



Les Français et les nouveaux services financiers – 5e édition

Vers un monde Open Banking et montée en puissance des BigTechs

Février 2020

Sommaire

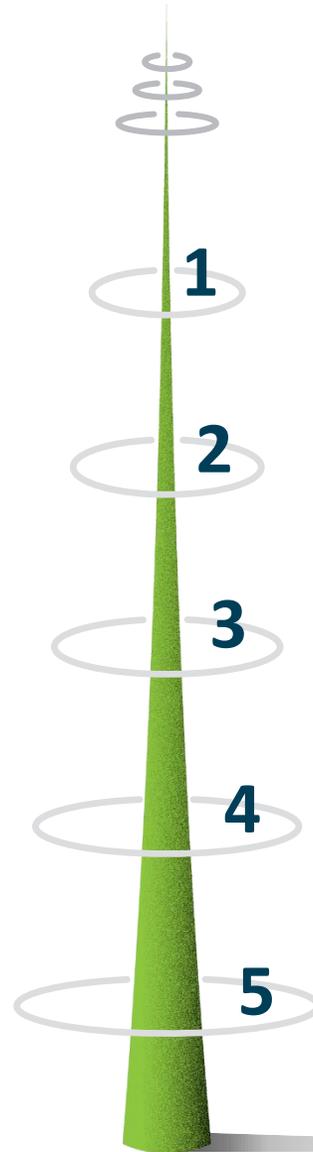
Cinq ans après l'engouement pour les Fintech et les Insurtech, qu'en est-il ?

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

Quel est le ressenti des Français vis-à-vis des services financiers et assurantiels ?

En quoi la sécurité des données est-elle devenue un enjeu majeur dans le secteur bancaire et assurantiel ?

Comment collaborer avec les acteurs traditionnels ?



Les Français et les Fintech/Insurtech...

L'univers bancaire et assurantiel **poursuit sa digitalisation**, avec une **progression des usages mobiles**

Les prémices d'une **montée en puissance des nouveaux acteurs** (BigTechs, Fintech, Insurtech, etc.) s'annoncent...

Les Français confirment leur **appétence** pour les **services innovants**, qu'ils soient **financiers, assurantiels ou extrafinanciers**

Les banques et les assurances pourront tirer profit de leur **image de tiers de confiance** pour capter davantage de **données client**

Tous ces éléments **confirment la tendance Open Banking** : acteurs traditionnels et Fintech/Insurtech doivent **collaborer pour innover**

Pour la cinquième 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*
- Agrégation de contrats d'assurance**
- Compérateurs de prix et de services**
- Cryptomonnaies***
- Solutions de paiement digitales****
- Assurances de courte durée à la demande****
- Services d'aide à la revente d'objets ****

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 29 novembre au 16 décembre 2019

* Quatre années d'historique, ** Trois années d'historique, *** Deux années d'historique, **** Une année d'historique

1

L'univers bancaire et assurantiel poursuit sa digitalisation, avec une progression des usages mobiles

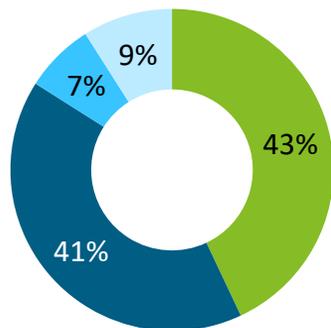


Les Français continuent de favoriser les canaux digitaux pour réaliser leurs opérations bancaires

84% des Français réalisent des opérations bancaires en ligne

Réalisez-vous des opérations bancaires en ligne ?

La digitalisation des Français **reste stable** par rapport aux années précédentes



■ Systématiquement ■ De temps en temps
■ Exceptionnellement ■ Jamais

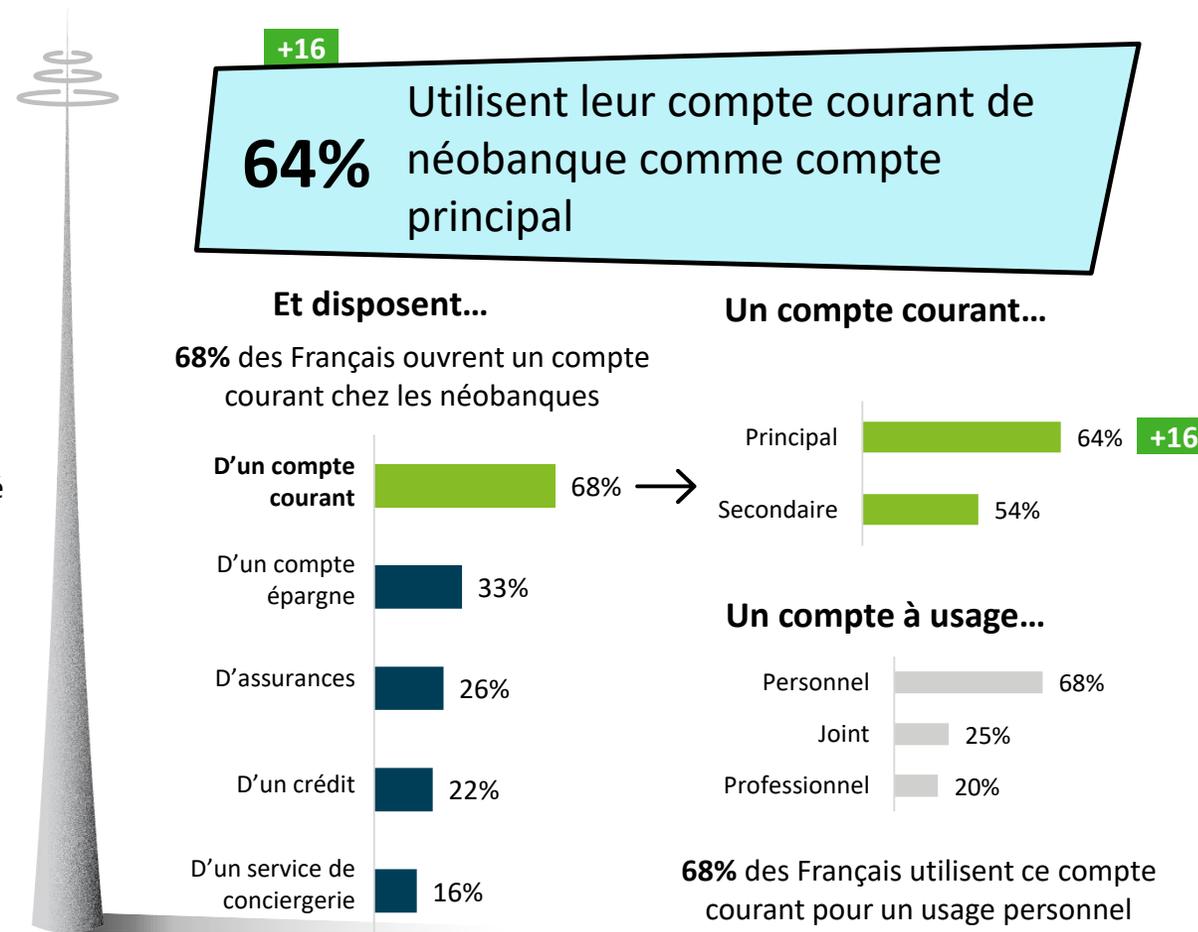
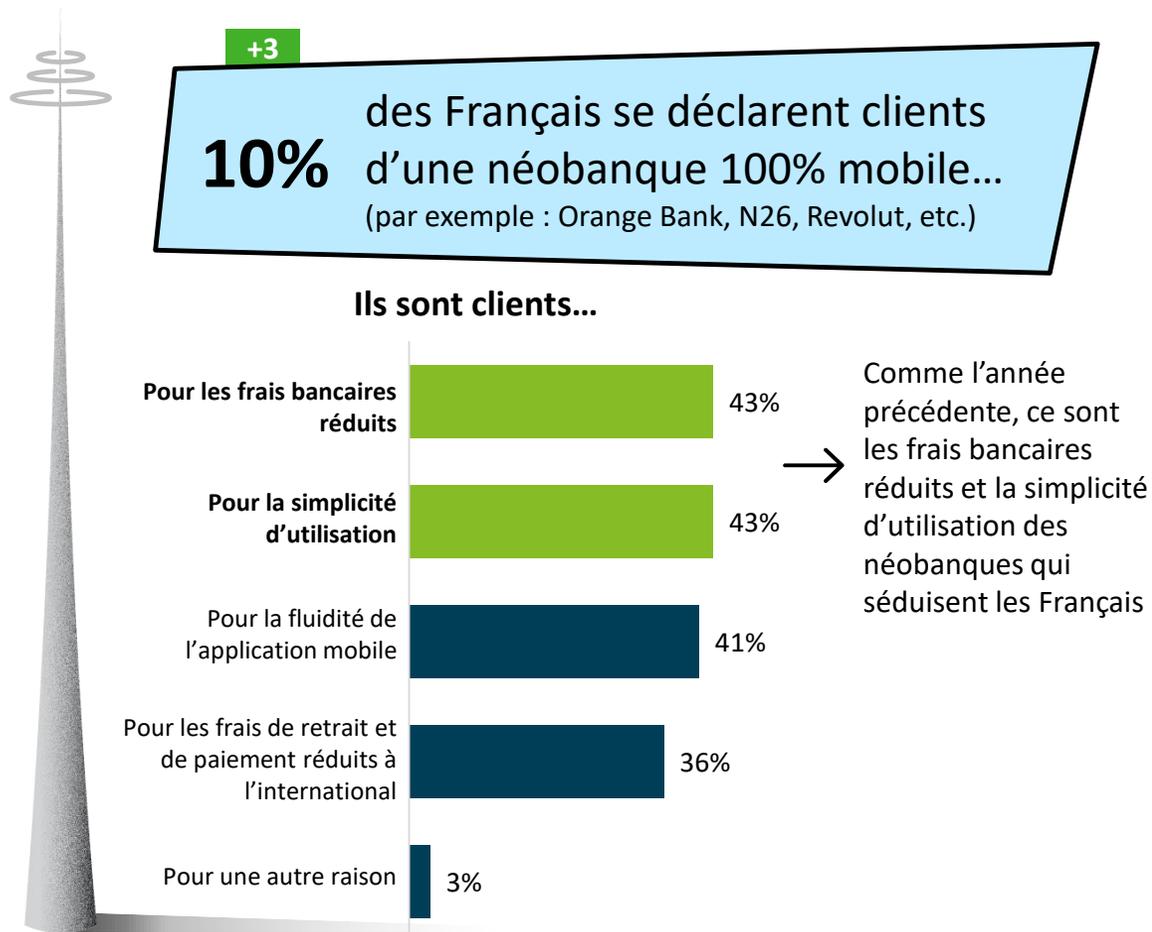
Nous observons une forte digitalisation des opérations bancaires avec...

