

Le Bulletin de Veille

17 juillet 2015

Numéro 213

Insolite	2	Crédit Agricole lance un Mooc pour accélérer la transformation digitale de ses équipes.	3
Un site de crowdfunding propose de racheter...l'Élysée !	2	Les centres d'appel aussi se transforment.....	4
	2	App locale pour banque globale.	4
Actualités	2	Paiements	4
Livret A : une baisse historique du taux en août ?	2	Alipay devient un super porte-monnaie mobile.	4
Les Français pensent que changer de banque est compliqué.....	2	Apple Pay est désormais opérationnel au Royaume-Uni5	5
	2	La carte sans contact ne sert pas qu'à payer.	5
Offres	2	Réglementaire	5
Les banques régionales se veulent à l'avant-garde du « crowdfunding ».....	3	Pas de révolution en vue pour la caution bancaire.	5
	3	L'AMF surveille de près la remontée des taux d'intérêt.5	5
Distribution	3	Rapprochements	6
Google propose l'achat en 3 clics... pour bénéficier du succès du e-commerce.....	3	Axa se renforce en Afrique avec une acquisition en Egypte.	6
	3		6
Digital	3		
Pourquoi BNP Paribas accélère-t-il sur les réseaux sociaux ?	3		



Le conseil sur-mesure pour transformer et optimiser vos environnements bancaires les plus complexes.

csaconsulting est devenu en 20 ans un partenaire privilégié des principaux groupes bancaires et d'assurance, en France et à l'international. Cultivant une véritable alternative aux grands cabinets de conseil, notre approche est opérationnelle, pragmatique et apporte à nos clients une réelle plus-value en toute objectivité.

Nos consultants sont experts en Relation Client & Distribution Multicanal, Performance Opérationnelle, Payments & Cash Management et Maîtrise des Risques & Contrôle Interne.



Insolite



**LE 14 JUILLET L'IMMOBILIER FAIT SA RÉVOLUTION
AIDEZ-NOUS À RACHETER L'ÉLYSÉE.**

Vous pouvez dès à présent faire une proposition d'investissement

* Civilité Monsieur Madame

* Nom

* Prénom

* Téléphone

* Adresse

* Email

Montant de l'investissement souhaité

VALIDER

14 juillet 2015 • Le Point

Un site de crowdfunding propose de racheter...l'Élysée !

Un site de financement participatif spécialisé dans l'immobilier fait une étonnante proposition aux Français. Il leur propose de racheter l'Élysée, en mettant en scène le président François Hollande, une campagne destinée à **protéger le patrimoine national** et à se faire connaître.

Le coup de publicité étalé sur une pleine page du quotidien **Le Parisien** est « à prendre au second degré » et ne vise « en aucun cas à porter atteinte au président de la République », a déclaré le président de **Crowdimo.fr**, Maurice Brami, 24 ans. « Bien entendu, on ne pourra pas acheter l'Élysée » qui n'est pas à vendre, mais « on veut essayer d'avoir la possibilité de proposer d'autres joyaux nationaux » aux Français, pour qu'ils « restent dans le patrimoine national », a expliqué l'un des trois cofondateurs, Yoni Botbol, 25 ans. ●●●

Actualités

15 juillet 2015 • La Tribune

Livret A : une baisse historique du taux en août ?

L'inflation est restée stable en juin à +0,3%, ce qui selon la formule de calcul pourrait faire baisser le taux du livret A à 0,5%.



Mauvaise nouvelle en vue pour les épargnants. L'inflation est restée stable à 0,3% sur un an pour les prix à la consommation, tandis que sur un mois elle recule de 0,1%, selon l'INSEE. Et cela risque d'entraîner une nouvelle **baisse du taux** du livret A, actuellement à 1% depuis la dernière baisse survenue en août 2014. **Le taux de ce produit d'épargne doit être révisé le 1er août.**

Au début du mois de juillet, le gouverneur de la **Banque de France** Christian Noyer avait une nouvelle fois plaidé pour une

baisse des taux de ce produit d'épargne. Il avait notamment lancé: il est « hors de question que le taux ne baisse pas au cours de l'année ». ●●●



PERMETTRE AU CONSOMMATEUR DE CHANGER DE BANQUE PLUS FACILEMENT

Le gouvernement a déposé un amendement à la loi « croissance, activité et égalité des chances économiques », voté au Sénat, pour renforcer la mobilité bancaire.

l'automatisation du service

un mécanisme d'alerte

17 juillet 2015 • Le Figaro

Les Français pensent que changer de banque est compliqué.

