

# Le Bulletin de Veille

21 avril 2017

Numéro 283

<b>Insolite</b>	<b>2</b>
Il trouve 25 kilos d'or dans un tank, la police lui confisque le trésor .....	2
<b>Actualités</b>	<b>2</b>
Raisin, la plate-forme paneuropéenne d'épargne accélère .....	2
Orange fait le pari de la gratuité pour lancer son offensive dans la banque.....	2
<b>Offres</b>	<b>3</b>
Carrefour Banque ouvre son compte C-zam .....	3
Les fintech veulent s'imposer dans les services bancaires aux entrepreneurs .....	3
<b>Distribution</b>	<b>3</b>
Allianz France veut passer à « la proximité augmentée »	3
<b>Digital</b>	<b>4</b>

Le Crédit mutuel déploie le robot d'intelligence artificielle Watson dans son réseau .....	4
Comment Groupama utilise l'open data pour limiter les accidents de la route.....	4
Une tirelire pour appréhender l'intangible.....	5

<b>Paiements</b>	<b>5</b>
Amazon lance son propre système de paiement en France .....	5
Mastercard teste une carte bancaire biométrique.....	5
<b>Réglementaire</b>	<b>6</b>
Blanchiment : la Fintech Lemon Way sanctionnée par le régulateur .....	6
<b>Rapprochements</b>	<b>6</b>
Allianz France et l'appli Waze veulent réduire les accidents sur les trajets familiaux.....	6



**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



13 avril 2017 • 7sur7

### Il trouve 25 kilos d'or dans un tank, la police lui confisque le trésor

Pour compléter sa collection qui compte déjà 150 chars, un amateur britannique de véhicules militaires s'est offert un char T69 qui lui a réservé de belles surprises et déconvenues.

Nick Mead a trouvé 25 kilos d'or dans le réservoir de carburant d'un char irakien de la Première Guerre du Golfe, qu'il avait acheté sur Ebay pour 35 000 euros. Les cinq lingots d'or représentent la très coquette somme de 2,3 millions d'euros.

Il s'avère que le véhicule avait été utilisé par les troupes de Saddam Hussein. Des soldats irakiens avaient visiblement fait main basse sur des coffres-forts au Koweït.

Surpris par cette découverte, Nick Mead a appelé la police qui lui a confisqué le trésor, le temps d'enquêter auprès du Koweït pour retrouver les propriétaires des lingots. Le collectionneur s'est déjà fait une raison. « Si je ne récupère pas l'or, ce char merveilleux restera dans ma collection ». ●●●

## Actualités



19 avril 2017 • Les Echos

### Raisin, la plate-forme paneuropéenne d'épargne accélère

La fintech allemande, créée en 2013, a passé le cap des 3 milliards d'euros placés par ses soins et des 75.000 épargnants.

Raisin, plate-forme en ligne berlinoise, propose à ses clients de placer leur argent dans d'autres banques de l'Union Européenne, offrant une meilleure rémunération qu'une banque domestique. Ils peuvent ainsi choisir parmi 146 produits dans 15 pays, sans procédures en langue étrangères ni obligation de se rendre dans le pays concerné.

Le développement de Raisin s'accélère : sur les trois milliards placés, le dernier milliard a été atteint en quatre mois (avec 15 000 clients supplémentaires sur la même période), contre deux ans et demi pour le premier et dix mois pour le deuxième. Younited Credit en France, Alior Bank en Pologne ou Euram Bank en Autriche font partie des trente banques partenaires de Raisin.

« En France, la plate-forme a été lancée en 2016. Le développement est un peu plus lent que la plate-forme allemande pour le moment, mais nous avons de bons espoirs pour la suite », explique Anaïs Charreteur, conseillère juridique Europe. « L'objectif est de devenir la plate-forme paneuropéenne de référence, précise-elle. Le marché européen n'est pas du tout harmonisé. Nous voulons créer une réelle liberté de circulation des capitaux. » ●●●



21 avril 2017 • Les Echos

### Orange fait le pari de la gratuité pour lancer son offensive dans la banque

L'opérateur télécoms lancera son offre de banque 100% mobile le 6 juillet. Il emprunte les codes des néo-banques et espère convaincre au moins 2 millions de clients en dix ans, soit deux fois plus que le score actuel de Boursorama qui a vu le jour en 2005.



