développement du Big Data dans le secteur financier, l'Intelligence Artificielle s'est imposée comme une technologie puissante pour analyser et valoriser les données et comme une Fintech incontournable dans les nouvelles propositions de valeur des startups mais aussi des acteurs traditionnels. Les premières formes d'IA en tant que Fintech étaient les chatbots et les robots, principalement utilisés par les acteurs du secteur pour assurer le service client et donc converser avec les clients. L'innovation technologique et la dimension prise par les Big Data ont favorisé l'important développement de l'IA, ce qui permet aux chatbots et robots-conseillers de proposer des services avancés comme fournir des conseils financiers, analyser les risques, noter les dossiers pour un prêt ou faire du trading.

Des startups Fintechs comme les néo-banques ont développé des business model basés sur une intelligence artificielle, leur faisant gagner en efficacité opérationnelle, en ayant une stratégie centrée sur les besoins du client. L'IA permet aux startups de réduire les frais de structure par l'automatisation de certains processus comme la relation client et de proposer des services personnalisés à leur clients et augmenter leur chiffre d'affaires. Du côté client, l'IA offre un meilleur rapport prix-efficacité ainsi que des services plus personnalisés à leurs besoins. Cependant, l'utilisation de données personnelles ainsi que certaines failles de sécurité dans les algorithmes IA peuvent poser des problèmes de confidentialité, de sécurité et de confiance aux clients¹¹.

¹¹Thomas STEINVILLE *LA FINTECH ET LES NOUVEAUX RAPPORTS DE FORCE SUR LE SECTEUR BANCAIRE ET FINANCIER*, 2016 Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de master

Un des principaux atouts pour l'acceptation de l'IA dans des domaines aussi privés que la gestion financière est son absence d'intérêt personnel. En effet, l'IA est par nature quasi-impartiale (elle reste programmée par des humains qui peuvent biaiser cette impartialité), et est donc perçue comme complètement objective. Par exemple, les clients apprécient les robo-advisors pour la gestion d'actifs. Les algorithmes d'IA sont de plus en plus présents dans l'administration de conseils financiers (ex : l'élaboration de plans épargne retraite) alors même que ces sujets sont des sujets sensibles pour la majorité des personnes. De plus, l'IA réduit considérablement le coût pour ce type de service, des entreprises Fintechs comme Betterment ou Wealth Wizards proposent des services de conseils financiers pilotés par une IA bien moins chers que les acteurs traditionnels. Aussi, l'IA, contrairement à l'humain, est fiable et objective sur la solution à proposer c'est-à-dire à la recherche constante de la meilleure décision sans se faire biaiser par un élément externe.

On utilise le terme "d'intelligence artificielle" ou d'IA pour désigner les ordinateurs et programmes informatiques capables de performances habituellement associées à l'intelligence humaine. Par exemple, la capacité à interagir avec l'homme, à traiter de grandes quantités de données ou encore à apprendre progressivement et donc à s'améliorer de manière continue.

L'intelligence artificielle existe dans notre vie quotidienne. Par exemple, les services de détection des fraudes des institutions financières l'utilisent pour prédire l'intention d'achat et les interactions avec le service client en ligne.

Voici quelques exemples¹² :

5.1.1. Détection des fraudes.

Dans le secteur de la finance, l'intelligence artificielle est utilisée de deux manières. Les applications qui notent les demandes de crédit utilisent l'IA pour évaluer la solvabilité des consommateurs. Des moteurs d'IA plus avancés sont chargés de surveiller et de détecter en temps réel les paiements frauduleux réalisés par carte bancaire.

¹²NetApp, *Qu'est-ce que l'intelligence artificielle ?* consulté le 03/10/2022

5.1.2. Service client virtuel

Les centres d'appel utilisent un SCV pour prédire les demandes de leurs clients et y répondre sans intervention humaine. La reconnaissance vocale et un simulateur de dialogue humain constituent le premier point d'interaction avec le service client. Les demandes plus complexes requièrent quant à elles une intervention humaine.

5.1.3. Chat bot

Lorsqu'un internaute ouvre une fenêtre de dialogue sur une page web (chatbot), son interlocuteur est souvent un ordinateur exécutant une forme d'IA spécialisée. Si le chatbot ne parvient pas à interpréter la question ou à résoudre le problème, un agent humain prend le relais. Ces échecs d'interprétation sont envoyés au système de machine *learning* afin d'améliorer les futures interactions de l'application d'IA.

5.2. Blockchain

Le marché financier est considéré comme l'un des secteurs les plus exposés aux perturbations motivées par les progrès de la technologie de l'information, car il repose davantage sur l'information et les services que sur les produits tangibles. En particulier, la chaîne de blocs (blockchain) représente un changement révolutionnaire dans la mécanique du secteur.

La blockchain est une base de données, qui serait équivalente à un livre comptable dans le contexte bancaire et financier, ce qui garantit la validité de l'information¹³.

La blockchain est une technologie de grand livre distribué qui conserve des enregistrements sur un réseau d'ordinateurs mais n'a pas de grand livre central. La blockchain permet également des contrats dits intelligents, qui utilisent du code pour exécuter automatiquement des contrats entre des parties telles que des acheteurs et des vendeurs¹⁴.

Littéralement, une blockchain désigne une chaîne de blocs, des conteneurs numériques sur lesquels sont stockés des informations de toutes natures : transactions, contrats, titres de propriétés, œuvres d'art... L'ensemble de ces blocs forme une base de données semblable aux

¹³ Ana Canteli, *Technologie financière – fintech*, écrit le 03/08/2018 disponible sur <https://www.openkm.fr/fr/blog/technologie-financiere-fintech.html> consulté le 30/09/2022

¹⁴ ERIC ESTEVEZ, *Finacial Technology (Fintech) : Its Uses and Impact on Our Lives*, 22/06/2022, consultée le 30/09/2022

pages d'un grand livre de comptes. Ce livre des comptes est décentralisé ; c'est-à-dire qu'il n'est pas hébergé par un serveur unique mais par une partie des utilisateurs. Les informations contenues sur les blocs sont protégées par plusieurs procédés cryptographiques innovants si bien qu'il est impossible de les modifier a posteriori. Enfin, la Blockchain, par un mécanisme expliqué plus bas, est créatrice d'une cryptomonnaie qui lui permet de rémunérer certains nœuds du réseau qui supportent son infrastructure. La sémantique est piègeuse. Il s'agit de distinguer la Blockchain comme technologie, fruit des travaux de Satoshi SAKAMOTO, et une blockchain spécifique que chaque organisation pourra potentiellement déployer. Il y a fort à parier qu'on parlera un jour de la blockchain des agents immobiliers de telle ou telle région (pour enregistrer les titres de propriété par exemple) ou de la blockchain du gouvernement français (pour la déclaration des impôts par exemple). Dernière difficulté : aujourd'hui, l'expression «la blockchain » désigne souvent la blockchain utilisée par la monnaie Bitcoin, la plus utilisée à ce jour, mais déjà « concurrencée » par d'autres initiatives, à l'image de la blockchain Ethereum qui fédère déjà plusieurs milliers de développeurs et des applications de grande envergure.

Les trois propriétés de la Blockchain : désintermédiation, sécurité, autonomie. La Blockchain rassemble trois technologies, architecture décentralisée, protection cryptographique, émission de crypto-monnaie.¹⁵

La Blockchain a le potentiel pour bouleverser le secteur des paiements en permettant des améliorations importantes dans 4 domaines : la sécurité, les coûts de transaction, les délais de transaction et l'accès à un moyen de paiement pour le plus grand nombre¹⁶.

Brève explication du mécanisme de fonctionnement de la Blockchain

La Blockchain est un registre public dans lequel toutes les transactions sont enregistrées de manière sécurisée, transparente et définitive par un grand nombre d'ordinateurs participant volontairement au système ou réseau, appelés nœuds. Ce registre, ou historique, débute lorsque la toute première transaction est émise et est alimenté en continu au fur et à mesure que les transactions ont lieu. Il présente la caractéristique majeure d'être décentralisé, c'est-à-dire qu'il n'existe pas d'autorité centrale validant et transmettant la transaction comme c'est par exemple

¹⁵ BUFFET Guillaume collection livre blanc, *comprendre la blockchain*, édition U • uchange .co , Janvier 2016

¹⁶ Vincent Lachene, *Livre Blanc sur la technologie Blockchain* ; Sigma Gestion, 2018, p33

CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS »

le cas aujourd'hui lors d'un virement. Ce registre est enregistré en totalité en tous les nœuds du réseau, le rendant très difficilement altérable. En effet, si un des nœuds est corrompu (à la suite d'une intrusion informatique par exemple) et tente de modifier l'historique des transactions, le résultat sera automatiquement rejeté par les autres nœuds possédant le véritable historique. Disposer de l'historique des transactions depuis l'origine permet d'affirmer avec certitude qui est le légitime possesseur de Bitcoins ou de tout autre bien immatériel, selon le type de Blockchain considéré à un moment défini. Ce sont les chaînes qui sont chargées de vérifier les transactions de la manière suivante : deux entités A et B souhaitent effectuer une transaction consistant à transférer la possession de Bitcoins de A vers B et soumettent donc la transaction au réseau. Les nœuds vont se charger de sonder l'historique des transactions afin de vérifier que l'entité A possède bien ce qu'elle prétend détenir. Si cela est bien le cas, les nœuds pourront, en vertu du caractère inviolable de l'historique, valider avec certitude la transaction et inscrire dans l'historique que B est le nouveau possesseur des Bitcoins en question. Un consensus est nécessaire parmi les nœuds avant la validation d'une transaction. Il s'agit ici d'une explication simplifiée de la façon dont sont vérifiées les transactions, le processus réel étant plus complexe. On peut remarquer dès à présent, de façon assez intuitive, que si une entité parvient à corrompre plus de la moitié des nœuds du réseau (ou plus exactement plus de la moitié de la puissance de calcul totale fournie au réseau), elle pourra imposer aux autres nœuds un historique erroné et ainsi s'approprier indûment des Bitcoins ou tout autre bien immatériel, selon le type de Blockchain considéré. C'est pour cette raison que les nœuds sont mis en concurrence par le réseau : le rôle d'un nœud est de fournir de la puissance de calcul informatique au réseau qui, par le biais de la cryptographie, assure la fiabilité des transactions, nous y reviendrons par la suite. En échange de cette puissance de calcul, les nœuds sont rémunérés, dans le cas de la Blockchain initiale, en Bitcoins. Du fait de cette perspective de rémunération, de nombreux nœuds vont souhaiter participer au réseau, ce qui va rendre compliquée voire irréalisable la tâche de contrôler plus de la moitié de la capacité informatique totale. Ce procédé, par lequel les nœuds fournissent de la puissance de calcul informatique au réseau, permettant la confirmation des transactions, est appelé *mining* ou *minage*¹⁷.

¹⁷ Vincent Lachene, *Livre Blanc sur la technologie Blockchain* ; Edition Sigma Gestion, 2018, p10-11

6. Utilisateurs Fintechs

Il existe quatre grandes catégories d'utilisateurs pour les fintechs:

- B2B pour les banques
- Entreprises clientes
- B2C pour les petites entreprises
- Les consommateurs.

Les tendances vers les services bancaires mobiles, l'augmentation des informations, des données, des analyses plus précises et la décentralisation de l'accès créeront des opportunités pour les quatre groupes d'interagir de manière sans précédent.

En ce qui concerne les consommateurs, comme pour la plupart des technologies, plus vous êtes jeune, plus il est probable que vous connaissiez et puissiez décrire avec précision ce qu'est la fintech. Le fait est que la fintech axée sur le consommateur est principalement ciblée sur la génération Y¹⁸, compte tenu de la taille énorme et du potentiel croissant de revenus (et d'héritage) de ce segment dont on parle beaucoup. Certains observateurs de la fintech pensent que cette focalisation sur la génération Y a plus à voir avec la taille de ce marché qu'avec la capacité et l'intérêt de cette génération à utiliser la fintech. Au contraire, la fintech a tendance à offrir peu aux consommateurs plus âgés car elle ne parvient pas à résoudre leurs problèmes.

En ce qui concerne les entreprises, avant l'avènement et l'adoption de la fintech, un propriétaire d'entreprise ou une startup se serait adressé à une banque pour obtenir un financement ou un capital de démarrage. S'ils avaient l'intention d'accepter les paiements par carte de crédit, ils devraient établir une relation avec un fournisseur de crédit et même installer une infrastructure, comme un lecteur de carte connecté à un téléphone fixe. Désormais, grâce à la technologie mobile, ces obstacles appartiennent au passé¹⁹.

¹⁸ La génération Y c'est l'ensemble des personnes nées entre le début des années 1980 et la fin des années 1990. Plus précisément, cette génération débiterait en 1984 et se terminerait en 1996 selon un article paru dans la revue Harvard Business Review

¹⁹ ERIC ESTEVEZ, *Financial Technology (Fintech): Its Uses and Impact on Our Lives*, Article publié le 22/06/2022, consultée le 30/09/2022

CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS »

7. Classification des Fintechs

On peut distinguer plusieurs sortes de Fintechs que nous citerons dans le tableau ci-dessous. La liste n'est pas exhaustive

Tableau 1 : Classification des Fintechs

Type de Fintech	Définition	Exemple
Paytech	Solution d'optimisation de tous types de paiements	Leetchi, Le PotCommun, Lydia, Pumpkin, IbanFirst, Obvy
Roboadvisor	Conseil en investissement et gestion de portefeuille numérisés voire automatisés	Marie Quantier, Advize, WeSave, Nalo
Insurtech	Innovation numérique dans le domaine de l'assurance	Alan, Shift Technology, Minalea, Testamento, Inspeer
Regtech	Innovation destinée à simplifier le suivi des contraintes réglementaires financières	Amfine, Scaled Risk, Neuroprofiler, Fortia
Néobanque	Banque dématérialisée proposant des services bancaires innovants et à moindre coût	N26, Paysera, Vivid, Revolut, Bunq, Transferwise, Payoneer
Cash management	Solution numérique de gestion des dépenses personnelles ou des flux de trésorerie d'une entreprise	Linxo, Bankin, Yolt, Gest4U

CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS »

Crowdfunding ou Crowdlending	Plateforme de financement participatif faisant appel à un grand nombre de personnes pour financer un projet	KissKissBankBank, Credit.fr, WiSeed, Bolden, WeShareBonds, Anaxago
Comparateur	Solution de comparaison de produits financiers (comptes bancaires, crédits, placements, etc.)	Meilleurebanque , Selectra
Applications d'investissement	Facilitent l'achat et la vente d'actions, d'ETF et de crypto depuis votre appareil mobile, souvent avec peu ou pas de commission.	Robinhood

Source : Elaboré par nos soins en se basant sur plusieurs informations collectées

Section 2. Les différents services offerts par les fintechs

Pour cette partie descriptive, nous allons nous appuyer sur le livre de Régis Bouyala, *La révolution Fintech*.

Cette section est subdivisée en six parties : les services dédiés aux banques, les services dédiés aux entreprises, les services dédiés aux clients, la quatrième partie aborde les émissions et gestions de la monnaie, la cinquième partie parle du financement participatif et la dernière partie parle de e gestion des investissements

1. Les services dédiés aux banques B2B

Les services offerts par les fintechs aux banques sont listés ci-dessous

1.1. Banque en ligne

La banque en ligne est probablement la solution la plus connue du grand public. Souvent adossé à un groupe bancaire, ces banques en ligne ne possèdent pas d'agences physiques. Elles proposent des services en ligne et offrent en général des frais bancaires moins élevés. Par

exemple, BforBank est la banque en ligne du Crédit agricole, tandis que helloBank est celle de la BNP Paribas.

Les banques en ligne ont transformé le secteur bancaire, au début des années 2000, de nouveaux acteurs bancaires ont profité des nouvelles technologies disruptives. Il s'agit des banques en ligne qui sont introduites sur le marché avec une offre 100% en ligne et des frais bancaires presque inexistantes. Ces banques ont changé la donne. Elles ont permis aux clients d'effectuer la totalité de leurs opérations bancaires en ligne, sans devoir se déplacer en agence. Un gain de temps inespéré dans nos vies de plus en plus remplies. Les banques en ligne ont ajouté à cela des conseillers disponibles en ligne et par téléphone sur des plages horaires élargies jusqu'à 21h et 6 jours sur 7. Ce qui permet aux plus occupés d'obtenir un support après une longue journée de travail. Outre ces facilités, les banques en ligne ont remis en cause le modèle tarifaire des établissements bancaires traditionnels, en effet, n'ayant pas d'agence physique, elles fonctionnent avec des coûts fixes bien inférieurs ce qui leur a permis de proposer des tarifs attractifs auxquels les banques classiques ont eu du mal à faire concurrence.²⁰

1.2. Les agrégateurs de comptes bancaires

Comme son nom l'indique, les agrégateurs de comptes bancaires permettent d'agréger les données issues de multiples comptes bancaires, même domiciliés dans des banques différentes, au sein d'une même interface.

La multi-bancarisation – disposer de comptes dans plusieurs banques – est un fait courant. La vue agrégée des comptes bancaires permet de suivre la situation financière globale de l'entreprise ou du particulier, sans avoir à s'identifier individuellement sur le site de chaque banque ce qui représente un vrai gain de temps et une meilleure expérience utilisateur²¹.

Les agrégateurs de comptes bancaires sont utiles autant pour les particuliers que pour les entreprises.

²⁰ Rapport de Laurent Bour, transformation digitale sur le journal de CM 11 octobre 2018 , disponible sur le <https://www.journalducsm.com/> consulté le 03/10/2022

²¹ Jean Marien, *Qu'est-ce qu'un agrégateur de compte bancaire ?* Rédigé le 05/10/2022 disponible sur <https://bridgeapi.io/blog-posts/agregateur-comptes-bancaires/> consulté le 06/10/2022

Du côté des particuliers, l'intérêt est simple : avoir accès en un clic à sa situation financière globale. Cela permet de gérer son budget au quotidien, grâce à l'ensemble des données disponibles, mais également grâce à la catégorisation des transactions. Chaque dépense est identifiée et classée dans la catégorie qui lui correspond. Il est possible de se fixer un budget pour chaque catégorie et suivre son activité pendant le mois pour vérifier si les dépenses sont en accord avec le seuil fixé.

Tous ces services se font en toute sécurité, grâce à la protection des données garanties par l'agrégateur de comptes bancaires et les textes de loi.

Du côté des entreprises, on retrouve bien sûr le même intérêt pour une interface unique qui permet d'accéder à l'ensemble de ses comptes bancaires. Cela simplifie le quotidien des équipes opérationnelles, notamment des dirigeants d'entreprises et des comptables.

Ce service d'agrégation bancaire est rarement disponible seul : il s'intègre dans les outils déjà utilisés par les entreprises, par exemple les logiciels comptables. Couplé aux algorithmes de classification des transactions, cela fournit des outils performants pour faciliter les décisions comptables²².

1.3.Le financement participatif

Le financement participatif encore appelé crowdfunding est un moyen de financement alternatif qui vise à permettre aux entreprises, notamment aux startups, de se financer directement auprès des particuliers. L'objectif est de court-circuiter le chemin classique en évitant les banques, ce qui permet de réduire le coût du financement. C'est même dans certains cas la seule source de financement possible, dans les cas où les banques sont réticentes à accorder des crédits.

Il reste néanmoins un intermédiaire, la société de crowdfunding qui se charge de collecter et de répartir les sommes prêtées, moyennant une commission. La Blockchain et les smart contracts permettent d'aller encore plus loin dans le domaine du crowdfunding en permettant un financement direct entre particuliers et entreprises.

²² Jean Marien, *Qu'est-ce qu'un agrégateur de compte bancaire ?* Rédigé le 05/10/2022 disponible sur <https://bridgeapi.io/blog-posts/agregateur-comptes-bancaires/> consulté le 06/10/2022

Prenons comme exemple le projet Lighthouse de la compagnie suisse Vinumeris. Il s'agit d'une plate-forme totalement gratuite de crowdfunding en Bitcoins. Lighthouse se présente sous la forme d'un logiciel, libre d'accès, sur lequel n'importe qui peut déposer une demande de financement ou en répondre à une. Si le montant requis n'est pas atteint lors de l'expiration de la période, la plateforme rembourse automatiquement les investisseurs en Bitcoin. Si au contraire la somme requise est atteinte, les Bitcoins sont transférés au demandeur de financement. Même si cette avancée peut sembler anecdotique car encore très peu utilisée, le résultat théorique est lui particulièrement intéressant : la possibilité de faire correspondre l'offre et la demande de financement avec une efficacité absolue et sans aucune friction²³.

Il existe 4 formes de crowdfunding qui sont :²⁴

1.3.1. Le donation-based crowdfunding ou don

On parle de donation-based crowdfunding lorsque le don est fait sans la moindre recherche de contrepartie. C'est en ce sens la forme la plus ancienne de crowdfunding. Les projets concernés sont souvent des projets humanitaires, portés par des associations caritatives. C'est le cas lorsque les internautes contribuent de façon collective au financement d'une action, sans en attendre une quelconque rétribution.

1.3.2. Le reward-based crowdfunding ou don avec contrepartie

Il se peut cependant que le bénéficiaire dudit don offre un produit ou un service en retour aux donateurs. Dans ce cas, on parle de reward-based crowdfunding. Ce type de financement participatif consiste à faire un don pour un projet, contre un bien ou un service que vous recevez en retour. Cela peut être un exemplaire du produit que vous financez, ou simplement un tee-shirt aux motifs de l'entreprise que vous aidez à faire prospérer.

1.3.3. Le crowdlending ou financement par prêt

Ce type de financement participatif permet à une entreprise de mobiliser auprès des particuliers qui le désirent la somme d'argent nécessaire pour un projet précis, par exemple pour renforcer son capital ou pour monter une entreprise, ou encore pour financer un projet précis.

²³ Vincent Lachene, *Livre Blanc sur la technologie Blockchain* ; Sigma Gestion, 2018, p39-40

²⁴ Pretto, *Quelles sont les différentes formes de crowdfunding?*, article publié le 25/03/2021 disponible sur <https://www.pretto.fr/contenu-partenaire/differentes-formes-crowdfunding/> consulté le 02/10/2022

CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS »

Le crowdlending s'est davantage développé en France depuis les assises sur le financement participatif de fin décembre 2013 et grâce à l'ordonnance Ordonnance n° 2014-559 du 30 mai 2014 relative au financement participatif. Il est désormais possible d'obtenir des prêts de la part des particuliers, en recourant simplement à une plateforme de financement participatif.

C'est bien dans cet ordre de financement participatif qu'intervient Homunity qui sert de creuset de rencontre entre les besoins de financement des promoteurs immobiliers et les particuliers désirant effectuer un investissement plus rentable que le livret A.

Le crowdlending existe sous deux formes: Le prêt aux particuliers et le prêt aux entreprises.

Le prêt aux entreprises est la forme classique du crowdlending. Il s'agit d'un prêt accordé à une entreprise (une start-up par exemple) par des particuliers, contre des intérêts versés dans le temps.

Le prêt aux particuliers est une forme de prêt pair-à-pair permettant à des individus de financer des projets portés par d'autres personnes physiques. Généralement, les plateformes qui proposent ce genre de services procèdent à une mutualisation de leurs différents portefeuilles. Dès lors, le prêteur n'a pas à identifier un individu particulier à qui irait son prêt. Son argent est versé à divers emprunteurs.

Exemple : A Homunity, ils ont décidé de choisir le crowdlending avec cette spécificité que la mobilisation du financement auprès du public vient en renforcement du capital déjà mobilisé par le promoteur lui-même. Cela leur garantit un sérieux investissement personnel de sa part pour le succès du projet. En tout état de cause, Homunity invite à investir dans un projet immobilier seulement après s'être assuré du sérieux du promoteur et de la cohérence de son projet avec le marché.

1.3.4. Le crowd-equity ou investissement au capital

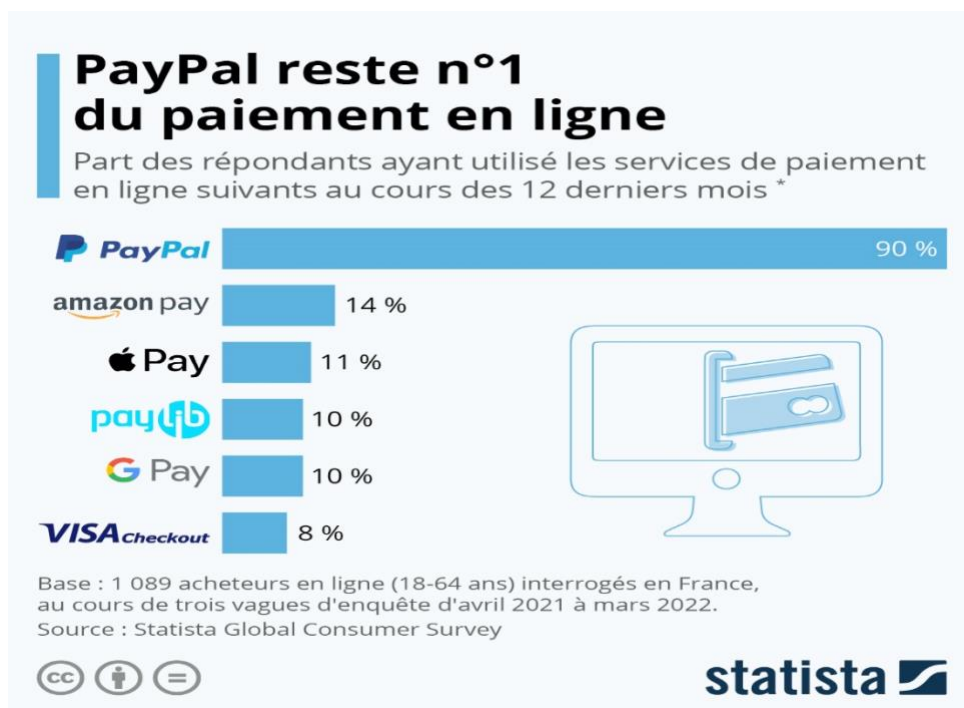
Encore appelé financement avec prise de participation, le crowd-equity est une façon d'ouvrir le capital de votre entreprise aux internautes qui y investissent en prenant des parts, devenant ainsi des actionnaires. En tant que tels, ces investisseurs auront en conséquence un droit de vote et percevront des dividendes.

1.4. Paiement en ligne et autres services financiers

En annonçant le lancement d'une fonctionnalité qui permettra aux utilisateurs d'Apple Pay de répartir le coût d'un achat en plusieurs paiements, Apple s'apprête à faire son entrée sur le marché du "buy now, pay later" (acheter maintenant, payer plus tard). Contrairement à la concurrence, l'entreprise californienne ne fera pas appel à une banque pour offrir ce service financier, mais passera par sa filiale Apple Financing LLC, qui a reçu les licences nécessaires aux États-Unis pour vendre des crédits à ses clients.

En France, l'utilisation d'Apple Pay n'est guère répandue. Seuls 11 % des acheteurs en ligne interrogés dans le cadre des enquêtes du Global Consumer Survey de Statista ont indiqué avoir réglé un achat avec ce service au cours des 12 derniers mois. Le numéro un incontesté du paiement en ligne en France reste de loin PayPal, utilisé par 90 % des répondants. Le deuxième service le plus utilisé pour les paiements en ligne est Amazon Pay (14 %), tandis que Paylib et Google Pay complètent le top 5²⁵.

Figure n°1 : Représentation de l'utilisation des services de paiement en ligne



Source : Statista, 2022

²⁵ Tristan Gaudiaut, *Paiement en ligne : les services les plus populaires en France*, 14 juin 2022

2. Services dédiés aux entreprises

2.1.E-commerce

Le e-commerce s'est beaucoup développé depuis le début du XXI^e siècle. Il permet d'effectuer ses achats par internet, sans être obligé de se déplacer en magasin, et en plus de se faire livrer à la maison. Chaque année, la part des ventes en ligne augmente et bien que les moyens de paiement utilisés soient différents selon les habitudes de chaque pays, c'est généralement la carte de crédit qui est favorisée. Les sociétés Fintech ont su proposer des solutions adaptées dans l'e-commerce. Premièrement, elles proposent aux commerçants, contrairement aux banques, d'augmenter le taux d'achat des visiteurs du site internet. Ceci grâce notamment à la convivialité de leurs interfaces, de la rapidité d'exécution et la possibilité d'utiliser plusieurs moyens de paiement. Deuxièmement, ces sociétés se sont spécialisées dans la diminution du taux de fraude en utilisant des technologies comme le big data et les machines-learning. C'est un avantage clé, car les sites de e-commerce ont besoin d'avoir la confiance des clients pour être utilisés. Malheureusement, le taux de fraude sur les transactions en ligne devrait doubler d'ici 2020 pour atteindre le montant de 25,6 milliards de dollars²⁶

2.2.Paiements mobiles

Payer via son téléphone facilite les transferts d'argent et a été rendu possible avec le développement des smartphones. Ce service a été mis en place notamment pour les commerces de proximité pour faire face au e-commerce. De plus, ce type de paiement permet d'éviter des commissions trop élevées au commerçant pour l'utilisation d'un terminal bancaire. Les Fintech ont rapidement élaboré des programmes de fidélité pour aider les commerçants à fidéliser leur clientèle via le paiement mobile. En effet, il est possible, par exemple, de choisir d'octroyer certains rabais spéciaux après un nombre défini d'achats dans le magasin. Ce système permet un gain de temps pour la gestion de la caisse ainsi qu'une diminution des risques humains. Un dernier avantage concerne la diminution de vandalisme sur les distributeurs automatiques puisque ces derniers ne stockent plus d'argent physique.

