

Contact presse Capgemini :

Florence Lièvre
Tél. : 01 47 54 50 71
E-mail: florence.lievre@capgemini.com

Contact Presse LinkedIn :

Fred Han
Tél. : +1 415 713 1562
E-mail: fhan@linkedin.com

Contact Presse Efma :

Hannah Moisand
Tél. : 01 47 42 6770
E-mail : hannah@efma.com

Le *World FinTech Report 2018* de Capgemini souligne l'importance d'une collaboration étroite entre les acteurs de l'industrie des services financiers

La concurrence féroce entre acteurs traditionnels et les nouvelles exigences des clients en matière de commodité et de personnalisation de la relation transforment l'industrie des services financiers, créant par la même occasion de nouvelles opportunités de collaboration avec les FinTechs

Paris, New York, le 27 février 2018 – À l'heure où l'ascension des FinTechs¹ dynamise l'expérience client dans les services financiers, de nombreuses start-ups s'aperçoivent qu'elles ont peu de chances de réussir si elles font cavalier seul. En raison de leurs atouts complémentaires, les FinTechs recherchent de plus en plus à collaborer étroitement avec les acteurs traditionnels du secteur qu'elles ambitionnaient pourtant de remplacer. C'est ce que révèle le *World FinTech Report 2018* publié par [Capgemini](#) et [LinkedIn](#), en collaboration avec l'Efma. Ce rapport se penche sur la façon dont les FinTechs redéfinissent l'expérience client dans le secteur financier grâce à une meilleure utilisation des technologies émergentes avec une approche davantage centrée sur le client. Le potentiel des collaborations entre les FinTechs et les institutions financières traditionnelles est également mis en lumière, ainsi que le rôle que les BigTechs² s'approprient à jouer dans les services financiers.

Les FinTechs revitalisent le parcours client sur le marché des services financiers

Les FinTechs redéfinissent l'expérience client proposée par les établissements financiers traditionnels en innovant. La concurrence et les attentes croissantes des clients poussent ces établissements à proposer des solutions plus pratiques et personnalisées. Les FinTechs tirent ainsi parti des données client pour concevoir des offres sur mesure et proposent également des services en ligne, accessibles rapidement depuis n'importe quel appareil et disponibles 24 h/24 et 7 j/7.

Cependant, d'après le *World FinTech Report 2018*, les consommateurs font davantage confiance aux établissements traditionnels qu'aux FinTechs. Pour pérenniser leur réussite, les établissements financiers doivent continuer d'aligner leurs objectifs sur ceux de leurs clients, maintenir leur confiance et adopter des processus digitaux, agiles et efficaces.

« Le succès des Fintechs est lié à leur approche centrée sur le client qui compense les lacunes des établissements traditionnels. Cependant, les clients placent toujours une grande confiance dans les

¹ Les FinTechs sont des entreprises qui proposent des services financiers basés sur les nouvelles technologies. Ce sont généralement des sociétés de petite taille avec une clientèle grandissante.

² Les BigTechs sont les grandes multinationales spécialisées dans les technologies et possédant une vaste clientèle. Parmi elles : Google, Amazon, Facebook, Apple et Alibaba.

établissements traditionnels », explique Penry Price, vice-président, *Global Marketing Solutions* chez LinkedIn.

Une collaboration bénéfique à toutes les parties

Parce qu'elles ne sont pas handicapées par des systèmes anciens ou par une culture d'entreprise obsolète, les FinTechs sont parvenues à tirer parti des nouvelles technologies pour satisfaire rapidement les nouvelles exigences des consommateurs. Selon le *World FinTech Report 2018*, l'agilité et la capacité à améliorer l'expérience client constituent, pour plus de 90% des FinTechs, les deux qualités qui offrent le plus grand avantage concurrentiel. Plus de 76% d'entre elles estiment que la capacité à développer de nouvelles solutions et à améliorer les produits et services existants est un élément essentiel de leur réussite. Le défi des FinTechs est maintenant celui de l'expansion et de la création de business models viables. D'après le rapport, bien que les FinTechs aient engrangé près de 110 milliards de dollars depuis 2009, la plupart sont vouées à disparaître si elles ne parviennent pas à bâtir un écosystème de partenariat efficace.

En parallèle, les institutions financières traditionnelles procèdent à de nombreuses améliorations propres aux FinTechs tout en conservant leurs atouts : leur politique de gestion des risques, leurs infrastructures, leur expertise en matière de réglementation, la confiance de leurs clients ou encore leur accès aux capitaux. Les établissements traditionnels et les FinTechs ont tout à gagner à collaborer.

