

Les retraits bientôt plus chers... Quelles solutions pour contre-attaquer ?

11 Juin 2019

L'annonce a fait l'effet d'une bombe : Nicolas Théry, président du Crédit Mutuel Alliance Fédérale déclarait dans une interview aux Echos¹ il y a quelques jours « *Pourquoi les banques qui ne font rien pour le réseau de distributeurs - comme les banques directes - peuvent-elles les utiliser au même tarif ?* ».

Dans un contexte où la rentabilité des distributeurs automatiques est plus que remise en question, la tension entre les banques arrive à son apogée : celles qui investissent et/ou qui ont investi dans leur réseau de distributeurs, celles qui choisissent de le réduire ou celles qui n'en possèdent pas.

Une des solutions à l'étude selon le Crédit Mutuel Alliance Fédérale serait l'augmentation des commissions des retraits d'argent effectués dans les distributeurs concurrents (les « retraits déplacés ») afin que celles-ci puissent refléter la réalité de coûts d'utilisation du réseau interbancaire.

Y a-t-il une seule issue à cet « affrontement » ? Tour d'horizon des solutions envisageables à court et moyen terme.

Rétablir l'ancien modèle de commissions

Jusqu'au début 2017, il existait un savant calcul de commissions DAB qui cherchait par un mécanisme de « contre-commissions » à trouver un juste équilibre entre les banques qui émettent beaucoup de cartes mais qui n'ont pas de réseau de distributeurs et les banques qui au contraire ont un important réseau de GAB mais qui n'émettent pas de cartes. Cela permettait en quelque sorte de « pénaliser » les banques qui ne possédaient pas d'automates bancaires.

Ces contre-commissions à la charge des banques ne déployant pas ou peu d'automates assuraient en quelque sorte aux banques traditionnelles une forme de « rente ». Or avec la fin de ces contre-commissions et la baisse progressive de la commission DAB (passant de 5 francs, puis à 0.72€ au passage à l'euro et désormais à 0.57€) expliquent en partie le « scepticisme » au développement et à la mise en place d'infrastructures de DAB. Les banques

¹ <https://www.lesechos.fr/finance-marches/banque-assurances/credit-mutuel-nous-sommes-le-premier-operateur-virtuel-de-telephonie-en-france-1017660>

en ligne exploitent ainsi le réseau existant des banques traditionnelles qui elles voient la rentabilité du canal automate baisser. La réinstauration de ces contre-commissions pourrait voir diminuer cette source de conflit – à court-terme du moins.

Automates partagés : vers un nouveau business model

Pour Thierry Crespel, Responsable Commerciale EMEA francophone d'Auriga, éditeur de solutions logicielles propriétaires et d'applications destinées à la banque omnicanal, **« La piste qui semble la plus envisagée est celle de la solution de mutualisation des distributeurs entre les banques. Cela prendrait soit la forme d'une externalisation complète de l'automate auprès d'un acteur tiers soit la création d'automates en marque blanche (co-brandés) partagés par différentes banques. »**

L'automate en marque blanche né de la mutualisation des automates locaux des différentes banques permet à la banque de préserver la relation qu'elle entretient avec sa clientèle et offrir à l'utilisateur les services et le branding de son établissement bancaire. Ce choix est particulièrement pertinent pour les petites communes et dans une volonté politique locale de maintenir l'automate.

Si le modèle en marque blanche est encore inédit en France, BPCE donne l'exemple avec le lancement d'un modèle que l'on pourrait qualifier d'hybride, reposant sur une logique d'externalisation de son parc d'automates tout en conservant son branding. En faisant appel à un tiers externe comme un transporteur de fonds pour gérer son parc d'automates, la BPCE devrait diminuer ses coûts de manière significative. En effet, au regard des différents coûts engagés, ceux du transporteur de fonds, responsable de la gestion du cash, sont les plus importants dans le cadre de l'exploitation d'un DAB.

Favoriser l'implantation des banques dans certaines zones ?

Pour pallier la désertification bancaire de certaines régions, notre voisin Allemand propose une vision différente en faisant fluctuer les taux de commissions pratiqués selon la zone géographique. Ainsi, les banques ayant maintenu leurs automates bancaires dans des zones peu fréquentées se voient appliquer des taux de commissions plus élevés.

Concrètement, le système allemand de commissions interbancaires pénalise en quelque sorte les banques choisissant de désertir certaines zones profitant du réseau existant de leurs concurrents. Ainsi les banques sont incitées à déployer des DAB dans ces zones avec des commissions qui y sont plus avantageuses. Il s'agit également d'une autre voie possible pouvant endiguer à la racine le risque de création de « zone banche » bancaire.

L'automate bancaire est actuellement le canal le plus questionné par les banques : peu rentables et peu populaires auprès de leurs clients, son modèle économique doit commencer

sa mue. Le DAB étant souvent le seul point de contact avec la banque, les banques doivent changer de façon de penser et voir les avantages à le sortir de son silo pour l'intégrer pleinement dans une stratégie omnicanal globale.

Lequel des 3 modèles va l'emporter? Ou l'issue viendrait-elle d'une revalorisation du distributeur de billets en un point d'interaction enrichi et personnalisé pour la clientèle, permettant aux banques de mieux servir leurs clients et en générer plus de valeur et de ROI en y déployant des services supplémentaires à valeur ajoutée : choisir les coupures des retraits, payer des factures, créditer leur compte en temps réel, faire des virements internationaux ou du change sur leur DAB ?

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 <https://www.aurigaspa.com/fr>

Contacts presse :

Agence onechocolate communications

Laure Guyon

laure@onechocolate.fr

Tél : 01 41 31 75 07

Alexandra Corbelli

alexandra@onechocolate.fr

Tél : 01 41 31 75 01