Le service d'aide à la mobilité, obligatoire depuis 2009, n'est quasiment jamais proposé par les établissements bancaires.

Seuls **3% des Français changent de banque**, selon l'**UFC-Que Choisir**. Mais ceux qui osent sauter le pas en sont très satisfaits, révèle une étude **Panorabanques**, comparateur d'établissements en ligne, sur la mobilité bancaire.

Les Français hésitent à se tourner vers un nouvel établissement bancaire, craignant **un processus long et compliqué**. Les établissements bancaires disposent pourtant de services d'aide à la mobilité. Obligatoires depuis 2009, ils prennent en charge le transfert des opérations. Mais paradoxalement, cette aide n'est quasiment jamais utilisée. Dans les trois quarts des situations de changement, les établissements ne l'ont même pas proposé à leurs clients. Mais que les indécis se rassurent, **la loi Macron** votée cette semaine, va leur faciliter la vie. « Toutes les tâches administratives du client sont supprimées. Il n'aura qu'à donner un RIB et signera un mandat à sa banque. Elle s'occupera de tout », explique Guillaume Clavel, président de panorabanques.com. ●●●

Offres



kengo Bretagne participative

Lancer un projet Découvrir

TU AS ENTRE 18 ET 29 ANS ? UN PROJET ?

REÇOIS JUSQU'À 4000 € DE LA RÉGION BRETAGNE

VIA **KENGO.BZH**

En savoir plus

12 juillet 2015 • Les Echos

Les banques régionales se veulent à l'avant-garde du « crowdfunding »

Deux banques régionales – la Banque Populaire Atlantique (BPA) et le Crédit Mutuel Arkéa viennent chacune de se mettre en direct à la finance participative. Une façon d'affirmer leur ancrage territorial et d'accompagner des projets peu adaptés à un crédit bancaire classique.



Pour les banques, le financement des premiers pas d'une entreprise est habituellement plus difficile à couvrir par un crédit classique. La **finance participative** est donc une des façons de répondre à ce besoin.

La Banque Populaire Atlantique a ainsi lancé **Proxima**, filiale à 100% qui permet aux internautes d'entrer au capital « *d'entreprises en croissance* ». De son côté, le **Crédit Mutuel Arkéa** a opté pour une autre approche avec un site proposant aux internautes d'accorder un don à un porteur de projet avec ou sans contrepartie de sa part. Une coentreprise à 50-50 avec le groupe Télégramme baptisée **Kengo.bzh** a été lancée le mois dernier, une façon pour les deux partenaires d'affirmer leur ancrage territorial. ●●●

Distribution

16 juillet 2015 • L'usine digitale

Google propose l'achat en 3 clics... pour bénéficier du succès du e-commerce.

Après **Facebook** et **Twitter**, c'est au tour de **Google** de développer sur sa plate-forme un bouton **acheter**. Nul doute qu'il veut par-là empocher un pourcentage des transactions réalisées sur les sites de vente en ligne.



Le moteur de recherche a annoncé le 15 juillet l'intégration prochaine d'un **bouton d'achat** dans la fenêtre des liens commerciaux de son site. Ce module sera **mis en place sur sa version mobile, et testé aux Etats-Unis avec quelques partenaires triés sur le volet**. Si l'opération est un succès, elle sera généralisée fin 2015 ou début 2016.

Lorsque le mobinaute cliquera, il sera redirigé vers une page lui permettant de finaliser son achat, de choisir son mode de livraison et de payer, sans quitter la galaxie Google. Avec ce nouveau programme baptisé « *Purchases on Google* », le groupe devient une véritable place de marché... prélevant probablement un pourcentage des transactions réalisées. ●●●

Digital



16 juillet 2015 • Assurance & Banque 2.0

Pourquoi BNP Paribas accélère-t-il sur les réseaux sociaux ?



En plein mois de juillet, le groupe bancaire tente-t-il d'occuper la place médiatique en annonçant des **accords de partenariat** international avec les principaux **réseaux sociaux** ?

