



Les français et les nouveaux services financiers – 4^{ème} édition

Open Banking : la FinTech est morte... vive la *TechFin*

Sommaire



Les français
et les Fintech/
Insurtech...

Quatre ans après
l'engouement pour les
Fintechs et Insurtechs,
qu'en est-il ?

Quelle place ces nouveaux
acteurs occupent-ils au sein
de l'écosystème bancaire et
assurantiel ?

Comment collaborer avec
les acteurs traditionnels ?

Quelles sont les
opportunités
de développement ?

1

L'utilisation des services digitaux par les français se poursuit... malgré
l'attrait toujours fort et renforcé pour l'humain

2

Les français sont ouverts à l'idée que leur banque ou assureur leur
propose de nouveaux services. Cela **ouvre la voix à l'Open Banking,**
dans un monde où producteur et distributeur sont de plus en plus
dissociés à cause de contraintes réglementaires (DSP2)

3

Les français **plébiscitent d'autant plus les nouveaux services** (e.g.
agrégation de comptes, nouveaux moyens de paiement, assurances
modulables) **qu'ils font partie de leurs nouveaux usages** (mobile,
instantané)

4

Les institutions financières doivent de plus en plus **nouer et animer des**
partenariats pour jouer ce rôle d'accompagnateur de vie des
clients et d'orchestration des usages, dans une stratégie Open
Banking

Pour la quatrième année consécutive, nous avons réalisé une enquête sur la perception qu'ont les français des nouveaux services financiers...

Objectifs



Evaluer la notoriété, l'usage et l'intérêt des 12 services digitaux suivants :

- Agrégation des comptes*
- Conseil automatisé en investissement*
- Financement participatif*
- Assurance auto connectée*
- Assurance habitation connectée*
- Santé connectée*
- Transfert d'argent et cagnottes en ligne*
- Agrégation de contrats d'assurance**
- Comparateurs de prix et de services**
- Cryptomonnaies***
- Solutions de paiement digitales****
- Assurances de courtes durées à la demande****

Méthodologie



Harris Interactive a interrogé **2 000 répondants représentatifs de la population française de 18 à 70 ans**



Chaque service est testé par **1 000 répondants représentatifs de la population française**



Interrogation via un questionnaire de **10-15 minutes administré en ligne**



Du 17 au 27 janvier 2019

*3 années d'historique, **2 années d'historique, ***1 année d'historique, ****nouvelle thématique, pas d'historique

1

L'utilisation des services
digitaux par les français
se poursuit... malgré
l'attrait toujours fort et
renforcé pour l'humain

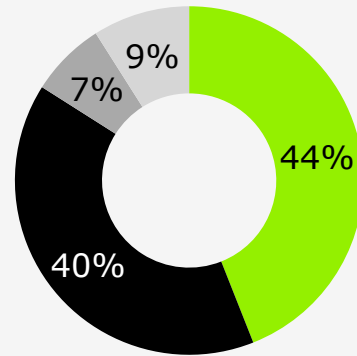
L'utilisation des canaux digitaux par les français reste forte...

84%

des français réalisent des opérations bancaires en ligne

Réalisez-vous des opérations bancaires en ligne ?

La digitalisation des français reste stable par rapport à l'année précédente



■ Systématiquement ■ De temps en temps
■ Exceptionnellement ■ Jamais

... tout comme la préférence pour l'interlocuteur financier unique

51%

-2

des français privilégient un interlocuteur bancaire & assurance unique



des français n'ont pas d'avis

27%

+2

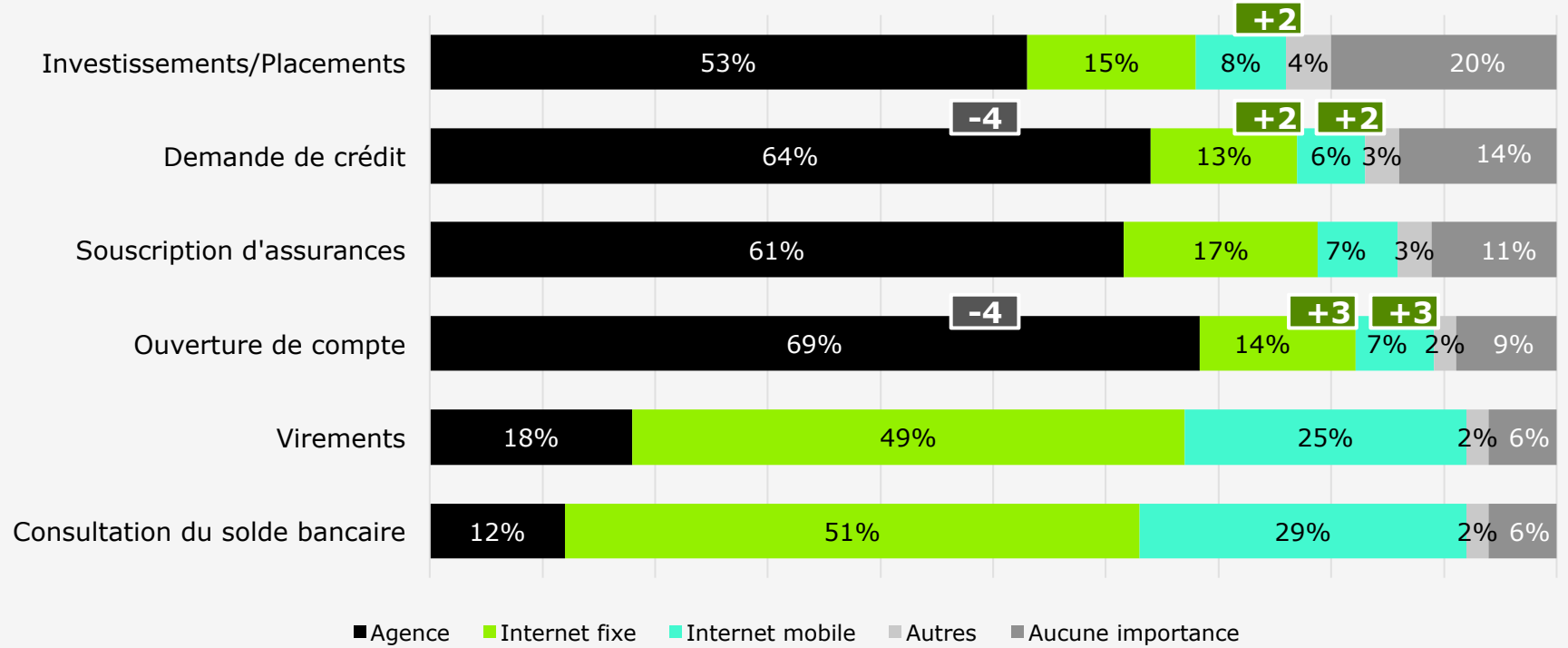
des français privilégient une diversification des interlocuteurs bancaires

22%

L'utilisation des canaux digitaux se développe, mais l'agence reste le canal privilégié pour les opérations complexes



En général, pour les opérations listées ci-dessous, quel canal privilégiez-vous ?