Orange Bank se veut une banque 100% mobile dotée des outils à la pointe de l'innovation (actualisation du solde du compte dès finalisation d'un achat, une carte bancaire (dé)bloquée depuis son mobile, un conseiller virtuel...). Elle ambitionne aussi d'agréger d'autres services innovants produits par des fintech grâce à son architecture en plate-forme ouverte.

Pour convaincre face aux banques traditionnelles, Orange a dégainé la carte de la gratuité : aucune condition de revenus pour accéder à un compte et une carte bancaire gratuite dès trois

paiements ou retraits par mois. Accessible à distance mais aussi dans 140 boutiques Orange en juillet, l'offre visera en particulier les 27 millions d'abonnés mobiles de l'opérateur en France. « Il y aura beaucoup d'offres combinées entre la partie téléphonie et la banque. Elles se feront plutôt avec des services de crédit à la consommation, par exemple, le financement d'un terminal », explique **Stéphane Richard**, patron d'Orange.

Orange espère se faire une place en captant d'abord les flux de paiement quotidiens de ses clients. Puis espère équilibrer son modèle grâce à des revenus d'intérêts générés par des crédits à la consommation et des revenus d'interchange perçus lors des paiements par carte. L'exercice ne sera pas aisé dans un contexte de taux bas qui impose aujourd'hui aux banques en ligne, créées sur ce modèle de revenus d'intérêts, à facturer davantage de services à leurs clients. ●●●

## Offres



18 avril 2017 • C Banque

### Carrefour Banque ouvre son compte C-zam

Comme annoncé voici un mois, l'enseigne de grande distribution a lancé la commercialisation de son compte courant C-zam ce mardi 18 avril. Une offre calibrée pour bousculer le marché des comptes bancaires.

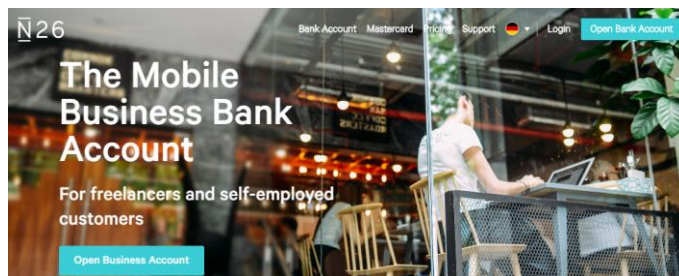


Accessible sans condition de revenus mais sans possibilité de découvert, **Carrefour** propose une offre payante, à prix réduit : 5 euros à l'ouverture puis 1 euro par mois. Ce positionnement s'approche clairement du **Compte**

**Nickel**, récemment racheté par **BNP Paribas**.

D'emblée, Carrefour affiche une importante force de frappe à la hauteur de ses ambitions (des points de vente dans ses 3 000 magasins et agences Carrefour Banque, ainsi que sur internet). Son nouveau produit répond au modèle économique de la grande distribution : des volumes importants avec de faibles marges.

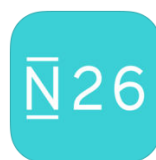
La clientèle cible est volontairement très large : des jeunes qui ouvrent leur premier compte courant (C-zam étant accessible à partir de 18 ans) aux familles qui recherchent une alternative pour les dépenses communes. ●●●



19 avril 2017 • Les Echos

### Les fintech veulent s'imposer dans les services bancaires aux entrepreneurs

La néobanque allemande N26 lance une offre de banque mobile pour les autoentrepreneurs et projette de s'adresser aux entreprises.



La néobanque allemande **N26** - pionnière de la banque sur smartphone - inaugure ainsi, ce mercredi, son **compte N26 Business**.

Conçu sur le modèle de son compte 100 % mobile pour les particuliers, celui-ci sera disponible dans un premier temps pour les seuls autoentrepreneurs des 17 pays dans lesquels N26 opère. « D'autres fonctionnalités dédiées aux clients professionnels arriveront plus tard cette année », explique Valentin Stalf, fondateur de N26 qui entend bien s'attaquer aussi aux comptes des personnes morales...

Reste une différence de taille entre les banques traditionnelles et ces nouveaux acteurs : ces derniers n'ouvrent pas l'accès à de précieuses lignes de crédit. **Monaize** envisage, par exemple, de mettre en relation ses clients avec des acteurs du « crowdfunding ». Une manière d'éviter de se lancer dans des analyses de risques poussées susceptibles d'augmenter les risques et de renchérir les coûts. ●●●

## Distribution

20 avril 2017 • News Assurances Pro

### Allianz France veut passer à « la proximité augmentée »

Lancé dans un plan de transformation de sa distribution depuis 2016, Allianz France a dévoilé quelques réalisations concrètes visant à atteindre « la proximité augmentée ».



