

L'impact des technologies digitales sur la façon d'opérer du secteur financier

RAMIRO CÁRDENAS LOZANO

L'arrivée de l'Internet a révolutionné la façon de faire affaire de nombreuses composantes de l'économie. Beaucoup d'industries ont dû changer en partie ou complètement leur « business model » pour faire face aux nouvelles conditions créées par les technologies digitales. Le secteur financier semblait être à l'abri des changements apportés par la révolution digitale n'ayant que de très légers changements dans l'industrie ; cependant, nous voyons désormais que quelques fonctions qui étaient auparavant exclusives à ce secteur commencent à être prises par des acteurs n'appartenant pas nécessairement au domaine de la finance. Ainsi, si nous voyons aujourd'hui une évolution du système financier pour intégrer les services informatiques (développement d'applications web, mise en ligne de services d'investissement, relevé envoyé électroniquement, etcetera), il y a aussi une apparition de nombreuses compagnies indépendantes des grandes banques et qui permettent de développer des activités financières, c'est le cas notamment des « fintech start-ups »

Pour analyser les enjeux auxquels font face les institutions financières du Canada, nous présenterons dans cet essai l'interaction du système financier, notamment des banques commerciales, avec les nouvelles technologies digitales, après nous verrons un exemple de quel pourrait être l'avenir en prenant le cas de la Chine pour ensuite analyser les changements qui pourraient avoir lieu au Canada dans les prochaines années.

Pour commencer, il faut distinguer les raisons pour lesquelles les gens utilisent les banques. En effet, si l'argument économique pour l'existence des banques est la collecte et l'allocation de l'épargne, le public en général utilise les banques comme un moyen d'avoir un lieu où pouvoir garder l'argent et pouvoir y accéder commodément. À partir de là, les banques commerciales offrent aujourd'hui des services financiers très divers dont nous en traiterons trois : les services d'épargne, d'investissement, et comme un système de paiements.

Les banques du Canada se sont adaptées aux nouvelles technologies en offrant au public des applications web permettant d'accéder à ces services en ligne. En effet, il est habituel aujourd'hui de faire des paiements en ligne, de recevoir le relevé par courriel et de consulter l'historique des transactions et le solde des comptes sur le site Internet de la

banque, de transiger des actions et autres instruments financiers sur des plateformes web ainsi que d'en faire le suivi, pour ne mentionner que quelques services.

De plus, la création des « appli » (traduction de l'anglais « app », utilisé pour les plateformes qui fonctionnent dans l'écosystème des téléphones portables) a facilité la migration vers les services en ligne : la plupart des gens utilisent les applis développées par les banques pour leurs services en ligne ; n'allant aux succursales bancaires que pour les transactions nécessitant une présence physique (telles que celles qui nécessitent la signature d'un document).

Cependant, au Canada nous voyons que la plupart des applis ont comme objectif soit de faciliter l'interaction avec les banques soit de mieux gérer les services d'investissement : il y a des applis qui permettent d'investir dans le marché des actions (telles que eToro), d'envoyer des factures aux clients (Invoice Simple), de prêter de l'argent (Venmo) et même de trouver des compagnies dans lesquelles on pourrait investir (Gust). Néanmoins, ces applis ont besoin d'une carte de crédit (ou même de débit) issue par une institution bancaire, ce qui fait que les banques ne sont pas menacées par ces services.

Ceci étant dit, les technologies digitales continuent d'évoluer et de se développer, ce qui aura comme effet que les interactions entre les banques et le public continuent à changer de manières que l'on ne peut complètement prévoir en ce moment. Nonobstant, nous pouvons voir une possibilité pour le futur en voyant ce qui se passe en Chine. En effet, la Chine est un pays où des conditions très particulières ont permis un développement de l'économie en utilisant largement l'Internet.

La Chine donne un exemple de ce que la révolution digitale peut apporter au secteur financier. Le marché chinois inclut 913 millions d'utilisateurs de « smartphones » (Perez, 2015). On dit souvent que la Chine a « fait le saut » (« leapfrogged ») directement vers les applications web, sans passer par l'ère des ordinateurs portables qui a eu lieu dans les autres économies développées. Ainsi, lorsque l'on parle de la Chine, on parle de compagnies qui n'ont guère de présence sur l'internet occidental (basé sur les ordinateurs et les pages web) mais qui ont une présence très importante et intégrée dans le marché chinois. C'est le cas notamment des trois « grandes compagnies » : Baidu, AliBaba et Tencent, collectivement

appelées « BAT ». De ces trois, c'est Tencent avec son application « WeChat » qui domine le marché chinois.