²⁶ Paiements en ligne : une étude prédit une explosion de la fraude d'ici 2020 Disponible sur <http://www.cbanque.com/actu/57901/paiements-en-ligne-uneetude-predit-une-explosion-de-la-fraude-ici-2020>

3. Services dédiés aux clients

3.1. Portefeuille en ligne

Le portefeuille en ligne (wallet) a été principalement développé pour les smartphones et permet de stocker toutes ses cartes (bancaires, cartes de fidélité) en les numérisant dans un système, puis d'effectuer des paiements à la caisse ou en ligne. Ce système permet de sécuriser l'usage de la carte bancaire, généralement sur internet, puisque le client n'a plus à communiquer les données sensibles (numéro de carte de crédit, crypto code) aux sites internet. Le portefeuille en ligne est également ergonomique, car il n'y a plus besoin de retaper à chaque fois son numéro de carte lorsque l'on effectue une transaction en ligne. Toutes les cartes sont centralisées sur internet ou sur le téléphone et deviennent alors moins encombrantes que le portefeuille « physique ». De plus, il est beaucoup plus facile d'utiliser la carte de fidélité et ainsi recevoir des rabais.

Les Fintech mettent en place des services annexes aux portefeuilles pour favoriser leur utilisation, comme la création d'une cagnotte, achat entre particuliers ou encore comparaison de prix.

3.2. Transfert de fonds

Les Fintech ont su concurrencer les institutions bancaires qui proposent ce service à coûts élevés, surtout s'il s'agit de transfert international. Pour comparaison, en moyenne, les frais d'une transaction internationale représentent 6-7 % du montant de la transaction lorsque l'on passe par l'intermédiaire d'une banque. La Fintech TransferWise, par exemple, propose la même prestation mais pour 0,5 % du montant de la transaction. De plus, il est plus évident d'avoir un suivi des paiements et à moindres frais que ce que propose une banque. Ce service est très démocratisé dans les pays en développement puisque les personnes travaillant à l'étranger peuvent envoyer de l'argent à leur famille restée dans leur pays. Il ne faut pas oublier non plus que seulement une minorité de la population de ces pays à un compte bancaire et utilise principalement le téléphone comme moyen de paiement²⁷.

²⁷ Rapport « Fintech 2020 : reprend l'initiative »

4. Emission et gestion de la monnaie

Plusieurs monnaies virtuelles ont vu le jour ces dernières années, notamment Litecoin ou Ripple, mais le bitcoin est la monnaie virtuelle la plus connue au monde actuellement. Ces monnaies utilisent le système Blockchain et ne sont pas soumises à une banque centrale contrairement aux autres monnaies. Le principal avantage est le faible coût de transaction. Cependant, par l'anonymat que procure le bitcoin, il peut potentiellement être utilisé pour le financement d'activités criminelles et le blanchiment d'argent. Les Fintech se sont principalement développées dans la conversion de ces monnaies virtuelles dans une monnaie traditionnelle. Cela permet aux commerçants d'accepter d'être payés par monnaie virtuelle puis de rapidement la convertir en une monnaie traditionnelle.

5. Financement participatif

Le crowdfunding, traduit en français par financement participatif, consiste pour une entreprise ou un individu à lever des fonds sans passer par l'intermédiaire de la banque. Généralement, c'est l'addition de nombreux petits investisseurs qui permettent d'atteindre le montant de financement nécessaire. En effet, les investisseurs et les demandeurs de fonds sont mis en relation sur une plateforme informatique afin que chacun puisse trouver son intérêt. On retrouve quatre grandes catégories de crowdfunding :

5.1. Equity crowdfunding (investissement participatif)

L'investisseur, institutionnel ou particulier, finance l'entreprise dans l'idée d'acquérir des parts de la société par la suite. Il devient alors un actionnaire de l'entreprise et peut donc s'attendre à recevoir une contrepartie financière si le projet porte ses fruits.

5.2. Crowdlending (sous forme de prêt)

C'est la forme qui ressemble le plus à ce que proposent les banques. L'investisseur prête de l'argent à l'entreprise et reçoit en contrepartie le remboursement du nominal ainsi que des intérêts.

5.3. Crowdfunding (sous forme de don)

Il est généralement utilisé pour le financement d'association ou causes humanitaires. Le principe est simple : la personne se rend sur la plateforme afin de faire un don, du montant

qu'elle veut. Il va de soi que l'investisseur s'attend à ne rien recevoir en retour. Cette solution de crowfunding permet de faciliter les dons avec son système convivial et intuitif.

5.4. Reward based crowdfunding (sous forme de récompense)

L'investisseur recevra en contrepartie de son financement une récompense symbolique, souvent de la marchandise que crée l'entreprise ou un service. Généralement, la récompense est proportionnelle à l'apport de l'investisseur.

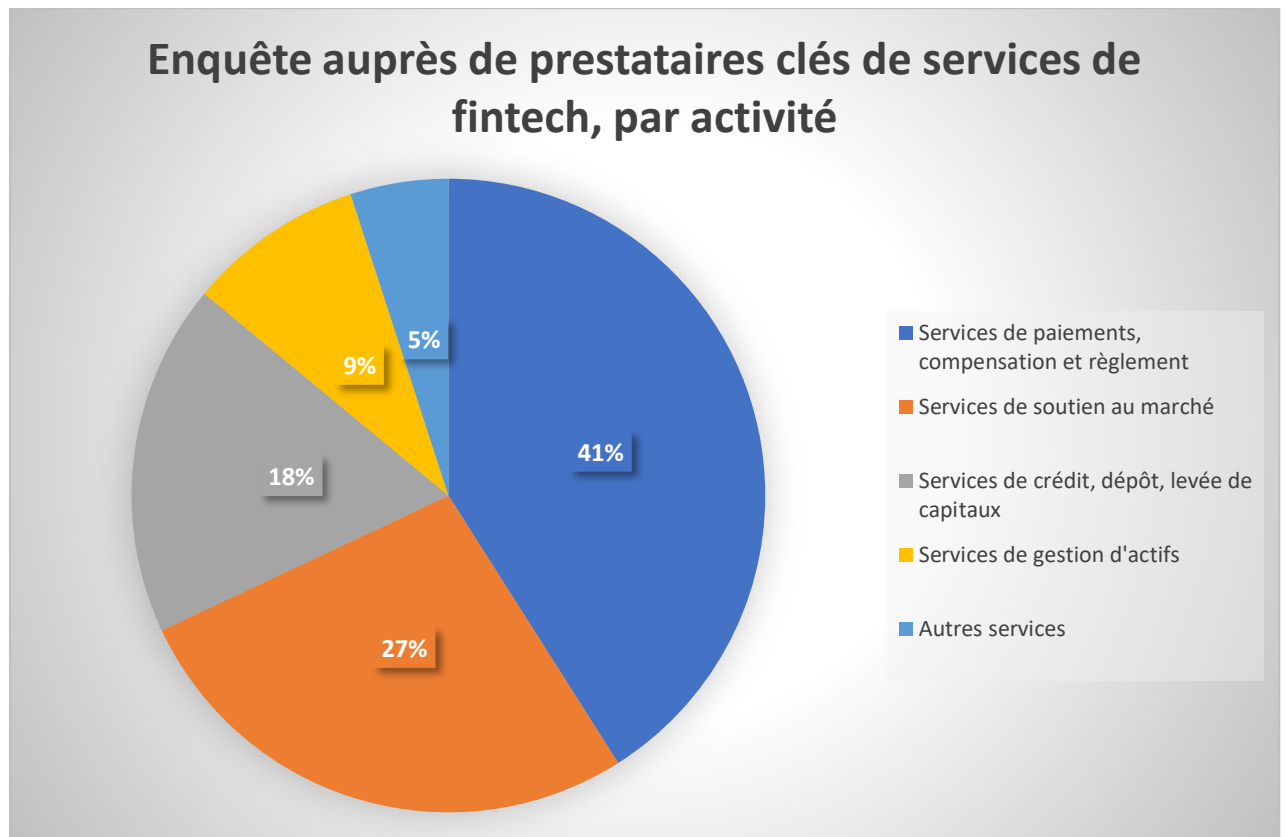
6. Gestion des investissements

Le robot advisor a été conçu afin de gérer les actifs des clients notamment par des analyses big data ainsi que de puissants algorithmes. Leurs services comprennent la planification automatisée de portefeuille, la répartition automatique des actifs, les évaluations des risques, le rééquilibrage des comptes et d'autres outils numériques. Cette technologie est très en vogue aux États-Unis et ces robots gèrent actuellement vingt milliards de dollars²⁸, montant qui devrait encore augmenter fortement dans les prochaines années. Ce service se démocratise. En effet, il était compliqué pour les petits portefeuilles d'investir avec peu de fonds propres ; ils étaient obligés de se débrouiller seuls, car les services de conseillers financiers étaient trop onéreux. Grâce aux robots advisors, il est désormais possible pour eux d'investir de manière passive et de garder une grande discrétion quant à leur fortune, tout en ayant des frais raisonnables.

Le Comité de Bâle a réalisé une enquête informelle auprès de ses membres, leur demandant quels étaient les produits et services de technologie financière qu'ils jugeaient importants dans leur juridiction. Le nombre d'entreprises de fintech indiqué pour chaque segment figure dans le graphique ci-dessous

²⁸ Qu'est-ce qu'un robot-advisor ? Disponible à l'adresse : <http://www.lesmeilleursfonds.com/article.php?post=51>

Figure n°2 : Représentation graphique des services proposés par les fintechs



Source : Sondage effectué par le BCBS (The Basel Committee on Banking Supervision)

<https://www.bis.org/bcbs/index.htm> publié le en 2019

Selon les réponses des sondés, le nombre de prestataires de services de fintech est le plus élevé dans la catégorie paiements, compensation et règlement, suivie de la catégorie crédit, dépôts et levée de capitaux. Au sein de la première catégorie, les sociétés de services de paiement de détail représentent la majorité des fintechs identifiées (par rapport aux prestataires de services de paiement de gros). Le nombre de prestataires de services de soutien au marché (aux fintechs proposant des services financiers) se classe deuxième en termes de volume d'acteurs identifiés, derrière la catégorie paiements-compensation règlement. Si l'enquête a permis d'identifier les noms des fournisseurs et services clés de fintech, et d'obtenir une première estimation de leur nombre, l'absence de données sur certains éléments comme les volumes de traitement et la valeur des transactions limite toute évaluation de l'impact potentiel que ces organisations pourraient avoir sur les banques établies ainsi que sur les systèmes

financiers. Cet exercice a permis aux autorités de contrôle de mieux comprendre les fintechs perçant dans leur juridiction et d'identifier les types de produits et services où les nouveaux acteurs sont les plus nombreux. Il a aussi montré que, dans la plupart des services, les fintechs se concentrent sur les marchés régionaux ou nationaux.

Section 3. Évolution de secteur bancaire face aux avancées technologiques et digitales

Dans leur évolution, les banques ont intégré différentes technologies pour faire face à l'évolution de leur environnement. Cependant, ces technologies étant largement de nature stratégique, elles ont mené à l'accumulation de systèmes au détriment de l'agilité. Face à une concurrence agile dans différents domaines bancaires, particulièrement les paiements et les prêts, les banques ne peuvent plus se reposer sur leur taille pour se démarquer. La menace est amplifiée par les changements comportementaux des clients, qui recherchent des offres intuitives et innovantes, et par l'importance croissante accordée à l'innovation et à la transformation du secteur par les régulateurs.

1. Raisons de l'évolution du secteur bancaire

En effet, le client s'attend à pouvoir régler ses problèmes à tout moment en ligne étant donné le nombre d'informations considérable auquel il a accès. Cela signifie qu'il espère aussi une réactivité plus importante et une disponibilité plus large de la part de sa banque. Au-delà de la réactivité, il a été démontré que les consommateurs sont désormais aussi à la recherche de simplicité, qu'ils sont impatients et que, contrairement à l'époque, ils peuvent être actifs dans la chaîne de valeur.

Dans les années 90, l'apparition des call centers permettait déjà une meilleure réactivité diminuant l'impatience des clients. Les services d'aide en ligne sont rapidement devenus essentiels pour satisfaire le client 2.0²⁹. Les délais sont de plus en plus courts, impliquant de se diriger davantage vers une désintermédiation du service limitant ainsi le nombre d'acteurs. Le client est alors amené à effectuer lui-même des activités qui n'ont que très peu (voire aucune) valeur ajoutée pour la banque, telles que le retrait d'espèces, les virements ou la consultation du solde. Les assistants numériques, autrement dit les applications mobiles, représentaient donc

²⁹ Clients 2.0 : client de la nouvelle génération ou encore clients connectés grâce aux NTIC (Nouvelles Technologies de l'Informations et Communication)

un *deal* parfait pour répondre à ce nouveau comportement des clients et soulager le travail de la banque. Une évolution néanmoins complexe, qui nécessite certaines restructurations.

Enfin, le client ne cherche plus la même relation avec son banquier qu'auparavant. Étant capable d'effectuer les opérations « simples », il attend dès lors de son banquier une réelle analyse d'expert, amenant ainsi plus de la valeur à son parcours client. Avec le développement du marketing « one-to-one », les consommateurs se sont habitués à l'existence d'offres personnalisées et le client ne s'est jamais autant senti unique. Il exige de son banquier qu'il le connaisse parfaitement tout en respectant les codes déontologiques relatifs à sa vie privée. Le banquier 2.0³⁰ utilisera donc le big data mais devra s'en servir en toute sécurité et sans faire trop intrusion dans la vie privée de son client. Si le digital ne remplace pas l'aspect humain de la relation entre le client et son banquier, il peut cependant contribuer à la montée en compétence du banquier afin qu'il puisse mieux répondre aux attentes de son client³¹.

1.1. La menace des nouveaux entrants

Alors que toute cette révolution technologique impacte directement le business interne des banques, ces dernières doivent aussi faire attention à l'émergence de nouveaux acteurs sur le marché, facilitée par ce même développement digital. Comme dit précédemment, la confiance des banques est remise en question, et la phrase de Bill Gates en 2014 "*We need banking, no banks*", n'a jamais fait aussi peur qu'auparavant. Les fintechs, les GAFA, les néo-banques, le shadow Banking et autres acteurs, prennent de plus en plus de place et remettent ainsi en question le rôle des banques traditionnelles.

Une banque de détail se caractérise en réalité par deux business models clés : la banque transactionnelle et la banque relationnelle. Tant que les nouveaux concurrents se développent seulement sur des activités secondaires en lien avec les aspects transactionnels, tels que les paiements par exemple, certains disent que cela n'impacte pas de manière fondamentale les stratégies bancaires. La vraie menace se ferait ressentir aussitôt que les activités rentables et créatrices de valeur seraient aussi mises en concurrence. Aujourd'hui, la banque transactionnelle

³⁰ Banquier 2.0 : banquier nouvelle génération

³¹ Evinka Garcia, *La montée du digital, une nécessité pour le secteur bancaire*, travail de fin d'étude présenté en vue de l'obtention du Master en Ingénieur de gestion à la Solvay Brussels School, 2019-2020

est facilement perturbée par les nouveaux entrants du marché tels que Revolut, le système de paiement d'Amazon ou encore Swissquote en Suisse. Ainsi, pour renforcer leur positionnement, l'effort stratégique des banques devrait se placer au niveau des aspects relationnels tels que ceux évoqués plus haut notamment³².

De manière plus concrète, si l'on s'intéresse aux projections futures, une étude de McKinsey réalisée en 2015 estime que d'ici 2025, les acteurs non bancaires tels que les GAFAs et Fintech provoqueraient une baisse de 20 à 60% des profits dans les activités des banques traditionnelles dans lesquelles ils opèrent. Si on reste au stade des activités de paiements, bien que n'étant pas les plus rentables, cela représente malgré tout un quart des revenus des banques. Cet impact se manifeste également directement sur l'emploi dans les banques : une étude de Citigroup en 2016 quantifie en effet une baisse de 37% jusqu'en 2025 pour l'Europe.

Pour ne pas disparaître face à ces acteurs, les banques se doivent donc de définir un nouvel avantage compétitif pour se différencier. Et, cela passe en grande partie par la relation client qu'elles établissent et la qualité des services qui peuvent évoluer grâce à la digitalisation³³.

1.2. La crise de 2008 et ses conséquences

La grande crise financière de 2008 a eu un impact important sur les structures du monde bancaire et a notamment été un tournant dans l'évolution du digital. Les banques ont dû se réinventer face à un contexte politique et économique instable et également face aux changements de comportement des clients et l'apparition de nouveaux acteurs.

On peut, premièrement, mettre en avant les nouvelles régulations du marché telles que Bâle 3 qui a entraîné des conséquences directes sur les banques. Ces régulations ont respectivement pour objectifs de protéger les investisseurs en leur offrant plus de transparence et de renforcer la solvabilité des banques en diminuant leurs fonds propres. Les banques ont donc dû investir dans des nouveaux systèmes et former leurs employés aux nouvelles régulations.

³² Evinka Garcia, *La montée du digital, une nécessité pour le secteur bancaire*, travail de fin d'étude présenté en vue de l'obtention du Master en Ingénieur de gestion à la Solvay Brussels School, 2019-2020

³³ Evinka Garcia, *La montée du digital, une nécessité pour le secteur bancaire*, travail de fin d'étude présenté en vue de l'obtention du Master en Ingénieur de gestion à la Solvay Brussels School, 2019-2020

CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS »

Certaines d'entre elles ont dû se désengager des activités gourmandes en fonds propres telles que, par exemple, le financement des entreprises, et ainsi revoir l'essence même de leur business.

Après la crise, la mise en place de taux d'intérêt négatifs par les banques nationales des pays touchés pour booster l'économie est également à considérer : la conséquence sur la rentabilité du secteur était menaçante à ce moment-là dans l'histoire bancaire car la majorité du revenu provenait de ce taux d'intérêt. En effet, les banques commerciales ont vu leur marge s'effondrer. Il fallait donc repenser l'activité, trouver un moyen de diminuer les coûts pour pouvoir rebondir et continuer les activités. Dès lors, la digitalisation de certaines activités par exemple, dans une perspective de baisse des coûts, s'inscrivait comme une alternative intéressante.

Toujours en lien avec la crise, nous pouvons parler de confiance. Celle-ci est une notion fondamentale dans la relation banque-client. Au lieu de laisser dormir leur argent sous l'oreiller, les clients le placent en banque afin de gagner un taux d'intérêt ou de s'assurer de ne pas perdre cet argent. Avant la crise de 2008, les personnes avaient confiance en leur banque. Ceci a été totalement remis en question lorsque les marchés financiers se sont écroulés, donnant une nouvelle vision de la banque. Une caractéristique qui obligeait les banques à se réinventer en définissant un nouveau business model et en reconsidérant les normes acquises de longue date pour construire une nouvelle relation client³⁴.

1.3. Les banques mobiles

La banque mobile a été lancée à la fin des années 1990, le premier service a été lancé par la société allemande Paybox en collaboration avec la Deutsche Bank. Pour désigner les services bancaires mobiles, différents termes sont utilisés par les chercheurs, y compris le m-banking, la banque à distance, m-transfert, m-finance, ou la banque de poche. Quelle que soit le terme utilisé, les chercheurs définissent généralement la banque mobile comme une application du m-commerce permettant aux clients d'accéder aux leurs comptes bancaires par un appareil mobile pour effectuer des transactions bancaires telles que la demande de solde de compte, le contrôle des mouvements de compte, le paiement instantané, l'émission du virement. En outre, la banque

³⁴ Evinka Garcia, *La montée du digital, une nécessité pour le secteur bancaire*, travail de fin d'étude présenté en vue de l'obtention du Master en Ingénieur de gestion à la Solvay Brussels School, 2019-2020

mobile est un produit / un service offert par une banque ou une institution financière pour effectuer des transactions financières et non-financières en utilisant un appareil mobile, à savoir un téléphone mobile, un smartphone ou une tablette, en précisant que l'accès aux services bancaires à partir d'un ordinateur portable ne doit pas être considéré comme la banque. En outre, les ordinateurs portables sont répertoriés dans la catégorie la banque en ligne / Internet plutôt que banque mobile. Pour avoir accès à un service de la banque mobile, on peut utiliser deux principales applications³⁵ :

- **SMS-Banking** : Les « Short Message Service » sont adaptés aux réseaux 2G car ils ne nécessitent ni un haut débit pour transférer les données ni une connexion Internet.
- **WAP-Banking** : Le « Wireless Application Protocol » est plutôt adapté aux réseaux 3G et plus. L'accès à ces services ressemble beaucoup à celui effectué via l'Internet qui demande un code PIN (Personal Identification Number) pour authentifier le client. Pour l'accès à ces services trois possibilités sont accessibles :
 - Les applications mobiles qui peuvent être téléchargées sur un smartphone ;
 - Les navigateurs mobiles qui peuvent être utilisés avec tout mobile ou smartphone qui dispose d'un navigateur Web ;
 - Ou les applications qui peuvent être téléchargées sur une tablette.

1.4.Blockchain

La première forme de Blockchain est apparue en 2008 sous la forme du Bitcoin, une cryptomonnaie créée par une personne du pseudonyme de Satoshi Nakamoto. Le Bitcoin est devenu la première monnaie digitale non régulée par une autorité compétente. Cependant, la blockchain peut servir à autre chose qu'une cryptomonnaie, elle est avant tout une technologie de chaînes de blocs complètement décentralisée, c'est-à-dire qu'aucun agent central ne peut contrôler cette chaîne.

La définition officielle de la blockchain par Blockchain France est la suivante : « La blockchain est une technologie de stockage et de transmission d'informations, transparente, sécurisée, et fonctionnant sans organe central de contrôle ».

³⁵ Avin Cheikho. L'adoption des innovations technologiques par les clients et son impact sur la relation client - Cas de la banque mobile -. Gestion et management. Université Nice Sophia Antipolis, 2015. P9

CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS »

De façon simple, une transaction est regroupée dans un bloc, ce dernier est validé par une multitude de « nœuds », les nœuds du réseau, au moyen d'algorithmes et d'outils cryptographiques, puis le bloc est ajouté à la chaîne de blocs, transparente (car tout le monde y a accès) et surtout complètement inaltérable. L'avantage de la Blockchain est qu'on peut ajouter tout type d'informations dans les « blocs » et peut donc être une technologie intégrable dans n'importe quel domaine, de la santé à l'énergie en passant bien sûr par la finance. Par conséquent, la technologie Blockchain représente une innovation de rupture dans la Fintech et peut représenter le prochain grand bouleversement dans le secteur financier. Contrairement au Big Data et à l'intelligence artificielle qui se sont démocratisés dans le secteur financier et que l'on peut considérer comme des Fintechs « matures », la blockchain en tant que Fintech de rupture est encore en phase d'exploration. On statue sur le fait que la blockchain va révolutionner de nombreux services financiers traditionnels en accélérant les transferts d'argent, sécurisant les transactions et baissant le coût des services. Le secteur financier s'est construit autour d'organisations centrales (les banques) et de multiples intermédiaires financiers. La technologie blockchain étant par nature complètement décentralisée, elle marquerait une remise en question complète de l'organisation des chaînes de valeur du secteur financier, c'est pourquoi elle a le potentiel pour être une technologie complètement disruptive dans les services financiers et pourrait faire disparaître certains intermédiaires financiers. Des startups Fintechs essaient alors de créer des blockchains pour le secteur financier afin de désintermédier certains services financiers comme les paiements, l'investissement et surtout la gestion de contrats qui est la deuxième étape majeure de l'évolution de la blockchain (la première étant l'utilisation de la technologie blockchain pour les cryptomonnaies). Le secteur financier pourra bénéficier grandement de la blockchain grâce à l'utilisation des contrats intelligents, où pourront être stockés et sécurisés des éléments financiers comme les actions, les obligations, les prêts, les crédits, etc... De plus, les banques essaient également de créer des cas d'usage de la blockchain et explorent ses applications technologiques pour ne pas prendre du retard si la technologie arrive à maturité. Cependant les acteurs du secteur financier rencontrent des difficultés à créer des business models économiquement viables, basés sur la technologie blockchain, en raison de sa nature première : la blockchain est un système décentralisé qui n'a pas besoin d'un acteur centralisé pour la faire fonctionner. Malgré le manque actuel de viabilité économique, certains

CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS »

cas d'usage ont démontré le côté révolutionnaire de cette technologie dans le domaine financier, surtout au niveau des paiements et des transactions internationales.

De plus, il a été imaginé en 2016 une possible application de la technologie blockchain pour les compensations de paiement sur les crédits bancaires. La blockchain pourrait ici résoudre les problèmes de confiance entre emprunteurs et prêteurs ainsi que réduire la fraude et les coûts de transaction. Cependant, il existe une application de la blockchain, autre que les cryptomonnaies, qui a commencé à devenir mature et économiquement viable aux environs des années 2018 : Les Initial Coin Offering (ICO). Les ICO impliquent l'utilisation de la blockchain pour investir dans une entreprise ou dans un projet en acquérant des tokens (ou jetons de cybermonnaie) émis par les entreprises ayant besoin de capitaux pour se financer. Cette méthode permet une transaction sécurisée, inaltérable et bien plus rapide que les processus d'investissement classique où l'entreprise demandeuse doit se soumettre à de multiples audits, rapports et autres contrôles³⁶.

Les investissements toujours plus nombreux dans la technologie blockchain et l'intérêt grandissant de nombreux acteurs comme les géants d'internet (et en particulier Facebook avec son projet de cryptomonnaie « Lira »), les startups Fintechs et banques amènent à penser que la blockchain va devenir incontournable dans les systèmes financiers dans les années à venir. La blockchain va créer de nouveaux services financiers ainsi que de nouveaux business models et va réorganiser le secteur financier en fournissant une « confiance décentralisée » dans les transactions financières. Néanmoins, la technologie blockchain ne remplacera pas totalement les acteurs traditionnels car ils ne sont pas uniquement des intermédiaires de confiance mais également des fournisseurs de services et produits à part entière. Les acteurs traditionnels peuvent tirer profit de la blockchain en renouvelant leurs processus et en innovant dans la proposition de produits et services. Enfin, les startups Fintechs, si elles trouvent des business models économiquement viables, pourront créer des systèmes blockchain pour proposer de nouvelles formes d'intermédiation et disrupter la chaîne de valeur en évitant les acteurs traditionnels pour certains services financiers. Les effets de disruption de la blockchain sont certains et permettront d'améliorer toujours plus l'expérience client en offrant des services plus

³⁶ Mémoire Thomas STEINVILLE, *La Fintech Et Les Nouveaux Rapports De Force Sur Le Secteur Bancaire Et Financier*, en vue de l'obtention du diplôme de Master 2

rapides (moins d'intermédiaires), plus sécurisés et transparents. Cependant, il est encore nécessaire que les acteurs du secteur trouvent la clé pour rendre cette technologie viable dans un contexte de rentabilité économique.

1.5. Le marketing bancaire

Au cours des 10 dernières années, les banques ont dû faire face à une révolution technologique rendant indispensable une adaptation rapide des structures, systèmes et mentalités. Leur évolution est conditionnée par la présence d'une clientèle, sans cesse plus exigeantes. Davantage équipée et familiarisée avec ces nouvelles technologies dans sa vie professionnelle et personnelle, elle attend de ses partenaires bancaires des réponses, adaptées rapidement communiquées, sur les appareils qu'elle possède. Aux routes et aux autoroutes de béton correspondent les réseaux de transmission d'information et les « autoroutes électroniques » qui s'appêtent à révolutionner l'ensemble des modes de vie. Désormais, nous pourrions aller travailler ou faire nos courses non plus en voiture mais en modem !! Une véritable course coûteuse à l'équipement technologique, déjà engagée depuis une décennie ne fait que s'accroître. Une réponse pertinente de la part des banques est devenue inéluctable pour faire face à l'ensemble des besoins formulés par les entreprises, les professionnels mais également certains segments spécifiques de la clientèle des particuliers. L'urgence de l'intégration des nouvelles technologies est accentuée par la nécessité pour les banques de baisser leur coût, de gestion et de distribution pour rester compétitives face à une concurrence exacerbée dans un environnement tendant à la dérégulation et à l'ouverture internationale. Ainsi les services de banque à distance augmentent les recettes d'exploitation des services bancaires, en raison de la baisse du coût moyen de transaction (réduit de 50% par téléphone et de 93% par Internet).

