

Communiqué de presse

## **Le DAB enfin au cœur de la stratégie d'innovation des banques selon l'étude d'ATM Marketplace**

3 Novembre 2020

Selon la dernière édition du rapport *ATM and Self-Service Software Trends* réalisée par ATM Marketplace, 55 % des acteurs bancaires remplacent les distributeurs automatiques de billets (DAB) par des distributeurs aux fonctions complètes offrant davantage de fonctionnalités. Dans le contexte actuel de restructuration du réseau d'agence, ce chiffre indique que les banques semblent enfin prendre conscience que le DAB peut jouer un rôle clé, qui va bien au-delà d'un simple distributeur de billets.

Depuis plusieurs années déjà, la question de la rentabilité de ce canal représente un enjeu pour les banques et différentes stratégies sont depuis envisagées. Si certaines ont opté pour la mutualisation de leurs parcs, l'étude d'ATM Marketplace montre une tendance pour l'ajout de nouvelles fonctionnalités. Ainsi, ce canal permettrait de maintenir le lien avec les clients afin de continuer à leur offrir des services bancaires de base, et ce d'autant plus dans un contexte de désaffectation des agences bancaires.

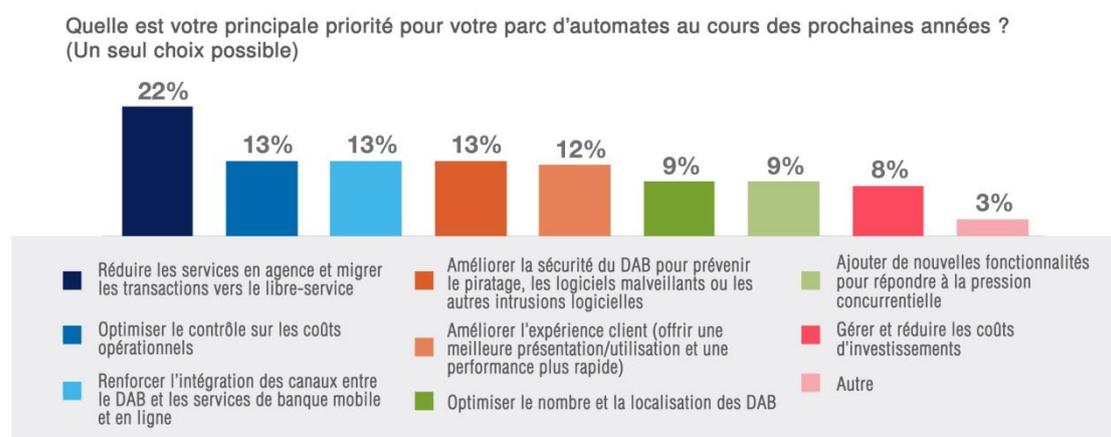


L'amélioration du DAB est donc à l'ordre du jour. Mais avant de pouvoir offrir de nouvelles fonctionnalités, les banques doivent s'attaquer à certains chantiers préalables. A la question « si vous pouviez améliorer seulement un aspect de votre canal DAB, lequel serait-il ? », l'amélioration de la disponibilité générale du service à la clientèle arrive en tête avec 28 %, suivi par l'amélioration de l'expérience client et la diminution des coûts opérationnels ex aequo à 20 %, ces trois domaines représentant encore des freins pour les acteurs bancaires.

Pour y parvenir, les banques ont bien compris que ces améliorations passent avant tout par l'adoption de nouvelles technologies sur fond d'innovations logicielles. Elles ont d'ailleurs déjà prévu d'en déployer de nombreuses au cours des prochains mois, à l'image des

transactions sans contact (48 %), de l'authentification biométrique (46 %) ou des transactions sans carte (45 %).

Toutefois, les acteurs bancaires semblent déjà avoir défini les projets prioritaires pour ces prochaines années pour leur réseau de distributeurs. Qu'ils s'agissent de la réduction des services en agence via notamment la migration des transactions vers le libre-service pour 22% des banques, du renforcement de l'intégration des canaux entre les DAB et les services de banque mobile et de banque en ligne pour 13%, ou encore de l'amélioration de la sécurité de l'infrastructure DAB pour 13%, tous ont pour objectif d'améliorer l'expérience client dans son ensemble.



Pour Stefano Cipollone, responsable du développement commercial d'Auriga : « *Il est grand temps que les banques maximisent la valeur par l'omnicanal et considèrent le DAB comme pièce maitresse, intégrée dans une stratégie omnicanales globale pour offrir un large éventail de services bancaires. Cela devrait faire écho aux réflexions actuelles autour du canal agence et qui résonnent d'autant plus dans le contexte sanitaire que nous traversons actuellement. L'adoption d'une telle stratégie doit se faire via la migration logicielle dans le cloud. D'ailleurs, selon cette étude d'ATM Marketplace, 52% des établissements interrogés prévoient que la prochaine génération de logiciel pour DAB sera basée dans le cloud, une condition essentielle qui leur permettra de pouvoir mettre à jour ce canal plus fréquemment, notamment afin d'en renforcer la sécurité.* »

L'étude, menée pendant la première période de la pandémie, est basée sur un échantillon mondial de 549 acteurs bancaires et offre un cadre complet sur les principales tendances actuelles. Il est possible de télécharger cette étude au lien suivant : <https://bit.ly/2SQkKfr>

### **À propos d'Auriga :**

Auriga est un éditeur de solutions logicielles et technologiques pour les secteurs de la banque et des paiements, spécialisé dans les solutions omnicanales innovantes à destination des banques et autres institutions financières. Ses solutions, déployées sur plus de 70 % des automates bancaires en Italie,

reposent sur une architecture moderne et améliorent le délai de mise sur le marché de nouveaux services tout en réduisant les coûts, en protégeant les dispositifs critiques contre les cyberattaques et en créant un avantage concurrentiel à long terme. Auriga est une entreprise mondiale, avec une présence en Europe, en Amérique latine (LATAM) et en Asie-Pacifique (APAC). Sa filiale française à ouvert à Paris en 2013.

Pour plus d'informations <https://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