Total consommation d'Internet

23%

+3
19%

+3
24%

+4
21%

74%

80%

On observe un léger recul de l'agence au profit des canaux digitaux sur les opérations complexes

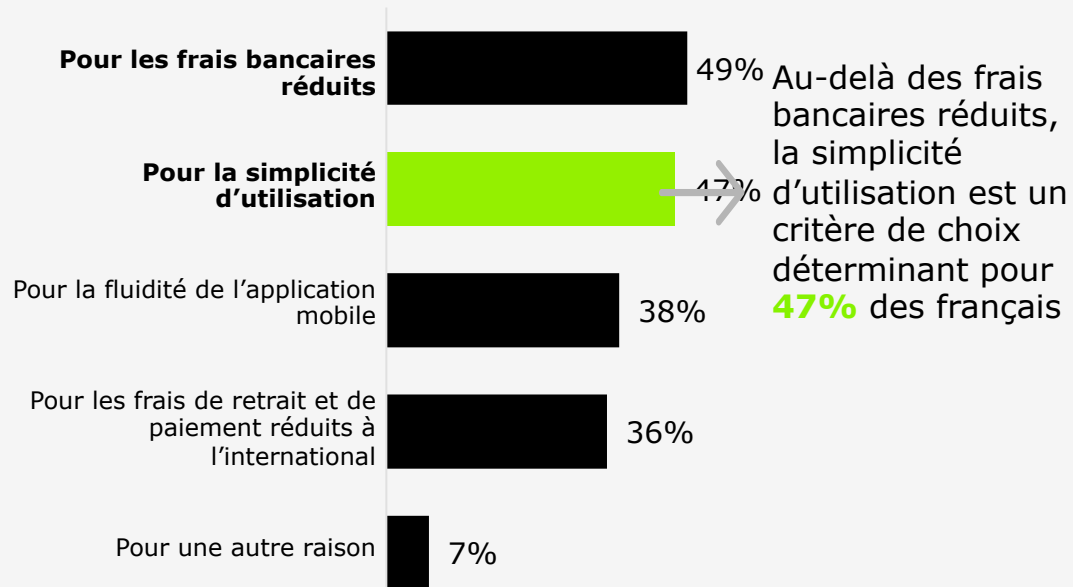
Pour les opérations courantes, l'utilisation des canaux digitaux est plébiscitée par les français

Une tendance confirmée par l'utilisation en hausse des néo-banques dont les coûts réduits et la simplicité d'utilisation font la différence auprès des français

+3

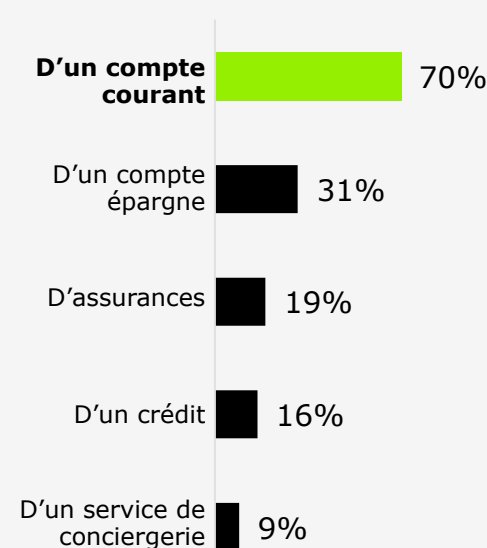
7% des français se déclarent clients d'une néobanque 100% mobile...
(ex. : Orange Bank, N26, Revolut...)

Ils sont clients...



70% ... l'utilisant comme compte courant, principalement à usage personnel et en compte secondaire

Et disposent...

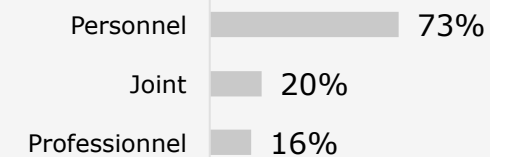


Un compte courant...



Les français disposent principalement d'un compte courant secondaire

Un compte à usage ...



Mais attention, l'équilibre entre conseil physique et digital est plus que jamais déterminant...

+9

47% des français ne souhaitent aucune forme de conseil digitalisé (trois choix étaient proposés : chatbot, hologramme, voicebot)

Forme de conseiller choisie par les français...

| | A choisi cette forme | S'il fallait obligatoirement choisir |
|--------------|----------------------|--------------------------------------|
| Chatbot | 47% ⁻⁵ | 69% |
| Hologramme | 43% ⁻⁶ | 56% ⁻⁵ |
| Voicebot | 41% ⁻⁴ | 53% |
| Aucune forme | 47% ⁺⁹ | |

Dans un second temps, il a été demandé aux personnes n'ayant choisi aucune forme de donner une réponse

47% des français sont réfractaires au conseil digitalisé, pourcentage en augmentation de 9 point depuis l'édition 2018 du baromètre. Cela souligne la **nécessité d'une réassurance par un conseiller humain. Par défaut, s'ils devaient choisir une forme de conseil digitalisé ce serait le chatbot**

...Un rejet de l'automatisation confirmé par une hausse des français ne souhaitant pas être contactés par un assistant virtuel

+5

16% Des français rejettent tout mode de contact de leur assistant virtuel

Mode de contact privilégié pour contacter le conseiller virtuel...

| | A choisi cette forme | S'il fallait obligatoirement choisir |
|-----------------------------------|----------------------|--------------------------------------|
| Site de votre banque ou assurance | 68% ⁻⁷ | 75% ⁻⁵ |
| Smartphone | 59% | 65% |
| Application mobile | 50% | 52% |
| Réseaux sociaux | 27% | 28% |
| Véhicule | 24% ⁻³ | 24% ⁻³ |
| Appareils électroménagers | 22% | 23% |
| Autre moyen | 4% | 6% |
| Aucun | 16% ⁺⁵ | |

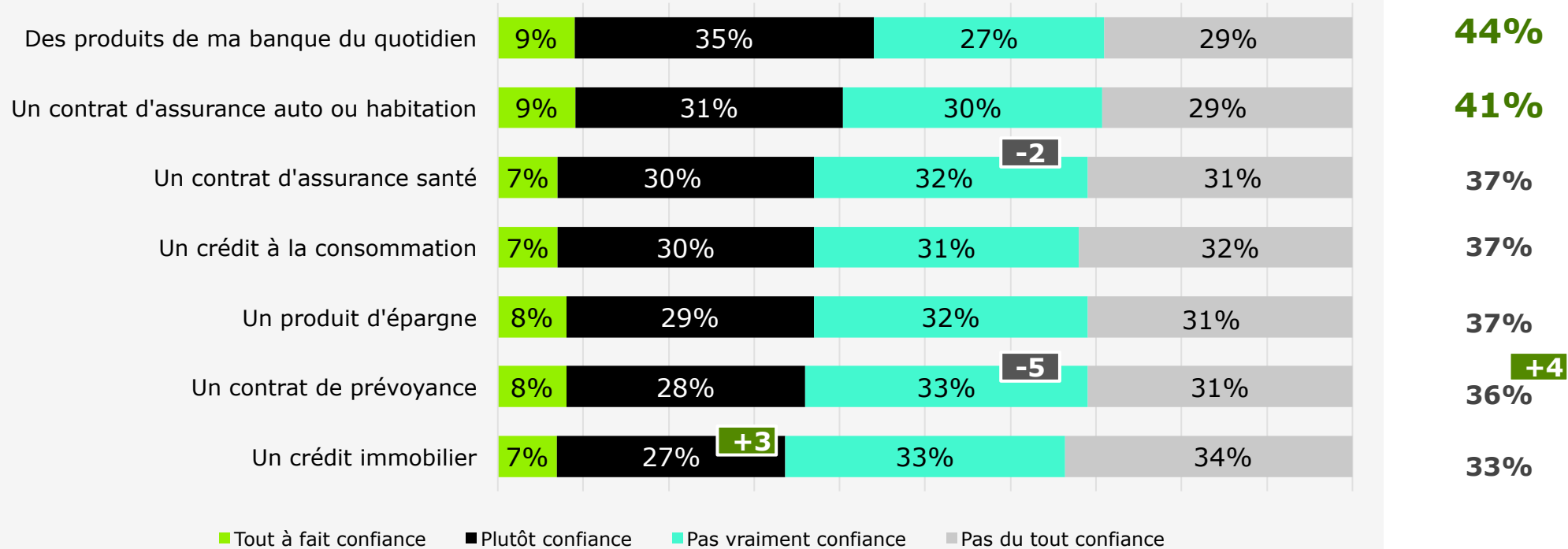
Dans un second temps, il a été demandé aux personnes n'ayant choisi aucune forme de donner une réponse

Pour les français, le conseiller digital ne doit pas remplacer l'humain



La souscription entièrement automatisée suscite toujours des réticences de la part des français...