43% des Français qui déclarent systématiquement réaliser en ligne leurs opérations bancaires

... et avec seulement

9% des Français qui ne réalisent pas d'opérations bancaires en ligne

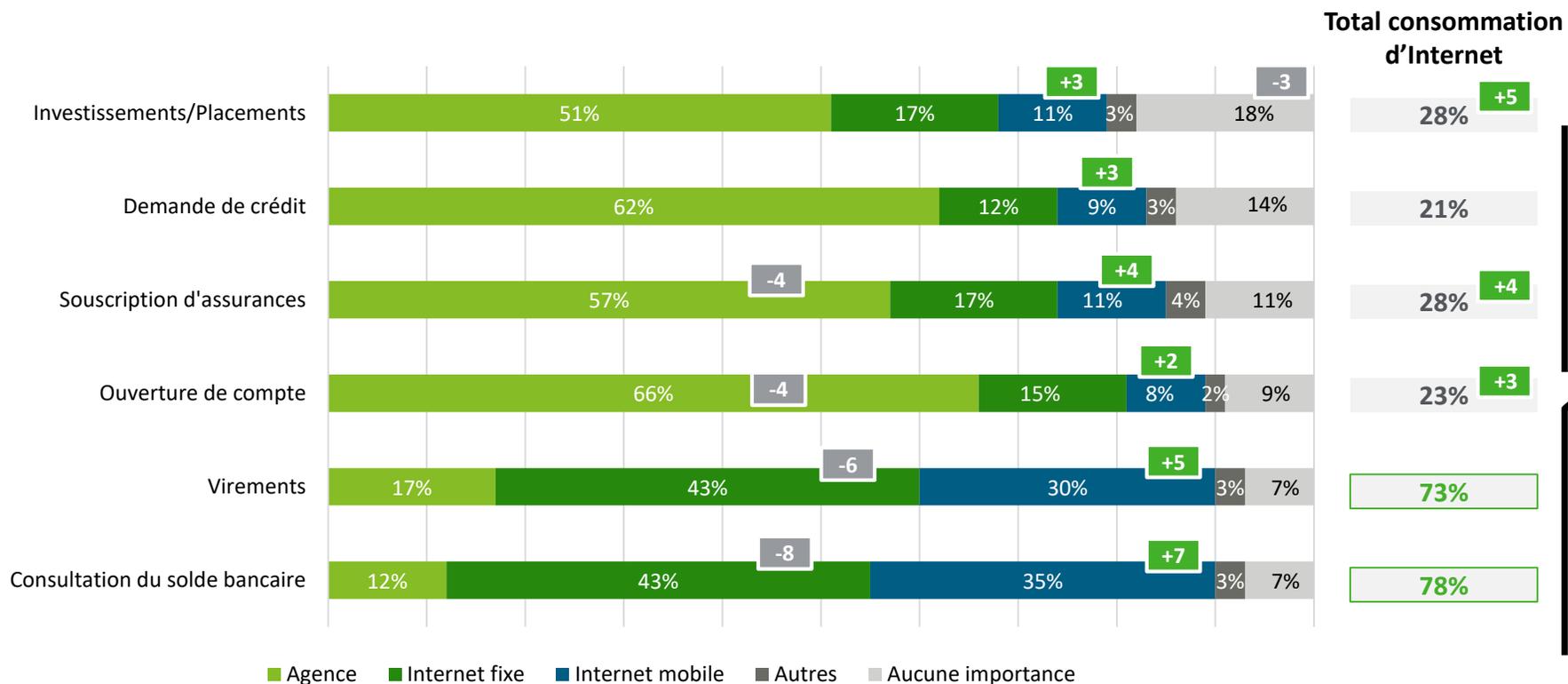
Une tendance confirmée notamment par l'augmentation des clients de néobanques qui les utilisent de plus en plus comme leur compte principal



Le canal Internet mobile progresse au détriment des autres canaux tant sur les opérations simples que complexes, même si l'agence reste le canal privilégié sur les opérations complexes



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



Nous observons une forte progression de l'Internet mobile tant sur les opérations simples que complexes

Cette avancée se fait principalement au **détriment de l'Internet fixe** puis au **détriment de l'agence** pour la souscription d'assurances et l'ouverture de compte

Cependant, sur les **opérations complexes, l'agence reste largement dominante**

L'appétence des Français envers les conseillers virtuels progresse



Nous observons un **recul de la réticence** des Français envers les diverses formes de **conseillers virtuels**

Forme de conseiller choisie par les Français si la relation était entièrement virtuelle...

	A choisi cette forme	L'a choisie en premier	S'il fallait obligatoirement choisir
Chatbot	50%	25%	71%
Hologramme	48% +5	20% +3	60% +4
Voicebot	46% +5	12% +2	55%
Aucune forme	43% -4		<i>Dans un second temps, il a été demandé aux personnes n'ayant choisi aucune forme de donner une réponse</i>

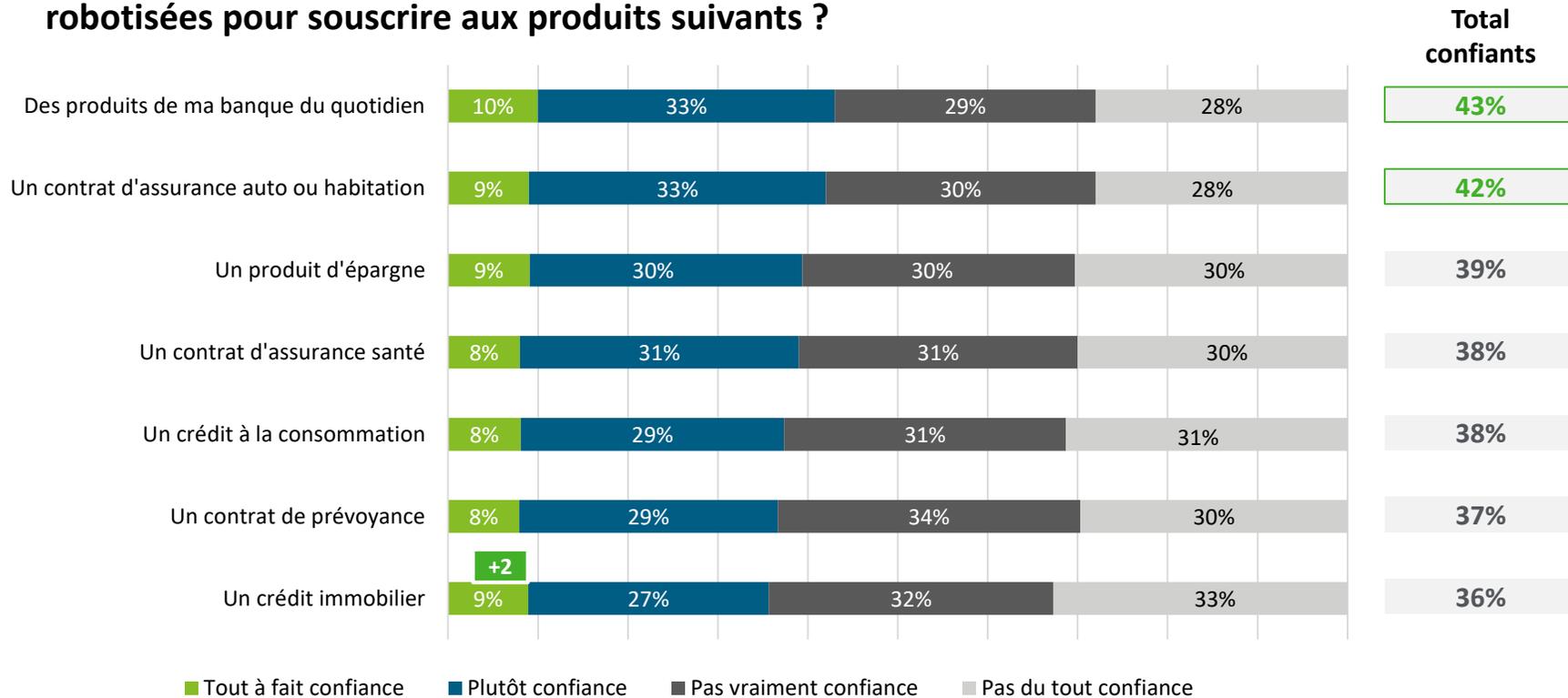
Le **chatbot** reste la valeur refuge des Français en termes de conseiller virtuel, et ce malgré une **progression significative des hologrammes et des voicebots** par rapport à l'édition 2019 du baromètre

43% des Français n'accepteraient aucune forme de conseiller virtuel, pourcentage en **baisse de quatre points** depuis l'édition 2019 du baromètre

Même si la confiance des Français envers ces solutions reste modérée



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



La souscription entièrement automatisée suscite toujours des réticences **mais plus d'1/3 des répondants se déclare tout de même confiant** dans cette solution

Comme pour l'édition 2019 du baromètre, **le conseiller digital reste plus accepté sur des opérations simples** (banque au quotidien et produits d'assurance simple)

