

2022 PRÉDICTIONS

L'AVENIR DE LA BANQUE





LE SECTEUR BANCAIRE A CONNU DE NOMBREUX CHANGEMENTS EN 2021, AU BENELUX, EN EUROPE ET DANS LE MONDE ENTIER. NOUS AVONS ASSISTÉ À DES CAS DE BANQUES MODERNISANT LEURS INFRASTRUCTURES, À DES INITIATIVES SUR L'ADOPTION DE LA MUTUALISATION DE DAB ET À UNE ATTENTION CONTINUE SUR L'ACCÈS AUX ESPÈCES. CELA DIT, À L'AUBE DE CETTE NOUVELLE ANNÉE, **AURIGA** PROPOSE CINQ TENDANCES CLÉS SUSCEPTIBLES D'ÊTRE OBSERVÉES EN 2022 DANS LE SECTEUR DES SERVICES FINANCIERS ET BANCAIRES.

Demande d'argent liquide VS disparition des DAB

Malgré le boom des banques digitales, du mobile-banking et des services en ligne auquel nous avons assisté ces dernières années, beaucoup préfèrent encore une expérience bancaire en personne. L'utilisation de l'argent liquide a peut-être reculé au début de la pandémie, mais on assiste à une résurgence : la quantité d'argent liquide circulant dans les réseaux de DAB augmente désormais globalement, tandis que le nombre de DAB diminue - l'étude Global ATM Market and Forecasts de RBR prévoit que le taux de croissance annuel composé (TCAC) des retraits d'argent liquide dans le monde sera de 2 % d'ici 2026.

Alors que l'utilisation des espèces est de nouveau en hausse, le rôle des agences et des DAB est remis en question et pourrait être menacé. Les coûts opérationnels des parcs de DAB sont de plus en plus

élevés, puisque les banques doivent faire face aux dépenses supplémentaires liées à la prévention de la fraude et des cyber-attaques sur les machines et leurs réseaux informatiques.

Les banques continuent de fermer les distributeurs automatiques plutôt que d'adopter des politiques qui renforcent leur sécurité, ce qui a un impact sur les clients qui ont besoin d'accéder à des services bancaires ou à des liquidités au niveau local.

Les banques devraient donc utiliser leurs agences pour exploiter le regain d'appétit pour le service personnalisé et s'en servir pour regagner la fidélité des clients plutôt que de les envoyer dans les bras de leurs nouveaux concurrents. Il est possible de construire un réseau d'agences de nouvelle génération qui soit durable et rentable.

Les paiements sans contact



Le paiement sans contact est une réalité et est devenu le choix de paiement préféré de nombreux consommateurs grâce à sa facilité d'utilisation. Selon [Visa](#), il y a une demande croissante évidente pour les transactions sans contact à travers l'Europe. En France et en Allemagne, le nombre de transactions sans contact a augmenté respectivement de deux tiers et de près de la moitié d'une année sur l'autre.

En Belgique, selon les [chiffres clés de Bancontact Payconiq Company](#), en août 2021, il y a eu pour la première fois plus de paiements sans contact (50,8% de tous les paiements Bancontact en magasin) que de paiements traditionnels.

Bien que les avis soient partagés quant à l'exposition à la fraude par les paiements sans contact, les banques et les institutions financières peuvent minimiser le risque en adoptant les bonnes mesures et solutions. C'est pourquoi les banques ont autorisé un nombre ou une valeur maximum de transactions sans contact avant que la validation du code pin ne soit requise. Dans de nombreux cas, les consommateurs peuvent même fixer leur propre limite à un niveau inférieur.

Les banques doivent donc rester concentrées sur la sécurité. C'est essentiel pour la poursuite du déploiement de la technologie sans contact. Mais elles ne doivent pas oublier ceux qui se sentent mal à l'aise avec cette exposition supplémentaire et toujours leur donner différentes options et leur laisser le choix.





L'agence du futur

La fermeture d'agences est souvent considérée comme un moyen de réduire les coûts et d'accroître l'efficacité, mais elle peut nuire à la fidélité des clients et à la réputation de l'entreprise. Les banques doivent donc trouver un compromis et revoir complètement leurs stratégies en matière d'agences : la réduction des investissements immobiliers doit s'accompagner d'une augmentation des investissements dans la technologie et l'automatisation afin d'offrir un nouveau modèle d'agence allégé. Les banques doivent faire preuve de plus d'imagination pour construire un réseau d'agences de nouvelle génération, durable et rentable, qui s'engage auprès des clients, avec un service personnalisé.

