

## **Automatisation intelligente : comment favoriser l'adoption des services bancaires basés sur l'IA ? Les 3 conseils d'Auriga**

02 Juillet 2019

Les Français sont prêts à adopter les nouvelles technologies pour leurs services bancaires à condition qu'ils gardent le contrôle. C'est ce que révèle le récent [rapport](#) réalisé début 2019 par Ipsos pour ING International Survey. En effet, si les Français ont progressivement intégré dans leurs habitudes bancaires l'utilisation des technologies pour gérer leur argent, la vérification du solde de leur compte au transfert d'argent... ils restent encore réticents et peu confiants quant à l'utilisation des services reposant sur les technologies émergentes, telles que l'intelligence artificielle ou l'automatisation. Ainsi, seulement 31% des Français contre 38% des européens se disent ouverts à ce qu'un programme informatique analyse leurs habitudes de consommation afin d'apporter des recommandations financières personnalisées en vue de les améliorer.

*« Ces résultats ne montrent pas de rejet complet de la part des Français mais ils confirment que les consommateurs veulent garder le contrôle sur leurs décisions financières, même si cela signifie renoncer à certains avantages. »* déclare Thierry Crespel, Responsable Commercial EMEA Francophone d'Auriga. *« Toutefois, tout porte à croire que ces nouvelles offres verront bientôt le jour afin d'être progressivement adoptées dans la gestion quotidienne des services bancaires. »*

Aussi, Auriga délivre ses 3 conseils pour favoriser l'essor de services bancaires toujours plus innovants.

### **Conseil n°1 : communiquer afin de sensibiliser et de rassurer**

L'utilisation quotidienne d'applications pour gérer son argent, qu'elles proviennent d'une banque traditionnelle, d'une banque en ligne ou d'une FinTech, a mis du temps avant d'entrer dans le quotidien des clients. Il est donc normal qu'il en soit de même pour l'adoption de services innovants reposant sur l'IA. Afin de faciliter son déploiement, la communication sera le plus grand atout des banques, elles seront ainsi en mesure de faire comprendre à leurs clients comment fonctionnent ces nouveaux services et les bénéfices qu'ils peuvent en tirer.

C'est également une des pistes proposées par ING dans son rapport, qui recommande aux banques de faciliter l'accès des clients à leurs informations financières, car, ainsi, la prise de décision n'en sera que facilitée.

### **Conseil n°2 : sécuriser l'utilisation des données des clients**

Depuis les différents scandales portant sur l'utilisation abusive des données des consommateurs, ces derniers ont grandement besoin d'être rassurés sur l'utilisation et le partage de celles-ci. C'est d'ailleurs un point mis en avant dans le rapport d'ING, qui révèle que 64% des Français ne sont pas conscients du partage des données entre différents acteurs financiers, qu'il s'agisse de banques traditionnelles ou de FinTech, autorisé par la directive européenne PSD2 entrée en vigueur depuis le 13 janvier 2018, et favorisant l'open banking.

Cette question de partage des informations est également valable pour le lancement de nouveaux services bancaires reposant sur l'IA. En effet, afin d'adopter de tels services, il est primordial que le client soit informé et rassuré sur l'utilisation de ses informations. Un consommateur confiant ne sera que plus enclin à recourir à des services basés sur l'IA.

### **Conseil n°3 : proposer des services à valeur ajoutée avec l'aide des FinTechs**

Dans la course à l'innovation, les banques traditionnelles ont vu surgir depuis quelques années l'arrivée sur le marché de nouveaux entrants, bien que de plus en plus de collaborations voient le jour et se mettent en place entre les différents acteurs. De par une architecture lourde offrant peu d'agilité et de modularité, les cycles de développement au sein des banques sont plus longs que les FinTechs. Ainsi, les banques nécessitent de plus de temps pour créer, tester et déployer de nouveaux concepts. En se rapprochant des FinTechs dans une approche de co-innovation et en les percevant comme de potentiels alliés pouvant les aider à renforcer leur compétitivité, chacun des deux parties gagne en rapidité sur la mise en place sur le marché, en innovation tout en bénéficiant de la confiance que les clients accordent à leur banque. L'enjeu pour ces acteurs sera alors d'atténuer le conflit culturel qui pourrait se former entre les équipes, notamment au niveau des compétences et des métiers mais aussi avec la culture « start-ups ». La collaboration banques/FinTechs devra se faire au service du client final et dans une volonté de transformer la façon dont il vit sa relation bancaire.

#### **À propos d'Auriga :**

Créé en 1992 en Italie, Auriga est un éditeur de solutions logicielles propriétaires et d'applications destinées à la banque omnicanal. La société a développé la suite logicielle WinWebServer (WWS) qui intègre les différents canaux de distribution de la banque de détail avec notamment les solutions WWS ATM, WWS Mobile, WWS Branch et WWS Asset Management. Auriga dispose d'un portefeuille de plus de 150 clients, parmi lesquels se trouve les plus grands fournisseurs de services bancaires et institutions bancaires en Italie. Auriga a ouvert sa filiale à Paris en 2013.

Pour plus d'informations [www.aurigaspa.com/fr](http://www.aurigaspa.com/fr)

**Contacts presse :**

**Agence onechocolate communications**

Laure Guyon

[laure@onechocolate.fr](mailto:laure@onechocolate.fr)

Tél : 01 41 31 75 07

Alexandra Corbelli

[alexandra@onechocolate.fr](mailto:alexandra@onechocolate.fr)

Tél : 01 41 31 75 01