A noter une acceptation en hausse de 2 points sur le crédit immobilier

Les Français privilégient le canal mobile pour interagir avec leur conseiller virtuel

-4

35%

Des Français préféreraient échanger avec leur conseiller virtuel via le site de leur banque ou assurance

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

	A choisi cette forme	L'a choisie en premier	S'il fallait obligatoirement choisir
Site de votre banque ou assurance	69%	35% -4	74%
Smartphone	63% +4	24% +3	67% +4
Application mobile	56% +6	15%	57% +6
Réseaux sociaux	32% +5	4%	33% +5
Véhicule	31% +7	4%	31% +7
Appareils électroménagers	28% +6	2%	29% +6
Autre moyen	3%	2%	6%
Aucun	15%		

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

Le **site de la banque** reste le mode de contact préféré pour **35%** des Français mais **recule de 4 points** dans leur ordre de préférence par rapport à l'édition précédente

Dans le même temps, nous constatons une progression de l'intérêt des Français pour le Smartphone et les objets connectés. Cette tendance s'inscrit dans un contexte de forte digitalisation et vient confirmer la progression de la mobilité

2

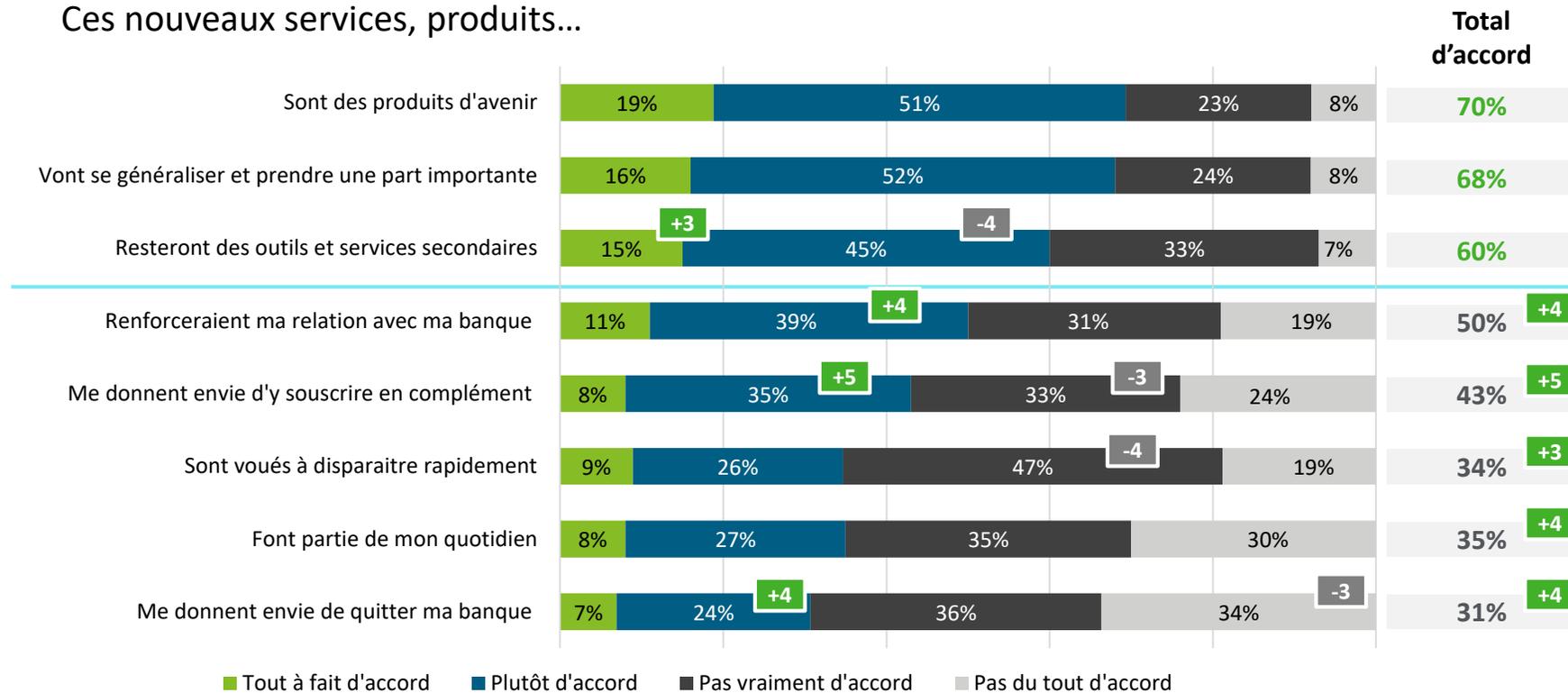
Les prémices d'une montée en puissance des nouveaux acteurs (BigTech, Fintech, Insurtech, etc.) s'annoncent...

Les Français restent fidèles à leur banque/assureur, les services des Fintech/Insurtech restant perçus comme secondaires



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

Ces nouveaux services, produits...



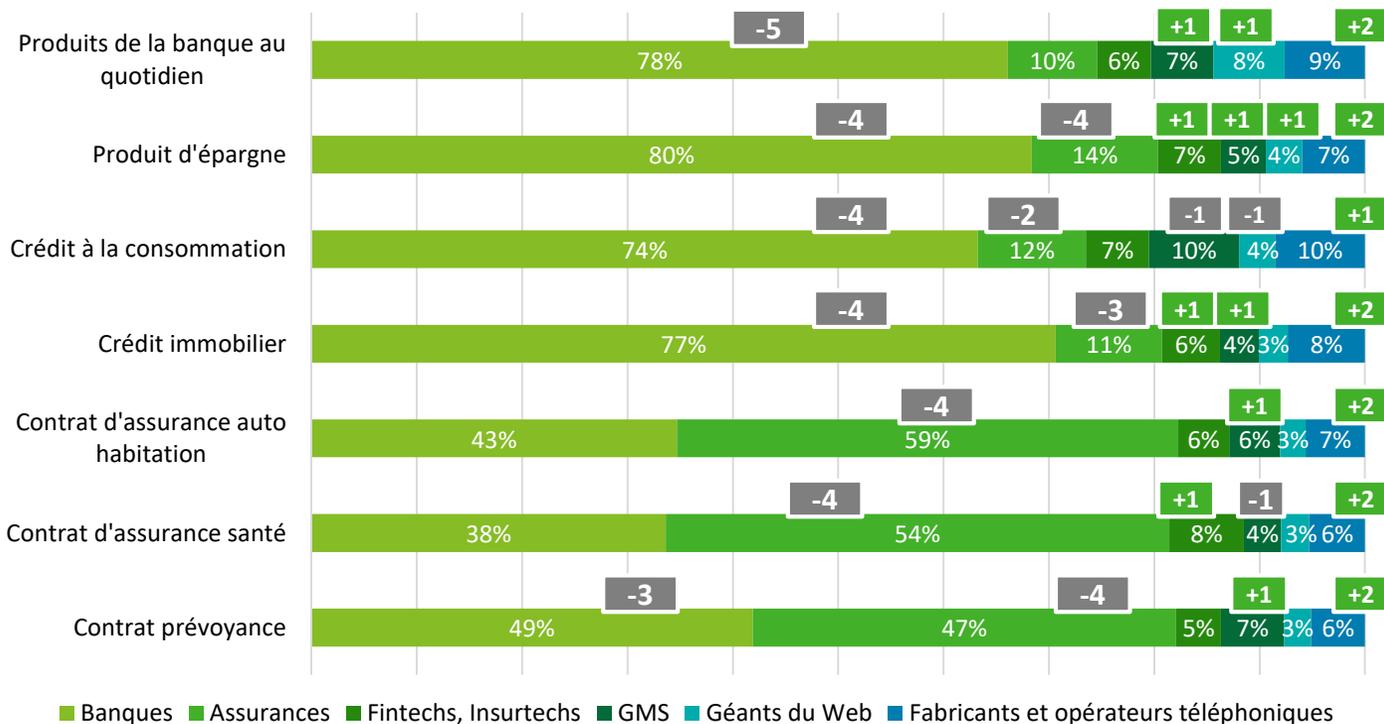
Comme pour l'édition précédente, les Français considèrent que les services des Fintech et des Insurtech **resteront secondaires**

Les services de Fintech ou d'Insurtech sont de **mieux en mieux acceptés** par les Français même si ces derniers ne font pas encore partie de leur quotidien. Les Français perçoivent ces services comme une offre **alternative ou complémentaire** à leur banque/assurance

Cependant, les Fintech/Insurtech et les BigTechs commencent à apparaître comme une alternative aux banques et aux assureurs (produit d'épargne, assurance habitation, assurance santé, crédit, etc.)



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



Evolution entre 2018 et 2020 de la confiance des Français envers...

