

**La plupart des banques prévoient de proposer des services d'Open Banking à leurs clients professionnels, beaucoup d'entre elles espérant générer ainsi une croissance à deux chiffres de leurs revenus**

*Les clients professionnels de services bancaires prévoient d'utiliser l'open banking pour avoir accès à des services innovants*

Paris, le 25 mars 2019 – Accenture publie une [étude mondiale](#), menée auprès de plus de 750 cadres dirigeants de banques, de petites et moyennes entreprises (PME) et de grands groupes, sur la perception et les attentes des clients professionnels de l'Open Banking.

La plupart des grandes banques ont déclaré que fournir des services d'Open Banking à leurs clients professionnels est une initiative stratégique clé dans leurs programmes de transformation numérique, et beaucoup espèrent que l'Open Banking leur permettra d'atteindre une croissance à deux chiffres.

L'Open Banking permet aux clients professionnels de services financiers de partager leurs données financières en toute sécurité avec les banques et des tierces parties, ce qui facilite les transferts de fonds, la comparaison des produits et la gestion de comptes grâce aux interfaces de programme d'application (API).

Selon l'étude, 90 % des grandes banques envisagent de fournir des services d'Open Banking à leurs clients professionnels, et plus de la moitié (54 %) des grandes banques espère que l'Open Banking les aidera à augmenter leurs revenus jusqu'à 10 %, voire jusqu'à 20 % pour un autre tiers (35 %) d'entre-elles.

Voici quelques-unes des principales conclusions : les clients professionnels des banques souhaitent souvent les mêmes choses que les clients des banques de détail - des processus plus innovants et une meilleure expérience client - ce que l'Open Banking peut faciliter. À la question de savoir quel est l'avantage le plus important de l'utilisation d'une plateforme d'écosystème Open Banking, les répondants ont le plus souvent cité l'accès à des services bancaires pratiques et innovants (30% des dirigeants de grandes entreprises et 23% des dirigeants de PME).

Les clients professionnels s'attendent également à ce que l'Open Banking leur permette d'atteindre davantage de clients et de partenaires (pour 19 % des grandes entreprises et 25 % des PME) et d'optimiser leurs processus (17 % des grandes entreprises et 20 % des PME). Interrogés sur les activités qui pourraient être le plus améliorées en partenariat avec leur banque par le biais de l'Open Banking, les répondants des PME et des grandes entreprises ont cité les paiements, les finances et la gestion de trésorerie.

« Bien que la discussion autour de l'Open Banking se soit jusqu'à présent concentrée sur les clients de services bancaires aux particuliers, nous avons constaté que les clients professionnels attendent la même chose de leur banque, » commente Stéphane Ray, responsable de l'Open Banking chez Accenture France. « L'Open Banking offre aux banques la possibilité d'utiliser les écosystèmes de plateformes pour fournir des services plus nombreux et de meilleure qualité, notamment en aidant leurs clients PME et grandes entreprises à étendre leur portée commerciale et à exploiter des services bancaires de pointe. »

La plupart des grandes banques (90 %) ont investi dans des initiatives d'Open Banking pour leurs clients professionnels ou ont l'intention de le faire cette année. Plus des deux tiers (71 %) prévoient d'investir jusqu'à 20 millions de dollars et un quart (24 %) envisagent un investissement supérieur à 20 millions de dollars, pour développer leurs plateformes commerciales ouvertes, proposer les services de tierces parties et explorer des cas d'utilisation d'Open Banking.

L'étude révèle également que plus d'un tiers (35 %) des clients professionnels participent déjà à des plateformes d'Open Banking et que 42 % envisagent de le faire en 2019. Interrogés sur les partenaires qu'ils préféreraient associer à des initiatives d'Open Banking, près des trois quarts (72 %) des grandes

entreprises et deux tiers (65 %) des PME ont cité leur banque. Seuls 15 % des clients professionnels souhaiteraient un prestataire technologique non bancaire.

« Il y a un afflux de nouveaux acteurs digitaux agiles non bancaires qui utilisent l'innovation de l'Open Banking pour capter les clients professionnels des banques traditionnelles », affirme Stéphane Ray. « Pour repousser ces concurrents, les banques établies peuvent rapidement se positionner comme leaders de l'Open Banking en adaptant des modèles économiques et opérationnels qui intègrent les écosystèmes de plateformes. Les banques ont un avantage certain pour mener cette offensive : leurs liens de confiance, de sécurité et de confidentialité avec leurs clients professionnels. Mais elles doivent quitter leur zone de confort en proposant des solutions qui correspondent étroitement aux besoins des clients plutôt qu'aux produits qu'elles souhaitent vendre. »

### **Méthodologie**

Accenture Research a mené une enquête auprès de dirigeants de 100 banques mondiales, 330 petites et moyennes entreprises et 330 grandes entreprises dans 11 pays (Allemagne, Australie, Canada, Chine (Hong Kong), États-Unis, France, Italie, Royaume-Uni, Singapour, Suède et Thaïlande) pour déterminer leurs attentes et leurs projets en matière d'Open Banking. Les enquêtes en ligne ont été réalisées en septembre 2018.

### **À propos d'Accenture**

Accenture, un des leaders mondiaux des services aux entreprises et administrations, propose une large gamme de services et solutions en stratégie, conseil, digital, technologie et gestion déléguée d'opérations. Combinant son expérience et son expertise dans plus de 40 secteurs d'activité et pour toutes les fonctions de l'entreprise, en s'appuyant sur le plus grand réseau international de centres de services, Accenture intervient à l'intersection de l'activité de ses clients et de la technologie pour les aider à renforcer leur performance et créer de la valeur sur le long terme pour leurs parties prenantes. Avec 469 000 employés intervenant dans plus de 120 pays, Accenture favorise l'innovation pour améliorer notre environnement de demain. Site Internet : [www.accenture.com/fr](http://www.accenture.com/fr)

###

### **Contacts presse :**

Bonnie OLIVIER  
01 53 23 54 61  
[bonnie.olivier@accenture.com](mailto:bonnie.olivier@accenture.com)

François LUU  
01 53 23 68 55  
[francois.luu@accenture.com](mailto:francois.luu@accenture.com)