WeChat a commencé comme une application de messagerie (Chan 2015) qui avec le temps s'est transformée peu à peu en un service où se mélangent des services tels que le paiement des factures, la prise des rendez-vous à l'hôpital, etc (idem). WeChat a commencé dans le domaine de la finance en offrant aux utilisateurs chinois une opportunité d'envoyer à ses amis et famille la fameuse « enveloppe rouge » de la nouvelle année chinoise ne nécessitant qu'un compte WePay. Maintenant, Tencent a créé une banque en ligne appelée « WeBank » ainsi qu'un fonds d'investissement où les usagers de WeChat peuvent mettre leur argent pour ainsi payer ses factures et envoyer de l'argent. De plus, ce service est aussi considéré un moyen d'épargne pour beaucoup car les gens y voient un rendement plus élevé que celui offert par les services d'épargne traditionnels (Baschoff 2015). WeChat est donc devenu concurrent non seulement des méthodes de paiements des banques mais aussi de leurs services d'épargne.

AliBaba est l'autre compagnie qui représente une menace pour le « business model » actuel. Cette compagnie, géante dans le domaine des ventes au détail, fonctionne comme un moyen où acheter des services et biens très divers sur Internet. Elle a 434 millions d'utilisateurs et 12 milliards de transactions faites à chaque année (Smith 2016). Cette compagnie est souvent comparée à Amazon et à PayPal car elle aussi offre un service de ventes (appelé Taobao) et un service de paiements (appelé Alipay).

L'évolution de cette compagnie se voit reflétée dans l'offre de ses services : ainsi, c'est en 2013 qu'AliBaba a lancé son service Yu'eBao où ceux qui avaient déjà un compte Alipay pouvaient mettre de l'argent. Yu'eBao est offert comme un service d'épargne pour ceux qui n'ont pas beaucoup d'argent (et qui ne peuvent donc participer aux services offerts par les banques), ce qui en fait une concurrence pour Tencent et pour les banques chinoises traditionnelles.

Même si les services offerts par AliBaba et Tencent ne sont pas des gros dangers actuellement (le volume de ces deux compagnies n'étant pas significatif dans le secteur), il faut garder en tête que ces compagnies ne sont que les pionnières et que cette tendance à combiner des services sous une seule appli (achat de produits, méthode de paiement et

services d'épargne pour AliBaba ; messagerie, envoi d'argent, nombreux services de tierces parties, méthode de paiement et service d'épargne pour Tencent) n'a aucun signe de s'affaiblir. En plus, ces compagnies ont un avantage énorme sur la concurrence traditionnelle : elles ont beaucoup d'information sur chaque utilisateur, et elles peuvent donc vendre des services hautement personnalisés.

Si le marché chinois semble bien évoluer, il semblerait que le Canada est resté le même pendant des années. Le cas de la Chine est beaucoup plus complexe que ce que nous avons décrit ici, mais nous pouvons en tirer quelques leçons pour le Canada. En premier lieu, le Canada lui aussi évolue vers un environnement digital où ce sont les téléphones portables qui sont les acteurs principaux et non plus les ordinateurs. Ceci entraîne un changement dans la relation entre les consommateurs et les producteurs non seulement pour le service réel mais aussi pour le secteur financier.

Premièrement, les banques auront à perfectionner leurs applis portables, puisque ce sera probablement là qu'auront lieu la plupart des interactions client-banque. En effet, une appli lourde, peu intuitive et difficile à gérer peut gêner les utilisateurs et diminuer leur volonté à avoir contact avec la banque. Il est donc dans l'intérêt des banques (et d'autres commerces) de bien développer leurs applis pour augmenter les points de contact avec les clients.