Les BigTechs ¹	Les Fintech, Insurtech
+6	+0
+5	+2
+3	+1
+4	+1
+3	+2
+2	+3
+2	+1

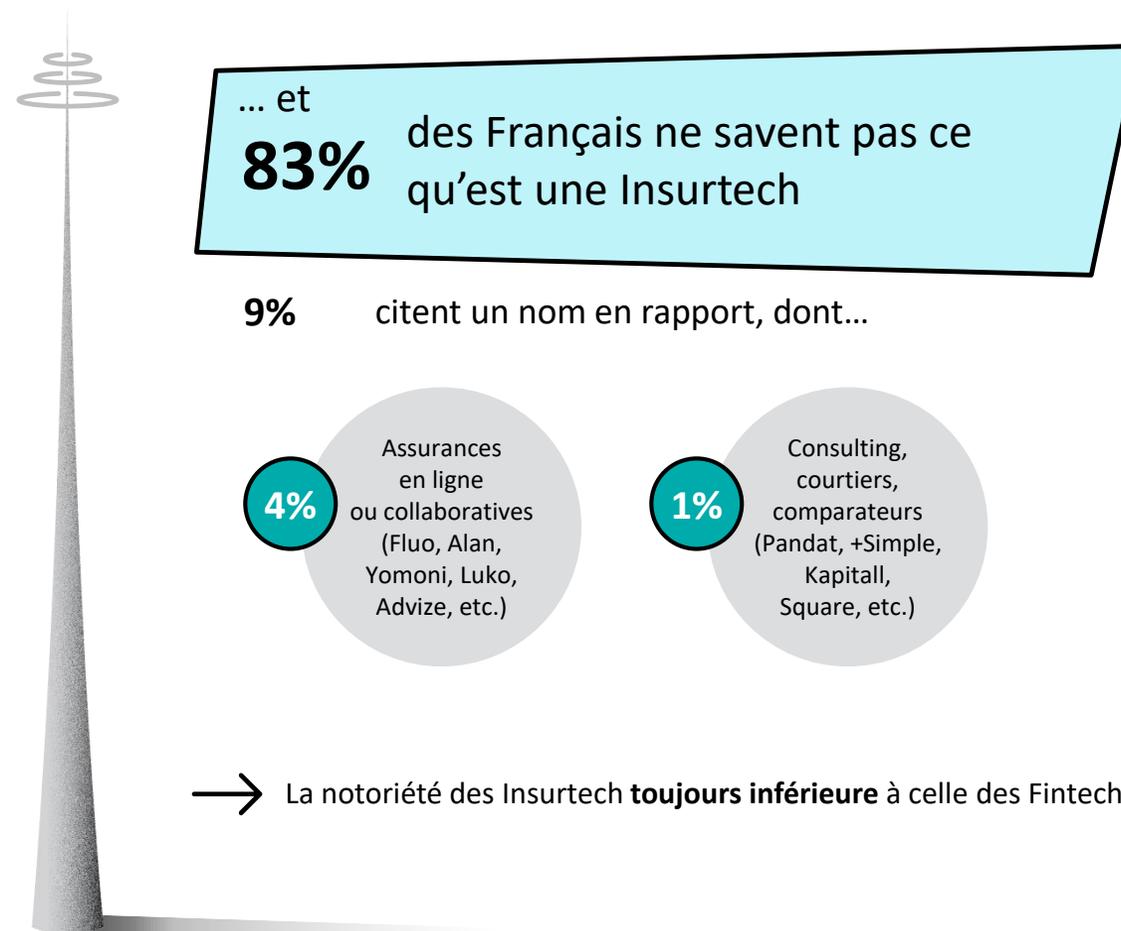
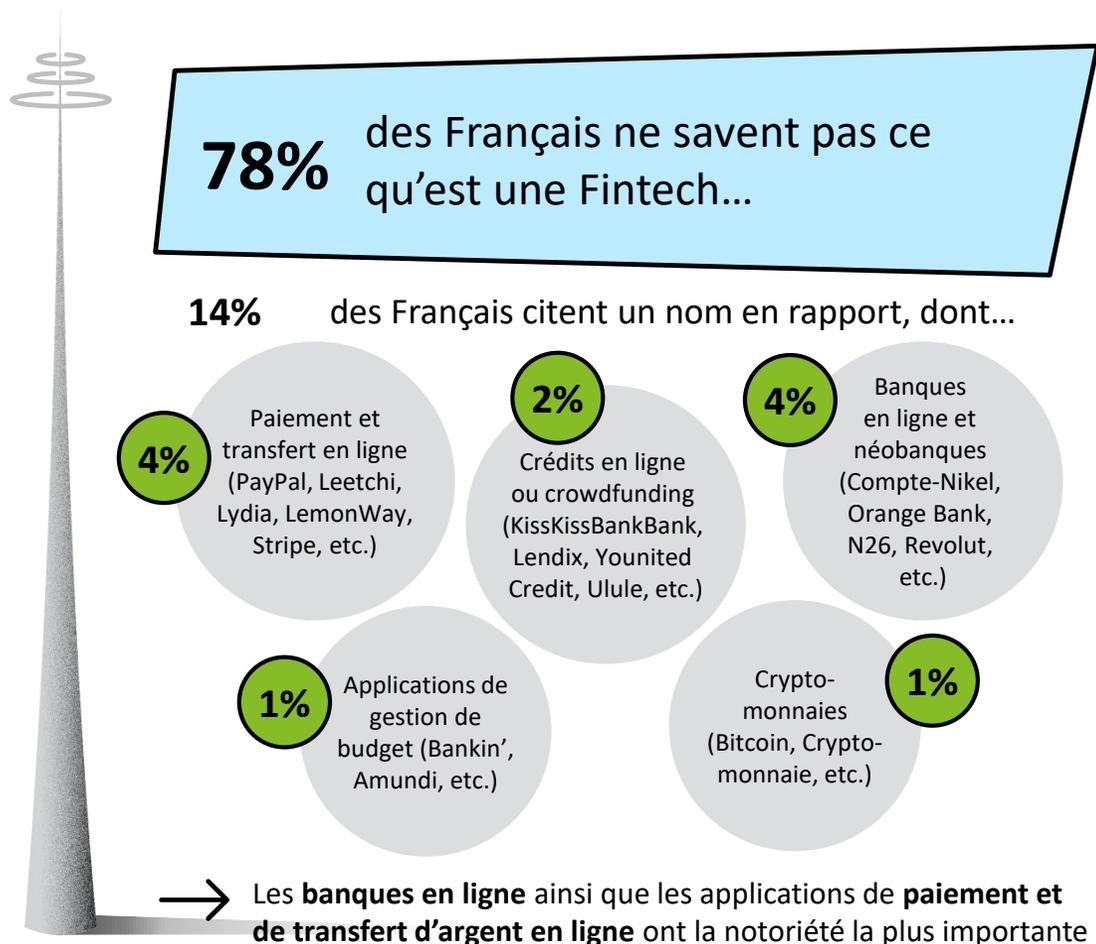
Nous constatons un recul des acteurs traditionnels banques et assurances sur tous les services

Mais ces derniers restent tout de même, pour les Français, les **acteurs de confiance pour tous les produits**

Les **BigTechs** gagnent des points de confiance depuis 2018, notamment sur les produits de **banque au quotidien et d'épargne**

Dans une moindre mesure, la confiance des Français envers les Fintech/Insurtech a également augmentée depuis 2018

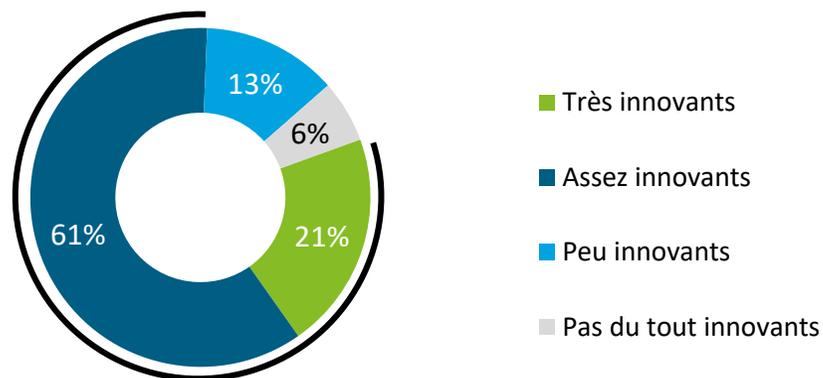
La notoriété des Fintech/Insurtech, portée par les paiements en ligne pour les Fintech et les assurances en ligne ou collaboratives pour les Insurtech, reste assez faible



Les Français reconnaissent le caractère innovant des Fintech/Insurtech, et en perçoivent de plus en plus l'utilité

82% des Français reconnaissent le caractère innovant des services des Fintech et Insurtech...

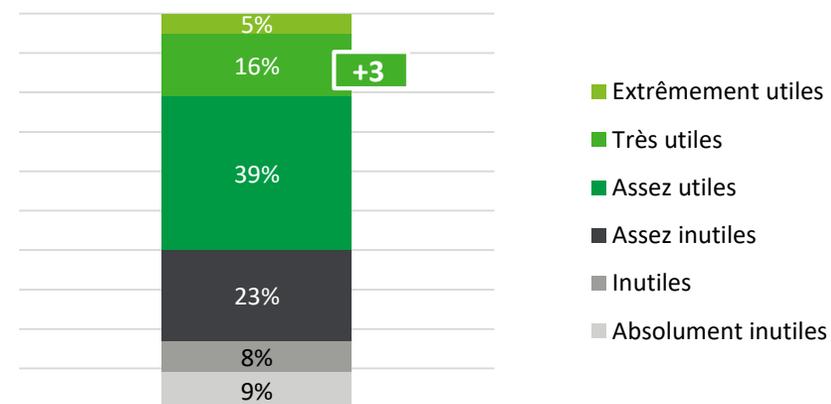
Diriez-vous que les services des Fintech et des Insurtech sont...



→ Des résultats stables par rapport à l'édition 2019 du baromètre

+4
60% des Français perçoivent l'utilité de ces nouveaux services

Diriez-vous que ces nouveaux services sont...

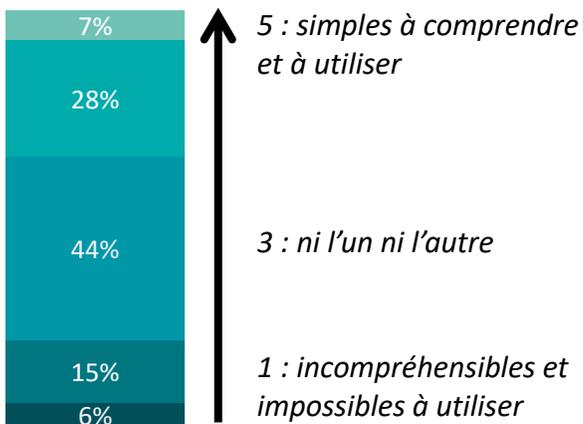


La perception de l'utilité des services innovants est en augmentation de 4 points par rapport à l'édition 2019 du baromètre

D'autant plus que les Français ont du mal à comprendre le contenu des services proposés par les Fintech/Insurtech, et se concentrent sur les risques associés

La majorité des Français a des difficultés à comprendre les services proposés...