Dans quelle mesure faites-vous confiance aux conseils de solutions entièrement robotisées pour souscrire aux produits suivants ?

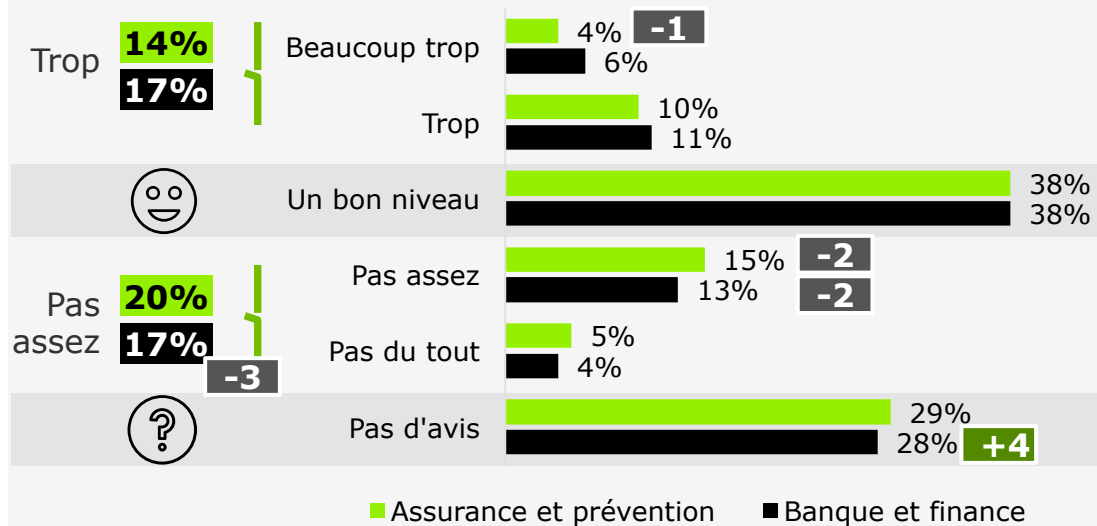


Le conseiller digital est plus accepté sur des opérations simples (banque au quotidien et produits d'assurance simple)

A noter que les français perçoivent peu les innovations du marché bancaire et assurantiel. Les efforts sont à poursuivre pour faire percevoir ces innovations aux français : l'Open Banking pourrait être une opportunité à explorer ?

On observe une augmentation du nombre de français n'ayant pas d'avis sur le niveau d'innovation du secteur

Comment percevez-vous aujourd'hui le niveau d'innovation dans le secteur ?
Diriez-vous qu'il y en a...



En banque et finance...

28%⁺⁴ des français n'ont pas d'avis sur les innovations du secteur

17% des français trouvent qu'il n'y a pas assez d'innovations

En assurance et prévoyance...

29% des français n'ont pas d'avis sur les innovations du secteur

20% des français trouvent qu'il n'y a pas assez d'innovations

2

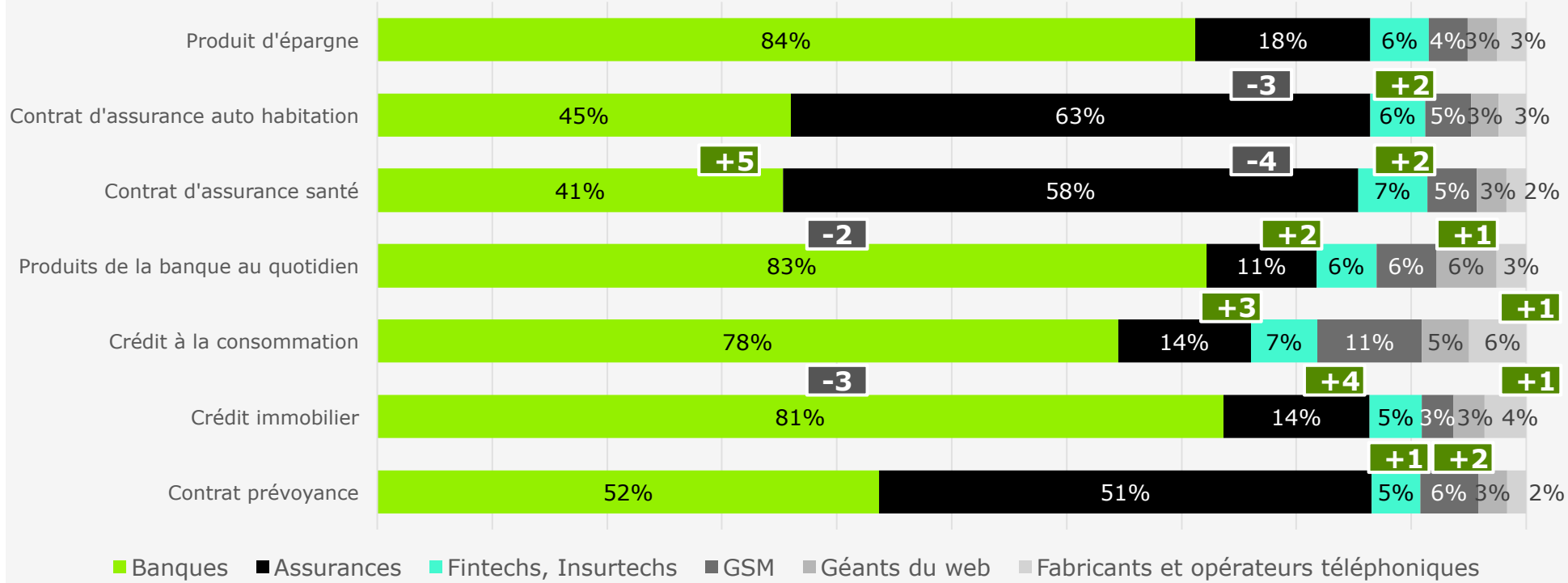
Les français sont ouverts à l'idée que leur banque ou assureur leur propose de nouveaux services. Cela ouvre la voix à l'Open Banking, dans un monde où producteur et distributeur sont de plus en plus dissociés à cause de contraintes réglementaires (DSP2)

Les français restent fidèles à leurs banques / assurances et leurs font confiance, ce qui les met en pole position pour leur proposer de nouveaux services...



La banque est l'acteur de confiance dominant en épargne et crédit et gagne des points sur la distribution de produits d'assurance

Auprès de quels acteurs auriez-vous confiance pour souscrire à ces produits...