Le « reengineering », véritable reconfiguration des systèmes et des organisations, est obligé de faire largement appel à ces technologies pour pouvoir permettre aux banques d'offrir à leur clientèle des produits et services moins chers et de meilleure qualité que ceux de la concurrence. Proposer des services de qualité qui demeurent rentables, être moderne sans perdre le sens de l'humain constituent des défis contradictoires que les banques doivent résoudre pour se développer à l'ère de l'information. Le marketing, discipline qui a pour rôle de rapprocher les institutions de leur clientèle, continue à être au cœur du dispositif d'adaptation. Toutefois, les concepts et méthodes qui furent mis en place dans les banques, comme à terme,

pour le reste des secteurs, au cours des 20 dernières années ne résisteront pas à la révolution technologique. Ils ont besoin d'être redéfinis en profondeur. Le marketing traditionnel est aujourd'hui insuffisant. Il est constitué par l'harmonisation des segments de clientèles cibles, de l'offre produits – services, du positionnement, de la politique de prix, d'axes de communication et des choix de canaux de distribution. Tout cela reste indispensable et nécessaire. Il faut ajouter à ce marketing trois éléments pour définir concrètement une position de marché défendable, rentable et durable, outre la technologie l'intégration de l'information et de ses systèmes, l'adéquation des ressources humaines et le développement de la logistique. Ce nouveau marketing, baptisé par les spécialistes « e – marketing », doit intégrer pour être efficace ces éléments dans le cadre d'une approche cohérente³⁷.

L'urgence de l'intégration des nouvelles technologies est accentuée par la nécessité pour les banques de baisser leur coût de gestion et de distribution pour rester compétitives face à une concurrence exacerbée dans un environnement tendant à la déréglementation et à la globalisation. Face à ces mutations, le marketing des banques doit évoluer en devenant créatif, réactif et interactif. Il lui faut savoir utiliser les nouvelles technologies pour se rapprocher de chaque client, voire pour entrer dans son intimité.

1.6. Orientation des banques vers l'omnicanal

Dans un environnement où les autres industries s'emploient à anticiper les besoins de leurs clients plutôt que d'y réagir et sont en mesure d'offrir à leurs clients une expérience largement personnalisée, les banques n'ont d'autre choix que de se développer en ce sens. Ainsi le multicanal a permis aux banques de subsister en suivant les évolutions technologiques et la digitalisation des banques, or il est aujourd'hui insuffisant pour permettre leur succès.

De fait, la stratégie multicanale poursuivie par les banques doit impérativement évoluer vers une stratégie omnicanale afin de repenser l'intégration et l'utilisation horizontale et verticale des différents canaux de distribution (téléphone, email, agence, plateformes en ligne, réseaux sociaux...) et de proposer des parcours clients fluides, personnalisés et sans coutures.

³⁷ Dr Khelil Abderrazek, *Le marketing bancaire face au défi des nouvelles technologies*, Thèse de doctorat, Université de Laghouat (Algérie) ;2020

Fondé sur une stratégie multicanale qui permet un accès à tout moment, en tout lieu et sur tout appareil, avec une expérience cohérente sur tous les canaux, l'omnicanal permet des interactions clients multiples sur l'ensemble des canaux disponibles. Chacune de ces interactions peut ainsi être répertoriée et des informations d'intentions et de comportements dérivés peuvent être enregistrées et référencées, afin de pouvoir ensuite proposer aux clients des expériences personnalisées et optimisées.

Ainsi l'omnicanalité consiste à offrir le même ensemble de services aux clients, à un même niveau de qualité sur tous les canaux, qu'ils soient numériques ou hors ligne. Dans le domaine bancaire, cela signifie que les utilisateurs peuvent effectuer leurs opérations bancaires à partir d'un site web, d'une application mobile, d'une agence bancaire, d'un centre d'appel ou de tout autre canal disponible.

Aussi, une véritable plate-forme bancaire omnicanal s'accompagne d'une synchronisation des données en temps réel sur tous les canaux. Les utilisateurs peuvent par exemple commencer le processus d'ouverture de compte sur un canal et le terminer sur un autre, sans avoir à fournir les mêmes données une nouvelle fois. En somme, l'omnicanal signifie bénéficier d'une expérience flexible et fluide, indépendamment du canal choisi³⁸.

Nous pouvons distinguer plusieurs dimensions clés à adresser pour favoriser le succès de l'omnicanal. Nous citerons quelques-unes ci-dessous :

1.6.1. Des appétences différentes selon les canaux

L'appétence des clients pour les interactions digitales varie par produit. Ainsi pour des produits plus complexes par exemple, tels que les produits d'investissements ou des prêts, les clients sont plus réticents à utiliser les canaux digitaux. L'une des conditions du succès d'une stratégie omnicanal est donc la définition des canaux à intégrer et à prioriser pour chaque parcours.

L'omnicanalité ne doit donc pas se résumer à la déclinaison et à la digitalisation de l'ensemble des parcours clients existants sur l'ensemble des canaux disponibles. Il est en effet

³⁸ Article, Rachel De Oliveira, *Le développement d'une stratégie omnicanal pour répondre aux enjeux de centricité client*, Rédigé le 14 décembre 2021, disponible sur le lien <https://fincley.com/le-developpement-dune-strategie-omnicanal-pour-repondre-aux-enjeux-de-centricite-client/> consulté le 17 octobre 2022

essentiel pour les banques de ne pas confondre le “digital first” et le “digital only” dans la définition de leur stratégie omnicanale. De fait, un modèle hybride, physique et digital, ancré dans la stratégie omnicanale des banques permet à la fois de s’adapter aux besoins clients et à un environnement en perpétuelle évolution³⁹.

1.6.2. Favoriser une vision de bout en bout

La coordination de l’ensemble des canaux est un élément essentiel à considérer dans la stratégie omnicanale des banques et dans l’exécution de celle-ci. En effet, un manque de coordination à travers les canaux proposés peut entraîner la perte de clients, déçus par l’expérience incohérente ou frictionnée qui leur sera proposée.

Aussi chaque activité incluant un contact client doit être considérée dans une optique de parcours client de bout en bout. Souvent, les efforts sont focalisés sur certaines briques des parcours, avec l’espoir que la somme des briques optimisées apporte automatiquement un parcours optimisé. Or bien au contraire, ce type d’approche a en général plutôt pour effet d’accentuer les écarts de niveau de service et les incohérences entre les différents types d’interaction.

En effet, cela revient à adopter une perspective centrée banque plus que client. Néanmoins c’est bien l’orientation client qui permet de répondre à leurs besoins et ainsi d’optimiser l’approche omnicanal dans une démarche orientée valeur client. Ainsi les dirigeants de l’industrie bancaire doivent continuer à s’engager dans leur transformation omnicanal – celle qui considère les points de contact non pas isolément mais comme faisant partie d’un parcours client fluide et sans rupture. Néanmoins, un tel changement de perspective et de gestion de la relation omnicanal requiert des changements organisationnels et culturels forts⁴⁰.

³⁹ Article, Rachel De Oliveira, *Le développement d’une stratégie omnicanal pour répondre aux enjeux de centricité client*, Rédigé le 14 décembre 2021, disponible sur le lien <https://fincley.com/le-developpement-dune-strategie-omnicanal-pour-repondre-aux-enjeux-de-centricite-client/> consulté le 17 octobre 2022

⁴⁰ Article, Rachel De Oliveira, *Le développement d’une stratégie omnicanal pour répondre aux enjeux de centricité client*, Rédigé le 14 décembre 2021, disponible sur le lien <https://fincley.com/le-developpement-dune-strategie-omnicanal-pour-repondre-aux-enjeux-de-centricite-client/> consulté le 17 octobre 2022

1.6.3. Désiloter l'organisation

Proposer des parcours clients fluides signifie aussi parvenir à désiloter l'organisation pour proposer une vision 360° des clients de la banque. Or peu de banques sont à ce jour parvenues à suffisamment transformer leur organisation pour adresser les défis posés par la gestion de l'omnicanal. Ainsi les silos organisationnels, les cultures centrées produits, le manque d'écoute des besoins clients et la complexité des systèmes d'informations constituent les principaux obstacles à une approche résolument centrée clients.

Aussi, adresser les processus et les parcours clients ne suffit pas à assurer le succès d'une stratégie omnicanal. Ce succès est en effet largement conditionné par les collaborateurs et la culture promue et partagée au sein de l'organisation, notamment à travers la mise en avant de la centricité client (écoute, empathie, vision de bout en bout, recueil et analyse des données...) ⁴¹.

1.6.4. Incentiver la centricité client

La centricité client peut être renforcée à travers l'intégration de critères de performance collectifs permettant ainsi de développer une vision de client communautaire, n'appartenant à personne mais dont la satisfaction est la responsabilité de tous. Aussi les incentives doivent être totalement alignés sur les besoins clients. En complément, le suivi de la gestion de la performance commerciale doit également être permanente afin d'assurer la continuité de l'expérience client dans l'ensemble de sa relation avec la banque et pas uniquement pour des interactions liées à des transactions ⁴².

1.6.5. Assurer la montée en compétences des équipes

Aussi pour que ces incentives puissent être mis en œuvre dans de bonnes conditions, les collaborateurs doivent disposer des compétences nécessaires pour l'accompagnement de la stratégie omnicanal. En effet, la transformation omnicanale requiert une évolution du focus de

⁴¹ Rachel De Oliveira, *Le développement d'une stratégie omnicanal pour répondre aux enjeux de centricité client*, (Fincley) article Rédigé le 14 décembre 2021, disponible sur le lien <https://fincley.com/le-developpement-dune-strategie-omnicanal-pour-repondre-aux-enjeux-de-centricite-client/> consulté le 17 octobre 2022

⁴² Rachel De Oliveira, *Le développement d'une stratégie omnicanal pour répondre aux enjeux de centricité client*, (Fincley) article Rédigé le 14 décembre 2021, disponible sur le lien <https://fincley.com/le-developpement-dune-strategie-omnicanal-pour-repondre-aux-enjeux-de-centricite-client/> consulté le 17 octobre 2022

l'exécution simple des activités vers l'amélioration continue et la résolution de problèmes. En complément, la qualité des interactions avec les clients doit être soutenue par des capacités relationnelles fortes, de l'empathie, de la simplicité et de la clarté. Aussi les forces de ventes et les experts produits doivent être formés à l'utilisation des outils digitaux afin d'être en mesure d'accompagner les multiples interactions clients, en personne et digitales⁴³.

1.6.6. Piloter la performance de l'omnicanal

Le pilotage de la performance de l'omnicanal doit s'effectuer par la définition d'indicateurs clés de performance alignée sur les besoins de leurs clients. Aussi ces indicateurs doivent être simples, mesurables et réalisables.

Ainsi la pertinence des éléments de mesure et la bonne interprétation des valeurs mesurées sont essentielles pour évaluer la progression de la performance. A titre d'illustration, de nombreuses entreprises mesurent le Net Promoter Score (NPS) et la satisfaction des clients, entre autres paramètres, au niveau de la banque dans son ensemble. Or cette approche ne met pas en évidence les irritants issus de parties spécifiques du parcours du client. Par conséquent, les prises de mesures doivent être suffisamment fréquentes et proposer un niveau de granularité qui permette d'obtenir une image précise de la performance des interactions clés de chaque parcours.

1.6.7. Assurer la transparence et la réactivité

Pour assurer la performance de la stratégie omnicanal des banques, un dispositif de monitoring accessible et partagé est essentiel. Afin d'être complet et pragmatique, le dispositif doit comporter des éléments de satisfaction client, de volumes, de coût de service, d'efficacité et de revenus avec une granularité suffisante (par exemple par canal ou par segment de clientèle).

Aussi les équipes doivent être mandatées pour piloter l'expérience client dans ses différentes dimensions (proposition de valeur et parcours, modèle opérationnel, culture, outils & technologie, etc.). La mise en place d'un tel dispositif est d'autant plus importante que les attentes et les besoins des clients évoluent de façon continue et rapide. Ainsi il est impératif de se

⁴³ Rachel De Oliveira, *Le développement d'une stratégie omnicanal pour répondre aux enjeux de centricité client*, (Fincley) article Rédigé le 14 décembre 2021, disponible sur le lien <https://fincley.com/le-developpement-dune-strategie-omnicanal-pour-repondre-aux-enjeux-de-centricite-client/> consulté le 17 octobre 2022

donner les moyens de réagir à ces évolutions, par exemple par l'adaptation de l'allocation de ressources à un canal ou à un domaine d'expertise donné⁴⁴.

1.6.8. Gouverner et exploiter la data

En termes de personnalisation de l'expérience, les banques doivent rattraper leur retard par rapport à d'autres industries de la vente de détail telles que les voyages (préférences en matière d'emplacement de siège) ou encore le commerce en ligne (proposition de produits suite à un achat récent). Les consommateurs d'aujourd'hui, autonomes et éclairés, exigent en effet des services adaptés à leurs préférences individuelles, quel que soit le moment, le lieu et la manière dont ils interagissent.

Ainsi la data constitue la pierre angulaire qui permet de personnaliser et d'offrir la meilleure expérience omnicanale possible. Dès lors qu'un client recherche un lieu, un produit sur l'un de ses appareils ou entre en contact avec un service client, il fournit un certain nombre d'informations. Ainsi les banques doivent développer leurs capacités techniques d'analyse des canaux afin de pouvoir extraire l'intention derrière les interactions des clients sur les différents canaux.

Pour bénéficier de l'atout considérable de la donnée, les banques doivent toutefois être en mesure de gouverner l'ensemble de ces données. Il s'agit donc d'être en mesure de récolter les données, de les fiabiliser – quelle que soit leur source – et de sélectionner les données pertinentes à l'amélioration des services proposés.

Les technologies Big Data sont aujourd'hui suffisamment matures pour que les banques puissent en tirer des informations exploitables de manière fiable et rapide. Ces informations permettent d'enrichir la compréhension des clients et peuvent être précieuses pour les banques afin de proposer des services intelligents et différenciés, ainsi que de construire des offres

⁴⁴ Rachel De Oliveira, *Le développement d'une stratégie omnicanal pour répondre aux enjeux de centricité client*, (Fincley) article Rédigé le 14 décembre 2021, disponible sur le lien <https://fincley.com/le-developpement-dune-strategie-omnicanal-pour-repondre-aux-enjeux-de-centricite-client/> consulté le 17 octobre 2022

CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS »

marketing mieux ciblées. Ainsi les banques peuvent anticiper les préférences et les besoins de leurs clients, plutôt que de simplement y réagir⁴⁵.

⁴⁵ Rachel De Oliveira, *Le développement d'une stratégie omnicanal pour répondre aux enjeux de centricité client*, (Fincley) ; Rédigé le 14 décembre 2021, disponible sur le lien <https://fincley.com/le-developpement-dune-strategie-omnicanal-pour-repondre-aux-enjeux-de-centricite-client/> consulté le 17 octobre 2022

CONCLUSION

Les établissements financiers se sont toujours concentrés sur les transactions en agence, par opposition à ce qu'offrent les néobanques. Les banques et les coopératives de crédit peuvent fournir des conseils, des produits et des services ciblés aux consommateurs à travers tous les canaux de distribution (par le web, le smartphone ou les distributeurs d'argent) ou lors d'une visite dans une agence bancaire et c'est ce qui devrait être plus développé par ces institutions dites traditionnelles.

CHAPITRE II
LES BANQUES FACE AUX
FINTECHS

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

INTRODUCTION

La révolution numérique a transformé le secteur bancaire. Au cours des 20 dernières années, les banques traditionnelles ont dû repenser leur mode de fonctionnement en raison de la numérisation des systèmes et moderniser leurs services pour faire face aux nouvelles concurrences que sont la banque en ligne et de la banque mobile. Ils doivent désormais faire face à l'essor de la Fintech. L'industrie financière a subi des changements sans précédent, et ces start-ups des technologies innovantes qui utilisent les nouvelles technologies pour les services financiers.

Ce chapitre aborde la façon dont les Fintech peuvent affecter la structure des marchés bancaires. Les Fintech possèdent plusieurs avantages concurrentiels sur les banques traditionnelles. Ils disposent de coûts plus réduits du fait de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication au cœur de leur modèle d'affaires. Ils peuvent offrir des services de meilleure qualité comme une réactivité plus grande face à la demande d'un crédit. Il existe cependant des limites à l'impact des Fintech. Les banques traditionnelles peuvent bénéficier d'un avantage en termes de coûts financiers du fait de leur activité de collecte de dépôt. L'avantage technologique des Fintech est également plus ou moins important selon que l'information privée sur l'emprunteur joue un rôle important sur le marché du crédit.

Ce chapitre est alors subdivisé en trois sections :

Dans la première section nous aborderons l'importance des Fintechs et leur impact sur le secteur bancaire, dans la seconde section nous parlerons des géants du web, enfin la troisième et dernière section s'attaque aux perspectives des fintechs en Algérie.

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

Section 1. L'importance des Fintechs et leur impact sur le secteur bancaire

1. Stratégie et rôle du FMI et de la Banque Mondiale dans le lancement du programme des fintechs

Le paysage économique et financier a connu une transformation conséquente grâce au développement accéléré et incessant de la technologie financière. Les avantages offerts par cette technologie sont importants et énormes et présentent plusieurs opportunités liées à la croissance économique et à l'amélioration du niveau de vie de toutes les catégories sociales. Dans le même contexte, le Fonds Monétaire Internationale et la Banque Mondiale ont misé sur la mise en œuvre du programme Fintech de Bali (Indonésie) élaboré en septembre 2020. Ces institutions plaident pour le renforcement du développement et de l'inclusion financière. Ce programme est réalisé pour répondre aux préoccupations majeures des pays membres. Le programme Fintech de Bali (Indonésie) vise plusieurs objectifs provenant des expériences des pays membres à savoir⁴⁶ :

1.1. Adhésion à la promesse de la fintech avec ses répercussions sociales et économiques

Pour assurer des conditions de concurrence équitables et promouvoir l'innovation, le choix des consommateurs, l'accès à des services financiers de qualité et ce dans le souci d'avantager l'inclusion financière

1.2. Amélioration des prestations de services financiers

L'amélioration des prestations des services financiers à partir de l'instauration de technologies financières récentes et ce en dotant les institutions concernées d'infrastructures fondamentales. Cette initiative permettra certainement à toutes les franges de population d'accéder aisément et facilement aux différents services financiers de la fintech à des coûts raisonnables et abordables c'est-à-dire à la portée de tous. Les infrastructures (numériques et financières) dont nous discutons doivent être bien équipées pour l'accompagnement de toutes les parties prenantes, et ce pour répondre efficacement et avec célérité à leurs préoccupations en matière de traitement des données et de conclusion d'opérations de paiement et de règlement en plus d'autres services.

⁴⁶ FMI et BANQUE MONDIALE 2018

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

1.3. Accroissement de l'intensité de la concurrence et l'attachement à des marchés ouverts

Cela afin de garantir une concurrence saine et sereine conforme aux usages de l'éthique ne favorisant aucune partie. Le but escompté est d'encourager l'innovation et d'avantager les consommateurs et leur permettre de bénéficier des différents services financiers de la fintech de haute qualité. A ce propos, les autorités publiques doivent veiller à protéger les utilisateurs afin de les prémunir des différents risques pouvant surgir lors de la conclusion des différentes opérations.

1.4. Plus d'importance à la fintech

Donner plus d'importance à la fintech afin d'avantager l'inclusion financière et accroître les marchés financiers pour aller de pair avec le développement économique et social. Ce progrès ne peut réussir sans le consentement des consommateurs et sans l'amélioration de l'infrastructure abritant le système en question. L'inclusion financière ne cesse de rencontrer des problèmes de tout ordre, l'économie numérique à son tour doit progresser et déployer des efforts accrus pour pouvoir contrôler avec efficacité et ce à l'effet d'éradiquer les différents problèmes pouvant la bloquer (inclusion financière). Cette dernière doit étendre son champ d'action à partir de l'innovation de nouveaux services financiers (produits) à des coûts abordables et compétitifs. La réussite de ce processus ne peut avoir lieu sans l'adoption d'une stratégie d'inclusion nationale, en quelques sortes, faire participer tout le monde à travers l'échange d'idées et de savoir entre tous les participants sans exclusion d'aucune partie (principe de la fintech).

1.5. L'accompagnement des fintechs

Accompagner assidûment les accroissements de la fintech pour examiner et comprendre les systèmes financiers qui sont désormais en perpétuel évolution, et ce à l'effet de renforcer la mise en place des politiques avantageant la fintech et palliant les différents risques à courir. L'accroissement accéléré de la fintech exigera des améliorations qualitatives pour soutenir les objectifs de la politique publique, afin d'échapper aux perturbations du système financier. Un bon contrôle est subordonné à un échange d'information pour éviter le problème d'asymétrie d'information ainsi que les différents risques afférents à ce genre d'activité.

1.6. Application du cadre réglementaire

Application convenable du cadre réglementaire ainsi que les procédures de surveillance pour l'accroissement et la fermeté (solidité) du système financier et permettre l'accès sans risque

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

de nouveaux produits financiers. Il est à signaler que la réglementation en place actuellement, est en mesure de prendre en charge les risques inquiétant la fintech. Il existe sans doute de nouveaux produits financiers qui échappent à la réglementation et risque de lui formuler un problème d'ordre juridique. C'est pour cette raison l'adaptation du cadre réglementaire est obligatoire afin de minimiser les risques pouvant émerger.

1.7. Garantie de la probité des systèmes financiers

Garantir de la probité des systèmes financiers en mesurant et palliant aux risques d'usage de la technologie financière à des objectifs criminels. A cet effet, il est recommandé l'utilisation des technologies appuyant le respect des mesures de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.

1.8. La mise en œuvre d'un environnement juridique propice

Cela est subordonné à des cadres juridiques adaptés aux techniques présentes, avec une transparence juridique tenant compte des aspects des activités de la technologie financière. La confiance ne peut avoir lieu dans ce secteur sans la protection des produits et services financiers par une réglementation solide permettant de faire face aux différents risques notamment juridiques. La législation doit aller de paire avec l'évolution de l'innovation financière et ne laisse aucune chance à la gestion hasardeuse et surtout quand il s'agit de marchés financiers mondiaux, de contrats et d'échange de valeurs importantes.

1.9. Assurer la solidité des systèmes monétaires et financiers domestiques

En prenant en considération les conséquences des innovations de la technologie financière pour les services des banques centrales et la composante des marchés et ce en protégeant la solidité financière et en assurant la transmission réelle de la politique monétaire. La fintech peut servir les banques centrales en leurs facilitant l'entrée aux divers services financiers.

1.10. Conservation des avantages de la fintech

Cela à partir du développement d'une infrastructure financière. La protection des données renforce la confiance vis-vis du système financier afin de se prémunir des risques provenant des différentes perturbations pouvant arriver et toucher l'économie numérique.

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

1.11. Renforcement d'un cadre réglementaire efficace et efficient

Pour cela des recommandations ont été données pour favoriser la coopération internationale et échanger des informations dans la communauté mondiale. Le but attendu est d'échanger les connaissances et les expériences pour plus de consistances et de rigueurs. Les nouvelles technologies avantagent la coopération internationale qui est devenu obligatoire et ce pour parvenir à assurer l'intervention des pouvoirs publics et diminuer les risques.

1.12. Favoriser le contrôle collectif du système monétaire et financier international et réalisation des politiques

Pour le renforcer la croissance mondiale solidaire, la diminution de la pauvreté et la solidité financière internationale dans un milieu ne cessant d'accroître. De leurs parts, le FMI et la Banque mondiale pourraient participer à accroître le contrôle collectif et assister les pays membres par le renforcement des capacités, en collaboration avec d'autres organismes internationaux. A cette occasion, nous ne pouvons ignorer le rôle à jouer par l'équipe des ressources humaines dans la réussite de la mise en place d'une stratégie d'innovation dans ce domaine.

2. SWOT Fintechs

2.1. Points forts

Les Fintechs connaissent une croissance rapide depuis 2008 et deviennent l'un des principaux acteurs du secteur bancaire. Depuis de nombreuses années, le taux d'adoption des services Fintech a augmenté de façon spectaculaire, passant de 16 % en 2015 à 64 % en 2019. Le taux d'adoption est l'un des indices qui servent à démontrer le pourcentage de clients qui sont au courant d'un produit et l'utiliser. Un autre chiffre montre que la Fintech est bien connue sur le marché et que 96 % des clients au moins sont au courant des transferts d'argent ou des services de paiement. En outre, le taux d'adoption ne cesse de croître et il est prévu qu'il ne soit pas à diminuer l'année prochaine. Il est donc clairement démontré que la Fintech a une force de la sensibilisation et l'adoption des clients.

Un autre point fort de Fintech est la numérisation des services financiers. Avec le développement de la technologie et de la numérisation, Fintech est en mesure de fournir des services en ligne qui servent les clients automatiquement, à tout moment, avec commodité. En outre, de plus en plus de personnes utilisent des appareils intelligents afin d'exercer leurs

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

activités bancaires, ce qui est principalement une demande de numérisation des services financiers. En outre, les investissements dans les Fintech augmentent au fil des ans, les entreprises Fintech ont investi à hauteur de 440 milliards de dollars en 2018 et elles ont investi jusqu'à 500 milliards de dollars dans les technologies de l'information pour les services financiers en 2019. Cet investissement est axé sur l'embauche d'informations des employés de la technologie afin de développer des logiciels et des services automatisés en 22 différents secteurs de fintech tels que les paiements en ligne, l'analyse des données, le commerce et d'autres services. Avec cette force d'attraction sur l'investissement, Fintech a l'avantage de développer sa technologie afin d'améliorer les services financiers numériques. Non seulement les clients individuels, mais aussi les petits et moyens entrepreneurs sont devenus d'énormes utilisateurs de Fintech dans le monde entier. Les services de Fintech ont joué un rôle clé dans la gestion financière des PME, les opérations bancaires et les paiements, le financement et l'assurance. D'ailleurs les PME choisissent d'utiliser les Fintech en raison de la variété des services, de la disponibilité 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, des taux et des frais peu élevés, compatibles avec les opérations existantes et la confiance.

2.2.Faiblesses

La première faiblesse de Fintech est la réglementation, les entreprises Fintech doivent faire face à la protection des données, l'exigence de capital, le blanchiment d'argent, la vie privée et la sécurité. Comme la technologie évolue rapidement, la Fintech doit disposer d'une capacité de production suffisante pour répondre aux besoins de ses clients. Afin de s'adapter aux changements. La protection de la vie privée et la sécurité sont les plus grands défis pour Fintech, car le secteur a traité un nombre considérable des données sensibles en ligne, ce qui signifie que des informations essentielles peuvent être piratées et volées à partir d'appareils mobiles. En 2016, une affaire de Dwolla - une société de paiement en ligne a été trouvée avec un problème de cyber sécurité par la Protection financière des consommateurs bureau qui a conduit à une amende de 100 000 dollars et à l'amélioration de la sécurité des données en 5 ans période. Par conséquent, la protection de la vie privée et la sécurité de Fintech sont cruciales et c'est la priorité pour Fintech afin de gagner et de conserver la confiance du client. La deuxième faiblesse de Fintech est la gestion des risques, qui comprend des risques. Le risque financier est différent selon les entreprises de Fintech et dépend de service que chaque entreprise fournit. Par exemple, une défaillance du conseiller en robotique d'une société de gestion de patrimoine en ligne peut

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

entraîner une perte énorme d'actifs de client et l'entreprise est responsable de la défaillance de l'algorithme du robot-conseiller. Le risque financier est également un problème pour les prêts et les hypothèques des entreprises Fintech, qui peuvent être confrontées à un risque de pénurie de capital pour couvrir les petites start-ups. Il est donc important pour les entreprises Fintech de se concentrer et d'améliorer la gestion des risques

2.3.Opportunités

Les clients modifient leur comportement en matière d'utilisation des services financiers en adoptant de nouvelle technologie à un rythme rapide. En outre, les clients semblent moins fidèles aux institutions financières traditionnelles et recherchent des services plus pratiques. En outre, les clients semblent moins fidèles aux institutions financières traditionnelles et recherchent des services plus pratiques, le monde est à l'ère des millénaires et de la génération Y qui sont nés dans les années 1980 et Les années 1990 sont impatientes de suivre la tendance future, facile à adapter avec les nouvelles technologies. À l'ère des appareils numériques et intelligents, le coût d'utilisation de l'internet pour les services est en baisse. Les produits moins chers des appareils intelligents sont utilisés de façon populaire dans le monde entier, ce qui donne à la Fintech l'occasion de promouvoir ses services financiers à un plus grand nombre de clients potentiels. Un autre aspect de la numérisation est que les barrières au démarrage des nouvelles technologies sont plus étroites à l'entrée. De plus, le développement rapide du numérique permet de créer une entreprise technologique à bas prix et il est plus facile d'accéder à des outils de développement peu coûteux. Par conséquent, il n'est pas surpris de voir le nombre de jeunes entreprises technologiques augmenter. L'entrée de nombreux nouveaux acteurs crée un marché concurrentiel qui gagne l'impact potentiel sur la stabilité financière⁴⁷.