Sur une échelle de 1 à 5

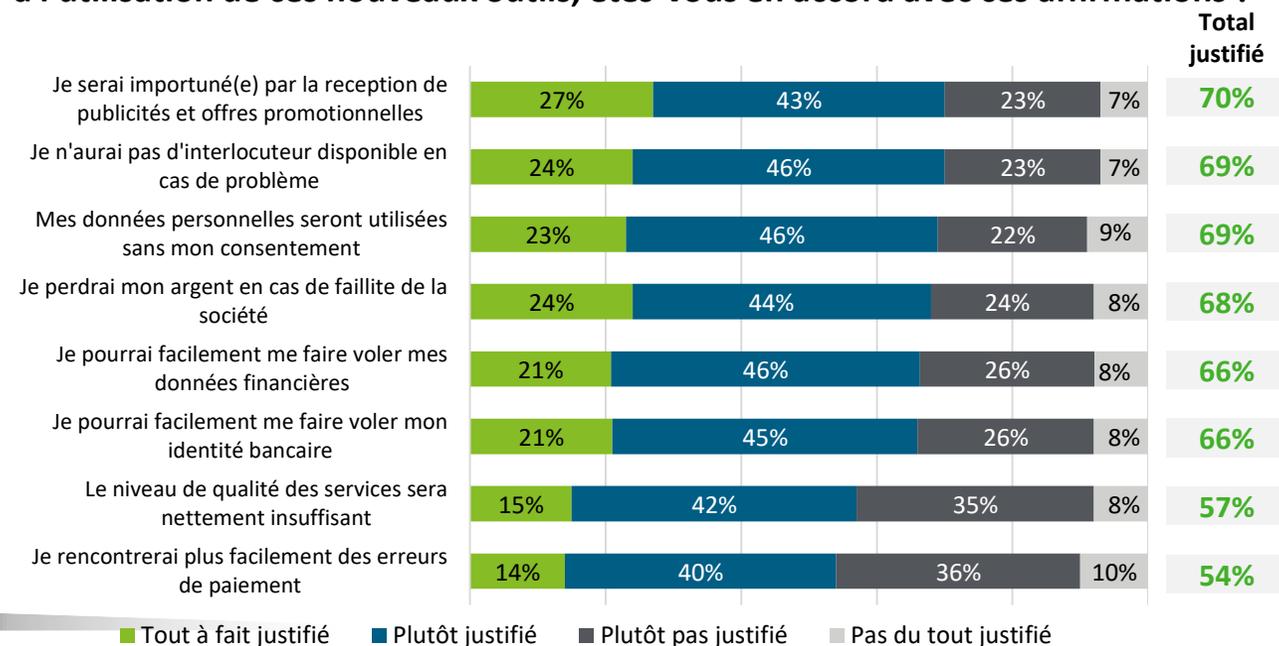


21%

des Français les perçoivent comme **incompréhensibles et impossibles à utiliser**

...et se cristallise sur les risques et défauts des solutions proposées par les Fintech/Insurtech

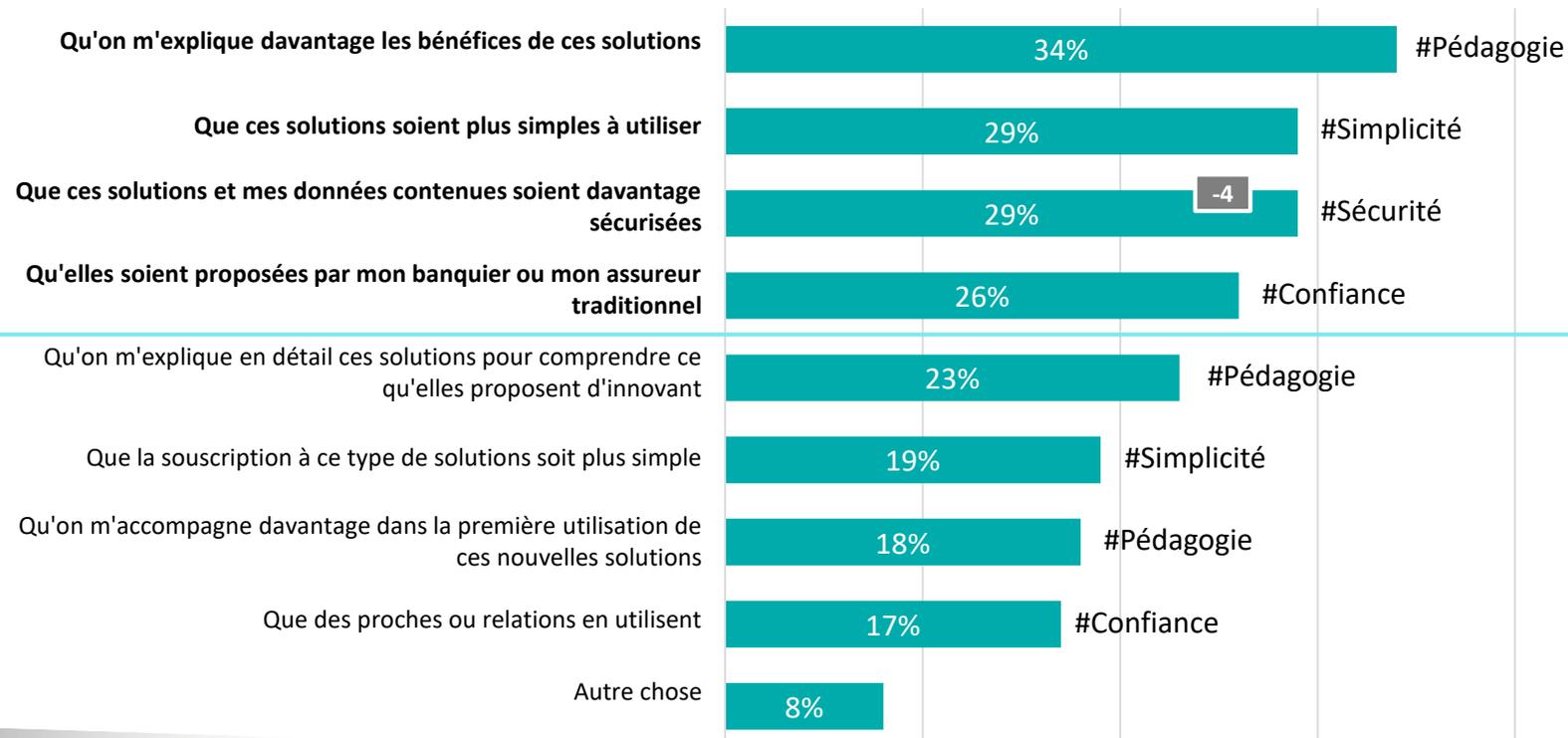
Concernant la perception des défauts, des inconvénients ou des risques liés à l'utilisation de ces nouveaux outils, êtes-vous en accord avec ces affirmations ?



Ainsi, les Fintech/Insurtech doivent concentrer leurs efforts sur davantage d'accompagnement pédagogique, de simplicité et de garanties de sécurisation



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



Comme pour l'édition précédente, ce sont la **pédagogie, la simplicité et la sécurité des solutions** qui seront les leviers d'adoption des nouveaux services

Et, même si on observe un léger recul de la **sécurité comme critère d'adoption** des nouveaux services par les Français, ce critère reste majoritaire



3

Les Français confirment leur appétence pour les services innovants, qu'ils soient financiers, assurantiels ou extrafinanciers

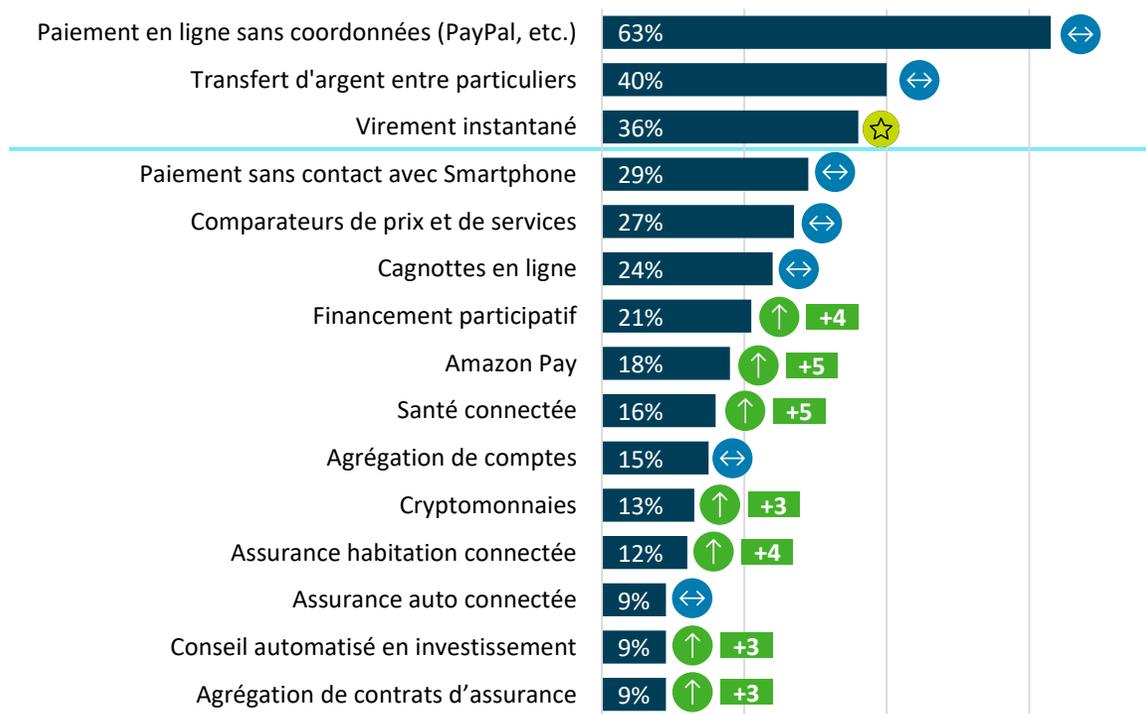
Parmi les services financiers et assurantiels innovants du marché, les plus utilisés concernent les services de paiement simples et instantanés



Utilisez-vous ce service ?