Conscient des bouleversements inédits impactant la distribution de produits d'assurance, l'assureur a engagé un plan de transformation de ses réseaux qu'il veut « *omniaccessibles* », « *multi-spécialistes* » vendant « *un bouquet de services* » et non plus des « *garanties techniques* » afin d'atteindre « *la proximité augmentée* » comme l'explique Franck Le



Vallois, membre du comité exécutif d'**Allianz France**, en charge de l'unité distribution.

Une quinzaine de projets pilotes sont d'ores et déjà sur les rails : parce que la « *proximité géographique ne suffit plus* », l'assureur déploie des outils de fidélisation en développant les services non assurantiels (accès, en dehors de toute réparation post-sinistre, pour les assurés, à un réseau d'artisans certifiés Multiassistance). Il ambitionne également de créer des passerelles entre ses deux principaux réseaux que sont Allianz Expertise et Conseil (AEC) et les agents généraux.

Avec ce plan de transformation de la distribution, Allianz France espère dégager un chiffre d'affaires supplémentaire d'1 milliard d'euros d'ici 2020, gagner un point de taux de pénétration sur la clientèle patrimoniale pour passer à 10%. Il doit par ailleurs lui permettre de convertir 100 000 rebonds commerciaux supplémentaires et générer 30% de chiffre d'affaires en plus sur le multi-accès. ●●●

## Digital



20 avril 2017 • Le Monde

### Le Crédit mutuel déploie le robot d'intelligence artificielle Watson dans son réseau

D'ici mi-juin, le robot d'IBM va assister 20 000 chargés de clientèle dans 5 000 agences de la banque mutualiste. **Nicolas Théry**, le président de la banque, affirme qu'il ne s'agit pas de faire des économies sur les effectifs, mais d'augmenter les revenus du groupe.



Pour un investissement de 8 millions d'euros par an, le robot intelligent permet d'aider les collaborateurs du **Crédit mutuel** à faire face à l'afflux exponentiel des emails. Le logiciel propose aussi deux assistants virtuels pour aider les conseillers

à répondre rapidement aux questions de leurs clients dans le domaine de l'épargne et de l'assurance auto et habitation, puis dans le courant de l'année en assurance santé, en prévoyance ou sur le crédit à la consommation.

« *Nous voulons, grâce à Watson, rendre nos conseillers disponibles pour leurs clients, afin d'augmenter notre chiffre d'affaires. Nous sommes dans une logique de développement, pas d'économies de coûts* », affirme Nicolas Théry. Pour le président d'**IBM France**, Nicolas Sekkaki, « *alors que plusieurs*

*banques ont décidé de supprimer des postes, le Crédit mutuel fait l'inverse en investissant dans Watson pour assister ses conseillers* ».

Le taux de fiabilité des réponses du robot a été rapidement multiplié par deux au cours de la phase pilote du projet, pour atteindre aujourd'hui près de 90%. Watson doit ainsi rester un outil, tout en devenant « *la synthèse de nos meilleurs collaborateurs* » sachant « *qu'on ne laissera jamais Watson répondre seul au mail d'un client* », conclut M. Théry. ●●●



19 avril 2017 • Les Echos

### Comment Groupama utilise l'open data pour limiter les accidents de la route

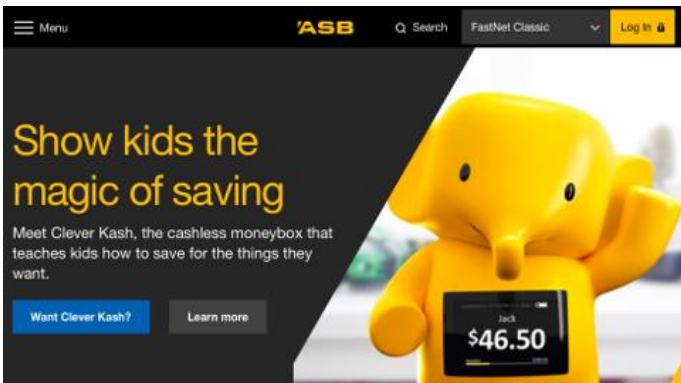
Avec la plate-forme **LeTrajetLePlusSur.fr**, l'utilisateur se verra proposer l'itinéraire le plus rapide et un parcours alternatif moins accidentogène, sans que celui-ci ne prenne plus de 20% de temps de trajet supplémentaire.