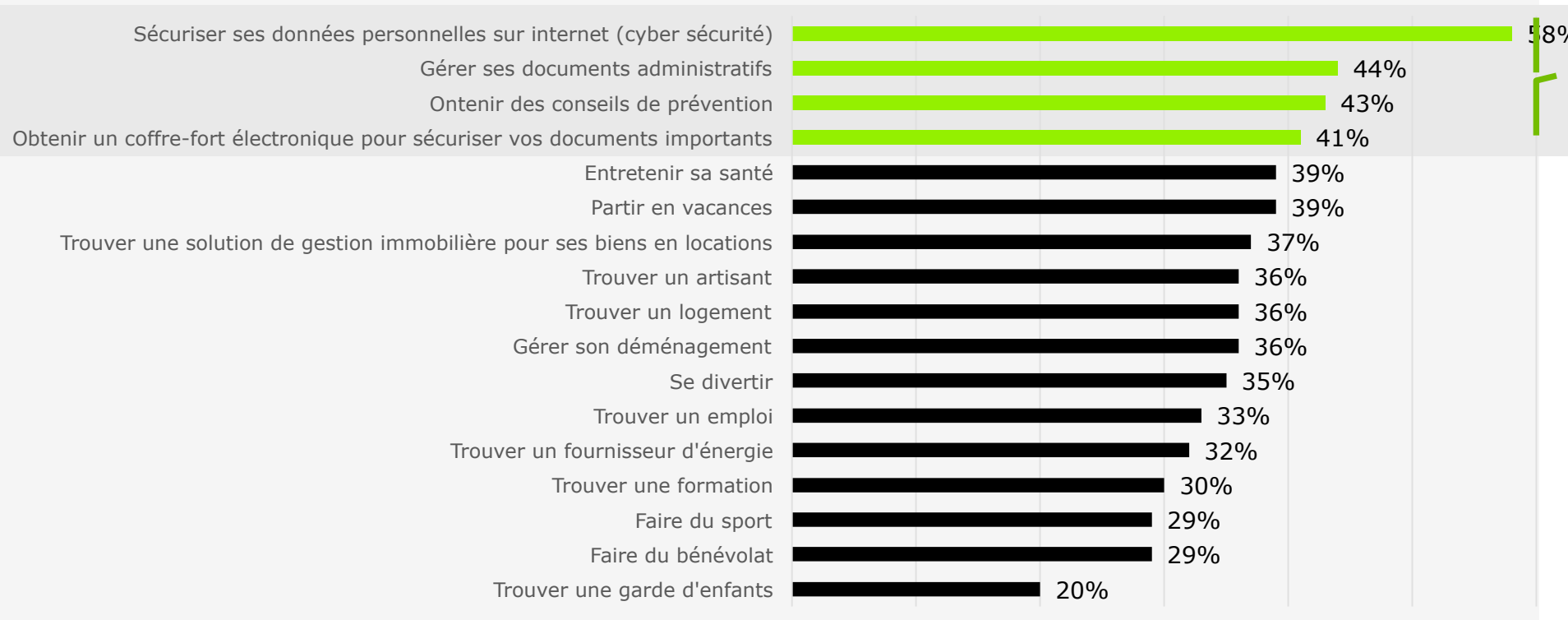
Les Fintechs et Insurtechs gagnent des parts de marché sur les contrats d'assurance auto, habitation, santé et prévoyance au détriment des assurances

La confiance des français envers les Fintechs et Insurtechs grandit, ce qui encourage le développement de l'Open Banking

... D'autant plus que les français considèrent leurs banques et assurances comme légitimes pour leur proposer de nouveaux services, même non financiers

78% Des français seraient intéressés pour que leur banque / assurance leur propose un service hors de leur champs d'action naturel

Etes-vous intéressé pour que votre banque ou assureur vous propose ces services...



Un fort intérêt pour les services liés à la sécurité. Cela conforte la notion **de tiers de confiance des banques et assurances**

Beaucoup de services sont attendus, ce qui traduit une **légitimité forte des banques et assurances** à proposer des services d'accompagnement en dehors de leur cœur de métier

...Preuve en est les agrégateurs de comptes qui suscitent un intérêt grandissant des français, surtout lorsqu'ils sont proposés par leur banque ou assurance

On observe une **augmentation de l'intérêt** des français pour les services d'agrégation de comptes ainsi que du nombre d'**utilisateurs**

41% ⁺⁷

Savent ce qu'est un agrégateur de comptes

14% ⁺⁵

En utilisent

18%

Seraient intéressés

Ce développement des services d'agrégateurs de comptes est probablement lié à deux facteurs :



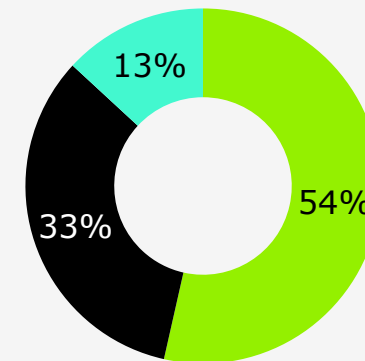
La DSP2* qui va faciliter le recours aux services d'agrégation des comptes via le développement par les banques **d'API dédiées** (projets en cours)



Les banques qui ont en grande majorité **enrichi leur offre de services d'agrégation de comptes**

Plus d'un utilisateur sur deux d'agrégateur de comptes **utilise celui de sa banque** et non pas celui d'une Fintech dédiée

Support d'agrégation de comptes utilisé



■ L'application ou le site de votre banque

■ Une application dédiée (Linxo, Bankin, Budgea...)

■ Les deux

66%

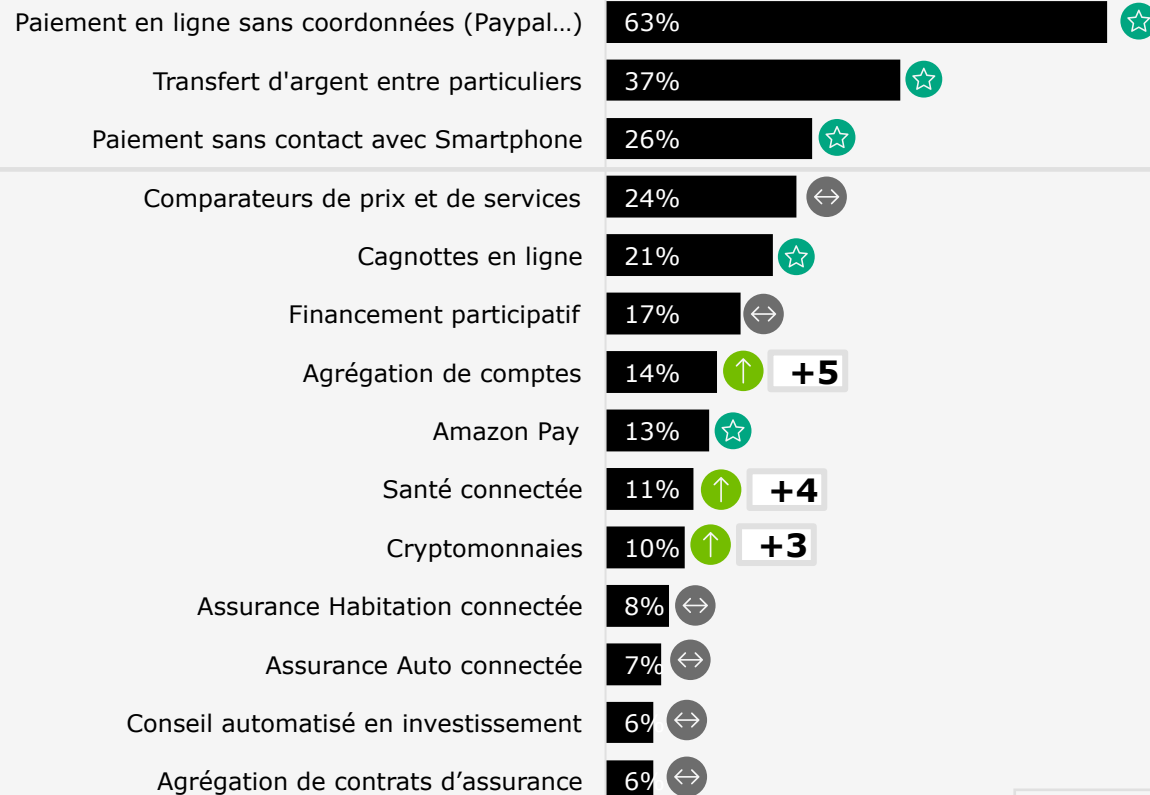
Des utilisateurs d'agrégateurs de comptes utilisent celui de leur banque

3

Les français plébiscitent d'autant plus les nouveaux services (e.g. agrégation de comptes, nouveaux moyens de paiement, assurances modulables) qu'ils font partie de leurs nouveaux usages (mobile, instantané)

Parmi les nouveaux services du marché, les plus utilisés concernent les services de paiement simples et instantanés

Utilisez-vous ce service ?