Evolution par rapport à 2019

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



Le top 3 des services les plus utilisés par les Français concerne les services de paiement en ligne sans coordonnées bancaires, de transfert d'argent entre particuliers et de virement instantané

Nous constatons une augmentation de l'utilisation d'Amazon Pay, des services de financement participatif et des cryptomonnaies

Le conseil automatisé et l'agrégation de contrats d'assurance progressent de 3 points

La santé et l'assurance habitation connectées connaissent également une augmentation de leur utilisation

A noter une notoriété en hausse pour les services d'assurance connectée et d'agrégation

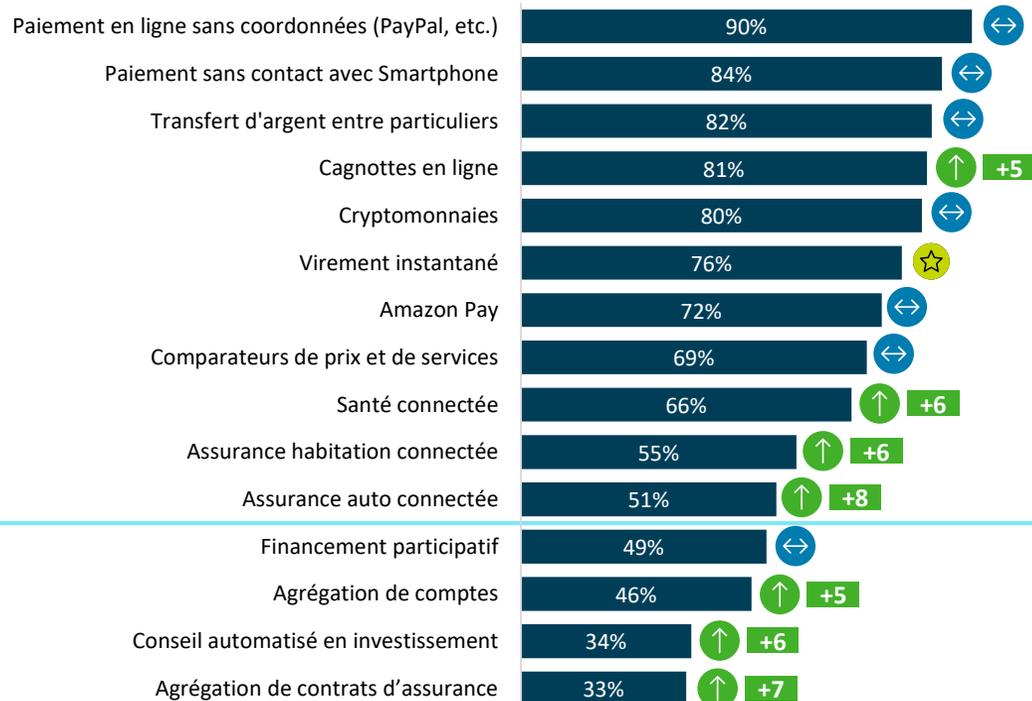
On observe notamment une hausse de la notoriété des services d'assurance connectée, qu'il s'agisse de la santé, de l'habitation ou de l'auto. Les services d'agrégation, aussi bien de comptes que de contrats d'assurance, gagnent en notoriété, tout comme les services de cagnotte en ligne et de conseil automatisé en investissement.



Connaissez-vous ce service ?

Evolution par rapport à 2019

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



Services connus par...

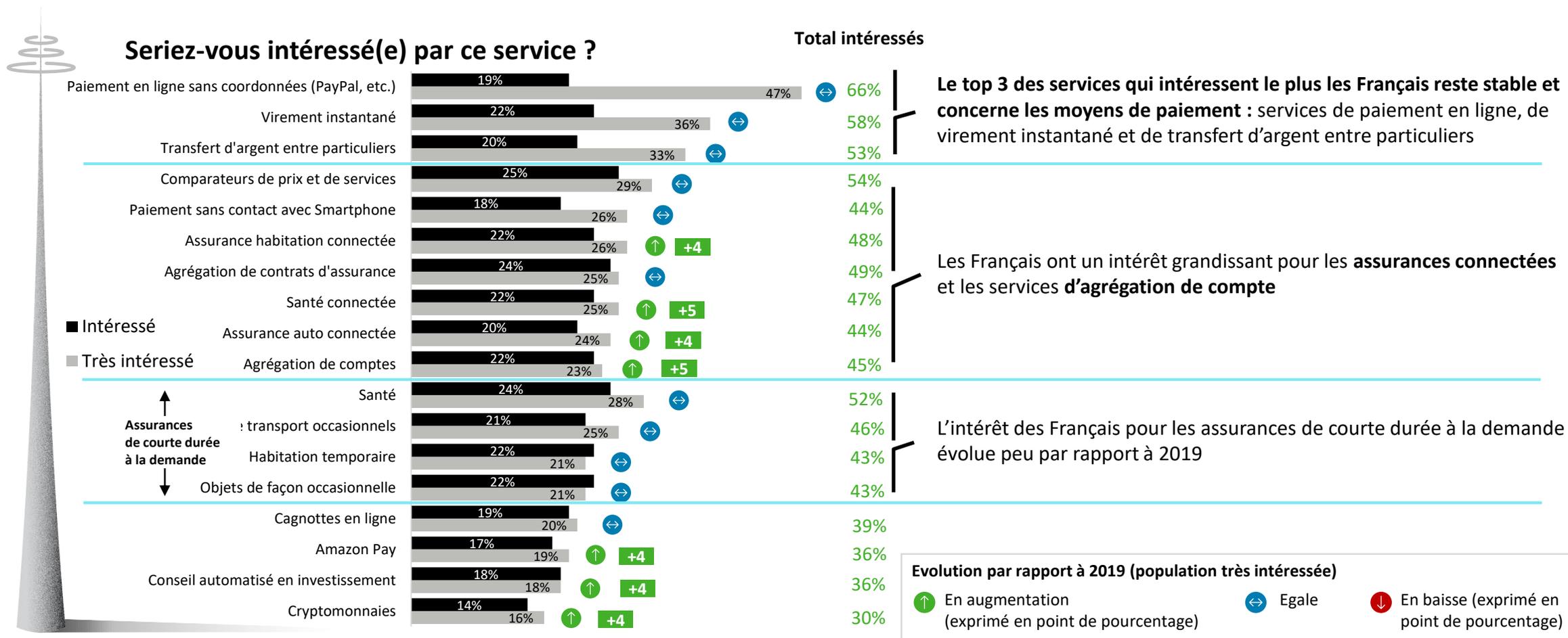
au moins
1 Français sur 2



au moins **1 Français sur 3**



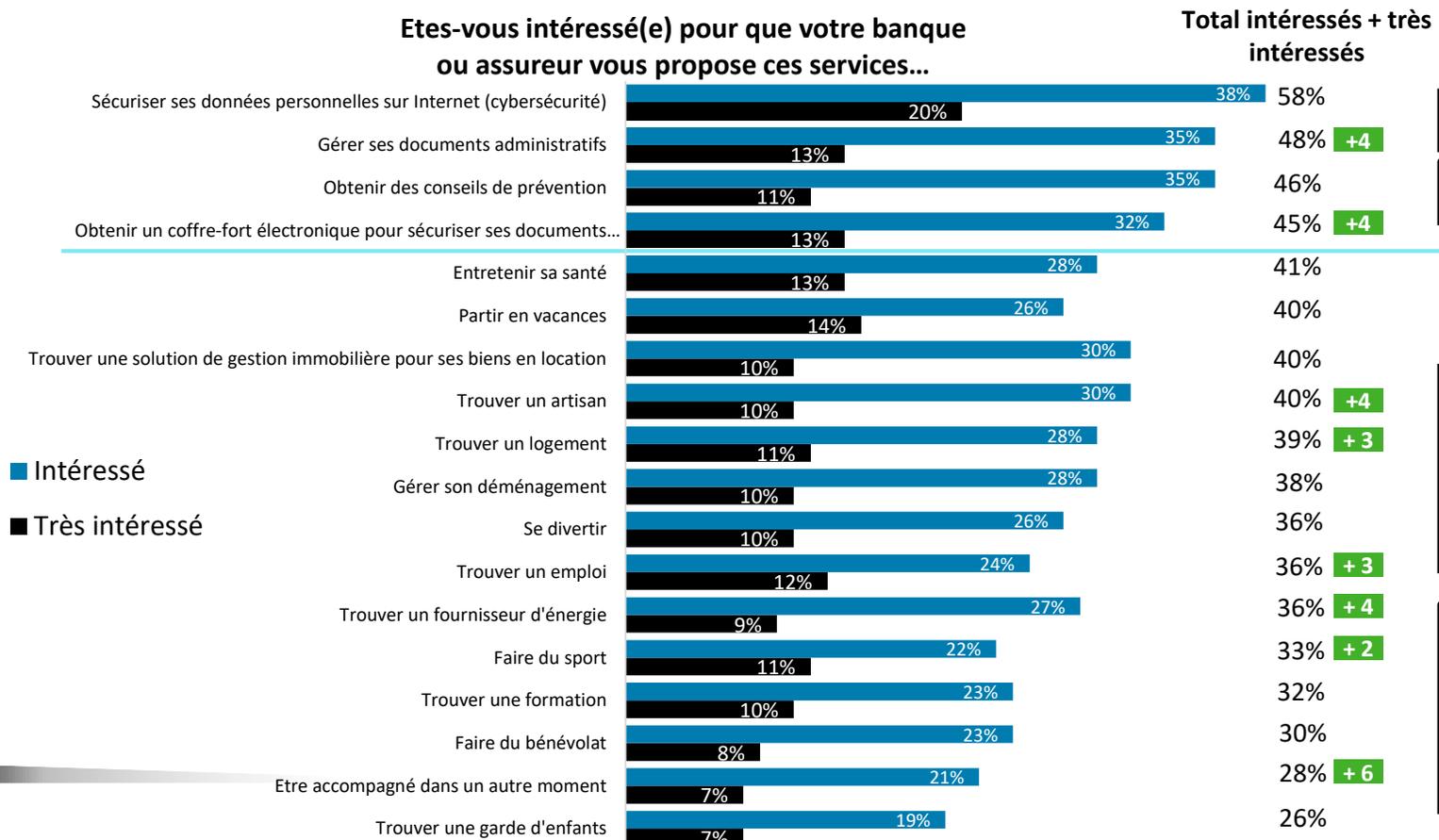
Un intérêt également en hausse pour les assurances connectées (auto, habitation, santé), l'agrégation de compte et le conseil automatisé en investissement



