



Après 50 ans d'existence, l'automate bancaire a-t-il encore des beaux jours devant lui ?

Papier d'Expert

Moins d'agences. Moins de paiements en espèces. Moins de distributeurs automatiques de billets... Pour certains analystes, la progression de la banque mobile et la démultiplication des moyens de paiement - dont le sans-contact - sonnent la fin des distributeurs automatiques de billets. Le Groupement des Cartes bancaires confirme cette tendance avec une diminution du nombre de retraits d'espèces (-2,5% en 2015, pour un montant total, toutefois, en légère augmentation, de +1%) tandis que le paiement par cartes poursuit sa progression en nombre d'opérations (+7%).

Face au défi de la rentabilité des équipements, les grandes institutions bancaires ont amorcé la restructuration de leur parc d'automates, souvent couplée à celle de leurs agences. Elles souhaitent maintenir un niveau de service satisfaisant tout en réduisant le parc français de distributeurs d'environ 2%, soit 1 200 DAB en moins (selon le Groupement des Cartes bancaires). Parallèlement, des nouveaux services commencent à apparaître tels que le recyclage d'espèces, le retrait sans carte, et autres services à valeur ajoutée, plus répandus déjà dans d'autres pays. Mais qu'en disent les clients ? Dans quelle mesure attendent-ils un renouvellement de l'offre de services sur le canal automate ?

L'étude « Les Français et les automates bancaires » réalisée par OpinionWay confirme une certaine stabilité des usages les plus classiques tels que

retraits, dépôts d'espèces et de chèques, consultation de compte, même si le recours aux distributeurs se fait plus espacé. Ainsi, 29% des personnes interrogées déclarent utiliser moins souvent les DAB depuis cinq ans même si le niveau de confiance est au plus haut, appuyé sur une expérience utilisateur elle-même très satisfaisante. Cependant, l'aspect du distributeur automatique a peu évolué depuis ces dernières années expliquant pourquoi toujours selon l'étude, l'utilisation des automates semble désuète puisqu'un quart des usagers aspirent à plus de modernité, en désignant ce recours comme « ennuyeux » et « à l'ancienne ». Néanmoins, le canal automate reste un environnement sécuritaire pour les usagers.

Booster l'attractivité de l'automate grâce à des services additionnels ?

Pour autant, à l'heure où on ne parle que d'expérience client, les DAB n'ont qu'une palette limitée de fonctionnalités à proposer à leurs clients. L'adoption de nouveaux usages comme le retrait sans carte montre qu'il existe des opportunités sur le marché français. A la lumière des usages dans nos pays voisins comme l'Italie et l'Espagne, où le marché était atone en la matière il y a encore 15 ans, la volonté des banques de dynamiser l'automate a permis de voir naître plus

d'une centaine de fonctionnalités vite adoptées par les usagers.

L'étude d'OpinionWay confirme cette tendance. En effet, les français sont preneurs d'une extension des services sur les distributeurs de billets. Pour un quart d'entre eux, ils disent spontanément en vouloir plus. Et dès lors que des exemples de fonctionnalités additionnelles leur sont proposés, le taux de ceux qui se disent intéressés par au moins un nouveau service monte à 95%. La plupart des services intéressant les usagers restent bancaires. Pour 94%, ce serait par exemple la possibilité de retrait et dépôt de devises étrangères ou de pièces de monnaie, l'encaissement de chèques et retrait en espèces. 56% seraient séduits par la possibilité de transactions sans carte, avec l'usage de code à usage unique ou retrait préparé depuis son smartphone. Mais près de deux usagers sur trois (61%) se disent aussi clients potentiels pour au moins un service extra-bancaire: la réservation et l'impression de billets pour des spectacles ou événements sportifs (43%), le règlement de factures ou de services administratifs (42%), le retrait des allocations, etc.

Contourner l'usage de la carte bancaire

Si les automates bancaires ont encore de l'avenir, l'interconnexion de l'automate et du Smartphone est une des voies à emprunter pour garantir la modernisation de ce « dinosaure ». Ainsi les banques étudient et mettent en test un mode d'accès aux services sur cet équipement autre que la carte bancaire comme l'accès à l'automate à partir d'un code à usage unique reçu par mail ou par SMS, l'utilisation de la technologie sans contact ou du QR code ou encore avec un dispositif de contrôle biométrique. La mise en relation de la banque numérique avec le DAB est également une stratégie adoptée par les banques avec par exemple, la possibilité de démarrer une opération bancaire sur smartphone ou via la banque en ligne pour la finaliser sur le distributeur. Ces différents modes d'accès, principalement appréciés pour le retrait d'espèces, restent encore confidentiels en France (projets pilotes en cours) alors qu'ils sont déjà largement déployés par des réseaux bancaires dans

certains pays (Asie, Amérique du nord) avec force renfort de sécurité et d'intégration du canal automate avec l'existant informatique des autres canaux (agence, banque mobile, banque en ligne, etc).

Gain de temps et valorisation du contact

L'émergence de la demande milite en faveur d'une mise en avant par les banques des bénéfices-clés de cette diversification des usages sur automates. A savoir : un environnement sécurisé pour toute sorte d'opérations, dans un cadre réglementaire garantissant de plus la confidentialité des données, une disponibilité et une centralisation de l'accès aux services bancaires et extra-bancaires, d'où gain de temps, une même information et un parcours client similaire d'un canal de relation bancaire à l'autre (automate, banque mobile, banque en ligne). En ce sens, l'automate est et reste un vecteur majeur de contact avec la clientèle, qui peut aussi attirer de nouveaux clients. Chaque interaction, chaque transaction sur automate peut être l'occasion d'exploiter les ressources d'une gestion de la relation client réellement centrée sur le confort du client.