Le top 3 des services les plus utilisés par les français concernent de nouveaux services mesurés : les services de paiement en ligne sans coordonnées bancaires, de transfert d'argent entre particuliers et de paiement sans contact avec Smartphone

Une forte augmentation de l'utilisation des agrégateurs de comptes qui est passée de 9% à 14% d'utilisateurs entre 2018 et 2019.

La santé connectée connaît également une augmentation de son utilisation, passant de 7% à 11% d'utilisateurs entre 2018 et 2019.

Les cryptomonnaies passent de 7% à 10% d'utilisateurs entre 2018 et 2019.

Evolution par rapport à 2018



En augmentation
(exprimé en points de pourcentage)



Egale



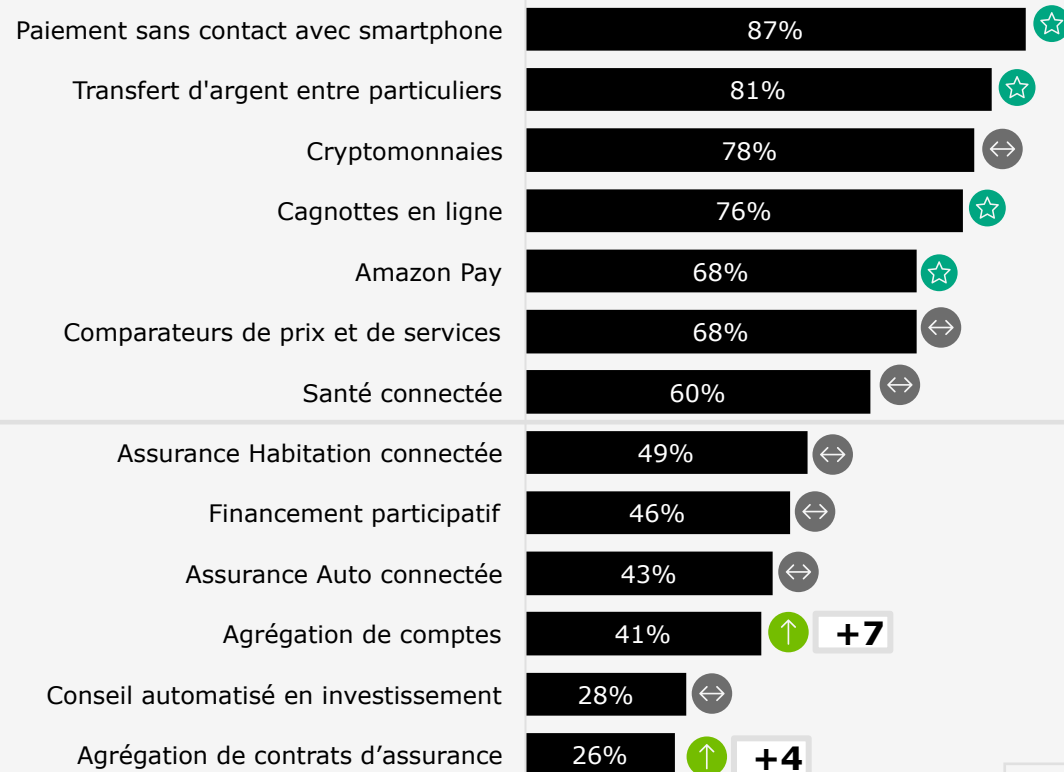
En baisse (exprimé en
points de pourcentage)



Nouveaux services

Une notoriété en hausse pour les agrégateurs de comptes et de contrats d'assurances

Connaissez-vous ce service ?



Services connus par...

au moins
1 français
sur 2



au moins
1 français
sur 4



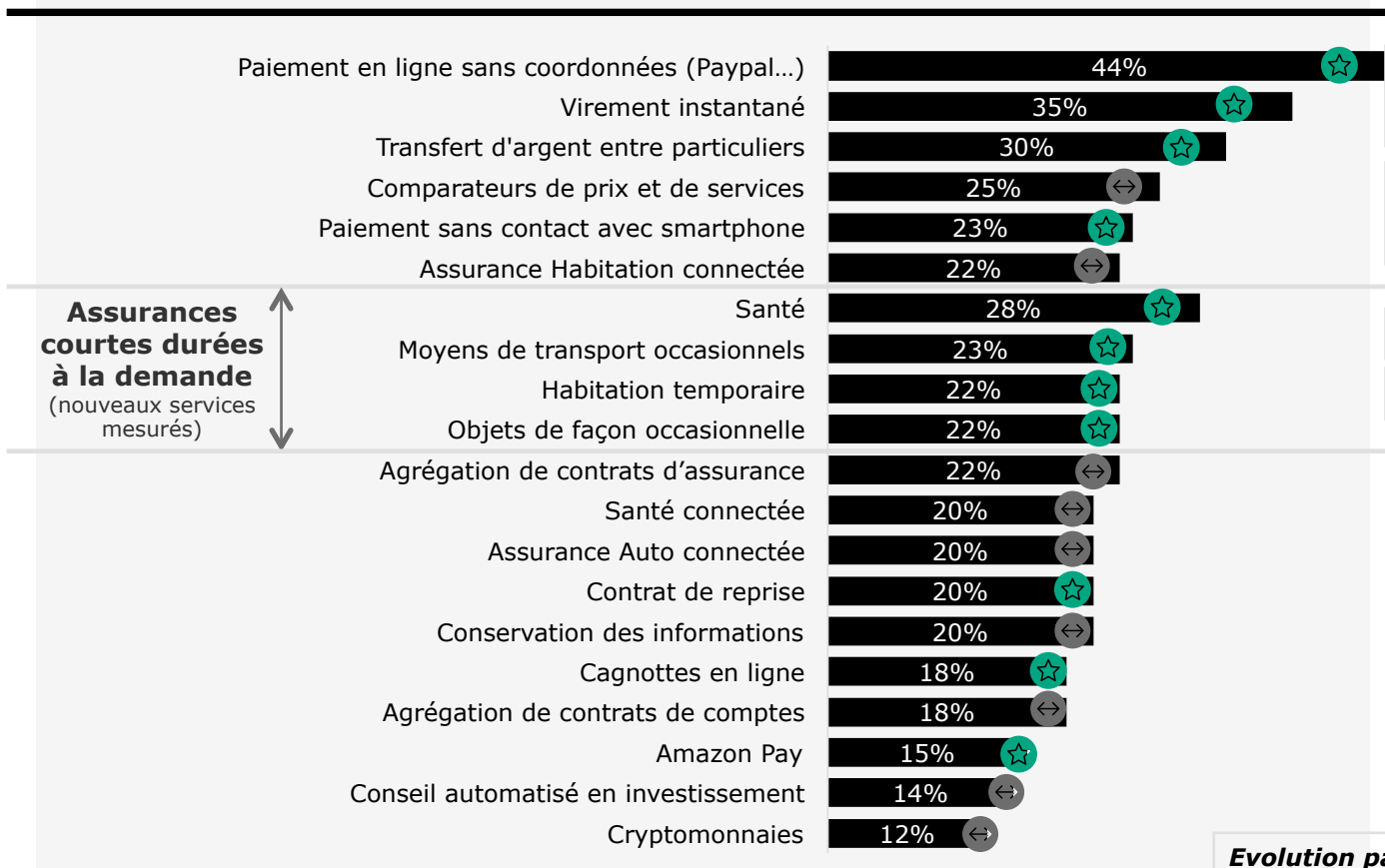
On observe une hausse de la notoriété des services d'agrégation, aussi bien de comptes que de contrats d'assurances. Ils gagnent respectivement 7 et 4 points depuis le baromètre 2018

Evolution par rapport à 2018

↑ En augmentation (exprimé en points de pourcentage) ↔ Egale ↓ En baisse (exprimé en points de pourcentage) ☆ Nouveaux services

Un intérêt pour de nouveaux services tels que le virement instantané et les assurances de courtes durées à la demande

Seriez-vous intéressé(e) par ce service ?