Le Gentleman agreement est pourtant de taille. Bien exploité, il pourrait changer la face marketing de **BNP Paribas** dans un environnement bancaire et financier où le client impose désormais sa royauté grâce à son mobile, devenu sa véritable couronne. Car en créant des synergies avec **Facebook, Google, LinkedIn et Twitter**, le groupe entend se donner les moyens de proposer au client **phygital**, la possibilité d'interagir avec lui comme il l'entend, sur un **parcours client désormais hybride**. Néanmoins, parapher un accord d'aussi grande envergure qui va mobiliser **quatre membres du comex** nécessite et impose même d'aller plus loin. Quels sont les services nouveaux envisagés ? L'originalité vient-elle du fait que ce partenariat est noué à l'échelle internationale ? On a hâte d'en savoir davantage. ●●●

10 juillet 2015 • Assurance & Banque 2.0

Crédit Agricole lance un Mooc pour accélérer la transformation digitale de ses équipes.

Pour former ses équipes et les accompagner dans la transformation digitale, le groupe a opté pour un Mooc (Massive online open course) baptisé « *Digital by CA* ».



Cette démarche est testée par des collaborateurs volontaires et motivés. « Elle se décline sur quatre semaines avec un contenu organisé autour de l'environnement digital, de ses outils, de ses risques spécifiques et des innovations dans le domaine bancaire. En plus des cours proprement dits, la formule retenue accorde une bonne place aux échanges sur les forums et à un processus d'évaluation par les pairs.

Tout au long de l'année 2015, **l'Ifcam** compte mettre en ligne cinq autres Mooc dont quatre sur l'épargne et un sur l'efficacité personnelle à l'heure du numérique. ●●●

13 juillet 2015 • C'est pas mon idée

Les centres d'appel aussi se transforment

Quand le seul moyen d'interagir à distance avec un conseiller était le téléphone, la vie était simple dans les centres d'appel. Désormais, une multitude d'options de contact différentes sont disponibles et doivent être prises en compte, pour répondre aux exigences de clients dont les habitudes évoluent



Les enjeux de ces **mutations** sont immenses pour les centres d'appel, car il s'agit d'offrir aux consommateurs les méthodes de communication correspondant à leurs habitudes et à leurs préférences – fréquemment changeantes, de surcroît. Face à cette nécessité, le défi sera de remplacer les téléopérateurs d'antan, interchangeables à la demande, par des spécialistes (dans une certaine mesure), chaque mode d'expression requérant des aptitudes et des qualités différentes, selon que la conversation est orale ou écrite, privée ou publique, ou encore en fonction des « codes » de telle ou telle plateforme...●●●

Our Community

At U.S. Bank, we're actively engaged in developing, strengthening and energizing our communities. Individually and together, we live our brand. It's all of Us serving you.



Community Affairs



Sustainability



Financial Genius



Charitable Giving

16 juillet 2015 • C'est pas mon idée

App locale pour banque globale.

Avec le lancement de sa nouvelle application « **Your Community** », U.S. Bank veut prouver qu'elle peut aussi être un partenaire local



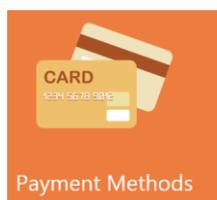
Le service est actuellement dans une **phase expérimentale** précoce, réservé aux seuls résidents et visiteurs d'un quartier de San José, en Californie. À ceux-là, il propose un ensemble complet de ressources et d'informations utiles sur leur **communauté**, comprenant, entre autres, actualités locales, annonces d'événements et promotions dans les boutiques des environs.

Son application permet ainsi à U.S. Bank d'installer une **passerelle entre ses clients particuliers et professionnels**, tout en

jouant sur la **fibre locale** qui tend à manquer cruellement dans une relation traditionnelle avec un établissement global.

La banque américaine offre un bel exemple de la manière dont la **relation de proximité** peut être réinventée dans un monde où le virtuel devient dominant et dans lequel la banque « physique » a de plus en plus de mal à trouver sa place. Elle ne fait, pour cela, que prendre en compte la réalité des usages : aujourd'hui, **rien n'est plus intime pour le consommateur que son smartphone**, qui représente de la sorte un support idéal de communication personnelle, et locale, si nécessaire. ●●●

Paie m e n t s



Payment Methods



Leading Online & Mobile Payment Solution in China



Safe & Secure

12 juillet 2015 • C'est pas mon idée

Alipay devient un super porte-monnaie mobile.