La faiblesse de la réglementation se révèle également être une opportunité pour Fintech. Regtech a été créé pour répondre à la nécessité de s'adapter aux changements les exigences réglementaires. Pour illustrer cela, Regtech est un terme qui indique l'innovation qui utilise la technologie pour se conformer aux exigences réglementaires existantes et futures afin que Regtech puisse aider les entreprises de Fintech à comprendre la réglementation, à réduire les

⁴⁷ Ajlouni & Al-Hakim, *Financial Technology in Banking Industry: Challenges and Opportunities* consulté sur https://www.researchgate.net/publication/331303690_Financial_Technology_in_Banking_Industry_Challenges_and_Opportunities

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

risques et les coûts et la mise en conformité. Ce secteur est considéré comme l'un des croissances la plus rapide du marché est estimée à 12,3 milliards de dollars en 2023⁴⁸.

2.4. Menaces

Bigtech est un terme utilisé pour désigner les grandes entreprises technologiques telles que Google, Apple, Amazon, ces entreprises ont conquis le secteur bancaire. C'est une menace pour les jeunes de Fintech, car les entreprises de Bigtech ont le pouvoir de perturber le marché grâce à leur forte base technologique. En outre, avec l'apparition des entreprises de Bigtech sur le marché entraîne une perte de parts de marché pour les jeunes entreprises. Les escroqueries aux entreprises constituent une autre menace pour Fintech. Lorsque d'énormes quantités de Fintech des sociétés de démarrage ont été créées, il y a eu présence de fraudeurs qui sont non autorisés et illégaux. En outre, les cyber-risques menacent également les clients alors que les pirates informatiques sont beaucoup plus intelligents et habiles de nos jours. Par conséquent, les fraudeurs et la cybercriminalité ne constituent pas seulement une menace pour les entreprises Fintech, mais aussi pour les clients⁴⁹

3. Les risques et les opportunités résultants des Fintechs

3.1. Les risques liés aux Fintechs

Si le développement de services numérisés proposés par les fintechs répond aux besoins des consommateurs et des entreprises et permettent de réaliser des gains de productivité, il recèle également des risques en matière de cybercriminalité, d'argent occulte et de stabilité financière⁵⁰.

3.1.1. Les risques liés à la cybercriminalité

Avec des services offerts exclusivement via internet, les fintechs paraissent particulièrement exposées au risque de cybercriminalité, c'est-à-dire à des infractions provenant

⁴⁸ *The growth of Fintech and Regtech in financial services*, disponible sur <https://www.consultancy.uk/news/22261/the-growth-of-fintech-and-regtech-in-financial-services>

⁴⁹ Ajlouni & Al-Hakim, *Financial Technology in Banking Industry: Challenges and Opportunities* consulté sur https://www.researchgate.net/publication/331303690_Financial_Technology_in_Banking_Industry_Challenges_and_Opportunities

⁵⁰ Article Finance pour tous Fintechs 20/10/2021 disponible sur le lien <https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-et-societe/nouvelles-economies/fintechs/#:~:text=Si%20le%20d%C3%A9veloppement%20de%20services,occulte%20et%20de%20stabilit%C3%A9%20financi%C3%A8re>. Consulté le 15/11/2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

des réseaux informatiques distants portant atteinte aux données qu'elles gèrent ou à leurs systèmes informatiques.

Compte tenu de leur petite taille et de leur surface financière réduite, la réalisation d'un tel risque entraînerait des conséquences graves pour la continuité d'exploitation des fintechs, et elle pourrait par ricochet affecter les établissements bancaires classiques avec lesquels les fintechs entretiennent des relations de partenariat

3.1.2. Les risques liés à l'argent sale

Du fait de leur petite taille et de leurs effectifs réduits, les fintechs sont moins bien armées que les établissements bancaires classiques pour lutter contre toute utilisation indue ou frauduleuse de leurs solutions innovantes, ce qui concerne plus spécifiquement les questions liées au blanchiment de capitaux et au financement du terrorisme.

3.1.3. Des risques pour la stabilité financière

Compte tenu de la faiblesse des parts de marché du crowdfunding dans le financement de l'économie, le risque de crédit, qui résulterait de la disparition d'une ou plusieurs plates-formes de financement participatif, est aujourd'hui minime et le développement des fintechs ne génère pas d'inquiétudes de propagation d'un risque systémique. Il en serait tout autrement si à l'avenir le crowdfunding venait à prendre une place beaucoup plus grande dans le paysage financier.

3.2. Opportunités liées aux Fintechs

3.2.1. Services de paiement numérique

L'une des révolutions communes qui ont eu lieu dans tous les secteurs, y compris la finance, est la numérisation. Des transformations technologiques et fondamentales massives se produisent en ce moment, et elles deviennent rapidement la nouvelle norme. L'essor des banques exclusivement numériques a amélioré l'efficacité et la commodité. Personne ne veut aller à la banque en personne, attendre dans d'énormes files d'attente et remplir beaucoup de papiers. Vous pouvez ouvrir un compte ou transférer de l'argent à tout moment et depuis n'importe quel endroit auprès de banques exclusivement numériques. C'est l'avantage de la digitalisation. Un aperçu rapide du solde du compte, de l'historique des transactions du compte, des paiements de factures

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

et des analyses en temps réel ne sont que quelques-uns des avantages fantastiques des banques exclusivement numériques⁵¹.

3.2.2. Big Data et analytique

Dans le secteur financier, la numérisation a envahi et révolutionné de nombreuses institutions financières qui se font concurrence sur le marché. Au cours de la dernière décennie, les données et l'analyse ont progressé de plus en plus et, par conséquent, elles sont devenues de plus en plus vitales pour les entreprises.

Pour créer des expériences utilisateur plus personnalisées et ciblées, le Big Data et l'analyse sont largement utilisés. Les entreprises utilisent ces données et l'analyse pour être compétitives, car elles les aident à améliorer leurs opérations, à maximiser leurs revenus, à prévoir les souhaits des clients, à proposer des offres de produits personnalisées et à prévoir la demande. Les entreprises doivent comprendre que s'il y a du big data, il y a de l'analytique. Ils ont un lien incassable. Les entreprises doivent s'adapter à ces développements de manière planifiée et approfondie alors que le secteur financier évolue rapidement vers une optimisation basée sur les données. Il sera assez perspicace de dériver des résultats commerciaux à partir des données client collectées⁵².

3.2.3. Technologie de la Blockchain

La blockchain devient un aspect fondamental de l'infrastructure opérationnelle des institutions financières, y compris les paiements numériques, la négociation d'actions, les contrats intelligents et la gestion de l'identité, en raison de son expansion et de son acceptation rapide. La portée, la vitesse et la sécurité mondiales de la blockchain encouragent les institutions financières à l'utiliser plus rapidement.

Dans les contrats et la chaîne d'approvisionnement, les entreprises Fintech doivent instaurer la confiance et faire preuve d'ouverture. Ils peuvent obtenir une visibilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement en utilisant la blockchain. Il gère également l'assurance qualité

⁵¹ Article TatvaSoft "FINTECH CHALLENGES AND OPPORTUNITIES", consulté le 15/11/2022

⁵² Article TatvaSoft "FINTECH CHALLENGES AND OPPORTUNITIES", consulté le 15/11/2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

et l'analyse comparative des performances. Les services financiers doivent immédiatement intégrer la blockchain dans leurs systèmes et chercher des opportunités d'étendre la FinTech⁵³.

3.2.4. Personnalisation

La banque et la personnalisation sont les deux faces d'une même médaille. La personnalisation dans le secteur bancaire joue toujours en faveur des entreprises. Dans le secteur des services financiers, la personnalisation fait référence à la fourniture d'un service ou d'un produit de valeur à un consommateur sur la base d'expériences personnelles et de données antérieures. L'épidémie a contraint les institutions financières à se concentrer sur l'essentiel plutôt que sur les biens précieux. Une relation sur mesure favorise également la confiance.

La mise en œuvre de la transformation numérique est principalement motivée par l'amélioration du bonheur des clients et l'augmentation des ventes. Les institutions financières sont aujourd'hui non seulement en concurrence les unes contre les autres, mais aussi contre les géants de la technologie. Pour suivre l'évolution de l'environnement, le secteur des services financiers doit repenser sa stratégie de mesure des campagnes afin de mieux comprendre ses consommateurs à un niveau personnel⁵⁴.

3.2.5. Automatisation des processus robotiques

L'automatisation des processus de robotique a fait ses preuves en tant que l'un des moyens les plus efficaces de gérer les transactions financières. APR ne signifie pas vraiment que le processus doit être automatique, cela peut aussi signifier des bots. L'essor de APR peut sans aucun doute être lié au fait qu'ils fournissent une expérience utilisateur de haute qualité et des conseils de gestion de patrimoine cognitif à des coûts raisonnables.

Le besoin de Robo-conseillers augmente. Les gens veulent profiter de la situation actuelle et attendent avec impatience des options d'investissement sophistiquées et une analyse approfondie du marché. Pour profiter de cette opportunité inhabituelle, les entreprises doivent se préparer à fournir de nouvelles fonctionnalités avec les services de conseil Robo. Dans le secteur

⁵³ Article TatvaSoft "FINTECH CHALLENGES AND OPPORTUNITIES", consulté le 15/11/2022

⁵⁴ TatvaSoft "FINTECH CHALLENGES AND OPPORTUNITIES" (Article) publié le 20/01/2019, consulté le 15/11/2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

bancaire, ils fournissent des services tels que les méthodes d'ouverture de compte, les services d'assistance à la clientèle ou toute autre opération liée à la finance⁵⁵.

4. L'impact des Fintechs sur l'activité principale de la banque

4.1. Le fonctionnement des Fintechs de crédit

Le crédit fintech passe par des plateformes électroniques (en ligne). Ces plateformes varient beaucoup sur le plan de la conception mais elles font toutes appel à des technologies et innovations numériques pour assurer une interaction totale (ou presque) avec leurs clients en ligne et pour traiter de grandes quantités d'informations à leur sujet.

Dans un modèle P2P⁵⁶ simple, la plateforme en ligne offre un processus de demande de prêt standard à bas coût et facilite l'appariement et la transaction directs entre les emprunteurs et les investisseurs (prêteurs). Les emprunteurs potentiels fournissent des informations sur leur situation financière et sur le projet pour lequel ils recherchent un financement ; les investisseurs consultent ces informations sur la plateforme (la plupart du temps, seulement après que celle-ci a procédé à une vérification). Une fois que l'emprunteur a trouvé son investisseur, la souscription du prêt a lieu directement entre les deux parties. De cette manière, c'est l'investisseur – et non pas l'exploitant de la plateforme – qui assume les risques immédiatement. Investissements et prêts sont souvent de même durée, les investisseurs ne pouvant pas liquider leur placement avant l'échéance. La seule possibilité pour un investisseur de se désengager plus tôt est de trouver un autre investisseur disposé à reprendre l'investissement. Certaines plateformes P2P les aident en fournissant un marché secondaire sur lequel les placements peuvent être vendus ou les droits inhérents aux crédits peuvent être transférés.

Une fois le prêt octroyé, la plateforme de crédit en assure le service pour le compte des investisseurs en échange de commissions régulières. La plateforme tient les registres, recueille les remboursements des emprunteurs, distribue les flux de trésorerie aux investisseurs et gère le recouvrement des engagements non honorés.

Pour améliorer les informations dont les investisseurs disposent lors de la sélection de chaque prêt, la plupart des plateformes proposent des services supplémentaires tels que : le

⁵⁵ TatvaSoft "FINTECH CHALLENGES AND OPPORTUNITIES" (Article) publié le 20/01/2019, consulté le 15/11/2022

⁵⁶ Le P2P (Per to Per en anglais) : Le système pair à pair est un modèle d'échange en réseau où chaque entité est à la fois client et serveur

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

filtrage des emprunteurs et la tarification des prêts. Une évaluation de la solvabilité de l'emprunteur est généralement communiquée sous forme de note de crédit, qui peut ensuite servir à fixer le taux d'intérêt du prêt (soit une offre à prix fixe proposée aux investisseurs). Certaines plateformes recourent à des mécanismes de tarification déterminés davantage par le marché tels que les enchères⁵⁷.

Les plateformes de crédit encouragent généralement les investisseurs à répartir leurs risques. Les investisseurs peuvent choisir de ventiler leurs placements entre de multiples prêts (ou fractions de prêts) et peuvent souvent obtenir de manière automatique une exposition à un portefeuille de prêts fondé sur les conditions et la catégorie de risque qu'ils ont sélectionné. Parmi les plateformes P2P destinées aux consommateurs, plus de 95 % aux États-Unis et 75 % en Europe recourent à un processus d'auto-sélection.

Un autre service offert par les plateformes est la protection partielle contre le défaut de paiement. Ainsi, dans plusieurs pays, elles disposent d'un fonds de réserve conçu pour prendre le relais des remboursements auprès des investisseurs si un emprunteur fait défaut. En facilitant l'accès au crédit, les plateformes fintech peuvent remplir des fonctions de suivi et de service des prêts semblables à celles des fournisseurs de crédit classiques tels que les banques. La principale différence, pour la plupart d'entre elles, est le fait que l'intermédiation entre emprunteurs et prêteurs, ainsi que la prise de risque (de crédit et autres) ne passent par un bilan. Par conséquent, au lieu d'enregistrer une marge d'intérêt nette, la plupart des plateformes de crédit fonctionnent selon le modèle de l'agent, dans lequel il faut se constituer une base d'investisseurs et la conserver pour se procurer un revenu sur commissions. Cependant, une minorité de plateformes, dans certaines juridictions, gardent les prêts à leur bilan, fonctionnant davantage comme des intermédiaires non bancaires.

Les plateformes de crédit fintech se distinguent aussi des banques du fait qu'elles ne disposent pas d'un réseau de succursales et qu'elles numérisent la plupart des processus concernant leurs clients et le montage des prêts. Ces processus comprennent notamment les décisions de crédit, qui passent fréquemment par des algorithmes prédictifs et des techniques

⁵⁷ Rapport trimestriel BRI, septembre 2018 page 3 et 4

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

d'apprentissage automatique⁵⁸. De nombreuses plateformes tendent à analyser une palette de données beaucoup plus large que d'autres prêteurs ne le font généralement, y compris auprès de sources d'informations non conventionnelles – dépenses en ligne, réseaux sociaux ou empreintes numériques, par exemple. Ainsi, le site internet d'une plateforme P2P indienne affirme que, dans le cadre de son évaluation de crédit, elle passe en revue plus de 1000 données par emprunteur. Certains prêteurs fintech utilisent des informations clients détaillées dont ne disposent pas d'autres entreprises ou fournisseurs de crédit, comme les déclarations d'impôt ou, dans le cas des « big tech », les données exclusives de plateformes de distribution en ligne ou les informations relatives aux paiements mobiles⁵⁹.

Enfin, du point de vue de l'investisseur individuel, le crédit fintech constitue une nouvelle catégorie de placement distincte des dépôts bancaires, qui sont moins rémunérateurs mais plus sûrs⁶⁰. En outre, le crédit fintech aux entreprises peut être plus diversifié que le crédit à une seule entreprise, et plus personnalisé en fonction des préférences des investisseurs en termes de risque et d'échéance. À cet égard, il ressemble à certains produits de gestion d'actifs comme les fonds d'obligations d'entreprise.

Le fonctionnement des Fintechs est soumis à des règles. À ce propos, il est bon de noter que la réglementation qui les concerne est plus stricte que celles imposées aux autres systèmes du secteur financier. Alors qu'on sait que dans le secteur financier, les réglementations sont plus exigeantes que ce à quoi on a droit pour les autres secteurs d'activité. Si les règles à respecter au niveau des Fintechs sont particulièrement corsées, c'est pour éviter qu'elles se donnent trop de liberté et surtout permettre que les consommateurs soient bien protégés. Mais aussi, il était important de veiller à ce que les règles de fonctionnement fixées n'empêchent pas la croissance des Fintechs. C'est pourquoi les contraintes bancaires, financières et légales ont été assouplies petit à petit

⁵⁸ L'apprentissage automatique consiste en une série d'outils statistiques servant à ajuster les données ou à décrire les schémas sous-jacents, et se distingue de modèles plus inférentiels (CSF (2017b), van Liebergen (2017))

⁶⁰ Les crédits Fintechs ne bénéficient de garanties comme on les retrouverait dans les crédits traditionnels comme les garanties de dépôt

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

4.2. Le fonctionnement des Fintechs d'épargne

Le nom composé anglais robo-advisor peut se traduire en français par conseiller financier digital. Il s'agit d'un robot finance dont le rôle ou l'ultime mission est d'assurer une gestion automatisée de votre patrimoine à travers plusieurs moyens dont principalement le conseil.

Ce nouveau chef d'œuvre conçue dans les années 2000 et qui effectue la gestion de portefeuille en ligne est d'origine américaine. Derrière ce voile numérique, il s'agit de sociétés qui proposent des services de gestion d'actifs et d'investissements en ligne. Le robo-advisor est mis en place à travers une technologie basée sur l'utilisation d'algorithmes informatiques. Cette innovation à base de l'intelligence artificielle est orientée vers le secteur financier pour remplacer les acteurs classiques que sont les conseillers en gestion de portefeuille, les banques et les traders. Ce conseiller en ligne est conçu pour suppléer à l'homme afin de réduire les frais que peut générer l'adoption d'un tel mode de gestion. Le fonctionnement de ce système automatisé de gestion vise essentiellement l'optimisation du rendement et du risque dans un investissement. Il s'agit de l'objectif ultime du robo-advisor qui tient compte du profil du client en présence du robot finance ainsi que des fluctuations du marché.

Par ailleurs, cette gestion automatisée repose sur certains éléments.

- Vient d'abord le profilage. Il s'agit de système de profilage en ligne très avancé. De façon pratique, l'outil servant à cette gestion de portefeuille en ligne se présente comme un site web où vous êtes soumis à un questionnaire visant à vous identifier et à mieux vous connaître.
- Il y a ensuite l'allocation. Via un algorithme, vos réponses sont analysées par le roboadvisor afin que des propositions adaptées et personnalisées de portefeuilles d'investissement vous soient faites en fonction de votre profil et de vos projets. Toutefois, il est possible de prendre sur soi la responsabilité de modifier la proposition du conseiller digital avec plus ou moins de risques. C'est parfois utile d'avoir recours à un professionnel du droit pour se faire expliquer les conséquences juridiques de ses décisions.
- On a aussi les arbitrages. S'appuyant sur les fluctuations observées sur le marché, l'outil peut vous proposer des arbitrages sur votre patrimoine. En fonction du mode de gestion souscrit, il n'est pas non plus exclu que votre gestionnaire automatisé réalise les arbitrages.
- Enfin, le reporting. C'est l'étape de suivi de la gestion du robo-advisor. À ce niveau, il faut reconnaître que les promoteurs du robot finance mettent à disposition des interfaces de suivi

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

de la gestion automatisée qui sont assez performantes. Grâce à ceux-ci et sans conseil, il est alors possible de suivre facilement en ligne vos actifs⁶¹.

En effet, il vous est loisible d'effectuer des retraits ou des rajouts, de modifier votre profil de gestion de portefeuille en ligne. Le but est de disposer de données statistiques précises sur le mouvement quotidien de vos investissements.

4.3.L'impact des activités de fintechs sur les moyens de paiements

Les fintechs ont apporté un grand changement dans le milieu financier et plus particulièrement dans le secteur bancaire. Nous citerons quelques impacts de ces fintechs sur le secteur bancaire :

- L'arrivée des fintechs et la désintermédiation de la chaîne de valeur qui l'accompagne est à l'origine de la perte de « pricing power » (capacité à proposer des prix générateurs de marge) des banques.
- La maîtrise technologique permet aux fintechs de pénétrer plus facilement le marché.
- La Blockchain peut également être une opportunité pour proposer des services de paiement sans-contact à faibles coûts de transaction. L'exploration de cette nouvelle technologie devient une nécessité stratégique.
- Visa a lancé « Visa Développer », une plateforme ouverte dédiée au développement de solutions de paiement. Les fintechs donnent à ses clients l'accès à ses technologies de développement et s'assure ainsi de rester proche d'eux
- L'émergence des fintechs remet en cause la domination des banques.
- L'émergence des Fintechs, qui proposent aujourd'hui des moyens de paiement directs, rapides et peu chers, remet en question le rôle « d'intermédiaire » jouer par les banques.
- L'hétérogénéité et l'obsolescence des systèmes sont les obstacles principaux rencontrés par les banques souhaitant développer des nouvelles solutions de paiement.
- Les innovations récentes en matière de portefeuille électronique et crypto-monnaie pourraient réduire la confiance des clients accordée aux cartes bancaires.

⁶¹ Big Sort ; *Comment fonctionne un robo-advisor dans la gestion d'épargne en ligne ? (LaRedaction) Article* publié le 11 avril 2019 disponible sur <https://www.bigshort.fr/comment-fonctionne-un-robo-advisor-dans-la-gestion-depargne-en-ligne/> consulté le 05 novembre 2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

- Il est probable que dans les années à venir les paiements mobiles / digitaux devancent, sur le marché, les paiements traditionnels par carte bancaire. Particulièrement lorsque l'on parle de paiement par applications smartphone ou de micro-paiement.
- Avec Les technologies du cloud en plug and play et le développement de type API amélioreront l'agilité, mais un accroissement des interdépendances causera des problèmes aux banques⁶².

4.4. Impact sur les clients

Les grands gagnants de cette profonde transformation du secteur bancaire, ce sont sans aucun doute les clients. D'une part, l'ère du digital et de l'intelligence artificielle permet de simplifier grandement et d'accélérer un certain nombre de démarches administratives qui peuvent rendre l'expérience bancaire lourde : ouverture de compte, virements, encaissement de chèque ou encore souscription d'un prêt, tout est plus direct et rapide⁶³.

Les avantages pour les clients peuvent être énumérés comme suit :

- Des services accessibles 24h sur 24,
- Exploitation des canaux non traditionnels (néo-banques, applications, réseaux sociaux...)
- Offre d'une grande simplicité de gestion des comptes bancaires,
- Une utilisation plus « agréable » et des tarifs plus attractifs. Les banques, quant à elles freinées par leur manque de souplesse, ne sont que peu capables de s'aligner et de proposer des services similaires.

5. Les Fintechs, une menace pour les banques ?

Contrairement aux banques, les FinTechs proposent des services adaptés aux nouveaux comportements d'achat et aux nouveaux paradigmes sociaux de l'économie collaborative. Les grands établissements bancaires ont des rigidités liées à leurs structures démesurées de banque universelle ainsi qu'aux lourdeurs du cadre réglementaire contraignant, de Bâle 3 actuellement. De plus, à la suite de la crise de 2008 et l'image négative du monde financier que celle-ci a

⁶² Valentine LOWAGIE sur les Fintechs *Les nouvelles formes de financement des créances commerciales et leur impact sur les banques* (Mémoire de master), 2020, p27-p34

⁶³ Jellyfish, *Qu'apportent les fintechs aux banques ?* Revue publiée Juin 2021 disponible sur <https://www.fortuneo.fr/cote-finances/banque/qu-apporte-la-fintech-aux-banques-685> consulté le 14/11/2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

engendré, le secteur connaît une certaine pression sociétale. Par les principes collaboratifs qu'elles mettent en œuvre, par la flexibilité et l'innovation qu'elles montrent, par des modèles centrés totalement autour de l'expérience client, les start-ups technologiques du monde financier représentent une menace réelle pour les banques. De même que les nouvelles technologies ont obligé les secteurs de la presse, de la musique ou du tourisme à revoir leurs modèles économiques, le secteur bancaire et financier va devoir se réinventer.

L'émergence des FinTechs fait pressentir une transformation majeure de l'industrie, qui devait de toute façon se renouveler. Les FinTechs sont installées sur les différents domaines stratégiques de la banque de détail : l'offre des services bancaires de base (dans les pays du Sud), le crédit (à la micro-activité, aux TPE et PME), l'assurance et l'épargne. Elles rongent progressivement la part de marché des spécialistes du crédit aux particuliers, aux entreprises PME/TPE, la part des moyens de paiement, de l'affacturage ou de la gestion de devises. Pour ces raisons, certains supposent que les FinTechs vont entraîner une « ubérisation » de la banque, c'est-à-dire une situation dans laquelle un nouvel entrant arrive sur un marché établi avec un modèle économique plutôt de rupture, qui remet en cause les règles du modèle économique traditionnel du secteur. Ce modèle est viral intrinsèquement et repose sur le fait que la création de valeur est réalisée par les utilisateurs eux-mêmes à travers leur utilisation de la plateforme et leur propre « travail ». Il obtient un levier extrêmement fort grâce à une très faible structure de coûts : une taille critique est nécessaire, mais ensuite, la rentabilité explose. Vu la faiblesse des coûts de départ puisque le modèle fonctionne sur la dématérialisation, les FinTechs ont en effet très peu de difficulté à lever de fortes quantités de capitaux en jouant sur la masse : leur business model est de type plateforme où ils sont des intermédiaires – d'ici provient leur création de valeur – qui permettant à chaque utilisateur de la plateforme de consommer et de délivrer des services : le « travail » (collecte de fonds, transferts, comparaison et souscription d'assurance...) est réalisé par les utilisateurs eux-mêmes via la technologie. La seule nécessité est la force du réseau, facteur-clé de succès nécessaire pour garantir la qualité du service rendu, et sa pérennité.

L'industrie bancaire – le modèle de banque universelle – est complexe et structurée en plusieurs domaines d'activités stratégiques : les Fintech n'attaquent que certaines de ces activités sans remettre totalement en cause l'ensemble du modèle. Elles répondent à des besoins peu ou mal desservis et s'intéressent en grande partie aux « non-clients », ceux qui n'ont pas besoin d'un conseil fortement personnalisé ni de montages complexes de réelle gestion de patrimoine.

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

Mais en y répondant technologiquement, les entreprises de Fintech réinventent les codes de la banque, avec un renouvellement de l'expérience client dont les besoins sont au centre du process. Ce modèle centré expérience client peut, à terme, devenir la norme dans le service bancaire auprès des particuliers : pour les Millennials, les banques le sont plus nécessaires pour la gestion et le transfert de leur argent, ils ne se déplacent plus en agence et font tout à distance. Cependant, même si la conception de la banque des particuliers est bousculée, Fintech et banques se complètent et se renforcent sans s'opposer car elles n'ont pas la même offre.

Les Fintechs ne sont pas présentes sur les autres pans de la banque universelle, et extrêmement peu auprès des entreprises hormis le potentiel du Greenfield africain. D'autre part, elles n'ont aucune autonomie : elles sont dépendantes du système bancaire (ou d'un autre système support, en Afrique par exemple) car elles sont incapables de créer une chaîne de valeur entière qui s'auto-alimenterait. Elles ne peuvent pas se couper du secteur bancaire qui leur donne le carburant pour fonctionner : au contraire, il y a échange dans le sens où les établissements de paiement FinTechs déposent auprès des banques les fonds collectés, et rémunèrent les banques pour utiliser leur système de paiement. Elles ne vont que sur les activités où les conditions d'entrées sont ouvertes, mais pour le reste, les conditions d'entrées sont très lourdes et rigides (cadre réglementaire, confiance nécessaire de la part des utilisateurs) : la confiance est nécessaire, et les Fintechs sont soumises aux mêmes autorités de tutelle des banques. Il est d'ailleurs peu probable qu'au Nord, dans un terme même moyen, les législateurs ouvrent facilement les portes à de nouveaux acteurs dont l'historique et les parts de marché sont limités, et dont le cœur de métier est basé sur la dématérialisation, qui effraie globalement. Plutôt que de subir les lourdeurs réglementaires, les Fintechs s'adossent donc aux banques.

En revanche, la banque peut déléguer à la Fintech la lutte contre la fraude, le blanchiment et le financement du terrorisme grâce à une gestion des adresses IP plus fine par exemple, ce à un coût moindre, car la structure des start-ups est plus flexible et plus réactive. De plus, pour la partie « banque d'investissement », la FinTech représente une source d'investissements opportunistes dans le secteur technologique quel qu'il soit⁶⁴.