La solution [#NextGenBranch](#) d'Auriga est un moyen d'aller de l'avant, car elle encourage le développement d'une agence numérique orientée vers le client et soutenue à distance, qui peut fournir un accès aux services bancaires 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 en s'appuyant sur des self-services assistés avancés et les nouvelles technologies, notamment les services bancaires vidéo, l'IA et les solutions d'automatisation des agences. Elle peut aider les banques à réduire jusqu'à 40% les coûts de fonctionnement d'une agence, tout en maintenant la relation humaine des clients avec la banque. La technologie devient aussi un moyen pour renforcer le rôle professionnel des opérateurs, qui pourront offrir des conseils à distance sur les opérations les plus complexes.

LA #NEXTGENBRANCH EST UNIQUE SOUS PLUSIEURS ASPECTS:

- SEAMLESS** ► Tous les canaux bancaires sont gérés sur une solution logicielle unique qui permet une véritable expérience bancaire omnicanale, dans des environnements digitaux et physiques, y compris les agences.
- SHAPED TO FIT** ► Cette solution est née pour être adaptée à la fois dans l'espace, les services et le réseau matériel de la banque. Les dispositifs et les modules peuvent être choisis librement pour répondre aux différentes stratégies bancaires.
- STRATEGIC** ► Grâce à la #NextGenBranch, les banques peuvent garder une présence dominante sur les territoires clés et maintenir une offre compétitive dans le nouveau monde des banques digitales.
- SERVICE-ORIENTED** ► Les services bancaires courants automatisés et les dispositifs de libre-service assisté constituent les pièces maîtresses de la banque de demain.
- SUPERIOR** ► Un investissement dans une plateforme de haut niveau qui intègre des technologies telles que l'IA, l'IoT et le cloud permet de soutenir les processus et de prendre en charge les services bancaires end-to-end. Cette plateforme bancaire en libre-service de nouvelle génération vise à améliorer l'expérience d'utilisation des consommateurs et à permettre aux banques de définir une stratégie de canal intégrée, en optimisant et en transformant leurs offres.
- SHARED** ► En fonction de la taille de l'agence, les espaces optimisés peuvent être utilisés pour offrir des services utiles et à valeur ajoutée à la communauté ou peuvent être partagés avec d'autres entités, garantissant ainsi aux banques la possibilité de rentabiliser leurs infrastructures et de les garder ouvertes.
- SECURED** ► Cette solution innovante offre un modèle de protection holistique qui va au-delà de la seule cybersécurité, en intégrant des capteurs et des caméras pour la surveillance à distance.

Le modèle #NextGenBranch

Le modèle #NextGenBranch contribue également à accroître l'efficacité des opérations. Les banques peuvent en effet améliorer l'expérience bancaire des clients et gérer les coûts liés en consacrant leur budget informatique à des solutions totalement indépendantes du matériel utilisé, qui peuvent rationaliser les différents canaux ensemble. Ainsi, les informations relatives aux clients sont partagées et

disponibles sur chacun d'entre eux, ce qui permet aux banques de créer une seule source d'informations pour chaque client et de suivre l'ensemble de son parcours. Lorsqu'un client entre dans une #NextGenBranch, le personnel peut très rapidement et facilement accéder à ses informations personnelles sur un appareil, y compris les produits et services qu'il utilise et les questions qu'il a déjà posées.

La banque virtuelle



Alors que les banques cherchent à offrir de nouveaux services bancaires virtuels chez leurs clients, elles devront fournir la même qualité de service que dans leurs propres agences, en veillant à ce que tous les clients puissent accéder à des services complexes dans un environnement sécurisé.

Les grands détaillants et les entreprises de toute l'Europe redéfinissent l'expérience client en proposant des services vidéo qui reproduisent l'expérience en magasin, où des vendeurs peuvent être présents pour fournir des conseils en temps réel. Cette tendance devrait également s'imposer dans le secteur bancaire pour permettre aux clients d'utiliser les services depuis le confort de leur domicile.

Cependant, les services bancaires de nouvelle génération - que ce soit dans une agence entièrement digitale ou à domicile - sont bien sûr une source de maux de tête pour les spécialistes de la cybersécurité.

Les terminaux en effet (notamment les ordinateurs portables, les smartphones et les appareils de l'Internet des objets (IoT)) représentent un risque constant pour la sécurité des particuliers et des institutions financières, car ils constituent des "points d'entrée" idéaux pour les cybercriminels, qui peuvent cibler n'importe quel appareil susceptible d'être

manipulé pour accéder à l'ensemble du réseau. Unit 42, le service de recherche de Palo Alto Networks, a découvert que les cybercriminels aux États-Unis, au Canada et en Europe gagnent et exigent plus d'argent que jamais. Ils ont également noté que les attaques contre le secteur financier se sont également intensifiées pendant COVID-19.

Les banques en ont donc besoin pour fournir la même qualité de service et garantir à tous les clients l'accès à des services bancaires complexes dans un environnement sécurisé.