Deuxièmement, il devra y avoir une évolution dans les services offerts par les applis. Nous voyons de nos jours que cette évolution a déjà commencé, par exemple, il y a des compagnies au Canada qui annoncent fièrement que l'on peut désormais déposer un chèque en prenant une photo de celui-ci. Le cas de la Chine peut servir comme guide pour voir où cette évolution peut mener. Nous pensons que dans le futur ces services ne seront plus un avantage sur la concurrence mais plutôt le minimum auquel les clients s'attendent.

Troisièmement, nous nous attendons à ce qu'il y ait plus de synergies entre le secteur financier et le secteur réel où des compagnies du secteur réel voudront offrir des produits financiers, il est donc dans l'intérêt des institutions financières d'être prêtes à fournir l'infrastructure et l'aide nécessaires pour y arriver tout en conservant une marge de rentabilité raisonnable.

Ceci étant dit, le Canada a des nombreuses différences avec la Chine et le cas de l'environnement chinois peut ne pas être celui du Canada dans le futur. En effet, les entreprises digitales chinoises opèrent isolées du reste du monde dû aux politiques sur l'accès à l'Internet chinoises. Ainsi, même si les compagnies chinoises ne se développent qu'en Chine, elles auront toujours un marché de plus de 900 millions d'utilisateurs et avec de fortes barrières à l'entrée.

L'effet de ces deux conditions est que l'environnement digital chinois est vraiment fait à la taille des consommateurs chinois, au contraire de ce qui se passe au Canada où les applis téléchargeables sont dans la plupart des applis développées pour être utilisées par de clients dans des pays différents qui ont des particularités légales ou sociales différentes.

Une autre différence est que le secteur financier en Chine est très différent de celui au Canada. La Chine étant un pays communiste officiellement, elle a beaucoup de pouvoir sur son secteur financier et les banques chinoises prêtent leur argent, dans la plupart des cas, soit au gouvernement, soit aux entreprises qui appartiennent au gouvernement. Ceci a comme conséquence qu'il existe un vide financier qui est rempli par d'autres compagnies, comme Tencent et AliBaba. Au Canada, cependant, les banques ont une relation très différente avec le public, et l'accès aux services bancaires est répandu parmi la population canadienne.

Finalement, la Chine est un pays en voie de développement qui veut changer d'une économie focalisée sur les exports à une économie de consommateurs, l'économie chinoise dépend de l'importation des matières premières et de l'exportation des produits, pendant que le Canada est une économie arrivée à maturité qui dépend de l'exportation des matières premières et des services du secteur tiers.

Il est donc intéressant de penser où mèneront les changements dans les technologies digitales, non seulement pour le secteur réel et ses composantes mais aussi pour le secteur financier. Si cette évolution est bien guidée, elle peut être une belle opportunité d'affaires pour que les banques changent elles aussi.

Bibliographie

Bischoff, Paul (2014). Tencent ready to launch China's 1st private internet bank, WeBank. Trouvé sur <https://www.techinasia.com/tencent-ready-launch-chinas-1st-private-internet-bank-webank> le 6 novembre 2016. Traduction libre.

Bischoff, Paul (2015). WeChat leaps into banking, lets users set up online investment fund. Trouvé sur <https://www.techinasia.com/wechat-leaps-banking-lets-users-set-online-investment-fund> le 5 novembre 2016. Traduction libre

Chan, Connie (2015). When One App Rules Them All: The Case of WeChat and Mobile in China. Trouvé sur <http://a16z.com/2015/08/06/wechat-china-mobile-first/> le 6 novembre 2016. Traduction Libre.

China Internet Watch team (2014). 10 Charts to Tell You Almost Everything About Alibaba Group: China's E-commerce Empire. Trouvé sur <https://www.chinainternetwatch.com/7695/alibaba-group/> le 7 novembre 2017. Traduction libre.

Millward, Steven (2015). One year after launch, WeChat's investment fund has 10 millions users who've banked over \$16 billion. Trouvé sur <https://www.techinasia.com/wechat-investment-fund-10-million-users> le 5 novembre 2016. Traduction libre

Nath, Trevir (2015). How WePay Works. Trouvé sur <http://www.investopedia.com/articles/personal-finance/010215/how-wepay-works.asp> le 6 novembre 2016. Traduction libre.

Smith, Craig (2016). By the Numbers: 83 Amazing Alibaba Statistics. Trouvé sur <http://expandedramblings.com/index.php/alibaba-statistics/> le 7 novembre 2016. Traduction libre