⁶⁴Saïd Bourjij, *Innovations technologiques et offre de services financiers en appui au développement*, Note de conjoncture et de problématique, Épargne sans frontière, 2016/3 n° 124 | pages 7 à 26

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

Ainsi, au lieu de le détruire, la fintech renforce le système bancaire en facilitant sa nécessaire transformation technologique. Elle permet la transformation numérique, là où le modèle économique de la banque se doit contrôler obligatoirement car les clients se rendent de moins en moins souvent dans les agences. Mais dans un court terme, on devrait assister à une restructuration de l'industrie. D'un côté, il n'y a que les Fintechs au business models solides et répondant à de réels besoins sur le marché qui survivront en devenant des acteurs majeurs, tout comme le secteur des « nouvelles technologies » du début des années 2000 et son grand nombre de start-ups plus ou moins viables s'est restructuré. Les fintechs sont soit intégrées aux départements R&D des grandes banques ou grandissent de façon autonome pour atteindre la taille souhaitée.

D'autre part, le risque pour les banques consiste plutôt en un démantèlement de certaines activités plutôt qu'une ubérisation : dans les autres industries (presse, voyages...), le cœur du business model était attaqué, mais en banque une partie du modèle seulement l'est. Ces start-ups vont donc conduire à une défragmentation sans doute nécessaire d'une partie du marché, en remplaçant le monopole existant des industries établies dans certaines de leurs activités et en forçant à redessiner le paysage de l'industrie bancaire : le secteur devrait se restructurer avec quelques pure players Fintech, et des acteurs bancaires traditionnels qui auront un pan de leur business model axé sur les technologies. Certains admettent pourtant que ces bouleversements devraient conduire à la disparition de presque deux tiers des acteurs du secteur. Dans tous les cas, la seule solution viable pour les grands groupes bancaires est d'être pro-actif en anticipant les usages et modes de consommation, en mettant en œuvre une intelligence économique centrée les technologies, en étant attentif aux initiatives des start-up et en acceptant de remettre en cause les règles de son marché. Sur la problématique de technologie au service du développement, les FinTechs du Sud ne peuvent qu'apporter localement les solutions que les banques ne sont pas en mesure d'offrir, et elles ne peuvent pas déstabiliser les institutions bancaires qui restent – au Sud – des piliers solides et difficilement attaquables du financement des grands comptes privés et d'entreprises, ainsi que de l'émission de monnaie et de garantie du système.

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

Section 2. Les géants du web

1. Google Apple Facebook Amazon Microsoft

Gafa et Gafam sont des acronymes reprenant l'initiale des « géants du net », les plus puissantes multinationales des technologies de l'information et de la communication. Ces lettres font référence aux cinq plus grosses entreprises du secteur, **Google, Apple, Facebook, Amazon, et Microsoft**. Mais on peut élargir ce groupe à d'autres entreprises telles que AirBnB, Alibaba, Baidu, Tencent ou Twitter. Les géants chinois sont parfois appelés BATX (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi).

1.1. Google

Google est le nom de la société et du moteur de recherche éponyme créé en 1988 par

La stratégie de Google consiste à proposer de nombreux services en ligne gratuits tels que la messagerie Gmail, la navigation assistée Maps, la suite bureautique Google Docs, le navigateur Internet Chrome, le service de stockage de fichiers Drive ou encore le service de vidéos YouTube (acquis en 2006 pour 1,6 milliard de dollars) en se rémunérant avec le trafic publicitaire qu'ils génèrent.

En 2007, l'entreprise a pris le virage du mobile en lançant son système d'exploitation Android pour smartphones et tablettes tactiles. Ce dernier est en 2017 installé sur 88% des téléphones dans le monde⁶⁵.

Elle est devenue incontournable dans le monde numérique. Son moteur de recherche draine environ 98 % des recherches sur le web.

Elle possède désormais des collections d'outils notamment YouTube, Maps, Drive, Waze et de systèmes d'exploitation (Android, IOS), qui lui permettent d'être omniprésent. Les revenus de cette firme proviennent à plus de 86 % des publicités. En termes de chiffre, Google dispose de :

- Un chiffre d'affaires de 162 milliards de dollars en 2019 ;
- Un bénéfice de 34,2 milliards de dollars en 2019 ;
- 117 milliards de dollars de trésorerie au 31 mars 2020 ;

⁶⁵ Lara Bass, *GAFAM Chinois ou BATX : les plus grandes entreprises Chinoises — GAFAM en chine* (Infos Nouvelles Technologies) publié le 04/10/2021 consulté le 15/11/2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

- 1040 milliards de dollars de capitalisation boursière pour GOOGLE au 20 juillet 2020 ;
- Plus de 123 000 employés

1.2.Apple

Apple est une entreprise multinationale américaine d'informatique. Elle a vu le jour le 1er avril 1976 par Steve Jobs, Steve Wozniak et Ronald Wayne et fut constituée sous forme de société en 1977. À ses débuts, Apple était principalement spécialisée dans la fabrication d'ordinateurs personnels. Après quelques changements subis au niveau de l'entreprise, elle renaît et se lance dans la fabrication d'autres types d'appareils notamment les smartphones. D'où la sortie du premier iPhone en 2007, qui a eu un succès planétaire et constitue dès lors l'essentiel de ses ventes. S'en sont suivi les tablettes tactiles (l'iPad), les montres connectées (Apple Watch) et bien d'autres gadgets ou accessoires. Elle devient la première société privée à atteindre une valeur de 2 000 milliards de dollars de capitalisation boursière en août 2020⁶⁶.

1.3.Facebook

Le Facebook de Mark Zuckerberg est le réseau social le plus utilisé de nos jours. Il a été fondé en 2004 par celui-ci et Chris Hughes, Eduardo Saverin, Andrew McCollum et Dustin Moskovitz, ses camarades de l'université d'Harvard. Il était au départ réservé aux étudiants de cette université, mais s'est ensuite ouvert à d'autres universités américaines. Ce n'est qu'en septembre 2006 qu'il est devenu accessible à tout le monde. Sa plateforme est le troisième site internet le plus visité dans le monde entier. En juin 2017, il franchit la barre des 2 milliards d'utilisateurs actifs. Elle a racheté plusieurs autres réseaux sociaux, notamment Instagram et Whatsapp.

98 % des revenus de l'entreprise lui proviennent des publicités. Son chiffre d'affaires s'élevait à 525 485 milliards de dollars au 10 octobre 2019 et 85 965 milliards de dollars de résultats nets en 2020⁶⁷.

⁶⁶ Lara Bass, *GAFAM Chinois ou BATX : les plus grandes entreprises Chinoises — GAFAM en chine* (Infos Nouvelles Technologies) publié le 04/10/2021 consulté le 15/11/2022

⁶⁷ Idem

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

1.4. Amazon

Amazon est une entreprise d'e-commerce basée à Seattle. Elle a été créée par Jeff Bezos en juillet 1994 et introduite en bourse au NASDAQ en mai 1997. Initialement, les activités de la société concernaient la vente à distance de livres. Ensuite, elle s'est diversifiée en se lançant dans la vente de produits culturels, puis marchands. Aujourd'hui, certains produits alimentaires peuvent aussi être commandés depuis la plateforme Amazon. En 2002 a été ouverte la filiale française d'Amazon. Elle devient la première distributrice non alimentaire en France en 2016. En 2021, Amazon rachète la société cinématographique Metro Goldwyn Mayer (MGM). En termes de chiffre, Amazon présentait en novembre 2020 une capitalisation de 1 661 milliards de dollars pour un Chiffre d'affaires de 322 milliards de dollars en 2020. En 2019, son résultat net était de 11 588 millions de dollars.

1.5. Microsoft

Microsoft est une multinationale informatique et micro-informatique. Elle a été fondée par Bill Gates et Paul Allen en 1975. Sa principale activité consiste à développer et vendre des systèmes d'exploitation, mais aussi des logiciels et produits matériels dérivés. Ses meilleures ventes sont portées par les systèmes d'exploitation MS-DOS puis Windows. Avec plus de 90 % de parts de marché dans le monde, Windows a atteint une position dominante sur les ordinateurs personnels. Mais en dehors de son fameux système d'exploitation, Microsoft s'est également diversifiée. On retrouve à son actif :

- Les sites Web
- Le moteur de recherche Bing ;
- Le réseau social LinkedIn ;
- La messagerie électronique Outlook.com, etc.
- À cela s'ajoutent les consoles de jeu vidéo (Xbox) et les tablettes PC (Surface).

En 2018, le chiffre d'affaires de Microsoft s'élevait à 110,36 milliards de dollars⁶⁸.

C'est d'abord par leur poids économique que les GAFAM se sont distinguées. Certes, en chiffre d'affaires, elles restent derrière les géants de la distribution (Walmart), de l'énergie (State

⁶⁸ Idem

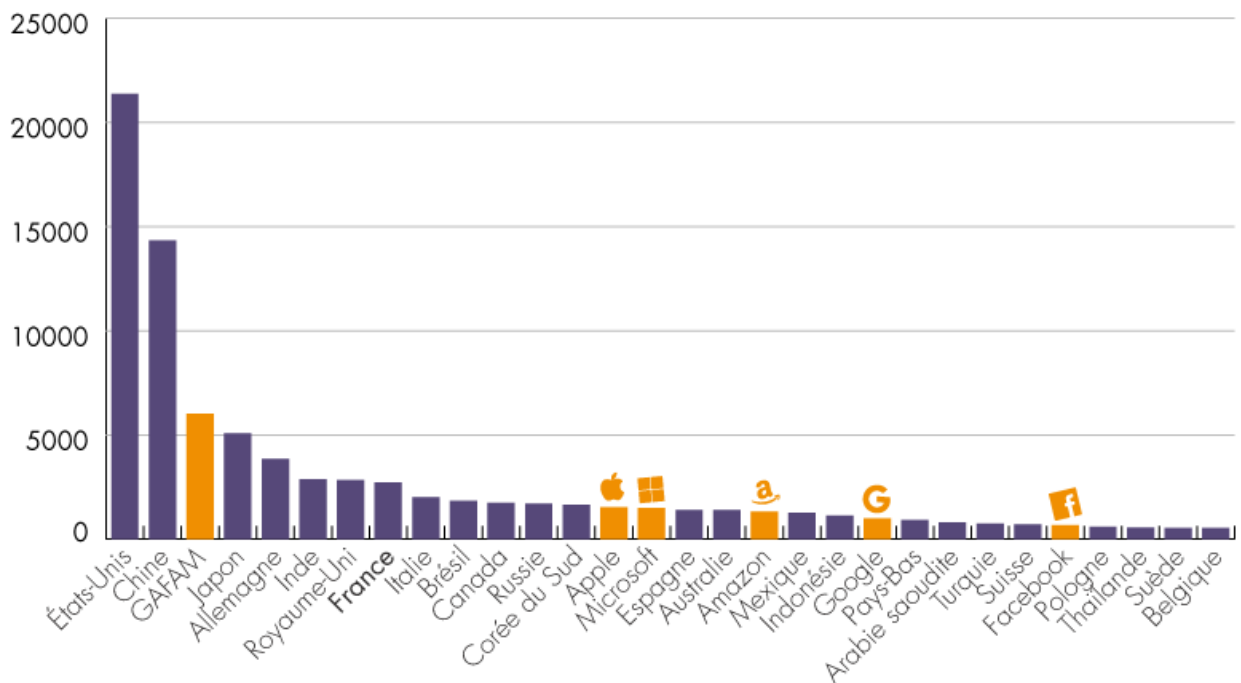
CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

Grid, Sinopec, China National Petroleum Corporation, Royal Dutch Shell, BP, ExxonMobil), ou de l'automobile (Toyota Motor, Volkswagen), d'après le classement Fortune Global 500. Mais en valeur boursière, elles monopolisent le haut du classement même face aux PIB de certains pays du Monde comme celui de l'Espagne et de l'Australie en 2019

Figure n°3 : Comparaison des PIB de valorisation boursière des GAFAM

COMPARAISON PIB 2019 ET VALORISATION BOURSIÈRE DES GAFAM

EN MILLIARDS DE DOLLARS, AU 10 JUIN 2020



Source : lafinancepourtous.com d'après la Banque mondiale et Bloomberg



Source : www.lafiancepubliquepourtous.com conçu grâce aux informations collectées de la Banque Mondiale et Bloomberg

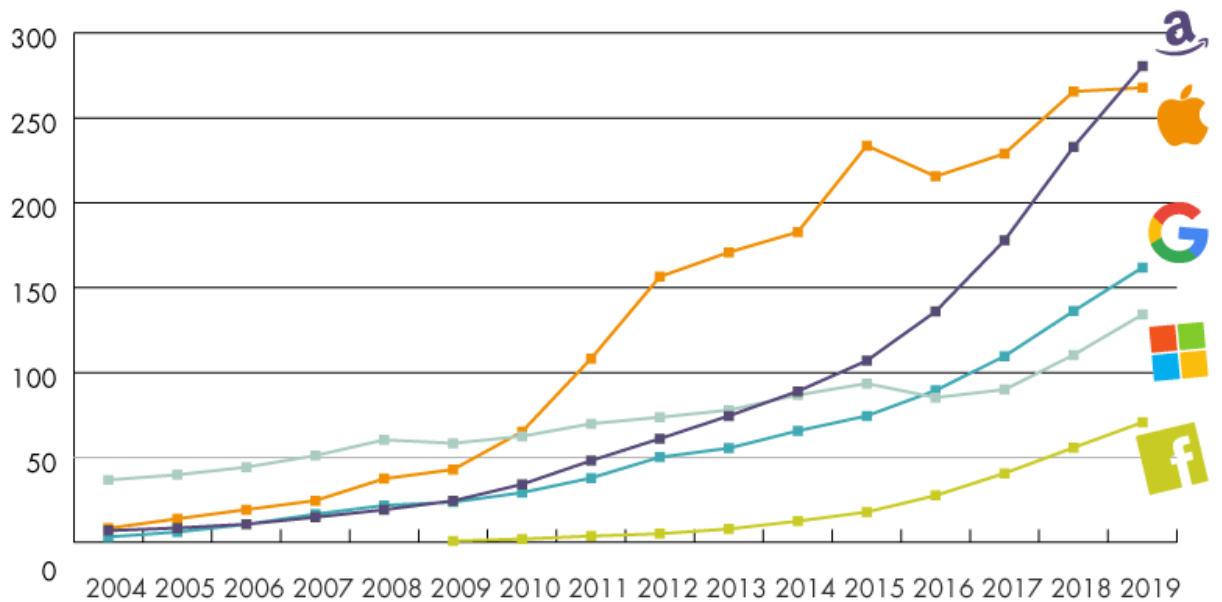
Les GAFAM ont vu leur valorisation boursière être multipliée par 2 entre janvier 2019 et juillet 2020 selon le graphique ci-dessus. Ils pèsent en 2020 environ un quart de l'ensemble des

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

valeurs composant l'indice boursier américain⁶⁹. A eux 5, les GAFAM sont davantage valorisés que le montant du PIB du Japon, de l'Allemagne ou de la France

Figure n°4 : Représentation de l'évolution du chiffre d'affaires des GAFAM entre 2004 et 2019

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES GAFAM EN MILLIARDS DE DOLLARS



Source : lafinancepourtous.com d'après d'après Statista

Source : www.lafiancepubliquepourtous.com conçu grâce aux informations collectées de www.statista.com

L'adage devenu célèbre dans l'industrie numérique est de dire « si c'est gratuit, c'est que le produit c'est vous ». Qu'est-ce que cela signifie ? Que ces entreprises se nourrissent de l'analyse et de la revente de vos données, c'est-à-dire de vos choix, vos goûts, de vos centres d'intérêts quand vous utilisez leurs services (recherche sur internet, réseaux sociaux, etc.). Ils peuvent ainsi définir plus finement votre profil de consommateur et ensuite se faire rémunérer en

⁶⁹ Finance pour tous, *GAFAM, GAFAM ou NATU : les nouveaux maîtres du monde*, disponible sur <https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-et-societe/nouvelles-economies/gafa-gafam-ou-natu-les-nouveaux-maitres-du-monde/> consulté le 31/10/2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

proposant aux entreprises des liens publicitaires internet ayant un impact commercial plus efficace qu'un simple panneau publicitaire au bord de la route.

Étant alors dans une situation de monopole, ils peuvent imposer aux entreprises de l'« ancienne économie » leur tarif pour accéder à ces nouveaux panneaux publicitaires numériques à l'efficacité décuplée. Ils peuvent même proposer en tête de gondole leurs propres produits, reléguant les autres concurrents au fin fond des rayonnages de leur supermarché numérique⁷⁰.

2. Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi

BATX est un sigle forgé sur le même modèle de GAFAM, il juxtapose les initiales de quatre entreprises chinoises considérées comme des « géants du net » (les puissantes multinationales liées aux TIC), à l'instar de leurs équivalents des USA.

Baidu, le « Google chinois », est le moteur de recherche le plus utilisé en Chine continentale. **Alibaba**, géant du commerce électronique, est l'équivalent d'Amazon. **Tencent** est une entreprise de services internet qui propose des applications de messagerie comme WeChat, actualités, échange de fichiers, etc. **Xiaomi** fabrique des smartphones et des objets connectés.

2.1. Baidu

Quatrième site le plus visité au monde en 2018, le « Google chinois » a été fondé en 2000 par Robin Li, un ingénieur formé aux Etats-Unis, devenu, à 49 ans, la 8^e fortune de Chine. Adossé à un puissant algorithme, ce moteur de recherche a longtemps été la porte d'entrée du Web chinois, avant que l'application WeChat ne prenne le relais, lors de la migration des internautes du PC vers les smartphones.⁷¹ Comme les autres membres des BATX, Baidu qui présentait 2,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2016, s'est diversifiée au fil des ans. Un temps présent dans la livraison de repas, le groupe pékinois a jeté l'éponge, en août, pour se concentrer sur l'intelligence artificielle et la conduite autonome. Le mois suivant, Baidu annonçait un nouveau fonds à 1,3 milliard d'euros pour financer une centaine de projets liés à la voiture sans conducteur, sur laquelle travaillent également Google, avec sa filiale Waymo, et

⁷⁰ Article GAFA, GAFAM ou NATU : les nouveaux maîtres du monde, disponible sur <https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-et-societe/nouvelles-economies/gafa-gafam-ou-natu-les-nouveaux-maitres-du-monde/> consulté le 31/10/2022

⁷¹ Article Christophe Alix et Raphaël Balenieri, BATX : les quatre géants du web chinois, 09 janvier 2018 disponible sur https://www.liberation.fr/france/2018/01/09/batx-les-quatre-geants-du-web-chinois_1621349/

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

Tesla. Si Baidu cherche à se diversifier, c'est que les ordres du pouvoir communiste affectent souvent ses recettes publicitaires.

Cette plateforme commence par devenir un farouche concurrent du géant américain sur le plan de l'intelligence artificielle ou la conduite autonome. En fin 2018, sa capitalisation boursière avoisinait les 65 milliards de dollars. Bien sûr, comparativement à la firme américaine, il reste encore une bonne marge de progression à faire. D'autant plus que ce dernier quant à lui a capitalisé 742 milliards.

La plateforme s'illustre, en 2019, par :

- Plus de 22 millions d'utilisateurs actifs chaque jour ;
- Plus de 70 millions d'utilisateurs actifs sur mobile tous les jours ;
- 77 % des revenus de la plateforme sont générés via les recherches sur les mobiles ;
- 50 % des revenus sont générés grâce à la publicité ;
- 150 millions d'utilisateurs connectés chaque jour sur Baidu musique, qui est l'équivalent de YouTube ;
- 341 millions d'utilisateurs chaque mois de Baidu Maps, qui est l'équivalent Google Maps ;
- 16,25 milliards de revenus annuels ;
- Plus de 4,2 milliards de recherches vocales par mois.

Il faut souligner que ces chiffres ne restent pas inchangés.

2.2. Alibaba

Alibaba est l'équivalent chinois du géant américain Amazon. Cette entreprise a été fondée en 1999 par Jack Ma. Elle tire la grande majorité de ses revenus du e-commerce. Le groupe représente aujourd'hui la plus grosse capitalisation boursière d'Asie. Sa valeur est estimée à 440 milliards d'euros à la bourse de New York.

Tout s'achète et tout se vend sur Taobao, le gigantesque bazar en ligne du groupe Alibaba, y compris les avions 747-400 de Boeing. En novembre 2018, deux appareils de l'américain ont changé de mains lors d'une vente aux enchères suivie par 800 000 internautes. Alibaba est le premier distributeur mondial, avec des ventes, dont 485 milliards de dollars en 2016, supérieures à celles de l'américain Walmart. La firme opère deux plateformes. Fondé

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

en 2003, Taobao met en relation des consommateurs avec d'autres particuliers ayant leur propre « boutique » sur le site. Né cinq ans plus tard, Tmall.com est dédié, lui, aux marques chinoises et occidentales bien établies. Chaque année, lors de la « fête des célibataires » du 11 novembre, les deux sites bradent pendant 24 heures. Les ventes enregistrées à cette occasion sont devenues un indicateur mesurant la vigueur de la consommation chinoise. Mais le talent de Jack Ma, l'ex-professeur d'anglais de 53 ans fondateur de ce titan, ne s'arrête pas là. La troisième fortune de Chine est aussi leader dans le paiement mobile, secteur où il croise le fer avec Tencent. Fondé en 2004, le service de paiement Alipay, qui revendique 1.2 milliard d'utilisateurs en 2020, débarquer aux Etats-Unis avec, en ligne de mire, les 4.2 millions de touristes chinois.

2.3.Tencent

Envoyer un message vocal à mamie via WeChat, régler la note du déjeuner avec WeChat Pay, écouter en streaming le dernier tube à la mode sur QQ Music : en Chine, Tencent qui a plus de 19 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2016 a une application pour chaque action du quotidien. Dix-neuf ans après sa naissance, à Shenzhen, la plus grosse capitalisation de Chine et d'Asie s'est immiscée dans la vie des Chinois comme aucune autre entreprise auparavant. Ce succès, Tencent le doit surtout à WeChat, une « super-app » lancée en 2011 et qui compte déjà 980 millions d'utilisateurs, juste un cran derrière les deux messageries de Facebook, Messenger et WhatsApp avec 1,3 milliard d'utilisateurs chacune. Véritable couteau suisse du Web mobile avec une flopée de fonctionnalités, WeChat a donné un sérieux coup de vieux à Facebook qui, désormais, s'en inspire. Roi de la messagerie instantanée sachant que QQ copie le bon vieux MSN de Microsoft, le groupe présidé par Ma Huateng , 2^e fortune de Chine selon Forbes, est aussi un poids lourd du streaming musical et des jeux vidéo. Son titre phare, « Honor of Kings », a rendu la Chine complètement accro. A tel point qu'une Chinoise de 21 ans a récemment été hospitalisée d'urgence après avoir perdu partiellement la vue à force d'y jouer sur son téléphone.

2.4.Xiaomi

Les choses bougent vite dans le mobile en Chine. Xiaomi l'a appris à ses dépens. Quatre ans seulement après sa naissance, en 2010, ce constructeur de smartphones entrée de gamme avait réussi à détrôner Samsung sur le marché chinois. En doublant sa part de marché en une année, la firme fondée par Lei Jun, 48 ans, s'était hissée, en 2014, à la première place du podium en Chine

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

et au 5^e rang mondial. Rattrapé par ses rivaux Huawei, Oppo et Vivo, Xiaomi a ensuite dégringolé. Fin 2016, il n'était plus que 4^e en Chine, avec une part de marché de 13,7 %, loin derrière Huawei (19,4 %). En cause, ses faiblesses dans la distribution physique : pour se démarquer de la concurrence, Xiaomi avait choisi, dans un premier temps, de ne vendre que sur Internet. Pendant ce temps-là, ses concurrents ont surinvesti dans les petites villes, avec des boutiques « en dur ». Xiaomi a rectifié le tir. D'ici à 2019, ses téléphones à petits prix seront vendus dans un millier de points de ventes à travers la Chine. Depuis, les ventes sont reparties spectaculairement : + 91 % au 3^e trimestre 2017. Ce qui a permis à Xiaomi de réintégrer le top 5 mondial à la faveur notamment d'une très forte percée en Inde. L'avenir s'est éclairci, et la société en pleine diversification est entrée en Bourse en 2018.

3. Services financiers proposés par ces géants du web

Les produits que proposent ces géants du numérique sont aujourd'hui diversifiés, allant des services de paiement aux offres de crédit. Cela les place tout naturellement comme des concurrents sérieux pour les banques « traditionnelles ». (Voir annexe 3 et 4)

Section 3. Section 3. Perspective de la fintech en Algérie

1. Les neobanques en Algérie

1.1. Banxy, filiale de Natixis

Banxy est la banque mobile de Natixis Algérie, présente sur le marché algérien depuis 20 ans. NATIXIS Algérie, filiale de NATIXIS qui appartient au Groupe BPCE (Banque Populaire et Caisse d'Épargne), lance « **Banxy** » le 23 avril 2018. Banxy, la banque mobile est un concept innovant pour faciliter l'accès aux services bancaires en Algérie. Elle est une banque mobile disponible gratuitement sur smartphone Android et IOS. Banxy offre une meilleure accessibilité aux services et opérations habituelles de la banque, le tout à distance. Elle simplifie les démarches administratives, permet l'ouverture d'un compte bancaire à distance en un temps très réduit, et livre les moyens de paiement (carte et chéquier) gratuitement là où le client le souhaite. Elle offre aussi des innovations très pratiques, comme la modification du plafond de la carte, la mise en opposition des moyens de paiement en temps réel, le virement par numéro de téléphone, les virements classiques interbancaires. Banxy permet globalement de gérer son compte en ligne avec une mise à jour instantanée du solde. La banque mobile Banxy s'appuie sur la force du réseau de Natixis Algérie, qui avec plus de 800 collaborateurs sert au quotidien ses clients.

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

Natixis Algérie a obtenu les autorisations nécessaires auprès des autorités algériennes pour Banxy qui répond donc aux exigences règlementaires et au cadre législatif en vigueur⁷².

1.2. La banque en ligne de la BNA

La BNA E-Banking est une solution de banque en ligne développée par la BNA, mettant à la disposition de sa clientèle de la Banque de nombreux services qui lui permettent de gérer à distance ses comptes, et ce 24H/24 et 7jours/7. Les fonctionnalités de la BN@TIC varient selon le pack choisi par le client (pack Net, pack Net+) ⁷³:

- Consultation du solde de vos comptes et de vos historiques d'opération couvrant une période de 23 mois ;
- Effectuer des virements vers bénéficiaires ;
- Commande de chéquier et de cartes bancaires ;
- Oppositions sur votre CIB ;
- Paiement de vos redevances ;
- Service de messagerie avec votre Banque.

1.3. Trust Connect par Trust Bank: banque à distance de la Trust Bank⁷⁴

1.3.1. TB@NET

TB@NET est un service qui permet aux clients de la banque d'accéder à la consultation de ses comptes à distance, « via internet ». Pour bénéficier du service TB@NET, le client doit s'abonner auprès de son agence. TB@NET offre ses services aux clients particuliers ainsi qu'aux clients professionnels :

- TB@NET Perso : Pour les Particuliers.
- TB@NET Pro : Pour les Professionnels et Entreprises.

La Trust Bank Algérie met à la disposition de sa clientèle les services **HISSABI PULL** et **HISSABI PUSH**, un mode de consultation des comptes et réception de notification des opérations par SMS sur leur téléphone portable en Algérie ou à l'étranger 24 h/24 et 7j/7.

⁷² Site officiel de la BANXY www.banxybank.com

⁷³ Site officiel de la BNA www.bna.dz/fr/

⁷⁴ Site officiel de la Trust Bank www.trustbank.dz

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

1.3.2. HISSABI PULL

HISSABI un service qui permet aux clients de la banque d'accéder aux informations de leur compte en envoyant une demande de service par SMS et le client reçoit une réponse par le même canal.

Pour bénéficier du service HISSABI le client doit s'abonner auprès de son agence.

Fonctionnalités du service HISSABI:

- Consultation du solde des comptes : (chèque, commercial, épargne, devise)
- Consultation de la situation globale des comptes
- Demande d'un mini relevé des derniers mouvements pour les comptes chèque et des derniers mouvements pour les comptes commerciaux.
- Consultation des taux de change billets de banque et commercial,
- Demande de carnet de chèques,
- Consultation des taux de change billets de banque ou financiers,
- Consultation du solde de la carte MASTERCARD,
- Consultation des 3 derniers mouvements de la carte MASTERCARD.

Le service HISSABI présente plusieurs avantages : c'est un service simple, facile à utiliser et compatible avec tout type d'appareil téléphonique. Il est sécurisé possède un code confidentiel modifiable selon la demande du client, il permet également au client de gagner du temps, par un simple SMS le client est informé de la situation de son compte. Enfin il est un service disponible 7j/7, 24h/24.