D'autre part, les Français confirment leur intérêt pour les services extrafinanciers, avec la sécurisation des données personnelles comme fer de lance

78%

des Français sont très intéressés par au moins un service extrafinanciers



Nous observons un fort intérêt des Français pour les services liés à la sécurité

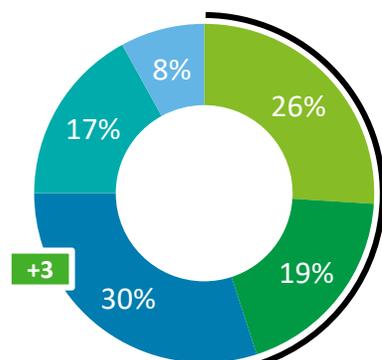
L'intérêt des Français se porte également sur les services d'assistance (trouver un emploi, un logement, un artisan, une garde d'enfants, etc.). Tous ces services progressent par rapport à l'édition du baromètre 2019

Globalement, les Français sont de plus en plus intéressés pour être accompagnés par leur banque/assurance sur des services allant au-delà de leur champs d'action traditionnel. Cela traduit la légitimité des banques et assurances à proposer des services extrafinanciers pour devenir l'intermédiaire entre les Français et leurs besoins

Pour autant, la diversification de l'offre de services ne doit pas engendrer une multiplication des interlocuteurs

45% des Français privilégient un interlocuteur unique

Dans votre relation avec les établissements financiers et d'assurance, privilégiez-vous...



- Interlocuteur unique
- Plutôt interlocuteur unique
- Ni l'un ni l'autre
- Plutôt diversification
- Diversification

Les Français privilégient le **regroupement et l'interlocuteur unique** dans leur relation avec les établissements financiers et d'assurance



Un Français sur deux privilégie le **regroupement et l'interlocuteur unique**, et préfère donc avoir le plus possible tous ses comptes, services et contrats au même endroit

... et sont **réticents à la multiplication** des interlocuteurs



Un Français sur quatre seulement est favorable à la **diversification des interlocuteurs**

4

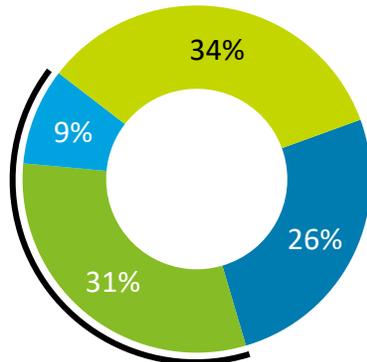
Les banques et les assurances pourront tirer profit de leur image de tiers de confiance pour capter davantage de données client

Les Français ont besoin de faire confiance à l'acteur avec qui ils partagent leurs données : les banques et les assureurs rassurent par leur image de tiers de confiance

40%

des Français seraient prêts à partager plus d'informations personnelles

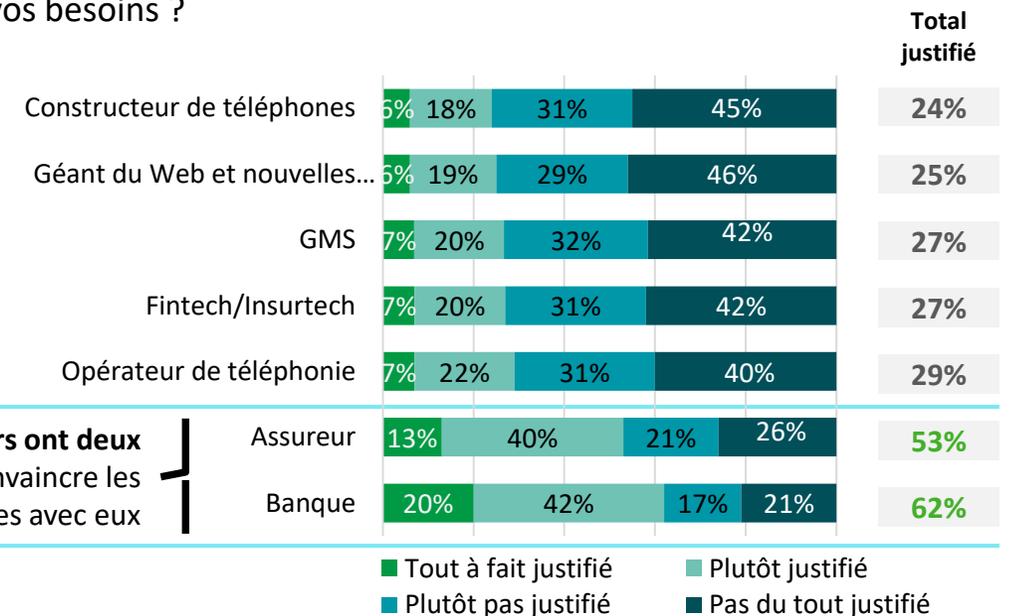
Seriez-vous prêt(e) à **partager plus d'informations personnelles** afin qu'une entreprise vous propose des produits et des **services mieux adaptés à vos besoins** ?



■ Certainement pas ■ Probablement
■ Certainement ■ Probablement pas

S'ils devaient partager leurs données, les Français privilégieraient leur banque et leur assureur

Seriez-vous prêt(e) à **partager vos données bancaires/épargne avec chacun des organismes** et types d'entreprises suivants afin qu'il vous propose des produits et des services mieux adaptés à vos besoins ?



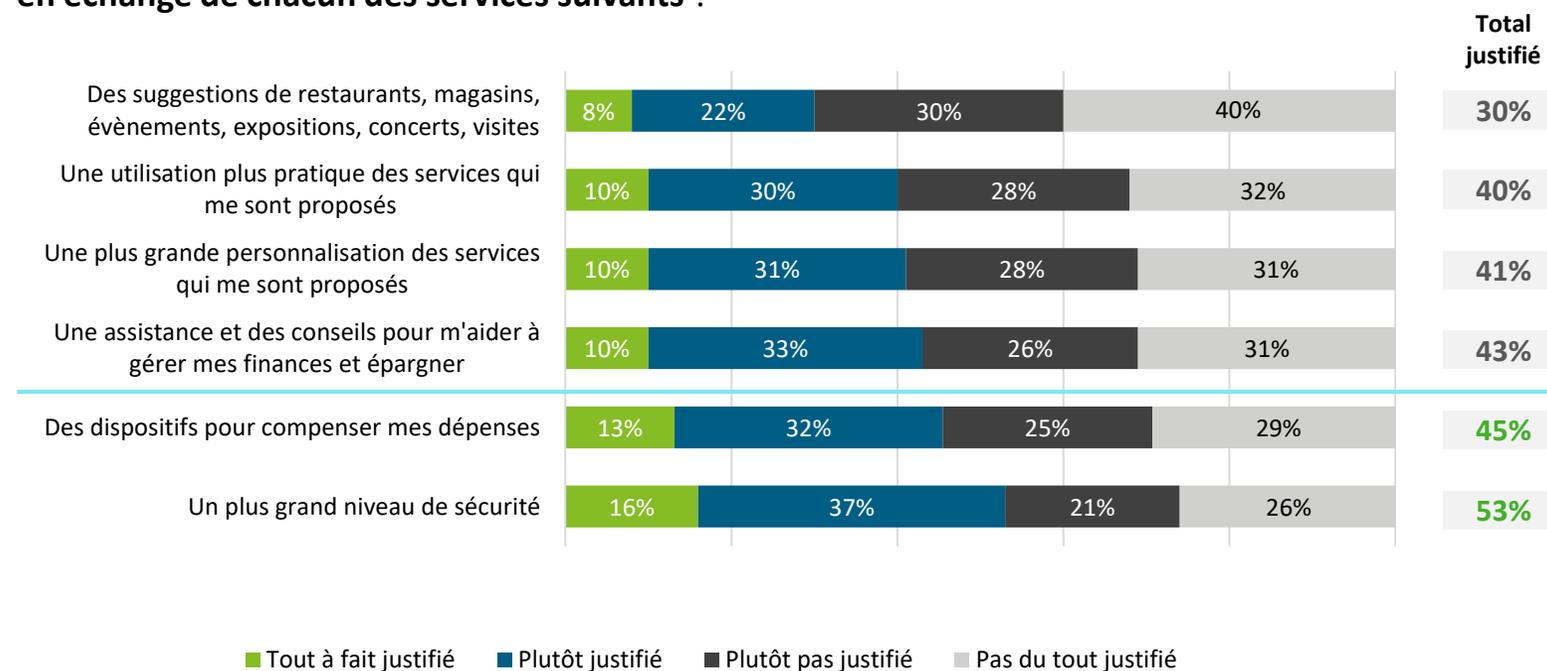
... mais les banques et les assureurs ont deux fois moins de difficultés à convaincre les Français de partager leurs données avec eux

A noter que la nature du service proposé influence peu le choix des Français à partager leurs données



Contrairement au type d'acteur, le type de services n'est pas suffisant pour gagner la confiance des Français

Et seriez-vous prêt(e) à davantage partager vos données bancaires/épargnes en échange de chacun des services suivants ?



