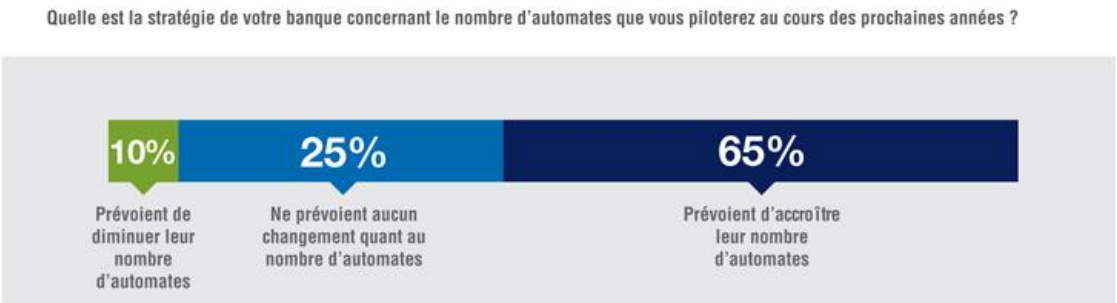
L’automate bancaire n’est pas prêt de disparaitre : 65% des banques envisagent d’augmenter leur nombre

11 décembre 2018

Si 2017 a été l’année de la célébration des 50 ans du DAB et de la révolution bancaire qu'il a déclenchée dans l’industrie, quid de son avenir ? Au cours de ses 50 premières années d'existence, le guichet automatique s'est développé dans un contexte d'attentes modestes des consommateurs, puis les développements technologiques se sont accentués à un rythme effréné. Mais désormais face à la tendance globale de réduction du nombre d’agences partout dans le monde quelle place va-t-il occuper dans les stratégies bancaires en train de se déployer?

En Europe, depuis 2008, 48 000 agences ont fermé leurs portes selon la Fédération bancaire européenne. Cela représente plus de 20% de l’ensemble des agences bancaires de l'UE. Dans presque tous les cas, les banques justifient ces fermetures par la diminution significative de la fréquentation des agences. Ainsi, selon l’étude 2017 ATM and Self-Service Software Trends, réalisée par ATM Marketplace, la réduction des coûts de fonctionnements était la deuxième priorité des répondants. En 2018, les répondants placent la réduction des coûts au quatrième rang.

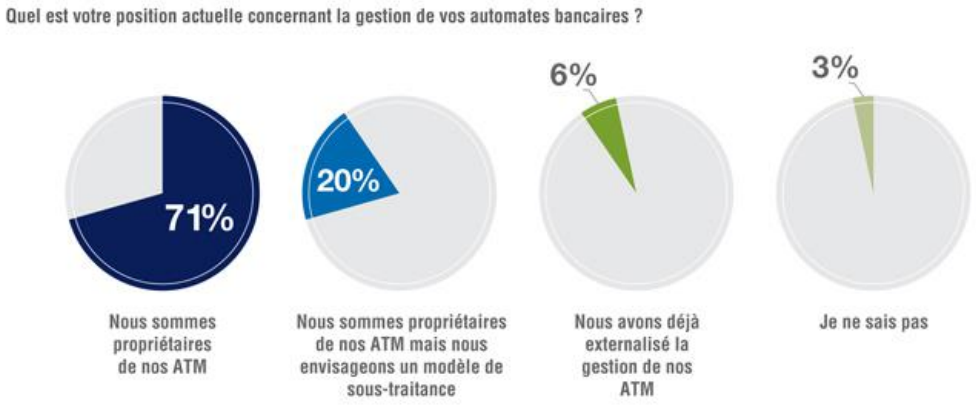
Désormais dans le contexte de transformation des agences, on observe une réorganisation des parcs d’automates et des bornes d’accueil, en revisitant et repositionnant le potentiel de ces équipements. L'avenir de l’automate semble donc plutôt au beau fixe puisqu’un peu moins des deux tiers (65%) des sondés ont déclaré qu'ils s'attendent à une croissance de leurs réseaux d’automates.



Vers une externalisation de la gestion des automates bancaires?

Thierry Crespel, Responsable Commercial EMEA francophone d'Auriga précise « Les banques et les consommateurs s'attendent à ce que les automates bancaires revisitent l'accueil en agence permettant de servir une clientèle de plus en plus diversifiée. Ainsi une plus grande variété de prestations est proposée pour répondre à des besoins spécifiques en matière de services bancaires et de paiements.»

S'il est un fait avéré que les automates peuvent générer des économies grâce à une utilisation plus efficace du personnel qui se « libère » notamment de la gestion des espèces et des services pour lequel l'humain n'apporte pas forcément de « valeur ajoutée » à la relation client, le sondage de cette année met également en avant le fait que de nombreuses banques envisagent d'externaliser l'ensemble de leur parc d'automate pour réaliser encore plus d'économie.



Ainsi si cette année, 71% des banques sondées sont propriétaires de leur parc d'automates mais elles sont déjà 20% à en envisager une externalisation complète tandis que 6% ont déjà franchi ce pas. Thierry Crespel ajoute « Pour bon nombre de ces institutions financières, l'externalisation s'avère l'un des aspects les plus en vogue dans le contexte de transformation numérique des agences et de réduction des coûts de gestion car cela pourrait s'avérer être un vrai moyen d'améliorer l'efficacité de ce canal et l'expérience client.»

Pour de nombreuses institutions bancaires qui ont songé à recourir à l'externalisation, mais qui sont encore indécises, c'est notamment la mise à niveau potentiellement coûteuse du système d'exploitation de l'automate qui pourrait s'avérer être l'élément déclencheur et qui les pousserait finalement à externaliser leur parc d'automates.

Après des décennies d'évolution et d'innovation, l'automate bancaire reste donc au cœur de la stratégie des banques puisqu'il peut soutenir tous les types de transactions. Il y a toutes les raisons de croire que les banques vont continuer à innover dans ce canal, et cela aussi

longtemps que les consommateurs continueront de rechercher la commodité, l'utilité et la qualité de service. De plus, l'argent liquide restant à ce jour un mode de paiement privilégié dans toutes les régions du monde, la pérennité de l'automate dans sa fonction première est ainsi assurée pour longtemps.

L'étude est basée sur un échantillon mondial de 470 acteurs bancaires et offre un cadre complet sur les principales tendances actuelles. Il est possible de télécharger cette étude en cliquant sur http://ow.ly/XJHv30mQgu5

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 et WWS Branch. 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
Xavier Delhôme
xavierd@onechocolatecomms.fr
Tél: 01 41 31 75 09
Laure Guyon
laureg@onechocolatecomms.fr
Tél: 01 41 31 75 07