Jugés intéressants par...

Le top 3 des services qui intéressent le plus les français sont liés aux moyens de paiement : cagnottes en ligne, virement instantané et transfert d'argent.

Le virement instantané, nouveau moyen de paiement encore peu développé sur le marché, **suscite l'intérêt des français**

Les assurances de courtes durées à la demande semblent prometteuses, suscitant l'intérêt de plus de 20% de français. Cela traduit l'attente des français pour des contrats davantage modulables qui s'adaptent à leurs usages

En dehors de nouveaux services mesurés, l'intérêt des français reste stable depuis l'édition du baromètre 2018

Evolution par rapport à 2018

- ↑
En augmentation (exprimé en points de pourcentage)
- ↔
Egale
- ↓
En baisse (exprimé en points de pourcentage)
- ☆
Nouveaux services

Les banques et assurances auront une carte à jouer au niveau de leur stratégie moyens de paiement

Les 3 services suscitant le plus d'intérêt des français sont des nouveaux moyens de paiement

1

Paiement en ligne sans coordonnées bancaires (Paypal...)

2

Le virement instantané

3

Le transfert d'argent en ligne

Les nouveaux moyens de paiement constitueront un terrain de jeu à explorer par les banques et assurances

Les français sont très appétents aux paiements digitaux
Entre **23%** et **44%** d'intérêt,
hors Amazon Pay et les cagnottes en ligne



44%

des français sont intéressés par les services de paiement en ligne sans coordonnées bancaires type Paypal

30%

des français sont intéressés par le transfert d'argent en ligne entre particuliers

35%

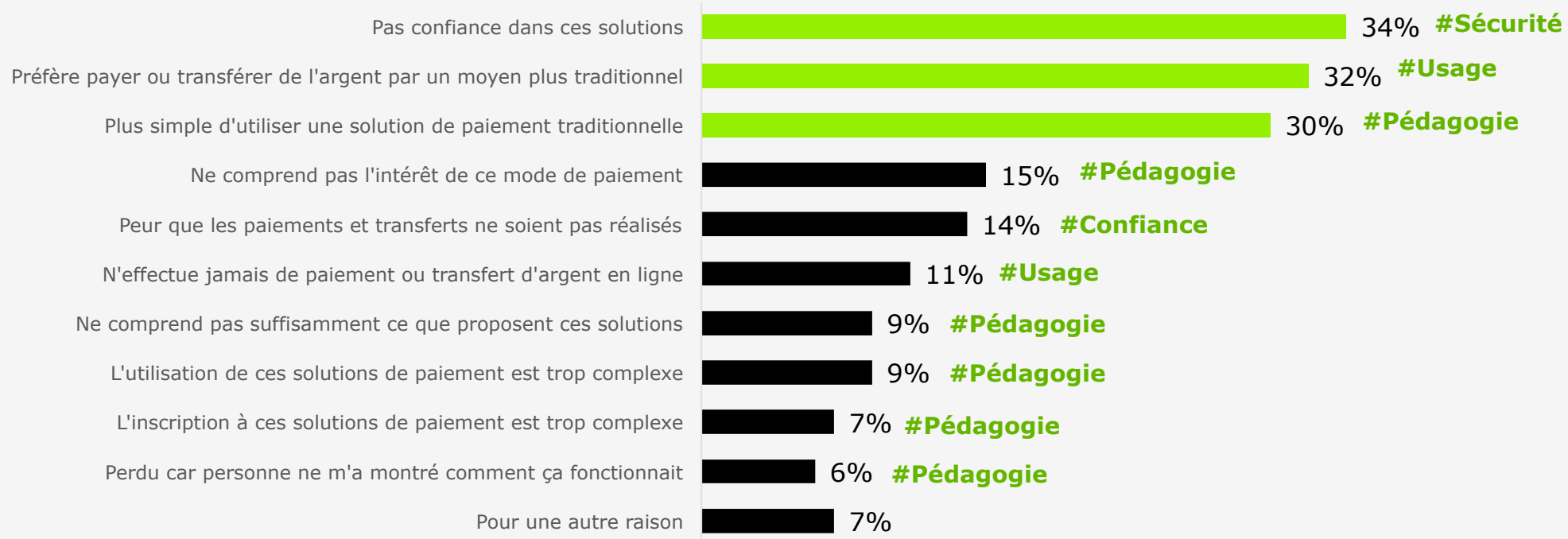
des français sont intéressés par le virement instantané

...L'enjeu sera de prouver que les nouveaux moyens de paiement sont sécurisés, utiles et simples d'utilisation



Raison de non intérêt envers les solutions de paiement digital

(virement instantané, paiement en ligne sans coordonnées bancaires, paiement sans contact via smartphone, Amazon Pay, Transfert d'argent entre particulier, cagnottes en ligne)



La confiance et la simplicité d'utilisation sont les deux principaux freins à l'adoption des nouveaux moyens de paiement digitaux

La pédagogie et l'accompagnement client seront des facteurs clefs de succès dans l'adoption de ces nouveaux moyens de paiement

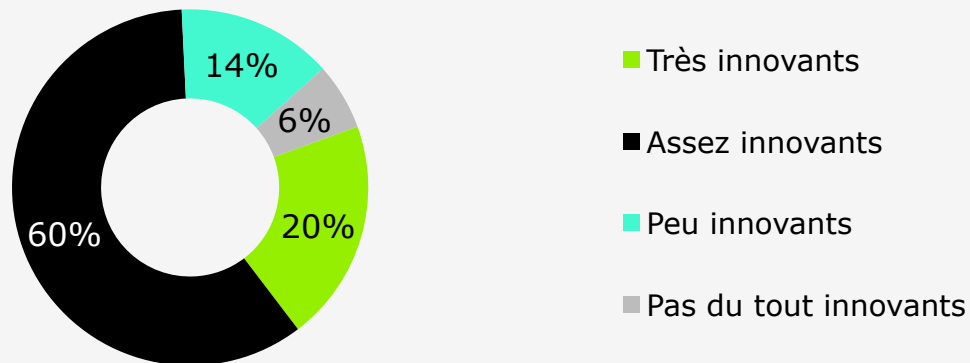
4

Les institutions financières doivent de plus en plus nouer et animer des partenariats pour jouer ce rôle d'accompagnateur de vie des clients et d'orchestration des usages, dans une stratégie Open Banking

Créer des partenariats avec les Fintechs et Insurtechs sera un levier de création de valeur pour les banques et assurances

80% des français reconnaissent le caractère innovant des services Fintechs et Insurtechs

Diriez-vous que les services des Fintechs et Insurtechs sont...



→ Des résultats stables depuis le Baromètre 2018

Une hausse de la confiance des français envers les Fintechs et Insurtechs sur certains services

+2 points de parts de confiance sur les contrats d'assurance auto, habitation, santé et prévoyance

Un terrain favorable au développement de l'Open Banking ?