« Plus de 75% des FinTechs déclarent que leur principal objectif est de collaborer avec les établissements traditionnels. Dès lors, il est essentiel que les deux parties transforment leurs business models pour stimuler l'innovation tout en conservant la confiance de leurs clients », affirme Anirban Bose, à la tête de l'entité Services Financiers de Capgemini et membre du Comité de Direction générale du Groupe. *« S'ils ne trouvent pas de partenariats durables et agiles, les FinTechs et les établissements traditionnels risquent l'échec. »*

Trouver le bon partenaire : la clé d'une collaboration fructueuse

Le rapport révèle que la collaboration sera la clé de voûte d'une réussite à long terme pour les FinTechs comme pour les établissements traditionnels. Pour garantir une collaboration fructueuse il faut choisir le partenaire adéquat et trouver un modèle de collaboration adapté. Les entreprises vont devoir surmonter plusieurs obstacles afin d'instaurer un partenariat solide.

D'après le *World FinTech Report 2018*, plus de 70% des cadres et directeurs de FinTechs estiment que le manque d'agilité dont font preuve les établissements traditionnels représente le plus grand obstacle quant à une collaboration. Les établissements traditionnels, eux, redoutent avant tout un impact négatif sur la confiance que leur portent leurs clients ou sur leur image de marque, et craignent également un changement de culture d'entreprise.

« Un partenariat fructueux suppose que les deux entreprises gardent l'esprit ouvert et s'investissent pleinement dans cette collaboration. Les institutions financières doivent respecter la culture d'entreprise propre aux FinTechs pour ne pas qu'elles perdent un de leurs principaux atouts qu'est l'agilité », explique Vincent Bastid, secrétaire général de l'Efma.

Accélérer la collaboration et préparer l'avenir

L'avenir des services financiers est entre les mains des FinTechs et des établissements traditionnels, qui peuvent se compléter en unissant leurs forces pour répondre aux besoins de leur clientèle et redéfinir le parcours client. Afin de rapprocher les établissements financiers et accélérer leur collaboration, Capgemini a lancé la [ScaleUp Certification](#). Cet outil crée un modèle de collaboration et de vérifications mutuelles destiné à encourager les partenariats entre les établissements financiers traditionnels et les FinTechs. Si l'on ignore encore comment les BigTechs² viendront bouleverser ce paysage, on sait désormais que le temps est

venu pour les FinTechs et les institutions financières traditionnelles de trouver le bon mode de partenariat et d'entamer une collaboration pour redéfinir un chemin commun vers la réussite.

À propos du World FinTech Report

Réalisé par Capgemini et LinkedIn en collaboration avec l'Efma, le World FinTech Report 2018 se base sur une enquête réalisée à l'échelle mondiale auprès de sociétés de services financiers traditionnelles et de FinTechs proposant notamment des services de transactions bancaires, de prêts, de paiements, de transferts, ainsi de gestion de placements et d'assurances. L'enquête visait à recueillir les points de vue des sociétés de services financiers traditionnelles et des FinTechs - explorant divers aspects du parcours client et les principaux facteurs de réussite pour l'amélioration de celui-ci. Le rapport en lumière l'évolution de la relation entre les opérateurs historiques et les acteurs « new-age », en mettant l'accent sur le point de vue des FinTechs et sur une analyse qui peut aider les deux parties à atteindre leurs objectifs.

Pour plus d'informations, consultez le site www.fintechworldreport.com.

À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, des services informatiques et de la transformation numérique. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 12,8 milliards d'euros en 2017.

Plus d'informations sur www.capgemini.com. *People matter, results count.*

Travaillant avec près de deux tiers des plus grandes institutions bancaires mondiales, la division *Financial Services* de Capgemini aide les leaders de la banque, de l'assurance et des marchés financiers à s'adapter aux changements du secteur à l'aide de solutions business et informatiques innovantes, pour des résultats concrets. Avec 55 000 experts financiers à l'échelle mondiale, *Financial Services* tient compte des variantes régionales, sectorielles et technologiques à sa disposition pour proposer à ses clients des solutions sur mesure. Forte d'une expérience éprouvée de plus de 25 ans dans le secteur financier, la division *Financial Services* de Capgemini fournit à ses clients les informations décisionnelles et les services de qualité dont ils ont besoin.

En savoir plus : www.capgemini.com/financialservices.

À propos de l'Efma

Fondée en 1971 par des sociétés d'assurance et des institutions bancaires, l'Efma est une organisation internationale à but non lucratif ayant pour mission de faciliter les échanges entre les décideurs. Elle fournit aux banques et aux compagnies d'assurance les informations de qualité dont elles ont besoin pour stimuler l'innovation et la transformation. L'Efma compte aujourd'hui plus de 3 300 marques membres réparties dans 130 pays.

Son siège est situé à Paris. L'Efma dispose également de bureaux à Londres, Bruxelles, Barcelone, Stockholm, Bratislava, Dubaï, Mumbai et Singapour.

Site : www.efma.com