Le quatrième assureur automobile français a exploité les données gouvernementales d'accidentologie, en « open data » depuis quelques mois, en compilant quelque 700 000 accidents de la route sur les sept dernières années avec leur géolocalisation précise afin de sensibiliser les automobilistes à la dangerosité des trajets quotidiens.

**Groupama** propose ce nouveau service gratuitement et précise ne pas tracer les itinéraires des utilisateurs. « *En tant qu'assureur engagé pour la sécurité routière depuis une quarantaine d'année, nous n'avons pas voulu nous inscrire dans une démarche mercantile, mais bien aller dans le sens de l'intérêt général* », ajoute **Thierry Martel**, directeur général, qui espère la recommandation de ce service par les professionnels de la route et son intégration dans les futures mises à jour des grandes marques de GPS

« *C'est la première fois que nous nous servons de l'open data pour mettre un service à la disposition de la population* », indique Thierry Martel. « *Il est évident que l'open data ouvre beaucoup de possibilités et nous serons opportunistes en la matière* », déclare-t-il. ●●●



20 avril 2017 • C'est pas mon idée !

### Une tirelire pour appréhender l'intangible

Alors que les futurologues promettent la disparition de l'argent liquide à plus ou moins brève échéance, les conséquences de cette tendance inéluctable sur l'éducation financière – notamment des enfants – vont devoir être sérieusement prises en compte. La banque néo-zélandaise ASB adopte dans ce but une approche hybride prometteuse.



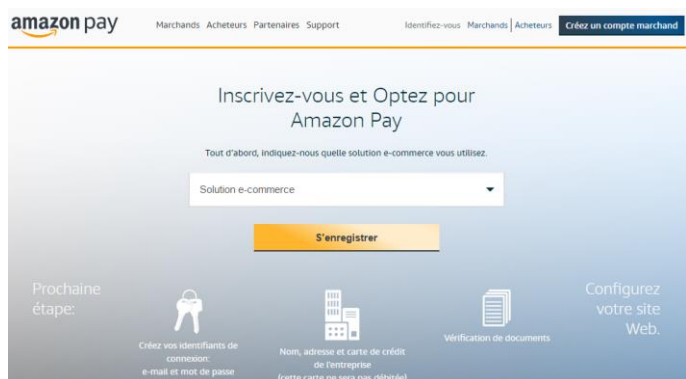
ASB a imaginé « Clever Kash », un dispositif qui comprend, d'un côté, un compte d'épargne classique et, de l'autre, un petit éléphant jaune connecté, faisant office de tirelire « digitale ».

Quand les parents donnent quelques dollars à leur enfant, depuis l'application mobile de la banque, ils lui prêtent leur téléphone pour lui permettre de déplacer (à l'écran) les pièces correspondantes vers son éléphant, qui affiche alors le total de ses économies.

Cinq mois après son lancement, 30 000 enfants ont été conquis par l'éléphant jaune.

Quelques expérimentations de tirelire connectée ont vu le jour par le passé (par exemple par **Société Générale** et les **Banques Populaires**) mais « Clever Kash » est non seulement une des seules à être réellement déployées mais elle est, de surcroît, plus convaincante sur sa dimension pédagogique. ●●●

## Paie m e n t s



18 avril 2017 • Le Figaro

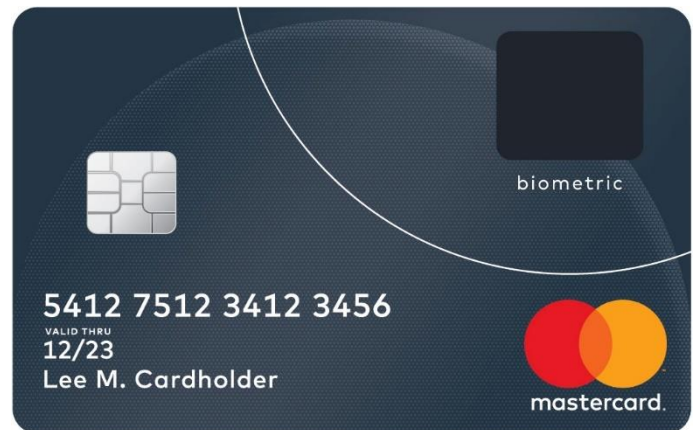
### Amazon lance son propre système de paiement en France

Amazon Pay permet aux internautes de régler leurs achats en ligne sans rentrer ses coordonnées bancaires. Le système est déjà en place sur le site de Nature et Découvertes et de Colette.