Les cybercriminels peuvent également cibler les employés de banque en envoyant des courriels de phishing ou des pièces jointes malveillantes, pour tenter d'accéder à l'ensemble du réseau. Cela représente un risque permanent pour les particuliers comme pour les institutions financières. Fournir des mesures de sécurité adéquates pour protéger chaque poste de travail dans une organisation est une mission essentielle. Si un pirate peut accéder à un poste de travail, l'ensemble du réseau peut être compromis. Toute solution de sécurité doit inclure un antivirus, une prévention des sauvegardes, des firewalls, une maintenance et une surveillance à distance.

Révision de l'infrastructure et mutualisation de DAB



La refonte de l'infrastructure sera une tendance en 2022 : les banques assistent à des changements spectaculaires dans les habitudes des clients, tandis que les nouveaux développements en matière de DAB, dans le but de préserver et d'élargir l'accès aux liquidités et aux services, sont inhibés par l'infrastructure existante.

L'infrastructure DAB de nouvelle génération permet une approche modulaire qui peut accélérer la mise sur le marché des innovations en matière d'automatisation des agences et de libre-service. Un point de contrôle unique de l'agence permet aux banques et aux propriétaires de DAB d'étendre l'automatisation pour couvrir toutes les fonctionnalités actuellement gérées au sein de l'agence, garantissant ainsi la disponibilité 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 de divers services de banque vidéo.

Il est donc nécessaire pour soutenir des stratégies innovantes comme cela des agences « lean » ou la mutualisation de DAB.

Un réseau mutualisé de DAB a lieu lorsque deux banques ou plus décident de céder la propriété de leur parc de DAB à une entité distincte, qui exploitera ce parc partagé. La mise en commun des DAB, qui est déjà une réalité dans des pays comme la Belgique, la Finlande et les Pays-Bas, permet aux banques d'unir leurs forces pour renouveler ou moderniser leur infrastructure d'environnements anciens à un coût réduit, tout en garantissant un accès continu aux espèces. Cette approche peut donc être le moteur de la revitalisation des parcs de guichets automatiques d'une banque et remodeler leur emplacement pour mieux servir les communautés.

L'initiative Geldmaat, une coopération entre trois grandes banques visant à garantir la disponibilité et l'accessibilité des espèces pour leurs clients communs aux Pays-Bas, a prouvé le succès de la mise en commun des DAB. D'autres cas d'utilisation valident cette stratégie : en France, par exemple, la BPCE externalise la gestion complète de son réseau de guichets automatiques. En Belgique, les quatre plus grandes banques du pays ont créé une société distincte, Batopin, pour rationaliser leurs réseaux de libre-service et garantir que 95 % des citoyens se trouvent à moins de cinq kilomètres d'un guichet automatique.

La mutualisation des DAB permet également aux banques de s'assurer que l'accès au cash soit maintenu pour l'avenir, de manière efficace et rentable, en particulier pour les clients situés dans des endroits où une demande relativement faible rendrait une succursale traditionnelle ou plusieurs DAB bancaires non rentables. Cette approche peut offrir la possibilité de déplacer les DAB dans des emplacements plus adaptés aux besoins et aux comportements des consommateurs : par exemple, dans les gares et les centres commerciaux où la fréquentation et la demande en espèces sont plus importantes. Et si les DAB peuvent être mis en commun, pourquoi ne pas déployer la même infrastructure pour les agences ?

Que faut-il attendre de 2022 ?

En conclusion, dans les 12 prochains mois, avec les bons choix, les banques peuvent adapter leur infrastructure pour fournir des services bancaires clés, notamment l'ouverture et la gestion de comptes, le paiement de factures et les demandes de prêts, de manière plus rentable pour les communautés qui risquent d'être sous-bancarisées.

Les institutions financières devraient investir dans la technologie pour éviter que les banques n'usent le lien avec les clients et les communautés, qui souffrent d'une perte d'accès non seulement à l'argent liquide mais aussi aux services financiers qui sont vitaux pour la santé économique locale. À l'ère du digital et de

l'accélération de l'utilisation de nouveaux canaux (surtout depuis le début de la pandémie), les clients exigent une cohérence entre les canaux mobiles et physiques qu'ils utilisent pour leurs services essentiels et notamment les services bancaires. Il sera impératif pour les services bancaires actuels et futurs de disposer d'un logiciel et d'une infrastructure de guichet automatique qui permettent un alignement transparent sur les besoins en présence.

Pour cela, il faut surmonter les difficultés qui découlent de la façon dont les DAB ont été négligés et cloisonnés par rapport aux autres canaux numériques que les banques ont adoptés ces dernières années.



18 rue Pasquier
75008 Paris - France
paris@aurigaspa.com

Rue Poissonniers, 13
Bruxelles - 1000 - Belgique
bruxelles@aurigaspa.com

www.aurigaspa.com