La nouvelle application mobile de la filiale financière du géant chinois **Alibaba** ajoute une multitude d'options pour devenir une solution universelle, utilisable pour tous les paiements de la vie courante.



La plus importante des évolutions apportées à cette version entièrement rénovée concerne les achats dans les **commerces de proximité**. Non seulement les transactions sont simplifiées, mais elles s'accompagnent désormais de capacités additionnelles, telles que l'accès à des coupons de réduction et autres offres promotionnelles.

Dans un registre totalement différent, ce sont **les opérations entre particuliers** qui font également leur entrée dans l'application. L'onglet « amis » permet ainsi, en quelques clics, d'envoyer de l'argent à un contact, de lui rappeler un remboursement. De plus, ces fonctions sont prétexte à intégrer un outil de messagerie, permettant notamment au consommateur de partager ses achats avec ses relations.

La caractéristique commune à toutes les initiatives d'Alipay apparaît clairement à travers ces nouveautés : si le paiement en constitue toujours le pivot central, il est systématiquement entouré de **mécanismes complémentaires, destinés à favoriser son adoption**. ●●●



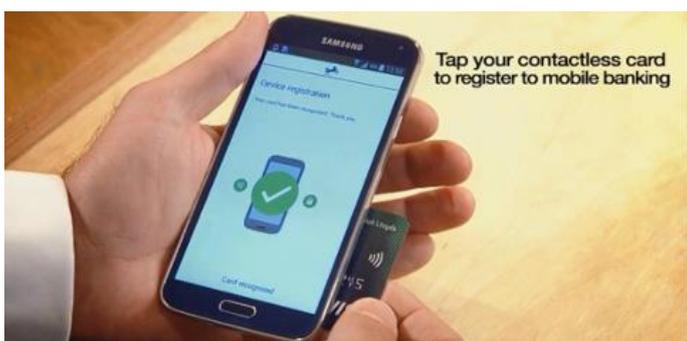
15 juillet 2015 • Les Echos

Apple Pay est désormais opérationnel au Royaume-Uni

Les Britanniques équipés d'un iPhone 6 peuvent utiliser Apple Pay depuis mardi.

Lancé aux Etats-Unis il y a moins d'un an, Apple Pay part à la conquête de l'Europe, en commençant par le Royaume-Uni. Depuis mardi, les Britanniques équipés d'un iPhone 6 peuvent utiliser leur téléphone pour régler leurs achats dans quelques grandes enseignes, comme Marks & Spencer, McDonald's ou Starbucks.

A première vue, tout est en place pour que le nouveau service soit un succès. Sur le terrain, le lancement n'est pas toujours aussi simple. Chez Marks & Spencer sur Oxford Street, la grande artère commerçante de Londres, le service n'est pas encore disponible. Chez Starbucks sur Victoria Street, le service est bien lancé mais aucun client ne l'a utilisé pour l'instant, confie la gérante. Un peu plus loin, chez Boots, la chaîne de pharmacies, Apple Pay fonctionne comme prévu. « *Une dizaine de clients l'ont utilisé depuis mardi. Je suis certain que ça va vite décoller* », sourit Sadique, enthousiaste, derrière sa caisse. ●●●



10 juillet 2015 • C'est pas mon idée

La carte sans contact ne sert pas qu'à payer.

Les cartes bancaires sont de plus en plus fréquemment équipées d'une interface NFC. Si cette tendance ne s'accompagne pas nécessairement d'une transition massive vers le paiement sans contact, elle permet à minima d'envisager de nouvelles applications



C'est la phase d'activation de l'accès à la banque mobile que Lloyds Bank a d'abord simplifiée grâce à la technologie sans contact. Ainsi, après installation de l'application, l'utilisateur n'a qu'à **approcher sa carte de paiement de son smartphone pour confirmer son identité**.

En comparaison de la procédure en vigueur précédemment, à base d'appel téléphonique de validation, la nouvelle méthode rend l'opération considérablement plus efficace.

