



# DIMINUTION DU PARC AUTOMATES : L'ACCÈS AU CASH EST-IL EN DANGER ?

PAPIER D'EXPERT

Le paysage bancaire est en pleine restructuration et le parc d'agences est en première ligne. Ainsi, selon Score Advisor, la moyenne des fermetures en Europe est de 20% sur ces cinq dernières années et ce pourcentage de 8% en France<sup>1</sup>. Si la France semble plus préservée que ses homologues européens, le nombre d'agences sur son territoire continue de s'éroder et devrait passer de 37 261 à 32 500 entre 2016 et 2020 soit 12.6% de fermetures selon le Cabinet SIA Partners<sup>2</sup>. Cette diminution du nombre d'agences est bien évidemment à mettre en relation avec la baisse de fréquentation desdites agences. De nouveaux usages se sont mis en place et la relation de l'utilisateur à sa banque connaît de nombreux changements. Désormais un tiers des clients se rendent en agence moins d'une fois par an et un chargé de clientèle voit en moyenne 38% de ses clients chaque année<sup>1</sup>.

Si dans les grandes agglomérations ces fermetures génèrent souvent la mise en place de nouveaux services dans les agences maintenues, quid de la fermeture des agences en milieu rural ? En effet, dans les petits villages de France, c'est l'inquiétude qui commence à poindre face à cette désertification bancaire là où même l'accès à un ATM n'est parfois plus possible.

L'accessibilité aux automates bancaires reste un critère d'attractivité essentiel en zone rurale et souvent le seul point de contact encore existant entre les usagers et leur banque.

1. <http://score-advisor.com/plus-de-5-000-agences-bancaires-a-fermer-en-france-dici-2020/>  
2. <https://bit.ly/2EX1rrn>  
<https://bit.ly/2EBHmey>

Alors, en réduisant un service qui fait partie du quotidien des habitants, les banques ne courent-elles pas le risque de se couper de leurs clients au risque de les voir se détourner plutôt que de les fidéliser ?

S'agissant de services financiers, la confiance et la fidélité des clients sont d'autant plus indispensables. Toutes les pistes étudiées se doivent donc d'être irréprochables car elles sont en lien direct avec l'argent des particuliers. L'arrivée du cashback en France, possibilité pour les commerçants de fournir des espèces à leurs clients lors d'un paiement par carte, pourrait être l'une des solutions pour répondre à la diminution du nombre de distributeurs automatiques en s'appuyant sur le réseau des commerçants de proximité. Ainsi, au moment du passage en caisse, le client peut demander à payer plus pour récupérer le trop-plein versé en espèces. Ce service est un moyen de pallier au manque de DAB. Une expérience de ce type a vu le jour en France dès 1989, via les « points verts » mis en place par le Crédit Agricole. Il s'agissait de faciliter l'accès aux retraits d'espèces dans des zones éloignées des agences bancaires ou d'un distributeur. La condition sine qua non pour en bénéficier était d'être titulaire d'un compte au Crédit Agricole.

Si des initiatives, telles que celles décrites ci-dessus se développent aujourd'hui, avec notamment l'annonce du groupe Casino en septembre dernier, les banques doivent rester vigilantes pour être présentes dans les villes et villages afin de maintenir un lien avec leurs clients. Leur restructuration ne doit pas se faire au détriment de ces derniers. L'accès au cash doit rester une priorité puisque c'est le service minimum que les consommateurs attendent de leurs banques d'où la nécessité de maintenir des ATM sur place même dans les zones où les agences ont été fermées. Ce prérequis ne constitue pas en soi une grosse contrainte pour les banques puisqu'elles disposent d'un large éventail d'outils logiciels pour optimiser la gestion des automates.

Dans le processus de transformation numérique qui touche actuellement l'ensemble des agences bancaires, le canal ATM semble être celui de tous les possibles puisque s'il permet de maintenir voire de renforcer le lien avec l'utilisateur final, il peut également être un outil de rentabilisation pour la banque. Ainsi le canal automate bancaire de nouvelle génération doit donc être vu non pas comme un simple distributeur d'espèces mais comme un canal de communication à part entière où l'on pourrait également retrouver, à titre d'exemple, la personnalisation de l'interface client mais également l'ajout d'une transaction favorite ou habituelle du client ou bien même la possibilité de changer le code PIN de sa carte bancaire.



Maintenir un service de proximité tout en réduisant les coûts et ce sans dégrader l'expérience client, c'est donc là que réside l'un des plus gros enjeux des institutions bancaires dans leur processus de transformation numérique. Il ne s'agit pas seulement de déléguer mais également de rester acteur du changement et l'interlocuteur principal. Elles ont tout intérêt à se concerter pour proposer des solutions qui répondent aux nouveaux enjeux du marché et à mutualiser leur savoir-faire pour rester dans la course.

## LA COOPÉRATION AU LIEU DE LA CONCURRENCE

Parmi les solutions à l'étude en ce moment le développement de consortiums est fortement envisagé. Il s'agirait notamment de solutions développées en marque blanche pour réduire les coûts d'exploitation de manière significative grâce au partage du même emplacement et du même matériel pour différentes banques. Dans les zones rurales en particulier, un tel modèle pourrait permettre de garantir l'accès aux distributeurs automatiques de billets tout en réduisant les coûts de gestion pour les banques. Coté clients, cette nouvelle organisation permettrait de maintenir le service et de conserver cette relation de proximité avec sa banque. Si l'« automate partagé » est l'une des pistes à l'étude en ce moment en France, d'autres pays font preuve d'une grande créativité au service de l'efficacité pour proposer de nouvelles solutions; à l'instar de l'Allemagne où est apparu à Hambourg<sup>3</sup> le premier supermarché bancaire. Ces solutions qui visent à faire entrer le monde bancaire dans une nouvelle ère ont toutes en commun de mettre à disposition des usagers des espèces puisque ces dernières restent encore très présentes dans les petites transactions du quotidien, et il y a fort à parier que ce sera encore le cas longtemps. Ce besoin reste à couvrir et n'est pas prêt d'être pris en charge par d'autres technologies avant un moment. Ainsi, les pays qui ont voulu se tourner vers une société complètement sans cash, tel que la Suède, font actuellement marche arrière.

3. <http://score-advisor.com/a-hambourg-finanzcheck-ouvre-un-premier-supermarche-bancaire/>