**Amazon** marche sur les plates-bandes de **PayPal**. Le géant du e-commerce annonce mardi le lancement d'**Amazon Pay**, une option qui permet de payer sur d'autres sites marchands grâce à ses identifiants Amazon.

« Notre objectif est de créer un réflexe Amazon Pay, quel que soit le site où l'on fait des achats », explique Giulio Montemagno, responsable d'Amazon Pay en Europe.

Pour chaque achat réalisé, le géant du e-commerce récupère une commission s'élevant entre 1,4 et 3,4% du montant de la commande. Il facture également 25 centimes chaque vente effectuée via ce système. ●●●



21 avril 2017 • L'informaticien

### Mastercard teste une carte bancaire biométrique

Le géant du secteur bancaire s'essaie depuis 2014 à un nouveau genre de carte de paiement. Plutôt qu'une authentification par un code PIN, elle préfère la biométrie, un lecteur d'empreintes digitales étant intégré à la carte. MasterCard prévoit un lancement cette année.

**MasterCard** teste en Afrique du Sud une nouvelle carte bancaire. Équipée d'un capteur d'empreintes digitales, celle-ci emploie la biométrie comme facteur d'authentification en lieu et place du traditionnel code PIN. Les tests devraient prochainement être étendu à l'Europe et à l'Asie, MasterCard prévoyant un lancement mondial d'ici la fin de l'année.

Lorsqu'il règle un achat, le titulaire de ce type de carte l'insère dans le terminal de paiement et place son doigt sur le lecteur

d'empreinte. L'empreinte est alors vérifiée et comparée à celle enregistrée.

Notons que l'enregistrement est effectué par le titulaire dans sa banque, soit en présence d'agents susceptibles de vérifier l'identité de la personne. Les données biométriques sont chiffrées et stockées dans la carte. ●●●

## Réglementaire



18 avril 2017 • La Tribune

### Blanchiment : la Fintech Lemon Way sanctionnée par le régulateur

La plateforme de paiement pour e-commerçants a écopé d'un blâme et d'une amende de 80.000 euros pour des manquements aux obligations de connaissance du client.



L'ACPR a en effet établi que **Lemon Way** n'a pas respecté son obligation de vigilance et aurait dû procéder à une déclaration de soupçon à **TracFin** ou à un examen renforcé dans une vingtaine de dossiers, notamment des opérations portant sur l'achat de bitcoins, parfois pour des sommes très importantes (entre 228 000 et 280 000 euros), sur une plateforme de collecte de mariage ou sur un site de financement participatif.

Il est reproché à la startup d'avoir fixé à l'époque des seuils d'alerte beaucoup trop élevés (100.000 euros sur un an par utilisateur) et « *inadaptés au risque de blanchiment de capitaux et de financement du terrorisme* », souligne la commission des sanctions dans sa décision. Des seuils revus à la baisse depuis.

Le régulateur reproche plus généralement à Lemon Way son manque de contrôle des utilisateurs et la faiblesse de ses procédures internes (à la date de l'inspection) : absence de justificatif de domicile dans certains cas, non-vérification de l'identité de 50 clients, « *les nom et prénom renseignés étant fantaisistes, pas de recours aux bases de données externes pour détecter les personnes politiquement exposée* ». Désormais un quart des 80 personnes est dédié à ses fonctions. ●●●

## Rapprochements



20 avril 2017 • L'Argus de l'assurance

### Allianz France et l'appli Waze veulent réduire les accidents sur les trajets familiaux

73% des accidents ont lieu à proximité du domicile des automobilistes. Allianz France s'associe à l'appli de navigation Waze pour sensibiliser ses utilisateurs.



Allianz France et l'application de navigation et d'info trafic communautaire **Waze** s'associent pour lancer une opération de prévention routière destinée à sensibiliser les automobilistes aux risques d'accidents liés à leurs habitudes de conduite sur les trajets à proximité de leur domicile.

Depuis le 10 avril 2017, lorsqu'un utilisateur de Waze est à l'arrêt pendant un trajet familial, une bannière apparaît et met en avant des messages de prévention pour encourager la prudence sur les routes : « *Même près de chez moi, je reste prudent* » ; « *Même si je connais ce trajet par cœur, je reste concentré* » ; etc.

Allianz et Waze ont créé **Family GPS**, qui permet de personnaliser la voix d'un GPS avec de vrais messages enregistrés par un proche pour rendre la conduite plus responsable. ●●●