Il restera à voir si les utilisateurs sont prêts à accepter d'avoir à sortir leur carte pour valider des transactions sensibles, au-delà de l'activation initiale. Toujours est-il que la proposition de Lloyds Bank est particulièrement pertinente car **il s'agit d'une des premières solutions d'authentification à 2 facteurs adaptées à un usage sur smartphone**. Or, la progression des attaques sur la banque mobile rend urgent le besoin de réponses appropriées. ●●●

Réglementaire

15 juillet 2015 • Les Echos

Pas de révolution en vue pour la caution bancaire.

L'Autorité de la concurrence estime qu'il est « matériellement difficile » de séparer l'offre de crédit de la caution bancaire.



C'est une fin de non-recevoir que vient d'apporter l'Autorité de la concurrence à l'UFC-Que Choisir. En septembre, l'association de consommateurs enfourchait un nouveau cheval de bataille, s'élevant

contre un puissant acteur du crédit immobilier en France : la société de caution **Crédit Logement**.

Pour l'UFC, l'emprunteur devrait pouvoir choisir l'organisme apportant le cautionnement, puisque, outre Crédit Logement, six sociétés de caution apportent le même type de service. Saisie pour avis par l'UFC, l'Autorité de la concurrence a préconisé le statu quo, précisant qu'un « **découplage des offres de crédit et des offres de cautionnement apparaît [...] matériellement difficile à mettre en place** ». Autrement dit, **une banque pourra toujours présenter de façon groupée son offre de crédit et son système de caution**. ●●●

10 juillet 2015 • Les Echos

L'AMF surveille de près la remontée des taux d'intérêt.

Le gendarme de la Bourse a dressé sa cartographie des risques pesant sur les marchés financiers. Les menaces

liées à la Grèce restent limitées, pour l'instant du moins.



Les risques pouvant affecter les marchés sont toujours là, tapis, mais ils ont tendance à se stabiliser. C'est ce qui ressort de la « **cartographie de risques** et tendances sur les marchés et pour l'épargne » réali-

sée chaque année par l'Autorité des marchés financiers (AMF). « *Le contexte macroéconomique s'est amélioré, sur fond de baisse des taux d'intérêt, du pétrole et de l'euro, rappelle le secrétaire général du gendarme boursier. En même temps, on constate une certaine résilience. Les banques ont des fonds propres qui se sont **améliorés** depuis la crise. Le marché résiste mieux aux chocs.* ».

Sur la dizaine de menaces identifiées par l'AMF, certains risques sont toutefois qualifiés de **systemiques**. C'est notamment le cas d'un éventuel **changement trop brutal de taux**.

La politique de la **Banque centrale européenne** peut avoir deux types de conséquences. D'un côté, le maintien de taux bas pourrait éroder le modèle économique des banques et des assureurs. A l'inverse, une normalisation rapide ou non anticipée de taux pourrait entraîner des dépréciations des actifs et de fortes réallocations vers les actifs moins risqués. Une situation potentiellement explosive, surtout si la **liquidité** est insuffisante. ●●●

Rapprochements

13 juillet 2015 • Les Echos

Axa se renforce en Afrique avec une acquisition en Egypte.

L'assureur français met les bouchées doubles en Afrique avec l'acquisition du numéro 3 du secteur en Egypte pour 88 millions d'euros.



L'Afrique moteur de croissance pour les assureurs ? Axa en semble convaincu. C'est la raison pour laquelle, l'assureur français multiplie les opérations sur le continent. Après avoir pris le contrôle de Mansard au Nigéria en novembre 2014 et après avoir pris une participation dans Africa Re, premier réassureur africain, le groupe vient de s'emparer du numéro trois égyptien de l'assurance pour **88 millions d'euros**.

Dans le détail, l'accord prévoit qu'**Axa bénéficie d'un accord de distribution exclusif pendant 10 ans en assurance vie, épargne et retraite au sein de Commercial International Bank (CIB)**. Parallèlement, l'assureur français a racheté 100% de Commercial

International Life Insurance Company. Il s'agit d'une co-entreprise qui était jusqu'à maintenant détenue par CIB à hauteur de 45% et le reste par le groupe financier Legal and General. ●●●