HISSABI PUSH

Ce service permet de recevoir des SMS automatiques à chaque transaction effectuée sur le compte client. Il permettra de suivre les mouvements des comptes et rester en constante connectivité avec la banque. En plus de ces fonctionnalités, nous pouvons citer comme fonctionnalités :

- Retrait d'espèce sur guichet de la banque/ GAB
- Paiement par carte CIB sur TPE
- Réception de carte CIB

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

- Disponibilité du carnet de chèque
- Passage du compte clientèle en impayé
- Réception de chèque sans provision
- Transmission de Swift d'ouverture Credoc et de règlement Credoc Transmission de Swift de règlement de transfert libre
- Réception de remise documentaire.
- Activation de la carte MasterCard Travel
- Rechargement des cartes MasterCard Travel
- Activation de votre carte internationale.
- Utilisation de la carte internationale (retrait DAB)
- Utilisation de la carte internationale (paiement TPE et internet)

1.3.3. TBA Mailing

La TB@_mailing est un service qui permet aux clients de recevoir, des e-mails contenant des avis d'exécution des principales opérations effectuées quotidiennement sur leurs comptes bancaires. Pour bénéficier du service TB@MAILING le client doit s'abonner auprès de son agence.

Ce service est un service simple à utiliser ; le client reçoit des e-mails de TB@_Mailing contenant des avis d'exécution des principales opérations effectuées sur son compte bancaire. Il est un service hautement sécurisé également (accès par un code confidentiel). Le client bénéficie services Tb@Mailing en consultant simplement votre boîte mail.

Le service TB@_mailing est composé de 02 packs selon le type de clientèle.

- **Pack particuliers** : Ces clients bénéficient des services suivants : versement, retrait, virement émis et reçu, sortie de chèques et le paiement de chèque.
- **Pack corporate** : est composé de plusieurs offres selon le besoin du client, les services offerts proposés sont les suivants :
 - ✓ **Pack DZD** qui offre les services de versement, retrait, virement émis et reçu, paiement de cheque et effets.
 - ✓ **Pack COMEX** qui offre les services d'ouverture et modification Credoc + Copie des swifts e de transferts vers l'étranger + Copie des Swifts

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

1.4. La banque en ligne Société Générale Algérie

L'APPLI SGA est une solution de banque à distance sécurisée, qui permet d'accéder aux comptes, de consulter les soldes en temps réel, de gérer les cartes bancaires et d'exécuter des virements, le tout à distance et à tout moment.

Conçue pour apporter la meilleure expérience aux clients, l'APPLI SGA a été complètement revue pour simplifier et améliorer son utilisation au quotidien, à travers une interface plus moderne et plus adaptée au mobile⁷⁵.

Tout client particulier titulaire d'un compte chèque à Société Générale Algérie peut bénéficier des services de l'APPLI SGA. Plus précisément, ceux qui possèdent un smartphone et qui sont régulièrement connectés à Internet.

L'APPLI SGA permet: de visualiser en temps réel le solde de vos comptes, de consulter l'historique de vos opérations sur 365 jours, de télécharger les RIB de vos comptes bancaires, d'éditer vos relevés de compte en format PDF, d'effectuer des virements de compte à compte ou vers bénéficiaires, ajouter en ligne vos bénéficiaires de virement avec option de scanne du QR Code, de gérer vos cartes bancaires (CIB ET VISA), de commander des chèques de banque, de réaliser des simulations de crédits, de paramétrer les alertes et recevoir des notifications informant des événements liés aux comptes (alertes mouvement sur le compte, alerte exécution ou rejet de virement, échéance impayé ...) et de localiser les agences et distributeurs les plus proches.

1.5. La banque en ligne de la Banque de Développement Local

L'e-BDL est un abonnement qui permet à ses clients d'accéder à leur compte bancaire à distance 24H/24 7J/7 via Internet et SmartPhone en toute sécurité⁷⁶.

Il permet de : consultez les comptes ; ordonnez des virements simples ou de masse ; téléchargez les relevés et de commander les chéquiers.

L'e-BDL offre des abonnements pour particuliers (ménages par exemple), pour clients professionnels (avocats, médecins...) et pour les entreprises.

⁷⁵ Site officiel de la Société Générale www.societegenerale.dz consulté le 15/11/2022

⁷⁶ Site officiel de la BDL www.bdl.dz consulté le 15/11/2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

- **Abonnements pour les clients particuliers :** cet abonnement offre trois packs cités ci-dessous
 - ✓ **Pack e-BDL** permet la consultation des soldes la consultation des mouvements, la messagerie, le téléchargement des relevés de compte la recherche d'opérations et la liste des agences
 - ✓ **Pack E -BDL +** offre en plus des services offerts dans le pack e-BDL cités ci-dessus les services d'opérations par cartes, de virement compte à comptes, de virement vers bénéficiaire (intra et interbancaires) et de commande de chèques
 - ✓ **Pack Mobility** offre le service de mobile banking et de solde-alerte par SMS
- **Abonnement pour les clients professionnels**
 - ✓ **Pack PRO :** offre les mêmes services que le pack e-BDL offert aux clients particuliers
 - ✓ **Pack PRO + :** ce pack offre les mêmes services que le pack e-BDL+ offert aux clients particuliers
 - ✓ **Pack Mobility :** offre le service de mobile banking et de solde-alerte par SMS
- **Abonnement pour les clients entreprises**
 - ✓ **PACK CORPORATE :** offre les mêmes services que le pack e-BDL offert aux clients particuliers auquel s'ajoute les services d'opérations EDI : virement multiple, prélèvement multiple
 - ✓ **PACK CORPORATE +:** ce pack offre les services de consultation des soldes, consultation des mouvements, de messagerie, de téléchargement des relevés de compte, de recherche d'opérations, de liste des agences, d'opérations EDI : virement multiple, prélèvement multiple, de téléchargement de Swift, de téléchargement des comptes rendus d'exécution (fichier d'impayés, avis d'opérations selon le format déjà disponible), de fusion statistique de comptes, de virement compte à comptes, de virement vers bénéficiaire (intra et interbancaires) et de commande de chèques
 - ✓ **Pack Mobility:** offre le service de mobile banking et de solde-alerte par SMS

1.6.Le service AlBaraka Smart

La Banque Al Baraka d'Algérie lance son pack « Al Baraka Smart » avec l'essentiel des services bancaires à tarifs préférentiels.

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

« Al Baraka Smart » un service 3 en 1: *E-Banking, Mobile Banking et Sms Banking*

1.6.1. Al Baraka net

Il suffit de se connecter sur le site de la banque en ligne , pour disposer d'une large panoplie de services bancaires via le net tel que la consultation de vos comptes et l'historique de vos opérations ; le suivi de vos financements ; les virements (de masse, internes, vers des tiers) ; la commande des moyens de paiement ; l'édition de RIB; etc.

1.6.2. Al Baraka App.dz

Les comptes client à portée de main via smartphone ou tablette.

Dès lors où le client dispose d'un abonnement à « Al Baraka Net », il bénéficie d'accès à tous ses comptes via smartphone et tablette. Il vous suffit de télécharger Al Baraka App.dz via Google Play ou App store.

1.6.3. Al Baraka SMS

La solution qui informe en temps opportun sur les opérations exécutées sur les comptes des clients et les offres de la banque est la Al Baraka SMS. Elle permet de vérifier les montants des débits / crédits ; le solde de votre compte ; la disponibilité de vos moyens de paiements ainsi que le partage des bénéfices

2. Partenariat entre SYLABS et NATIXIS

Le hub entrepreneurial et technologique SYLABS et la banque NATIXIS Algérie, ont signé lundi 17 décembre 2018 à Alger un partenariat de coopération, d'échange et de partage de savoir-faire dans le domaine bancaire et des technologies financières.

Ce partenariat permettra la création de ponts entre Natixis Algérie et Sylabs, le leader algérien de l'incubation. Il portera principalement sur des innovations dans le domaine de la Fintechs algérienne, mais a aussi pour objectif de préparer les jeunes diplômés et les startups aux changements de la banque et des finances à l'ère des nouvelles technologies et d'enclencher la réflexion sur les nouveaux modèles à mettre en place localement.

L'autre objectif de ce partenariat portera sur un montage de compétences des startups et faciliter les interconnexions entre le monde de la banque et les porteurs de projets ou

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

startupeurs incubés au Sylabs, en leur offrant un accompagnement sur les techniques financières ainsi que la mise en relation avec des bailleurs de fonds.

Du fait de sa connaissance de l'écosystème algérien et sa proximité avec les entrepreneurs innovants, Sylabs entend enrichir ses services à destination de ces derniers en leur offrant notamment un espace d'échange direct et privilégié avec un représentant du monde bancaire. Enfin, il se matérialisera entre autres par l'organisation de rencontres traitant de sujets d'actualité comme celui de la Fintech pour laquelle un club sera exclusivement dédié. Les sujets liés aux financements et dispositifs d'accompagnement des start-ups feront également l'objet d'ateliers d'échanges.

Lors de son intervention, le directeur Général de Natixis Algérie, Boris JOSEPH a déclaré que son institution bancaire « veut voir ces startups réussir. Par ce partenariat avec Sylabs, acteur majeur de l'écosystème entrepreneurial algérien, nous ambitionnons d'apporter notre pierre à l'édifice en participant plus activement au développement de l'écosystème entrepreneurial »⁷⁷.

« Les programmes découlant de ce partenariat offrent une vision très concrète du travail avec les startups déjà incubés au Sylabs, en accompagnant les startups sur les sujets liés à notre secteur »⁷⁸, a-t-il ajouté.

Pour sa part, Abdellah Malek, fondateur de SYLABS a indiqué que ce partenariat avec Natixis « s'inscrit pleinement dans notre vision de développement de l'écosystème entrepreneurial algérien. En plus d'ouvrir les débats sur le sujet des Fintechs en Algérie, ce partenariat permettra de créer un réel canal de communication avec un acteur important

⁷⁷ Aboubaker Khaled, *Sylabs et Natixis Algérie signent un contrat dans le domaine de la technologie des finances* ; MAGHREB EMERGENT, Article de journal rédigé le 18/12/2018, disponible sur <https://maghrebemergent.net/sylabs-et-natixis-algerie-signent-un-contrat-dans-le-domaine-de-la-technologie-des-finances/> consulté le 21/11/2022

⁷⁸ Aboubaker Khaled, *Sylabs et Natixis Algérie signent un contrat dans le domaine de la technologie des finances* ; MAGHREB EMERGENT, Article de journal rédigé le 18/12/2018, disponible sur <https://maghrebemergent.net/sylabs-et-natixis-algerie-signent-un-contrat-dans-le-domaine-de-la-technologie-des-finances/> consulté le 21/11/2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

de l'économie numérique qu'est Natixis. Nous travaillerons ensemble avec Natixis Algérie à créer du contenu algérien sur la Fintech, prenant en compte toutes nos particularités locales »⁷⁹.

3. La PayTech Challenge par la SATIM

La SATIM a participé en date du 18 juin 2022 à l'événement annuel "Fintech Startup Challenge" dans sa 2ème édition ayant pour thème "l'innovation au service de l'inclusion financière" qui réunissait divers acteurs de l'écosystème financier et digital, les sponsors et partenaires.

Des panels traitant des thématiques d'actualité telle que l'inclusion financière ont été animés par des experts et des professionnels issus du secteur financier.

Les startups ont été mises au défi des problématiques dans les secteurs des finances « Fintech », des assurances « Insurtech » et du légal « LegalTech ».

La SATIM a lancé le Paytech challenge à travers lequel les startups ont proposé des solutions autour des thématiques suggérées telles que la création de plateforme mobile et web de paiement de factures et la solution de supervision de l'acquisition des TPE.

L'objectif à travers ce challenge est de créer un canal de collaboration et de promouvoir les Fintech algériennes à travers la création de synergies porteuses.

En tant que Sponsor platinum de cet évènement et à travers son accompagnement, la SATIM assiste les startups sélectionnées dans les thématiques suggérées jusqu'à concrétisation de leurs projets.

4. Perspectives de la monnaie numérique en Algérie

A l'instar de ce qui se fait partout dans le monde, les services bancaires et les monnaies se digitalisent et les transactions commerciales se dématérialisent, allant des paiements par cartes, et paiements mobiles en cryptomonnaies se généralisent de plus en plus.

En Algérie, après l'interdiction des cryptomonnaies et le retard enregistré jusque-là dans les généralisations des modes de paiements électroniques et digitaux, la banque d'Algérie est la

⁷⁹ Aboubaker Khaled, *Sylabs et Natixis Algérie signent un contrat dans le domaine de la technologie des finances* ; MAGHREB EMERGENT, Article de journal rédigé le 18/12/2018, disponible sur <https://maghrebemergent.net/sylabs-et-natixis-algerie-signent-un-contrat-dans-le-domaine-de-la-technologie-des-finances/> consulté le 21/11/2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

seule autorité qui peut donner le feu vert pour la création ou l'adoption d'un dinar numérique, basé bien sur sa monnaie fiduciaire.

Est-ce que la monnaie numérique va-t-elle exister un jour en Algérie ? C'est la question posée, par l'économiste Rachid Sekkak, ce mercredi 16 mars 2022 dans le cadre d'une journée d'étude sur la finance digitale, organisée par le Think-Tank, Cercle d'Action et de Réflexion autour de l'Entreprise, au vice-gouverneur de la Banque d'Algérie, Mouatassem Boudiaf⁸⁰.

Le vice-gouverneur a éloigné cette possibilité, du moins pour l'instant. D'abord, il a précisé que la loi sur la monnaie et le crédit limite la monnaie nationale à l'aspect fiduciaire. S'il y avait un besoin d'aller vers la monnaie digitale, il faudrait amender ces articles et cela resterait du ressort exclusif de la Banque d'Algérie.

« L'émission de la monnaie numérique, à l'instar de l'émission de la monnaie fiduciaire ne se fait que par des banques centrales et il va falloir en revanche imaginer de quelle manière on peut permettre, à travers des intermédiaires agréés c'est-à-dire les banques de passer par des phases transitoires », indique le vice-gouverneur de la Banque d'Algérie⁸¹. Il ajoute qu'il faut trouver un juste milieu qui puisse répondre notamment au principe de gestion de risque et sécurité de systèmes de paiement et sécurité des utilisateurs.

« Il y a des principes sur lesquels on ne pourra pas y déroger, mais on doit se donner les outils juridiques pour qu'on puisse accompagner ces initiatives constructives et nécessaires au développement de l'économie nationale », insiste-t-il⁸².

CONCLUSION

L'essor récent des Fintechs est en train de bouleverser le secteur de la banque et de l'assurance. Mais contrairement à l'idée selon laquelle les Fintechs constituent une menace pour les banques traditionnelles, nous pouvons affirmer que ces dernières ne sont pas condamnées à disparaître car elles disposent d'atouts non négligeables face à ces jeunes technologies de la

⁸⁰ Maghreb Émergent, *Monnaie numérique en Algérie : ce n'est pas pour demain !* MAGHREB EMERGENT, Article de journal rédigé le 16/03/2022, disponible sur <https://maghrebemergent.net/monnaie-numerique-en-algerie-ce-nest-pas-pour-demain/> consulté le 21/11/2022

⁸¹ Idem

⁸² Maghreb Émergent, *Monnaie numérique en Algérie : ce n'est pas pour demain !* MAGHREB EMERGENT, Article de journal rédigé le 16/03/2022, disponible sur <https://maghrebemergent.net/monnaie-numerique-en-algerie-ce-nest-pas-pour-demain/> consulté le 21/11/2022

CHAPITRE II LES BANQUES FACE AUX FINTECHS

finance : moyens financiers plus importants, équipes mieux formées, ... A l'inverse des banques, les Fintechs manquent d'expérience en matière de conformité pour la lutte contre le blanchiment, la fraude et autres délits financiers. Enfin, les FinTech ne représentent pas une menace sérieuse pour l'activité des moyens de paiement des banques.

**CHAPITRE III LA TECHNOLOGIE
FINANCIÈRE DANS LA BANQUE : CAS
DE LA DGA ENGAGEMENT « 180 »
BADR-ALGER**

INTRODUCTION

Ce chapitre est dédié à l'étude de l'impact de la technologie financière dans la banque.

Il est subdivisé en trois sections : la première partie est consacrée à la présentation de l'historique et de l'évolution de la Banque Algérienne de Développement Rural ; la seconde section aborde la technologie financière au sein de la BADR et la dernière partie parle l'impact et perspectives des technologies financières de la BADR.

Section 1. Historique et évolution de la Banque Algérienne de Développement Rural

Dans cette section, nous allons présenter la BADR en l'occurrence sa création, ses missions et objectifs, puis nous entamerons un autre point qui va porter de façon spécifique sur le département où nous avons eu à effectuer mon stage pratique.

1. Historique de la Banque Algérienne de Développement Rural

La BADR est une institution financière sous la forme juridique d'une société par actions au capital de 2.200.000.000 DA créée par le décret n°82-106, le 13 mars 1982. En 1999, le capital social de la BADR a augmenté pour atteindre le seuil de 33.000.000.000 de dinars, et s'étant investie, des années durant, dans le financement de l'agriculture et les crédits de compagnes en faveur des cultivateurs.

Son siège social se situe au Boulevard Colonel Amirouche Alger. Constituée initialement de 140 agences cédées par la BNA, son réseau compte en 2020, 334 agences, plus de 41 directions régionales et plus de 7800 cadres et employés activant au sein des structures centrales, régionales et locales⁸³.

FIGURE 5: Logo de la BADR



Source : Site internet officiel de la BADR, <https://www.badrbanque.dz>

⁸³ Informations collectées de diverses sources, de documents internes, de revues et mémoires sur la BADR.

La BADR est une banque publique qui a pour mission le développement du secteur agricole et la promotion du monde rural. Ainsi l'évolution de la BADR est passée par plusieurs périodisations⁸⁴ :

- **1982 – 1990** : Durant ces huit premières années la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) a inscrit comme objectif, d'asseoir sa présence sur l'ensemble du territoire national en ouvrant de nombreuses agences dans les zones rurales et à vocation agricole. Cette spécialisation s'inscrivait alors dans un contexte d'économie planifiée où chaque banque publique avait son champ d'intervention ;

- **1991** : Mise en place du système « SWIFT » pour l'exécution des opérations du commerce international ;
- **1992** : Mise en place du logiciel « SYBU », avec ses différents modules de traitement des opérations bancaires gestion des prêts, gestion des opérations de caisse, gestion des placements, consultation à distance des comptes clientèle ;
- **1993** : Achèvement de l'informatisation de l'ensemble des opérations bancaires au niveau du réseau ;
- **1994** : Mise en service de la carte de paiement et de retrait BADR ;
- **1996** : Introduction du télétraitement (traitement et réalisation d'opérations bancaires à distance et en temps réel) ;
- **1998** : Mise en service de la carte de retrait interbancaire ;
- **2000** : Généralisation du système réseau local avec réorganisation du progiciel SYBU en client-serveur ;
- **2001** : Mise en place d'une application relative à la dématérialisation des moyens de paiement et au transport d'images d'appoints
- **2002** : la BADR a procédé à la généralisation de la norme de « la banque assise » avec service personnalisé.
- **2008** : la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) a intégré le lancement de la bancassurance, en 2011 la carte TAWFIR et en 2012 l'E-Banking
- **2016** la BADR ouvre son premier point bourse

⁸⁴ Informations collectées de diverses sources, de documents internes, de revues et mémoires sur la BADR.

- **2017** : la BADR annonce son lancement dans la finance islamique.

2. Missions de la BADR

La BADR a été créée pour répondre à une nécessité économique, née d'une volonté politique afin de restructurer le système agricole, assurer l'indépendance économique du pays et relever le niveau de vie des populations rurales. Ses principales missions sont⁸⁵ :

- Le traitement de toutes les opérations de crédit, de change et de trésorerie
- L'ouverture de comptes à toute personne faisant la demande
- La réception des dépôts à vue et à terme
- La participation à la collecte de l'épargne
- La contribution au développement du secteur agricole
- L'assurance de la promotion des activités agricoles, agro-alimentaires, agroindustrielles et artisanales.
- Le contrôle avec les autorités de tutelle de la conformité des mouvements financiers des entreprises domiciliées.

3. Objectifs de la BADR

Les objectifs de la BADR sont multiples et diversifiés. Voici quelques-uns cités ci-dessous⁸⁶ :

- L'augmentation des ressources aux meilleurs coûts et rentabilisation de celles-ci par des crédits productifs et diversifiés dans le respect des règles.
- La gestion rigoureuse de la trésorerie de la banque tant en dinars qu'en devises.
- L'assurance d'un développement harmonieux de la banque dans les domaines d'activités la concernant.
- L'extension et le redéploiement de son réseau.
- La satisfaction de ses clients en leur offrant des produits et services susceptibles de répondre à leurs besoins.
- L'adaptation d'une gestion dynamique en matière de recouvrement.

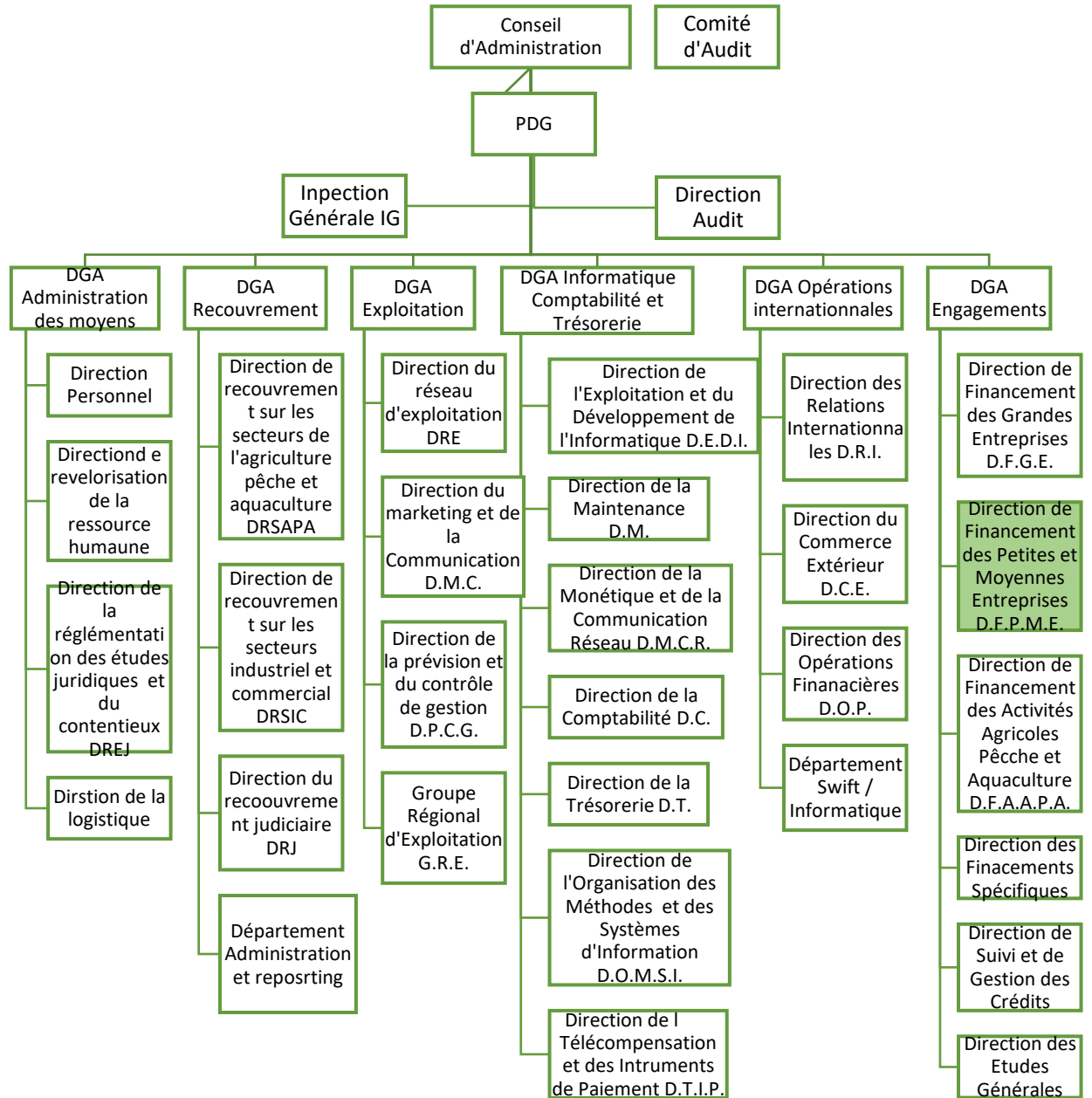
⁸⁵ Informations collectées de diverses sources, de documents internes, de revues et mémoires sur la banque.

⁸⁶ Document interne de la BADR

4. Organisation de la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural

La BADR étant une institution financière bien structurée présente une organisation bien hiérarchisée que nous allons faire ressortir dans ce point.

FIGURE N°6: Organigramme de la BADR



Source : Reproduit par nos soins grâce aux informations reçues à la BADR

5. Synthèse des activités de la BADR dans son repositionnement stratégique

- Agriculture : Culture de céréales ; Cultures industrielles ; Culture de légumes ; Horticulture ; Pépinières ; Culture fruitière ; Viticulture ; Services annexes à l'agriculture⁸⁷.
- Elevage : Elevage de bovins ; Elevage d'ovins ; Elevage de caprins, camélidés et équidés ; Elevage de volailles ; Elevage des autres animaux⁸⁸ ;
- Sylviculture et exploitation forestière : Sylviculture ; Exploitation forestière ; Activités connexes à la sylviculture et à l'exploitation forestière⁸⁹.

6. Différents produits de la BADR

Le réseau de la BADR dispose d'un éventail de produits mis à la disposition de ses clients et sont structurés comme suit : Comptes bancaires, Crédits, Cartes monétiques E-Banking.

6.1. Les différents de comptes

La pratique bancaire distingue plusieurs types des comptes parmi lesquels on trouve : Les comptes à vue et les comptes à terme :

6.1.1. Les comptes à vue

Ce sont des comptes chèque non rémunérés et ouverts à des particuliers pour effectuer des opérations de versements et de retraits ; ou ouverts à des personnes morales non commerçantes (les associations sportives, les syndicats, etc.). Ce compte ne peut fonctionner qu'en position créditrice et pour une durée indéterminée. Pour ouvrir le compte chèque, il faut verser une somme d'argent, "2 000 DA".⁹⁰.

6.1.2. Le compte courant

C'est un compte communicatif à toute personne physique ou morale exerçant une activité commerciale, agricole, artisanale ou industrielle pour les besoins de cette activité. Contrairement

⁸⁷ Présentation de la BADR <http://www.cawjjel.org/fr/financement-agricole/87-presentation-de-la-banque-badr>

⁸⁸ Présentation de la BADR <http://www.cawjjel.org/fr/financement-agricole/87-presentation-de-la-banque-badr>

⁸⁹ Présentation de la BADR <http://www.cawjjel.org/fr/financement-agricole/87-presentation-de-la-banque-badr>

⁹⁰ Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master, BRAKBI Imane ; Mlle.CHERDOUANE Sabrina, *La modernisation du système bancaire algérien Cas de la banque BADR-Agence d'Akbou (n°358)*, 2016, Pg 45-46

au compte à vue, ce compte peut fonctionner en position débitrice. Pour ouvrir ce compte il faut verser une somme d'argent de "10 000 DA". Le compte courant prend l'indice "300" à la BADR.

6.1.3. Le compte livret épargne

Il a été constitué pour prendre l'épargne privée. C'est un compte à vue, ouvert seulement aux personnes physiques, notamment aux mineurs, pour épargner leurs argents moyennant une rémunération. Pour ouvrir ce compte il faut verser une somme d'argent de "5 000DA". Il existe deux types de livrets épargne : - **Livret épargne avec intérêts** ; il prend l'indice de "251" ; - **Livret épargne sans intérêts** ; il prend l'indice de "260". Et pour les mineurs, la BADR a créé le « Livret épargne junior » qui prend l'indice de "281".

6.1.4. Le compte à terme

Le dépôt à terme : C'est un contrat entre la banque et le déposant et qui est ouvert pour les opérations de l'épargne. Le retrait sur les dépôts à terme est conditionné par l'accord de la banque. La caractérisation de ce compte est qu'il a une date d'échéance ; une fois le retrait se fait avant cette date, le client ne bénéficiera plus d'intérêts⁹¹.

6.1.5. Autres types de comptes

- Les comptes divers : Ils enregistrent des opérations isolées se soldant entre elles le plus rapidement. L'ouverture de ce compte ne donne pas lieu à l'établissement de l'ensemble des documents. Ils sont utilisés à titre d'exemple lors des successions ou lors de la remise de l'aide sociale du "CNL". Il n'est ni productif d'intérêts, ni peut abriter les opérations des comptes chèques ni des comptes courants.

- Les comptes devise : Ils enregistrent les opérations qui peuvent être effectuées sur les comptes en monnaie étrangère (EUR/USD) ; le titulaire de ce compte n'a pas de chéquier et il utilise pour les retraits le numéro de compte et la pièce d'identité. Pour ouvrir ce compte, il faut verser une somme minimum de "10 euro" pour les comptes en EURO⁹².