La **hausse de la confiance** des français envers les Fintechs et Insurtechs



La reconnaissance constante du **caractère innovant** de ces nouvelles solutions

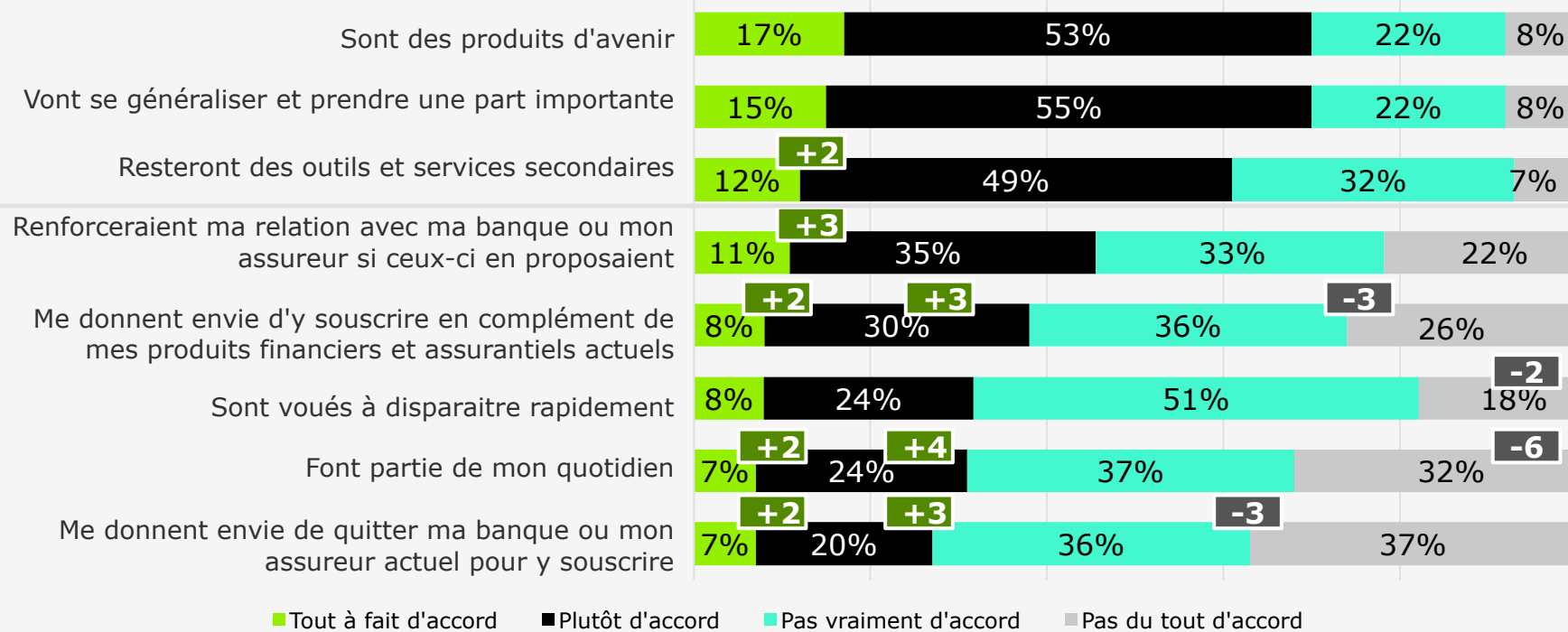


Laissent présager d'un terrain favorable au **développement de l'Open Banking**

...Une collaboration d'autant plus profitable que les français considèrent les services des Fintechs, Insurtechs comme des services d'avenir



Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec ces affirmations ?



Total d'accord

70%

70%

61% +4

56%

38% +5

18%

32% +6

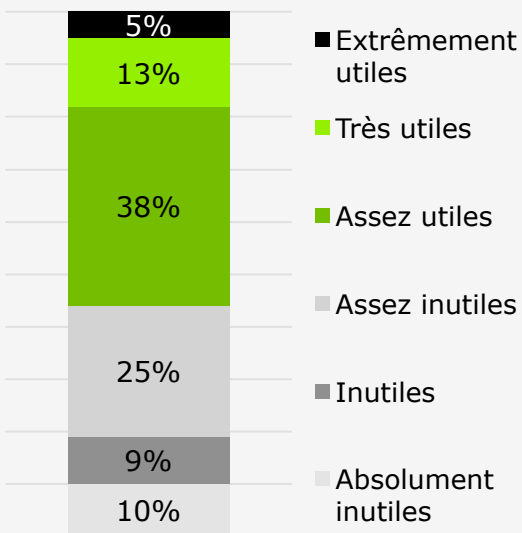
37% +5

Les services des Fintechs, Insurtechs vont se généraliser mais **resteront secondaires** à l'offre actuelle des banques et assurances

On observe une hausse des français qui aimeraient que leur banque ou assureur enrichisse son offre avec des services de Fintechs ou Insurtechs. **Un chiffre soulignant la nécessité de créer des partenariats entre ces acteurs**

...Les banques / assurances auront l'opportunité de prouver l'utilité des services des Fintechs, Insurtechs en les inscrivant dans leurs parcours client

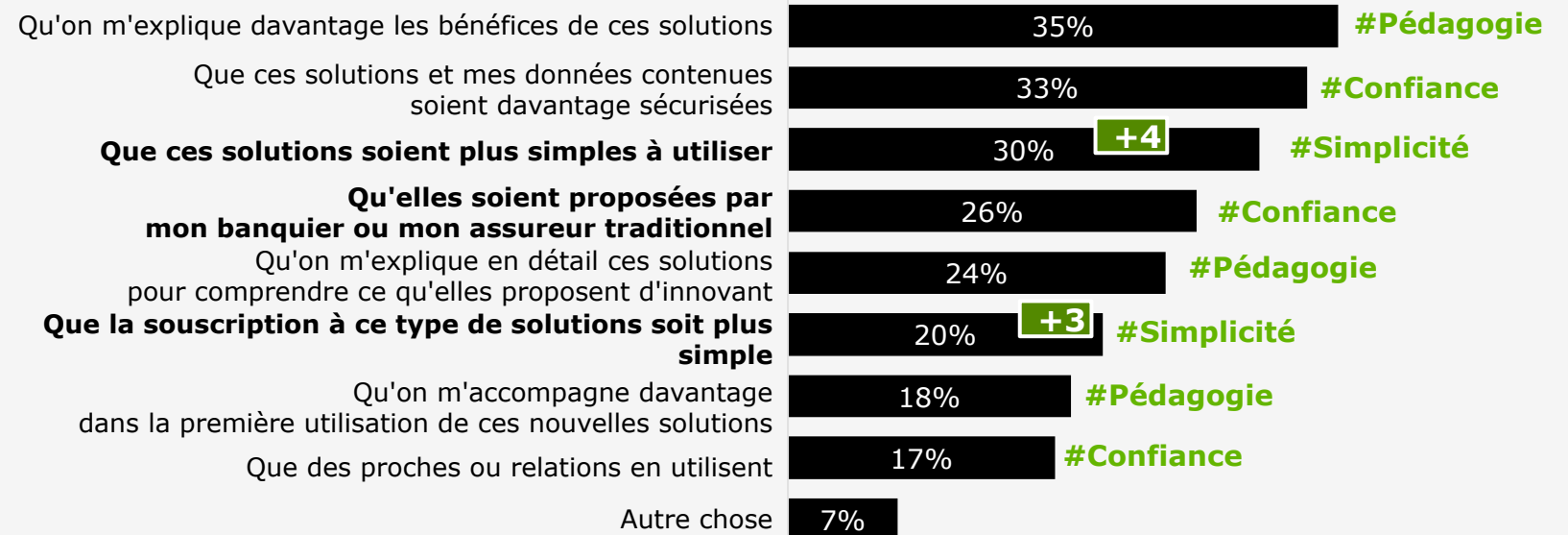
Les français ont du mal à percevoir l'utilité de ces nouveaux services



56% des français perçoivent l'utilité de ces nouveaux services, chiffre stable depuis l'édition 2018 du Baromètre

La pédagogie et la simplicité sont deux leviers d'adoption des nouveaux services par les français

Globalement, qu'est-ce qui vous inciterait à utiliser/utiliser davantage un ou plusieurs de ces outils, services et dispositifs financiers et d'assurance ?