Les Français semblent plus enclins à partager leurs données en échange de davantage de sécurité et de récompenses

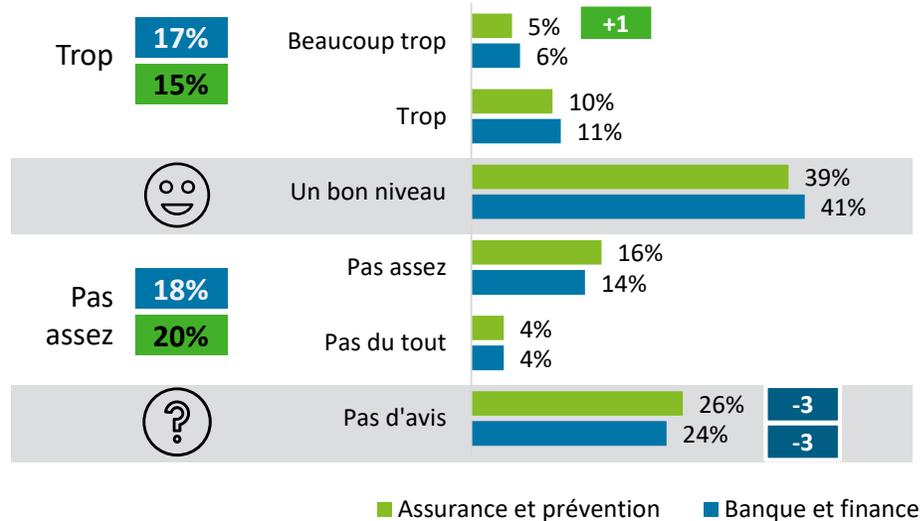
5

Tous ces éléments confirment la tendance Open Banking :
acteurs traditionnels et Fintech/Insurtech doivent collaborer
pour innover

Les Français perçoivent les innovations émanant du secteur bancaire et assurantiel

La capacité d'innovation du secteur bancaire et assurantiel est jugée **satisfaisante** par les Français

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



→ Des résultats stables par rapport à l'édition 2019 du baromètre

En banque et finance...

24% des Français n'ont pas d'avis sur les innovations du secteur

18% des Français trouvent qu'il n'y a pas assez d'innovations

En assurance et prévoyance...

26% 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

Les banques et les assurances peuvent tirer profit de la confiance que les Français leur portent pour proposer de nouveaux services, notamment en collaborant avec les Fintech/Insurtech

Tendance illustrée par l'utilisation de l'agrégateur de comptes, même si cela pourrait changer...

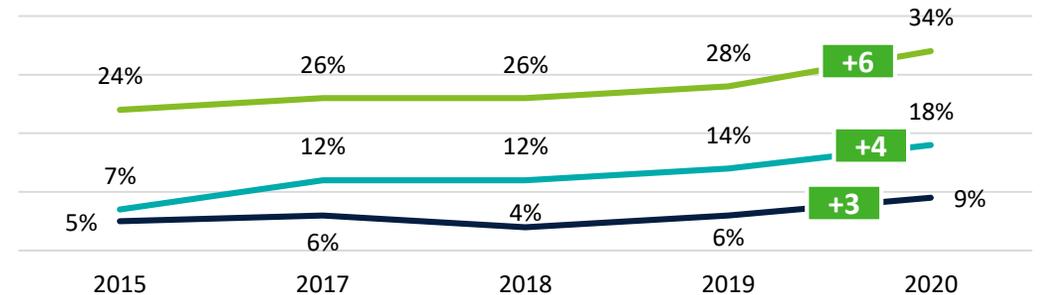


→ Une tendance en forte baisse au profit de l'utilisation des applications dédiées proposées par les Fintech

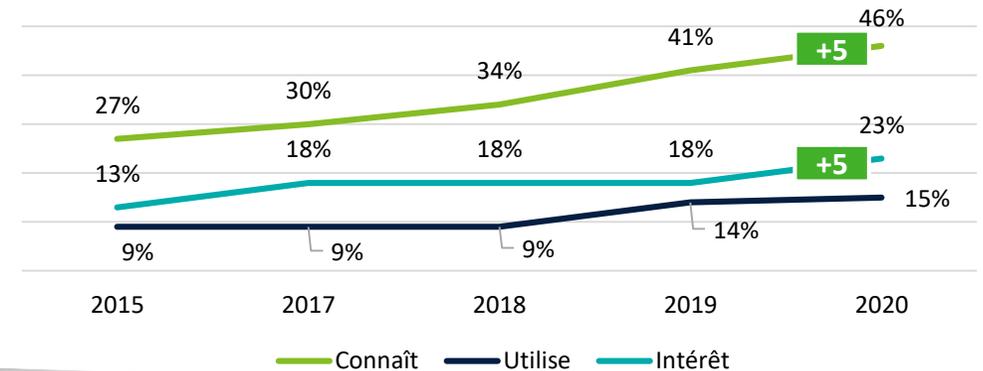
Support d'agrégation de comptes utilisé



En termes de nouveaux services, les Français témoignent un intérêt croissant pour le conseil en investissement...



... et l'agrégation de comptes



6

En synthèse...



En synthèse...

1

Les usages digitaux se confirment, et les usages mobiles progressent...

- On observe une forte **progression de l'intérêt** des Français pour le **Smartphone et les objets connectés**.
- Une tendance confirmée notamment par l'augmentation des **clients de néobanques 100% mobiles** qui les utilisent de plus en plus comme leur **compte principal** (+16 points entre 2019 et 2020)

2

Les prémices d'une montée en puissance des nouveaux acteurs (Fintech/Insurtech, BigTech, etc.) s'annoncent...

- La confiance que les Français accordent aux **banques et aux assurances est en baisse**
- A l'inverse, on observe une **augmentation de la confiance envers les nouveaux acteurs BigTechs, Fintech / Insurtech** (+5 et +2 points entre 2018 et 2020 sur les produits d'épargne)

3

Cependant, les Fintech/Insurtech ont encore du chemin à parcourir pour gagner la confiance des Français...

- **Les Français se cristallisent sur les risques et les défauts des solutions proposées** par les Fintech/Insurtech : 21% d'entre eux les perçoivent comme **incompréhensibles et impossibles à utiliser**
- La **pédagogie, la simplicité et la sécurité des solutions** sont pour les Français les **leviers d'adoption de ces services**

4

Le mouvement d'Open Banking se confirme par l'intérêt que les Français portent aux services extrafinanciers...

- On observe une **augmentation générale de l'utilisation des services financiers et assurantiels innovants** par les Français
- **78% des Français** sont intéressés par au moins un **service extra-financier**
- Ces innovations ne doivent pas se faire au détriment de la relation client. En effet, les Français préfèrent échanger avec un **interlocuteur unique**

5

Les banques et les assureurs ont deux fois moins de difficultés que les autres acteurs à convaincre les Français de leur partager leurs données...

- **40% des Français sont prêts** à partager plus d'informations personnelles
- **62% et 53%** des Français seraient prêts à partager leurs données bancaires/d'épargne respectivement avec leur banque et assurance pour qu'ils leur proposent des services à valeur ajoutée
- Pour décider de partager ou non leurs données, les Français accordent plus d'importance au type d'acteur qui y accèdera plutôt qu'au service qui sera proposé

6

Les banques/assureurs peuvent tirer profit de la confiance que les Français leur portent pour innover, notamment en intégrant les services des Fintech/Insurtech

- Les Français se tournent plus naturellement vers **les applications de leur banque pour agréger leurs comptes**
- Les Français montrent un intérêt croissant pour les services d'agrégation de compte et le conseil en investissements

- Dans une logique d'Open Banking, les Français attendent des banques et assurances qu'ils proposent des services allant au-delà de leur champ d'action habituel
- Les nouvelles données qu'ils pourront collecter sur les Français, notamment via les API DSP2, leur permettront de mieux répondre aux attentes des Français
- La confiance que ces derniers portent en leur banque/assurance est clef, notamment dans un contexte de montée en puissance des nouveaux acteurs Fintech / insurtech / BigTechs
- Il sera nécessaire de rassurer les Français quant à l'usage fait de leurs données et à la sécurité des services proposés

Les experts



Julien Maldonato

Associé Conseil
Innovation



Ghislain Boulnois

Directeur Conseil
FSI & Fintech



A propos de Deloitte

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (« DTTL »), son réseau mondial de cabinets membres et leurs entités liées. DTTL (également appelé « Deloitte Global ») et chacun de ses cabinets membres sont des entités indépendantes et juridiquement distinctes. DTTL ne fournit pas de services à des clients. Pour en savoir plus : 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 est l'un des principaux cabinets mondiaux de services en audit & assurance, consulting, financial advisory, risk advisory et tax & legal. Avec 312 000 collaborateurs implantés dans 150 pays, Deloitte, depuis plus de 150 ans, a su gagner par sa qualité de service la confiance de ses clients et créer ainsi la différence. Deloitte sert 80% des entreprises du Fortune Global 500®.

Deloitte France regroupe un ensemble de compétences diversifiées pour répondre aux enjeux de ses clients, de toutes tailles et de tous secteurs. Fort des expertises de ses 6 900 associés et collaborateurs et d'une offre multidisciplinaire, Deloitte France est un acteur de référence. Soucieux d'avoir un impact positif sur notre société, Deloitte a mis en place un plan d'actions ambitieux en matière de développement durable et d'engagement citoyen.