⁹¹ Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master, BRAKBI Imane ; Mlle.CHERDOUANE Sabrina, *La modernisation du système bancaire algérien Cas de la banque BADR-Agence d'Akbou (n°358)*, 2016, Pg 45-46

⁹² Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master, BRAKBI Imane ; Mlle.CHERDOUANE Sabrina, *La modernisation du système bancaire algérien Cas de la banque BADR-Agence d'Akbou (n°358)*, 2016, Pg 45-46

7. Les équipements modernes de la BADR

Pour assurer la prise en charge des modernes moyens de paiement, la BADR a déployé plusieurs moyens :

- Des instruments et matériels importants ont été achetés (50 GAB, l'initialisation du SYRAT, des scanners, des imprimantes et des PC...etc.) ;

- Des stations numérisées avaient été mises à la disposition des agences pour faciliter l'exploitation totale de la modernisation des moyens de paiement ;

- Au sein de la BADR, la collaboration avec la nouvelle filiale Algérie Télécom Satellite (ATS) se passe en lien direct entre ses équipes et les équipes informatiques de la banque ; la mise en place d'une solution de basculement en transmission par satellite est imminente permettant ainsi d'éviter les interruptions d'exploitation mettant la BADR depuis 1996 en position avancée par rapport aux autres banques ;

- La modernisation des nouveaux instruments de paiement n'est pas acquise ex nihilo. Elle est aussi due à des préalables dont disposait la BADR pour s'être déjà imposé une réforme d'un palier antérieur. Après la modernisation, le concept de la « banque assise », ou la fonction de chargé de clientèle occupe une place de choix, a permis à la BADR, qui s'y est attelée dès 2001-2002, une révision qualitative des instruments de paiement dans le but de bancariser au plus grand taux possible la clientèle ;

- Des phases de test ont été lancées à chaque fois que la BADR lance un nouveau produit (pour la télé compensation la phase de test du 1er janvier au 14 mai 2006 avait précédé le lancement officiel du nouveau produit) ;

- La BADR a lancé une campagne nationale d'intérêt public pour expliquer comment remplir un chèque normalisé ; des pleines pages de publicité sont parues dans les journaux expliquant dans le détail les étapes à suivre et les erreurs à ne pas commettre au moment de remplir le chèque normalisé ;

- La BADR a mené, en ce qui concerne les nouveaux moyens de paiement (cartes bancaires, virements et prélèvement), une campagne publicitaire de deux mois dans de nombreux quotidiens ; fournit 5000 affiches grands formats à toutes les agences qui les ont affichées

aussitôt à des endroits bien visibles à la clientèle ; elle a aussi distribué deux millions de « Flyers » (petits prospectus), un million en langue nationale et un million en français ;

- En ce qui concerne la télé compensation, 800 employés, tous corps confondus, ont dû assimiler la nouvelle organisation après quatre mois dans les trois centres de formation d'Alger. Pour la réalisation de ce projet, des groupes de travail ont été institués au niveau du ministère des Finances. Ces groupes étaient composés de cadres de toutes les institutions qui allaient être impliquées notamment celles de la justice, du commerce et des technologies.

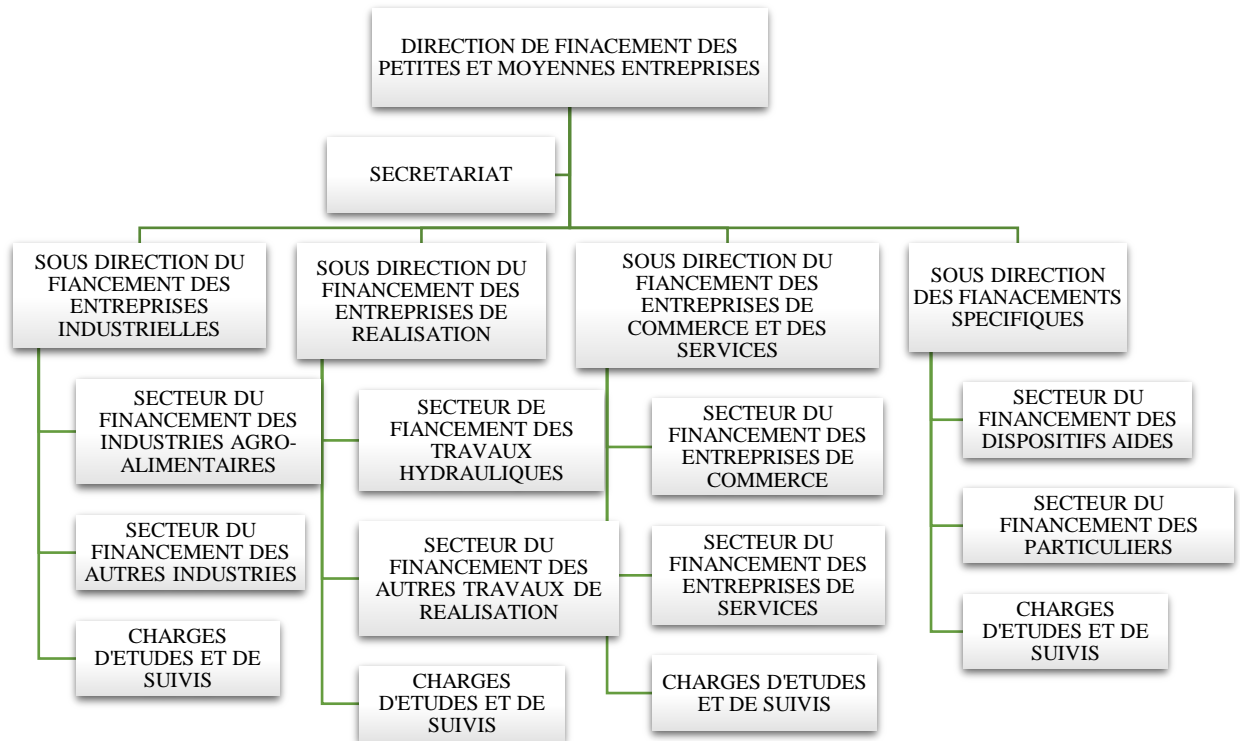
8. Présentation du Département De Financement Des Petites Et Moyennes Entreprises De La Banque Algérienne De Développement Rural

Nous allons présenter notre organisme d'accueil dans cette huitième partie

8.1.Organisation du Département De Financement Des Petites Et Moyennes Entreprises De La Banque Algérienne De Développement Rural

Nous allons présenter dans cette partie l'organisation hiérarchique du département de financement des petites et moyennes entreprises de la Banque Algérienne de Développement Rural

FIGURE N°7 : Organigramme de la DFPME



8.2.Missions de la DFPME

La Direction du Financement de la Petite et Moyenne Entreprise a pour mission notamment de ⁹³:

- Présenter aux comités de crédit de la direction générale les demandes de financement selon les pouvoirs d'engagement délégués ;
- Participer à la vulgarisation de la politique de la Banque en matière de financement.
- Assister la clientèle en matière de conseils, dans le cadre de ses attributions

⁹³ Document interne de la BADR DGA Engagement

- Elaborer les rapports d'activité annuels et les statistiques relatives aux différents secteurs dont elle a la charge.
- Etablir son programme d'action annuel ainsi que son budget prévisionnel et assurer sa réalisation.
- Répondre avec diligence et par les voies les plus rapides aux sollicitations des Groupes Régionaux d'Exploitation.
- Rentabiliser les moyens humains et matériels mis à sa disposition et veiller à la sauvegarde du patrimoine.
- Veiller à l'identification de clients qui peuvent constituer des groupes économiques ou d'intérêts.
- Veiller à la non concentration des risques (répartition par client, par région et par secteur d'activité).
- Traiter les demandes de la clientèle portant sur le droit de change pour frais de mission à l'étranger.
- Introduire les demandes de garantie auprès des organismes de garantie.
- Réaliser au besoin des visites sur site des projets d'investissement pour notamment les dossiers relevant des pouvoirs centraux.
- Veiller à l'évolution permanente des techniques, outils et procédures d'évaluation des risques et l'adaptation de ces dernières aux impératifs de la banque.
- Présenter périodiquement à la DGA des rapports d'évaluation ou de conjoncture dans son domaine d'activité.
- Prendre en charge les traitements intermédiaires sur les dossiers de crédit en préparation ou en prolongement de la sanction en Comité de Crédit.
- Evaluer les plans d'affaires et prendre part à la sanction des dossiers soumis aux Comités de Recouvrement Centraux.

- Examiner sous la conduite de la DGA les projets de financement ou de partenariat avec les confrères et les institutions
- Assurer la comptabilité des opérations de la direction et celle relevant de la compétence de la structure.
- Représenter la DGA lors des manifestations économiques et dans les réunions avec les partenaires et institutionnels dans les champs de compétence de la Direction.

Section 2. La technologie financière au sein de la Banque Algérienne de Développement Rural

Pour pallier aux problèmes survenus précédemment, notamment en ce qui concerne une évaluation de projet conforme à la théorie financière, la BADR a mis en place une solution appelée ‘‘OMEGA Rating’’, une solution facile et compréhensive, qui permettra à faciliter le travail des analystes crédits, en leur permettant d’apprécier les demandes de leurs clients avec rapidité et efficacité⁹⁴

1. Le système d’étude et d’évaluation des dossiers de crédit de la Banque Algérienne de Développement Rural

1.1.Présentation

La BADR a développé en interne un outil d’aide à la décision appelé OMEGA. Ce dernier est un système créé en 2021 en interne par la BADR. Il vient en remplacement du système d’aide à la décision CANEVAS qui était utilisé par la banque depuis fin 2008⁹⁵. OMEGA est un système de cotation de risque appliqué à toute personne morale postulant pour un prêt et disposant de documents comptables conformes (bilan, TCR, tableau de flux de trésorerie, plan prévisionnel...) d’au moins un exercice clôturé, ces pièces doivent être authentifiées et certifiées par un commissaire aux comptes.

Les entreprises sont cotées avec le système OMEGA pour toute demande de crédit introduite, quel que soit la ligne de crédit. En effet, OMEGA note l’emprunteur sur la base des données économiques, des critères qualitatifs et quantitatifs tirés des 3 derniers bilans remis. Il est à noter que ce système est actuellement opérationnel au niveau de la DGA Engagement, donc

⁹⁴ Document interne à la DGA Engagement BADR

⁹⁵ Explications de Mme Sana Bensehaila

ce sont seulement les entreprises sollicitant des prêts relevant de cette direction qui seront cotées par le système OMEGA, à savoir les grandes entreprises, et les PME.

En ce qui concerne les nouveaux projets (nouvelles créations), l'analyse est basée sur les prévisions et études techniques établies par un bureau d'étude jugé complètement neutre car l'entreprise ne peut être cotée.

Le système comprend 5 étapes, qui permettent d'introduire toutes les informations possibles qui portent sur l'entreprise elle-même, ses engagements, ainsi que la demande introduite. L'application permet la cotation, le retraitement des bilans et les rendre exploitables. Ainsi une analyse financière pourrait être faite.

Ces cinq étapes empiriques de notation d'un emprunteur par OMEGA sont représentées comme suit ⁹⁶:

- **Première étape : Présentation de l'entreprise** qui comprend : l'Identification de l'entreprise, la Situation des engagements, Situation des garanties, Fiscalité de l'entreprise, Mouvements confiés et chiffres d'affaires, Autres affaires du groupe, Consultation des centrales risques/impayés, Situation des biens immeubles de l'entreprise, Situation des biens meubles de l'entreprise, Rétrospective des engagements
- **Deuxième étape : Présentation du crédit** : Objet de la demande, Rétrospectives des engagements
- **Troisième étape : Etude financière** : Saisie des états financiers de l'entreprise notamment l'Actif le Passif et le TCR, Bilan économique, Soldes intermédiaires de gestion (SIG), Ratios de structure, Ratios d'activité, Ratios de rentabilité, Effet ciseaux-Point mort, Saisie des documents prévisionnels
- **Quatrième étape : La Cotation Risque Emprunteur (CRE)** : CRE activité, CRE management, CRE finance, CRE note globale
- **Cinquième étape : Conclusion** : Synthèse de l'analyste, Appréciation introductive, Décision introductive

⁹⁶ Document interne à la DGA Engagement BADR

1.2. Avantages de cette technologie financière

- Gain de temps
- Risque opérationnel réduit
- Aide pour la prise de décision
- Plus de fiabilité dans les calculs
- C'est à partir des indicateurs de rentabilité que les décisions sont prises

2. Le FLEXCUBE

Le Flexcube est un système receillant une base de données de tous les clients de la BADR sur l'échelle nationale. Ce système a été développé en interne il y a 3 années de cela. FLEXCUBE permet aussi de transférer rapidement des informations entre les services afin de réduire les délais d'attente quand des informations doivent transiter entre différentes personnes, ainsi qu'une amélioration de la coordination.

La BADR a développé un bon système de collecte et de traitement de données, des informations recueillies sur le client ou sur leur façon de consommer les produits bancaires ; leurs données personnelles, leur historique de crédit..., qui permettront d'aiguiller la prise de décision de la banque vis à vis de l'attitude à adopter.

3. Le marketing digital

Par marketing digital on évoque là la plateforme, la page web ou encore le site officiel de la banque⁹⁷ où la banque propose ses différents services et produits (ouverture de compte épargne, les comptes TAWFIR, la bancassurance, la demande de cartes CIB, Internationale... etc) ainsi que des conseillers clientèles en ligne dans le contexte de banque à distance.

4. Les solutions de paiements de la BADR

La BADR propose à ses clients diverses formes de guichets automatiques qui leurs permettent d'effectuer des opérations de retraits sans passer par les guichets classiques. Ainsi, actuellement à la BADR nous pouvons en énumérer trois formes qui sont proposées : le DAB, le GAB et le TPE.

⁹⁷ www.badrbanque.com

4.1.Le DAB

Distributeur Automatique de Billets est un instrument qui assure à la clientèle de la banque les retraits d'espèces.

4.2.Le GAB

Guichet Automatique de Banque, qui est un instrument qui assure des fonctions supplémentaires au simple retrait d'espèces. Parmi les avantages qu'ils procurent, on trouve sont les suivants :

- Retrait rapide ;
- Retrait d'espèces avec choix de compte et du montant ;
- Consultation de solde ;
- Historique de compte ;
- Virement compte à compte avec contrôle planché et plafond ;
- Dépôt de chèque avec ou sans choix de compte ;
- Dépôt d'espèces avec ou sans choix de compte ;
- Dépôt de pli ;
- Demande de chéquier ;
- Demande de RIB ;
- Impression de RIB.

4.3.Le Terminal de Paiement Électronique

Qui est un équipement, installé chez les commerçants, qui permet au porteur de la carte CIB d'effectuer différents types de transactions (achat, remboursement, paiement de facture...). De manière sécurisée, rapide et performante. Ses fonctionnalités sont :

- ✓ Encaissement de paiement par carte bancaire.
- ✓ Remboursement de transaction sur carte CIB.

4.4.Avantages de ces solutions de paiement

- ✓ Un gain de temps en vous évitant les déplacements à l'agence.
- ✓ Plus de sécurité pour vos transactions et moins d'espèce à manipuler.
- ✓ Les TPEs sont des moyens de paiement moderne pour la clientèle

5. La produits monétiques à la BADR

5.1. La carte CIB

La carte CIB est une carte interbancaire, elle est reconnaissable par le logo CIB de l'interbancaire monétique qui est imprimé sur la carte. On trouve également le logo et la dénomination de la banque émettrice de la carte. C'est un instrument de paiement retrait interbancaire. Elle se décompose en deux types : la carte CIB classique et la carte CIB gold⁹⁸.

- **La carte CIB classique** : C'est une carte destinée aux clients salarié titulaire d'un compte (cheque, courant). Sa durée de validité est de 3 ans. La carte classique est plafonnée à 100.000DA pour les retraits et 50.000DA pour les règlements. Elle permet d'effectuer des paiements (sur TPE auprès des commerçants, paiement en ligne), des retraits et la consultation de solde sur DAB/GAB en toute sécurité
- **La carte CIB Gold** : Elle offre les mêmes services que la précédente à la seule différence que son plafond de retrait est beaucoup plus conséquent.

5.2. La carte CBRI

C'est une carte destinée aux clients salariés possédant un salaire supérieur à 50000DA, son plafond de retrait est de 50.000DA. Ce type de la carte permet de faire un transfert d'argent depuis son compte salarié vers son compte épargne et retraits au niveau des DAB.

5.3. La carte TAWFIR

⁹⁹C'est une carte de retrait adossé au compte épargne. Elle est d'une durée de validité de 3ans. Elle permet à son titulaire d'effectuer des retraits et des virements auprès des GAB de la BADR.

Valable uniquement en Algérie, elle est utilisée sur les GAB du réseau monétique BADR et du réseau monétique « RMI ». Elle permet à son titulaire (porteur) d'effectuer sur les GAB du réseau monétique BADR : Des retraits d'espèces ainsi que des virements de son compte chèque vers son compte épargne pour les titulaires de comptes de chèque

⁹⁸ Mémoire de fin de cycle, OULD -SAIDI Katia ; SADANI Samia, *La modernisation des moyens de paiement, Cas de : BADR Banque agence Ouacif 579*, 2021

⁹⁹ OULD -SAIDI Katia ; SADANI Samia, *La modernisation des moyens de paiement, Cas de : BADR Banque agence Ouacif 579*, Mémoire de fin de cycle, Université de Tizi Ouzou ;2021

5.4. La carte affaire

La carte affaire est une carte interbancaire de paiement et de retrait destinée aux entreprises, afin de couvrir leurs différentes dépenses professionnelles (règlement des charges, factures, impôts, frais...). Elle peut être souscrite au nom d'une personne physique habilitée ou préalablement mandatée par celle-ci au profit de l'entreprise titulaire du compte commercial BADR. Il est possible d'avoir une carte affaire et autre carte de retrait en même temps. On a deux types de carte affaire : carte affaire classique et la carte affaire Gold.

- **La carte affaire classique** : Son plafond de retrait est de 50.000DA/Mois, les paiements en ligne 30.000DA/Mois, les paiements hors ligne 20.000DA/Mois et 80.000DA est le plafond du montant de transaction de paiement.
- **La carte affaire Gold** : C'est une carte valable 2ans, ses frais d'acquisition sont de 4.000DA/TTC. Les retraits sont plafonnés à 80000DA/Mois, les paiements en ligne 900.000DA/Mois, les paiements hors ligne 60.000DA/Mois et 200.000DA est le plafond du montant de transaction de paiement¹⁰⁰.

5.5. La Mastercard

La Mastercard est une carte internationale de paiement et de retrait en devise, destinée aux clients physiques de nationalité algérienne ou étrangère résidents en Algérie titulaire d'un compte dinars et d'un compte devises (euro) et/ou à leurs mandataires dûment habilités à faire fonctionner les compte devises et dinars. On a deux types de Mastercard : Mastercard classique et Mastercard Titanium.

- **La Mastercard classique** : C'est une carte adossée à un compte qui dépasse 100Euro, ses frais d'acquisition est de 12.000DA, elle est valable 2ans renouvelable automatiquement, sauf résiliation du contrat par le client soixante (60) jours avant la date de fin de validité de la carte. Le plafond de retrait est de 800EURO/semaine et les paiements 2500Euro/semaine.
- **La Mastercard Titanium** : C'est une carte adossée à un compte qui dépasse 200EURO, ses frais d'acquisition sont de 17.000DA, elle est valable 2ans renouvelable

¹⁰⁰ OULD -SAIDI Katia ; SADANI Samia, *La modernisation des moyens de paiement, Cas de : BADR Banque agence Ouacif 579*, Mémoire de fin de cycle, Université de Tizi Ouzou ;2021

automatiquement, sauf résiliation du contrat par le client soixante (60) jours avant la date de fin de validité de la carte. Le plafond de retrait est de 1000EURO/semaine et les paiements 5000EURO/semaine¹⁰¹

6. La banque à distance à la BADR

Les services bancaires de la BADR à distance sont repartis en BADR net et en BADR net+ comme suit :

6.1. BADR net

C'est un service à distance proposé clients de la BADR et se compose des services suivants :

- Consultation de solde (illimité) ;
- Consultation des mouvements (limitée) ;
- Télécharger et imprimer un relevé d'identité bancaire (RIB).

6.2. BADRnet+

Comporte les produits de BADRnet auxquels s'ajoutent les services suivants :

- Consultation des mouvements (illimité) ;
- Recherche par opération ;
- Historique des soldes ;
- Téléchargement du relevé de compte ;
- Transmission des fichiers de virement de salaires multiples¹⁰²

6.3. Les conditions d'adhésion aux services à distance « BADRnet »

Afin d'accéder au service BADRnet le client doit accomplir certaines conditions qui sont les suivantes :

- Clients physiques (particuliers, commerçants et ceux qui exerce une profession libérale) ;
- Associations et autres détenant un compte chèque ;
- Clients morales (entreprises) détenant un compte courant ;
- Être titulaire d'un compte bancaire en dinars ;

¹⁰¹ Mémoire de fin de cycle, OULD -SAIDI Katia ; SADANI Samia, *La modernisation des moyens de paiement, Cas de : BADR Banque agence Ouacif 579*, 2021

¹⁰² Mémoire de fin de cycle, CHABNI Sylia ; SI MOHAMMED Nawal, *L'expérience de l'E-Banking dans le secteur bancaire Algérien Cas de la BADR (GRE de TIZI-OUZOU)*, 2020

- Avoir une carte bancaire ;
- Souscrire un abonnement auprès de l'agence domiciliataire ;
- Après avoir accompli les conditions citées ci-dessus le client doit signer une convention d'adhésion aux services de la banque en ligne en y inscrivant les comptes concernés par l'abonnement¹⁰³.

6.4.Modalités de traitement des virements bancaires à distance « BADR.net »

Le traitement des virements se fait sur deux niveaux distincts : Le traitement au niveau de la SATIM et le traitement au niveau de l'agence du donneur d'ordre.

6.4.1. Traitement des virements au niveau de la SATIM

Ce traitement se déroule selon les phases énumérées ci-dessous¹⁰⁴ :

6.4.1.1.La Réception des ordres de virements

Les ordres de virements émis par le client sont reçus par la cellule rattachée au département, Gestion des Systèmes Distribués relevant de la Direction Monétique et moyen de paiement (DMo) via le site www.ebanking.badr.dz sous forme de fichiers (EDI/VIRCAC pour les virements de comptes à comptes).

6.4.1.2.Généralité des virements vers le système d'exploitation / Site SATIM

Les fichiers reçus doivent être générés dans un format reconnu par le système d'exploitation de la banque : sous répertoire « EDI/En cours -trt » par la Direction Monétique et moyen de paiement en vue de leur intégration dans le système d'exploitation au niveau du site central.

6.4.1.3.Pré-Intégration des virements

L'utilisation du système d'exploitation/Site Central relevant de la Direction Monétique et moyen de paiement, procède au chargement des fichiers/virements reçus en saisissant les données relatives à l'agence et au donneur d'ordre. Le système exécute un contrôle d'intégrité des virements et affiche les anomalies d'intégrité détectées dans un tableau. Un état-fichiers des

¹⁰³ Mémoire de fin de cycle, CHABNI Sylia ; SI MOHAMMED Nawal, *L'expérience de l'E-Banking dans le secteur bancaire Algérien Cas de la BADR (GRE de TIZI-OUZOU)*, 2020

¹⁰⁴ Mémoire de fin de cycle, CHABNI Sylia ; SI MOHAMMED Nawal, *L'expérience de l'E-Banking dans le secteur bancaire Algérien Cas de la BADR (GRE de TIZI-OUZOU)*, 2020

anomalies détectées au chargement des fichiers est produit et édité automatiquement en fin de traitement. Un état détaillé des virements pré-intégrés peut être établie à la demande. L'utilisation doit procéder à l'édition des virements pré-intégrés, par la saisie d'une fourchette d'agence de donneurs d'ordres, et une date d'exécution indiquée par l'ordonnateur pour les virements à éditer.

6.4.1.4. Intégration des virements

Tous les virements pré-intégrés saisis sont consultés et affichés dans un tableau. L'utilisateur doit sélectionner dans le tableau les virements à intégrer. A l'issue de la sélection, l'utilisateur confirme l'intégration de tous les virements sélectionnés.

6.4.2. Traitement des virements au niveau de l'agence du donneur d'ordre

A la réception des fichiers/virement par l'agence, les traitements cités ci-dessus sont affichés en état d'attente « AT ». Le préposé au poste procède aux contrôles nécessaires pour l'exécution de l'ordre de virement conformément aux instructions en la matière, et valide ou rejette les virements reçus sur le système d'information. En cas de rejet du virement, l'événement ignoré est remonté au site SATIM après traitement de fin de journée, puis transmis sur la plate-forme « E-Banking » et mis à la disposition du client¹⁰⁵.

Section 3. Impact et perspectives des technologies financières de la Banque Algérienne de Développement Rural

1. L'impact des technologies financières de la Banque Algérienne de Développement Rural

1.1. L'impact des technologies financières de la BADR sur le client

À la suite de notre travail, nous en sommes venus à déduire que ces technologies impactent la clientèle comme suit :

- L'accessibilité à tout moment et la facilité des retraits par carte CIB aux DAB et GAB a permis aux clients de gagner du temps en évitant de faire la chaîne pour effectuer ces différentes opérations bancaires ;

¹⁰⁵ Mémoire de fin de cycle, CHABNI Sylia ; SI MOHAMMED Nawal, *L'expérience de l'E-Banking dans le secteur bancaire Algérien Cas de la BADR (GRE de TIZI-OUZOU)*, 2020

- Le client a même la possibilité de payer ses redevances à travers l'E-BANKING sans avoir le besoin de se déplacer ;
- Les applications mobiles permettent aussi le transfert d'argent entre les détenteurs de la même application.

1.2. L'impact des technologies financières de la BADR sur la banque

Les nouvelles technologies financières facilitent considérablement aux banques la collaboration avec une multitude de partenaires, elles aident les banques soit à améliorer et digitaliser des services existants ou bien à lancer de nouveaux produits. En effet, ces technologies permettent d'assouplir l'activité de la banque, permettant même de réduire le personnel, diminuer la pression aux guichets, et surtout réduire les coûts liés aux opérations, du coup, réaliser un meilleur rendement.

- La facilité de traitement de l'information qui est bien organisée et bien structurée
- La diminution du risque opérationnels, pertes, erreurs de classement, liées au papier
- La possibilité d'effectuer un suivi rigoureux de la relation client grâce notamment aux échanges électroniques et ainsi optimiser la relation avec lui.
- Une diminution importante des frais postaux et les frais de transport.

1.3.L'impact des technologies financières de la BADR sur l'économie

Sur le plan économique, ces technologies jouent un rôle très important où :

- Elle réduit la circulation de la monnaie fiduciaire ce qui fait diminuer la fabrication de faux billets et le blanchiment d'argent ;
- Rendent les banques plus rentables en réduisant les coûts et en améliorant la gestion de données grâce à une dématérialisation et une automatisation des opérations ;
- Permettent la gestion de risques, la transmission et l'acquisition de l'information bancaire en temps réel, ce qui fait diminuer les risques de crise.

2. Obstacles et perspectives du développement de la technologie financière

D'après notre étude et les observations faites, voici les conclusions que nous avons pu tirer du non-développement de la technologie financière à la BADR : Raisons culturelles : certains Algériens ont une préférence pour le retrait d'argent en liquide pour des raisons d'ordre culturel ; Certains Algériens ne sont pas encore habitués aux modes de paiement à distance ; Le manque de

confiance en le paiement électronique/à distance empêche également l'adoption de ces méthodes de paiement qui peut être dû à la non-maîtrise ou à l'insatisfaction passée de certains clients ; Le manque d'information : certains clients porteurs de la carte CIB ignorent qu'ils détiennent des cartes pouvant servir à faire de paiements et un beau pourcentage des clients de banque ignorent que leur banque propose des services à distance ; Le plafond fixé par la banque peut transformer la carte interbancaire en un instrument contraignant de retrait chez les porteurs de la carte interbancaire (CIB) ; Quant aux commerçants ne sont pas emballés par l'e-paiement pour une raison bien simple, dans ce nouveau mode de paiement, les transactions commerciales sont facilement traçables, ce qui ne leur permet pas d'échapper à l'administration fiscale ; S'abonner à un réseau de connexion ou de communication qui pose souvent problèmes pour les habitants des régions isolées ; Le manque d'accès de la clientèle à l'internet est une forte raison de la sous-utilisation des services bancaire sur internet (M-Banking, E-Banking ...) ; Certains clients restent attachés à leurs carnets de chèque au détriment des cartes CIB.