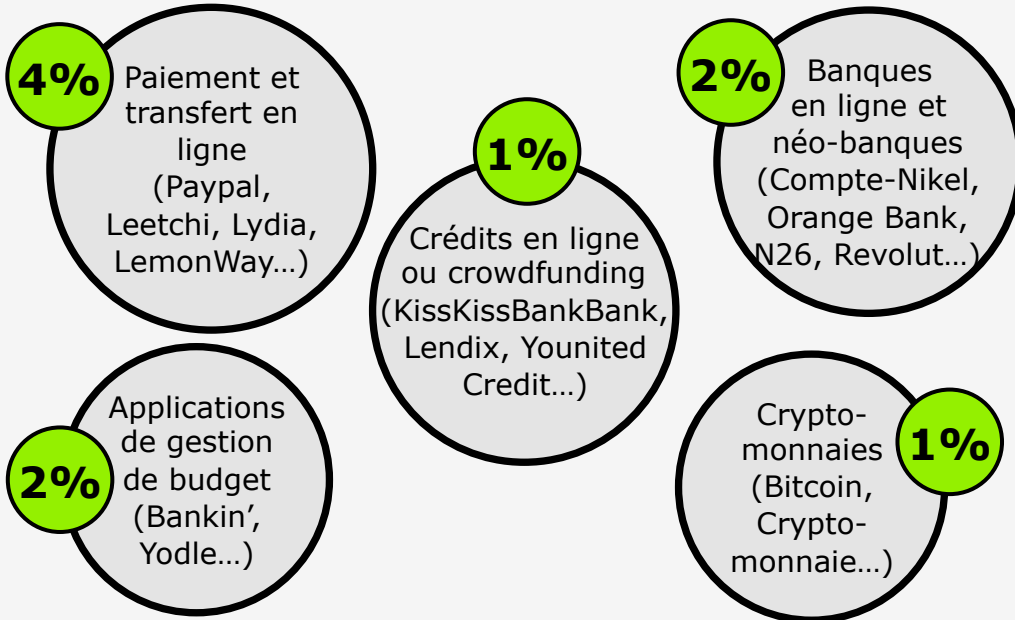


Des alliances d'autant plus pertinentes pour les acteurs qui ont choisi ou choisiront d'APIser leur système d'information au-delà des exigences réglementaires de DSP2

...Une collaboration d'autant plus importante que les FinTechs et Insurtechs ont toujours des difficultés à se faire connaître du grand public

Fintech

11% Des français citent un nom en rapport, dont...



→ Les applications de paiement et de transfert d'argent en ligne ont la notoriété la plus importante

Insurtech

5% citent un nom en rapport, dont...



→ La notoriété des assurances en ligne et collaboratives a augmenté

5

En synthèse...

En synthèse...



1

La digitalisation des français se poursuit...

- **Développement de l'utilisation d'internet** sur les demandes de crédit, la souscription d'assurances et les ouvertures de comptes
- Tendance confirmée par **l'augmentation de l'utilisation des Néo banques**

2

...Mais attention, l'équilibre entre conseil digitalisé est humain est crucial...

- **47%** des français ne souhaitent aucune forme de conseil digitalisé
- **16%** des français rejettent tout mode de contact virtuel
- **44%** des français feraient confiance à un conseil digitalisé pour souscrire aux produits de banque au quotidien

3

...Les français considèrent leurs banques et assurances comme légitimes pour leur proposer de nouveaux services, même non financiers...

- **78%** des français seraient intéressés pour que leur banque / assurance leur propose des services hors de leur champs d'action naturel
- Les français restent fidèles à leurs banques / assurances et leurs font confiance. **Cette relation de confiance les met en pole position pour leur proposer de nouveaux services**
- Un fort intérêt pour les services de **sécurisation des données** qui pourront constituer le **fer de lance de la stratégie Open Banking** des banques et assurances

4

...Cela ouvre la voix de l'Open Banking...

- D'autant plus que la **confiance des français envers les Fintechs, Insurtechs croît** sur les contrats d'assurance auto, habitation (**6%**), santé (**7%**), prévoyance (**5%**)

5

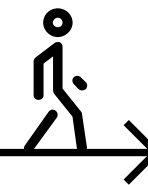
... Stratégie amorcée avec les agrégateurs de comptes qui suscitent un intérêt grandissant, surtout lorsqu'ils sont proposés par un acteur traditionnel...

- **41%** des français savent ce qu'est un agrégateur de comptes (**+7 points depuis 2018**), **14%** utilisent un agrégateur de comptes (**+5 points depuis 2018**), **66%** des utilisateurs d'agrégateurs de comptes utilisent celui de leur banque
- Le développement de ces services est probablement lié à la **DSP2 et à l'enrichissement de l'offre bancaire**

6

... Les partenariats entre institutions financières et Fintechs / InsurTechs seront plus que jamais déterminants dans l'aboutissement de cette stratégie Open Banking...

- **56%** des français pensent que leur relation avec leur banque ou assurance serait renforcée s'ils proposaient des services de Fintech ou Insurtechs
- **80%** des français reconnaissent le caractère innovant des services Fintechs et Insurtechs



- **La DSP2 a ouvert la voix de l'Open Banking**
- **Une orientation stratégique à poursuivre en proposant de nouveaux services non financiers pour accompagner les clients à chaque moment clé de leur vie**
- **Les partenariats entre acteurs traditionnels et Fintechs, Insurtechs seront déterminants**

Les experts



Julien Maldonato

Associé Conseil
Innovation



Ghislain Boulnois

Senior Manager
Conseil

FSI & Fintech



A propos de Deloitte

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), société de droit anglais (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. DTTL (ou « Deloitte Global ») ne fournit pas de services à des clients. Pour en savoir plus sur notre réseau global de firmes membres : www.deloitte.com/about. En France, Deloitte SAS est le cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, et les services professionnels sont rendus par ses filiales et ses affiliés.

Deloitte fournit des services professionnels en audit & assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, juridique & fiscal et expertise comptable à ses clients des secteurs public et privé, quel que soit leur domaine d'activité. Deloitte sert quatre entreprises sur cinq du Fortune Global 500® companies à travers un réseau de firmes membres dans plus de 150 pays, et allie des compétences de niveau international à un service de grande qualité afin d'aider ses clients à répondre à leurs enjeux les plus complexes. Pour en savoir plus sur la manière dont nos 264 000 professionnels make an impact that matters (agissent pour ce qui compte), connectez-vous et échangez avec nous sur Facebook, LinkedIn ou Twitter.

En France, Deloitte mobilise un ensemble de compétences diversifiées pour répondre aux enjeux de ses clients, de toutes tailles et de tous secteurs – des grandes entreprises multinationales aux microentreprises locales, en passant par les ETI et PME. Fort de l'expertise de ses 11 300 collaborateurs et associés, Deloitte en France est un acteur de référence en audit & assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, juridique & fiscal et expertise comptable, dans le cadre d'une offre pluridisciplinaire et de principes d'action en phase avec les exigences de notre environnement.

© 2019 Deloitte Conseil. Une entité du réseau Deloitte