Pour mieux illustrer l'envie de développement de ce secteur à la BADR prenons cet exemple palpable de la BADR à Mila qui sort de ses quartiers pour aller à la rencontre des citoyens dans une mission de sensibilisation de ses produits. Après les sorties effectuées dans les villes de Mila et de Rajas, le directeur régional de cette institution et son équipe ont rejoint, la commune de Grarem-Gouga. Interrogé sur les objectifs de ses sorties de proximité par le journal *Le Soir d'Algérie*, Azzedine Haddadi, directeur régional de la BADR, expliquera : « Nous cherchons à vulgariser les produits et les services de la BADR. Nos établissements assurent une multitude de services gratuits ou à moindre coût et nous souhaitons que les citoyens en profitent. » Parmi ces prestations, le Directeur cite la CPB, le service BADR-Net et BADR-SMS. Par ailleurs, il déplore le peu d'empressement des professionnels par rapport à l'acquisition de TPE. Le directeur régional qualifie, en effet, la demande sur les TPE de « modeste ».

Dans cet ordre d'idées, Mme Benaouida, cadre à l'agence de la Badr à Mila, précise qu'à ce jour, plus de 600 commerçants ont adhéré à l'opération d'installation des TPE depuis son lancement. « Le chiffre est modeste par rapport au nombre de commerçants et d'industriels à travers la wilaya, mais encourageant pour un début », a-t-elle précisé. Signalons que la direction régionale de la BADR a mis en place un programme de sensibilisation

à ses produits comprenant 12 sorties de proximité, selon le directeur régional de la BADR à Mila, dont 9 dans les localités où sont implantées les succursales bancaires et 3 dans les zones d'ombre¹⁰⁶.

CONCLUSION

La BADR depuis 2018 s'efforce tant bien que mal à développer ses services bancaires, surtout la banque à distance, dans le but de satisfaire au maximum sa clientèle.

On a constaté que la notion de l'E-Banking est utilisée par la clientèle en fonction de leurs profession, éducation, revenu ainsi que leurs âges jouent un rôle primordial. On peut dire aussi que parmi les différentes raisons pour lesquelles la BADR a adopté l'E-Banking, on trouve l'amélioration de la gamme de service, répondre aux exigences de sa clientèle en termes de sécurité de service et de satisfaction des clients, ainsi que faire diminuer la charge aux guichets bancaires.

¹⁰⁶ La BADR, vulgarisation de ses produits ; Le soir d'Algérie ; publié le <https://www.lesoirdalgerie.com/regions/la-badr-bank-en-mission-de-vulgarisation-de-ses-produits-60139>

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

À première vue, nous pourrions penser que la montée de la FinTech constitue une concurrence sérieuse voire une menace pour le secteur bancaire et, en particulier, pour ses acteurs historiques. En effet, certaines entreprises de la FinTech proposent les mêmes services que les banques et, à l'heure où chacun passe de plus en plus de temps sur les écrans, il devient potentiellement de plus en plus tentant de pouvoir tout faire en ligne rapidement et facilement comme le promettent ces start-ups innovantes. Avec la pression exercée par la FinTech, les banques se doivent donc de proposer des services toujours plus simples et plus rapides. Si elles ne le font pas, elles pourraient vite être dépassées et délaissées.

Mais, en réalité, l'essor de la FinTech a plutôt un effet de stimulation qui pousse les banques à innover : ces dernières sont actuellement face à un défi de taille qui implique de repenser leur business model et d'accélérer leur démarche de transformation digitale. Cette transformation était d'autant plus nécessaire que la crise du Corona Virus a bien montré que le développement des activités digitales est une priorité, à l'heure où les déplacements et les actions dans le monde physique peuvent être parfois grandement limités.

Les banques se seront aperçues que le public utilise de plus en plus les solutions Fintech et vont essayer d'élaborer leurs équivalents en interne. Elles ont une capacité de financement supérieure à celle des Fintech. Après quelques années, elles pourront proposer des solutions équivalentes qui répondront aux attentes du public.

Il est possible pour les banques de procéder à cette transformation digitale tout en gardant leur essence et leur spécificité grâce à la mise en place de collaborations avec les sociétés de FinTech. D'ailleurs, à ce sujet, une récente étude menée par PwC¹⁰⁷ a révélé que 82 % des établissements financiers traditionnels prévoient de renforcer leurs partenariats avec les FinTech d'ici cinq ans. Un chiffre qui montre bien que les banques se voient parfaitement cohabiter avec

¹⁰⁷Price water house Coopers (PWC) est un réseau britannique d'envergure internationale d'entreprises spécialisées dans des missions d'audit, d'expertise comptable et de conseil privilégiant des approches sectorielles à destination des entreprises

CONCLUSION GENERALE

les startups innovant dans le secteur financier. Elles comptent même profiter de leur expertise et de leur savoir-faire pour développer leurs offres et services.

Par ailleurs, il est important d'avoir en tête que les FinTech, même celles proposant des services aux particuliers, ne sont pas, au sens juridique du terme, des banques. Pour exercer, elles s'appuient sur les nouveaux agréments créés ces dernières années dans le cadre de la dérégulation du secteur financier et qui leur permet de se focaliser sur un seul produit ou un service financier. Dès lors, elles ne peuvent pas concurrencer directement l'ensemble des prestations proposées par les banques. Ainsi pour une offre bancaire complète et digitale, il faut se tourner vers les banques en ligne.

En somme, on le voit, les sociétés de FinTech et les banques disposent de qualités qui sont bien plus complémentaires que rivales. Alors que les banques peuvent apporter leur capital, leur image de marque et la confiance de leurs clients aux start-up spécialisées en FinTech, ces dernières peuvent faire évoluer les banques en matière d'innovation, d'agilité, de réduction des coûts ou encore d'expérience client et d'utilisation des données.

A la question de savoir si les FinTechs sont-elles réellement une menace pour les banques on peut clairement y répondre oui et non. D'une part, certaines FinTechs empiètent sur des secteurs réservés aux banques de détail : le paiement (paytechs), les services bancaires du quotidien (néobanques), le crédit (crowdfunding et crowdlending). Nombre de FinTechs ne sont pas des banques, mais permettent à l'utilisateur de contourner les banques pour certaines opérations. En outre, les comparateurs accentuent la concurrence entre établissements bancaires, puisque le consommateur a désormais accès à toutes les offres du marché. L'asymétrie d'information s'est résorbée. D'autre part, certaines FinTechs sont complémentaires aux activités traditionnelles de la banque. C'est le cas des regtechs, qui simplifient le suivi des contraintes réglementaires appliquées aux acteurs de la finance ; mais également des paytechs, qui en collaboration avec les banques, peuvent compléter l'offre de celles-ci pour mieux l'adapter aux besoins de leurs clients.

Les institutions financières se sont concentrées sur les transactions en succursale plutôt que sur le comportement des clients, et grâce à une approche omni canal, les banques et les coopératives de crédit peuvent fournir conseils, produits et services pour les consommateurs sur tous les canaux de commercialisation distribués (via le web, smartphone, GAB ou DAB) ou en

CONCLUSION GENERALE

agence. Les services bancaires omni canaux bancaires sont le moteur de ces institutions financières surveillent de près le comportement d'achat, les préférences et les choix des clients canaux/dispositifs, créant une infrastructure informatique agile pour soutenir l'innovation centrée sur le client, donc les enjeux de la banque en ligne incluent toutes les raisons développent et positionnent les clients.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

Philippe HERLIN « Apple Bitcoin, Paypal, Google : La fin des banques ? » Edition Eyrolles France, 2017

EY. « EY FinTech Adoption Index 2017 »,

BUFFET Guillaume collection livre blanc, comprendre la blockchain, édition U • uchange .co, Janvier 2016

Vincent Lachene, *Livre Blanc sur la technologie Blockchain* ; Sigma Gestion, 2018

Tristan Gaudiaut, Paiement en ligne : les services les plus populaires en France, 14 juin 2022

MEMOIRES/THESES

Yassine Talbi, Mémoire sur les Fintechs disponible sur <https://fr.slideshare.net/YassineTalbi5/mmoire-sur-les-fintech> consulté le 29/09/2022

Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de master, *Thomas STEINVILLE La Fintech Et Les Nouveaux Rapports De Force Sur Le Secteur Bancaire Et Financier*

Avin Cheikho. L'adoption des innovations technologiques par les clients et son impact sur la relation client - Cas de la banque mobile -. Gestion et management. Université Nice Sophia Antipolis, 2015. P9

Thèse de doctorat Dr Khelil Abderrazek, *Le marketing bancaire face au défi des nouvelles technologies*, université de Laghouat (Algérie)

Mémoire Valentine LOWAGIE sur les Fintechs (Les nouvelles formes de financement des créances commerciales et leur impact sur les banques)

Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master, BRAKBI Imane ; Mlle.CHERDOUANE Sabrina, *La modernisation du système bancaire algérien Cas de la banque BADR-Agence d'Akbou (n°358)*, 2016

Mémoire de fin de cycle, OULD -SAIDI Katia ; SADANI Samia, *La modernisation des moyens de paiement, Cas de : BADR Banque agence Ouacif 579*, 2021

Mémoire de fin de cycle, CHABNI Sylia ; SI MOHAMMED Nawal, *L'expérience de l'E-Banking dans le secteur bancaire Algérien Cas de la BADR (GRE de TIZI-OUZOU)*, 2020

BIBLIOGRAPHIE

ARTICLES/REVUES

- Revue par ERIC ESTEVEZ, Financial Technology (Fintech) : Its Uses and Impact on Our Lives, 22/06/2022, consultée le 30/09/2022
- Rapport de Saïd Bourjij sur l'Innovations technologiques et offre de services financiers en appui au Développement Dans Techniques Financières et Développement 2016/3-4 (n° 124), pages 7 à 26
- NetApp, *Qu'est-ce que l'intelligence artificielle ?* consulté le 03/10/2022
- Ana Canteli, Technologie financière – fintech, écrit le 03/08/2018 disponible sur <https://www.openkm.fr/fr/blog/technologie-financiere-fintech.html>
- Revue par ERIC ESTEVEZ, Financial Technology (Fintech) : Its Uses and Impact on Our Lives, 22/06/2022, consultée le 30/09/2022
- Rapport de Laurent Bour, transformation digitale sur le journal de CM 11 octobre 2018, disponible sur le <https://www.journalducsm.com/> consulté le 03/10/2022

- Jean Marien, *Qu'est-ce qu'un agrégateur de compte bancaire ?* Rédigé le 05/10/2022 disponible sur <https://bridgeapi.io/blog-posts/agregateur-comptes-bancaires/> consulté le 06/10/2022
- NetApp, *Qu'est-ce que l'intelligence artificielle ?* consulté le 03/10/2022
- Pretto, Quelles sont les différentes formes de crowdfunding ? Article publié le 25/03/2021 disponible sur <https://www.pretto.fr/contenu-partenaire/differentes-formes-crowdfunding/> consulté le 02/10/2022
- Paiements en ligne : une étude prédit une explosion de la fraude d'ici 2020 Disponible sur <http://www.cbanque.com/actu/57901/paiements-en-ligne-uneetude-predit-une-explosion-de-la-fraude-ici-2020>
- Qu'est-ce qu'un Robot-Advisor ? Disponible à l'adresse : <http://www.lesmeilleursfonds.com/article.php?post=51>
- Article rédigé par M&BD Consulting La montée du digital, une nécessité pour le secteur bancaire, consulté le 07 octobre 2022 sur le lien <https://www.mbdconsulting.ch/publications/montee-du-digital-necessaire-secteur-bancaire>
- Article, Rachel De Oliveira, *Le développement d'une stratégie omnicanal pour répondre aux enjeux de centricité client*, Rédigé le 14 décembre 2021, disponible sur le lien <https://finclay.com/le-developpement-dune-strategie-omnicanal-pour-repondre-aux-enjeux-de-centricite-client/> consulté le 17 octobre 2022
- Article par Infos Nouvelles Technologies “ GAFAM Chinois ou BATX : les plus grandes entreprises Chinoises — GAFAM en chine” mis à jour le 04/10/2021 consulté le 15/11/2022
- Article : GAFA, GAFAM ou NATU : les nouveaux maîtres du monde, disponible sur <https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-et-societe/nouvelles-economies/gafa-gafam-ou-natu-les-nouveaux-maitres-du-monde/> consulté le 31/10/2022
- Article Christophe Alix et Raphaël Balenieri, BATX : les quatre géants du web chinois, 09 janvier 2018 disponible sur https://www.liberation.fr/france/2018/01/09/batx-les-quatre-geants-du-web-chinois_1621349/

BIBLIOGRAPHIE

- Rapport FMI et BANQUE MONDIALE 2018
- Rapport trimestriel BRI, septembre 2018 page 3 et 4
- Article *Comment fonctionne un robo-advisor dans la gestion d'épargne en ligne ?*
- Ecrit le 11 avril 2019 disponible sur <https://www.bigshort.fr/comment-fonctionne-un-robo-advisor-dans-la-gestion-depargne-en-ligne/> consulté le 05 novembre 2022
- Article Jellyfish, Juin 2021 disponible sur <https://www.fortuneo.fr/cote-finances/banque/qu-apporte-la-fintech-aux-banques-685> consulté le 15/11/2022
- Article Finance pour tous Fintechs 20/10/2021 disponible sur le lien <https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-et-societe/nouvelles-economies/fintechs/#:~:text=Si%20le%20d%C3%A9veloppement%20de%20services,occulte%20et%20de%20stabilit%C3%A9%20financi%C3%A8re>. Consulté le 15/11/2022
- Article TatvaSoft "FINTECH CHALLENGES AND OPPORTUNITIES", consulté le 15/11/2022
- Ajlouni & Al-Hakim, *Financial Technology in Banking Industry: Challenges and Opportunities* consulté sur https://www.researchgate.net/publication/331303690_Financial_Technology_in_Banking_Industry_Challenges_and_Opportunities
- *The growth of Fintech and Regtech in financial services*, disponible sur <https://www.consultancy.uk/news/22261/the-growth-of-fintech-and-regtech-in-financial-services>
- Source : MAGHREB EMERGENT <https://maghrebemergent.net/sylabs-et-natixis-algerie-signent-un-contrat-dans-le-domaine-de-la-technologie-des-finances/> consulté le 15/11/2022
- Article de la SATIM disponible sur le site officiel de la SATIM consulté le 21/11/2022

WEBOGRAPHIE

<https://www.bankobserver-wavestone.com/la-place-des-geants-du-numerique-dans-le-secteur-bancaire/>

Site officiel de la BANXY www.banxybank.com

Site officiel de la BNA www.bna.dz/fr/

Site officiel de la Trust Bank www.trustbank.dz

Site officiel de la Société Générale www.societegenerale.dz

Site officiel de la BDL www.bdl.dz

<http://www.cawjijel.org/fr/financement-agricole/87-presentation-de-la-banque-badr>

<https://www.lesoirdalgerie.com/regions/la-badr-bank-en-mission-de-vulgarisation-de-ses-produits-60139>

BIBLIOGRAPHIE

AUTRES DOCUMENTS

- Document interne de la BADR DGA Engagement
- Rapport du FMI et de la Banque Mondiale

ANNEXES

ANNEXES

Annexe n°1 : GAFAM

Google

facebook



 Microsoft

amazon

ANNEXES









Annexe n°2 : BATX



ANNEXES

Annexe n°3 : Présentation des services proposés par les géants du web








Banque au quotidien							Crédit			
amazon										
Apple	X									
G	X									
f	X	X	X							
Baidu 百度	X									
Alibaba Group 阿里巴巴集团	X									
Tencent 腾讯	X									
mi	X	X								

 Carte de crédit	 Paiement P2P*	 Crédit pour les TPE/PME
 Paiement en ligne	 Banque en ligne	 Crédit à la consommation
 Paiement mobile	 Paiement par reconnaissance faciale	

Source : <https://www.bankobserver-wavestone.com/la-place-des-geants-du-numerique-dans-le-secteur-bancaire/>

ANNEXES

Annexe n°4 : Services d'épargne/placement proposés par les BATX

Épargne / Placement	Scoring/BaaS**
Baifa  <ul style="list-style-type: none">Lancé en 2013Rendement : entre 4% et 6%	Baidu Trust (BaaS)  <ul style="list-style-type: none">Lancé en 2018Objectif : sécuriser les transactions
Yu'e Bao  <ul style="list-style-type: none">1^{er} fond d'investissement au monde (2013)170 milliards (€) d'actifsCapital moyen investi : 490 €	Crédit Sésame  <ul style="list-style-type: none">Outil de scoring lancé en 2015Basé sur le Big Data (informations personnelles, historique de paiements, juridique, données gouvernementales)
Licaitong  <ul style="list-style-type: none">Lancé en 2014Rendement : entre 4% et 11%	TrustSQL (Baas)  <ul style="list-style-type: none">Lancé en 2017
Huoqibao  <ul style="list-style-type: none">Lancé en 2015Rendement : entre 3% et 5%	

Source : <https://www.bankobserver-wavestone.com/la-place-des-geants-du-numerique-dans-le-secteur-bancaire/>

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES

PAGE DE GARDE

REMERCIEMENT

DEDICACES

LISTE DES ABREVIATIONS

LISTE DES ILLUSTRATIONS

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE	0
CHAPITRE I PRÉSENTATION DU CONCEPT DES « FINTECHS ».....	0
INTRODUCTION	4
Section 1. Définition et évolution	4
1. Définition	4
2. Comprendre la Fintech	5
3. Caractéristiques les Fintechs	6
4. Évolution des Fintechs.....	6
4.1. Le transfert de fonds	8
4.2. Gestion patrimoniale	9
4.3. Apport de fonds.....	9
4.4. Sécurisation des échanges monétaires	10
5. Fintech et nouvelles technologies.....	10
5.1. L'intelligence artificielle.....	11
5.1.1. Détection des fraudes.....	12
5.1.2. Service client virtuel	13
5.1.3. Chat bot	13
5.2. Blockchain	13
6. Utilisateurs Fintechs	16
7. Classification des Fintechs	17
Section 2. Les différents services offerts par les fintechs.....	18
1. Les services dédiés aux banques B2B.....	18
1.1. Banque en ligne	18
1.2. Les agrégateurs de comptes bancaires.....	19
1.3. Le financement participatif	20
1.3.1. Le donation-based crowdfunding ou don	21
1.3.2. Le reward-based crowdfunding ou don avec contrepartie	21

TABLE DES MATIERES

1.3.3.	Le crowdlending ou financement par prêt	21
1.3.4.	Le crowd-equity ou investissement au capital.....	22
1.4.	Paiement en ligne et autres services financiers	23
2.	Services dédiés aux entreprises.....	24
2.1.	E-commerce.....	24
2.2.	Paiements mobiles.....	24
3.	Services dédiés aux clients.....	25
3.1.	Portefeuille en ligne	25
3.2.	Transfert de fonds.....	25
4.	Emission et gestion de la monnaie.....	26
5.	Financement participatif.....	26
5.1.	Equity crowdfunding (investissement participatif)	26
5.2.	Crowdlending (sous forme de prêt).....	26
5.3.	Crowgiving (sous forme de don).....	26
5.4.	Reward based crowdfunding (sous forme de récompense).....	27
6.	Gestion des investissements	27
Section 3.	Évolution de secteur bancaire face aux avancées technologiques et digitales.....	29
1.	Raisons de l'évolution du secteur bancaire	29
1.1.	La menace des nouveaux entrants.....	30
1.2.	La crise de 2008 et ses conséquences.....	31
1.3.	Les banques mobiles.....	32
1.4.	Blockchain	33
1.5.	Le marketing bancaire	36
1.6.	Orientation des banques vers l'omnicanal	37
1.6.1.	Des appétences différentes selon les canaux.....	38
1.6.2.	Favoriser une vision de bout en bout	39
1.6.3.	Désiloter l'organisation	40
1.6.4.	Incentiver la centricité client	40
1.6.5.	Assurer la montée en compétences des équipes	40
1.6.6.	Piloter la performance de l'omnicanal	41
1.6.7.	Assurer la transparence et la réactivité	41
1.6.8.	Gouverner et exploiter la data.....	42
CONCLUSION	44
CHAPITRE II	45
LES BANQUES FACE AUX FINTECHS	45

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	46
Section 1. L'importance des Fintechs et leur impact sur le secteur bancaire.....	47
1. Stratégie et rôle du FMI et de la Banque Mondiale dans le lancement du programme des fintechs.....	47
1.1. Adhésion à la promesse de la fintech avec ses répercussions sociales et économiques....	47
1.2. Amélioration des prestations de services financiers	47
1.3. Accroissement de l'intensité de la concurrence et l'attachement à des marchés ouverts	48
1.4. Plus d'importance à la fintech	48
1.5. L'accompagnement des fintechs.....	48
1.6. Application du cadre réglementaire.....	48
1.7. Garantie de la probité des systèmes financiers	49
1.8. La mise en œuvre d'un environnement juridique propice.....	49
1.9. Assurer la solidité des systèmes monétaires et financiers domestiques	49
1.10. Conservation des avantages de la fintech	49
1.11. Renforcement d'un cadre réglementaire efficace et efficient.....	50
1.12. Favoriser le contrôle collectif du système monétaire et financier international et réalisation des politiques	50
2. SWOT Fintechs.....	50
2.1. Points forts.....	50
2.2. Faiblesses	51
2.3. Opportunités	52
2.4. Menaces	53
3. Les risques et les opportunités résultants des Fintechs.....	53
3.1. Les risques liés aux Fintechs.....	53
3.1.1. Les risques liés à la cybercriminalité	53
3.1.2. Les risques liés à l'argent sale.....	54
3.1.3. Des risques pour la stabilité financière.....	54
3.2. Opportunités liées aux Fintechs	54
3.2.1. Services de paiement numérique	54
3.2.2. Big Data et analytique	55
3.2.3. Technologie de la Blockchain	55
3.2.4. Personnalisation.....	56
3.2.5. Automatisation des processus robotiques.....	56
4. L'impact des Fintechs sur l'activité principale de la banque	57

TABLE DES MATIERES

4.1.	Le fonctionnement des Fintechs de crédit	57
4.2.	Le fonctionnement des Fintechs d'épargne.....	60
4.3.	L'impact des activités de fintechs sur les moyens de paiements.....	61
4.4.	Impact sur les clients	62
5.	Les Fintechs, une menace pour les banques ?.....	62
Section 2.	Les géants du web	66
1.	Google Apple Facebook Amazon Microsoft.....	66
1.1.	GOOGLE.....	66
1.2.	APPLE	67
1.3.	FACEBOOK	67
1.4.	AMAZON	68
1.5.	MICROSFT.....	68
2.	Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi	71
2.1.	BAIDU	71
2.2.	ALIBABA	73
2.3.	TENCENT	73
2.4.	XIAOMI.....	74
3.	Services financiers proposés par ces géants du web	74
Section 3.	Section 3. Perspective de la fintech en Algérie	74
1.	Les neobanques en Algérie.....	74
1.1.	Banxy, filiale de Natixis.....	74
1.2.	La banque en ligne de la BNA	75
1.3.	Trust Connect par Trust Bank: banque à distance de la Trust Bank	76
1.3.1.	TB@NET	76
1.4.	La banque en ligne Société Générale Algérie.....	78
1.5.	La banque en ligne de la Banque de Développement Local.....	79
1.6.	Le service AlBaraka Smart.....	80
1.6.1.	Al Baraka net	80
2.	Partenariat entre SYLABS et NATIXIS	81
3.	La PayTech Challenge par la SATIM	82
4.	Perspectives de la monnaie numérique en Algérie	83
CONCLUSION	84
CHAPITRE III.....	86
LA TECHNOLOGIE FINANCIÈRE DANS LA BANQUE : CAS DE LA DGA ENGAGEMENT	86
« 180 » BADR-ALGER	86

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	87
Section 1. Historique et évolution de la Banque Algérienne de Développement Rural.....	87
1. Historique de la Banque Algérienne de Développement Rural.....	87
2. Missions de la BADR.....	89
3. Objectifs de la BADR	90
4. Organisation de la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural	90
5. Synthèse des activités de la BADR dans son repositionnement stratégique.....	91
6. Différents produits de la BADR	92
6.1. Les différents de comptes.....	92
6.1.1. Les comptes à vue	92
6.1.2. Le compte courant	92
6.1.4. Le compte à terme	93
6.1.5. Autres types de comptes.....	93
7. Les équipements modernes de la BADR.....	94
8. Présentation du Département De Financement Des Petites Et Moyennes Entreprises De La Banque Algérienne De Développement Rural	95
8.1. Organisation du Département De Financement Des Petites Et Moyennes Entreprises De La Banque Algérienne De Développement Rural.....	95
8.2. Missions de la DFPME	96
Section 2. La technologie financière au sein de la Banque Algérienne de Développement Rural	98
1. Le système d'étude et d'évaluation des dossiers de crédit de la Banque Algérienne de Développement Rural.....	98
1.1. Présentation.....	98
1.2. Avantages de cette technologie financière	100
2. Le FLEXCUBE	100
3. Le marketing digital	100
4. Les solutions de paiements de la BADR	100
4.1. Le DAB	101
4.2. Le GAB	101
4.3. Le Terminal de Paiement Électronique	101
4.4. Avantages de ces solutions de paiement.....	101
5. La produits monétiques à la BADR	102
5.1. La carte CIB.....	102
5.2. La carte CBRI.....	102
5.3. La carte TAWFIR.....	102

TABLE DES MATIERES

5.4.	La carte affaire.....	103
5.5.	La Mastercard.....	103
6.	La banque à distance à la BADR.....	104
6.1.	BADR net.....	104
6.2.	BADRnet+	104
6.3.	Les conditions d'adhésion aux services à distance « BADRnet ».....	105
6.4.	Modalités de traitement des virements bancaires à distance « BADR.net ».....	105
6.4.1.	Traitement des virements au niveau de la SATIM.....	105
6.4.2.	Traitement des virements au niveau de l'agence du donneur d'ordre	106
Section 3.	Impact et perspectives des technologies financières de la Banque Algérienne de Développement Rural.....	107
1.	L'impact des technologies financières de la Banque Algérienne de Développement Rural.....	107
1.1.	L'impact des technologies financières de la BADR sur le client	107
1.2.	L'impact des technologies financières de la BADR sur la banque.....	107
1.3.	L'impact des technologies financières de la BADR sur l'économie	107
2.	Obstacles et perspectives du développement de la technologie financière	108
	CONCLUSION	109
	CONCLUSION GENERALE	112
	BIBLIOGRAPHIE	
	ANNEXES	
	TABLE DE MATIEERES	
	RESUME	

RESUME

Les fintechs peuvent être décrites comme des entreprises qui fournissent des solutions pour les services financiers par le biais de technologies innovantes, plutôt que par les méthodes bancaires traditionnelles.

L'impact des fintechs sur les banques a été significatif, de nombreuses banques ayant du mal à suivre le rythme du changement dans leur secteur. L'avantage d'encourager le développement et le financement des Fintechs est que cela les aidera non seulement à s'adapter, mais aussi à prospérer.

Les banques ont traditionnellement été lentes à adopter les nouvelles technologies en raison de leur coût élevé et de leur taux de réussite limité lorsqu'elles le font. Cependant, il existe aujourd'hui de nombreux développements qui permettent aux banques de rester plus facilement compétitives tout en restant pertinentes sur un marché en constante évolution. Il s'agit notamment des applications mobiles, des services bancaires numériques tels que les paiements mobiles, les prélèvements automatiques, les cartes de crédit et les virements électroniques, qui peuvent être effectués sur votre smartphone ou votre ordinateur ; des plateformes en ligne telles que eBay ou Amazon, qui vous permettent d'acheter des produits directement depuis votre bureau ; des plateformes de négociation en ligne telles que les options binaires et les CFD, qui vous permettent d'effectuer des transactions en utilisant des devises virtuelles ; des plateformes de prêt de pair à pair telles que Lending Club, qui permettent aux particuliers de prêter de l'argent directement à leurs clients.

Les Fintech (sociétés de technologie financière) aident les banques à relever ce défi en proposant de nouveaux services qui offrent commodité et sécurité à des prix inférieurs à ceux des options bancaires traditionnelles.

Mot clés : Fintechs, banque, technologie financière

ABSTRACT

Fintechs can be described as companies that provide solutions for financial services through innovative technologies, rather than traditional banking methods.

The impact of fintechs on banks has been significant, with many banks struggling to keep pace with change in their sector. The advantage of encouraging the development and financing of Fintechs is that it will help them not only to adapt, but also to prosper.

Banks have traditionally been slow to adopt new technologies because of their high cost and limited success rate when they do so. However, there are many developments today that allow banks to remain more easily competitive while remaining relevant in a constantly changing market. These include mobile applications, digital banking services such as mobile payments, direct debits, credit cards and electronic transfers, which can be made on your smartphone or computer; online platforms such as eBay or Amazon, which allow you to buy products directly from your office; online trading platforms such as binary options and CFDs, which allow you to make transactions using virtual currencies; peer-to-peer lending platforms Lend money directly to their customers.

Fintech (financial technology companies) help banks meet this challenge by offering new services that offer convenience and security at lower prices than traditional banking options.

Keywords: fintechs, banking, fintech