

Le Baromètre des services financiers dans la ville intelligente

Innovation et renouvellement des comportements urbains et de
l'expérience client

En partenariat avec :



Communiqué de presse

Paris le 30 janvier 2018

La « ville intelligente » mobilise de multiples partenaires : opérateurs téléphoniques, grands acteurs de l'Internet, promoteurs immobiliers, énergéticiens, constructeurs automobiles, acteurs des infrastructures et du transport. Et les banques ? Quels sont leur place et leurs rôles dans la Smart City ? Quels nouveaux services financiers peuvent émerger pour accompagner les innovations en matière de mobilité et de connectivité, pour anticiper les évolutions de l'usage des données personnelles, de la santé, de la domotique et de l'information dans les villes ? Comment les banques peuvent-elles contribuer à promouvoir, diffuser et coordonner de nouveaux services dans les villes intelligentes ?

Pour répondre à ces interrogations, nous avons mené une double enquête. Une étude qualitative a été réalisée auprès de 30 dirigeants et experts de secteurs variés (services, télécommunications, immobilier, collectivités locales, énergie, startups, établissements financiers, en France et à l'international) et l'étude quantitative, menée auprès d'un échantillon représentatif de 7 000 Européens (France, Allemagne, Grande-Bretagne, Suède, Pays-Bas, Italie, Espagne). Face au panorama des nouveaux usages et services financiers possibles dans la ville intelligente, l'étude éclaire les perceptions, les sensibilités et les éventuelles craintes des Européens.

Les chiffres clés à retenir :

- Les banques sont **légitimes pour animer et coordonner les nouveaux services dans la ville, pour 32% des Européens qui se prononcent,**
- Le public anticipe des **offres globales qui associent tous les moyens de transport** (métro, bus, taxi, vélo, voitures en libre-service, VTC) **à travers une seule application de paiement** (pour 70% des jeunes de 18 à 24 ans), qui **permet également le partage des dépenses**, par exemple en cas de co-voiturage (pour 57% des jeunes de 18 à 24 ans),
- **Pour 74% des Européens, les agences bancaires existeront toujours dans les villes de demain** mais dans la perspective de villes intelligentes, les banques devront innover et se renouveler.

Pour 32% des Européens qui se prononcent, les banques sont légitimes pour animer et coordonner les nouveaux services dans les villes

La question du rôle des établissements financiers dans la ville intelligente est rarement posée et la réponse est surprenante : pour le public, **les banques représentent les acteurs les plus légitimes pour animer et coordonner les nouveaux services dans les villes**, après les pouvoirs publics mais devant les GAFAs ou les opérateurs téléphoniques.

Pour 40% des Européens, la banque est identifiée comme le meilleur tiers de confiance

La banque reste le premier tiers de confiance cité pour la sécurité et la conservation des données personnelles. Cela est susceptible de se traduire par une **confiance accrue vis-à-vis des applications bancaires**. En réponse aux experts qui estiment que ce capital confiance diminue, les banques doivent s'engager sur l'utilisation et la conservation des données clients, par exemple à travers la mise en force d'un droit à l'oubli ou la transparence de leurs critères de scoring.

Le consommateur devient producteur et financeur

Les **données vont devenir un levier essentiel** pour enrichir l'expérience client et élargir le périmètre des services financiers, à travers des partenariats. Ce constat rejoint une mutation importante : **les consommateurs, se transforment en producteurs de données, de transport et d'énergie** et seraient sensibles au fait d'être rémunérés. Les tarifications, quant à elles, devront s'adapter tant à l'émergence de l'économie du partage qu'à la généralisation de ce qu'on peut nommer « l'effet Airbnb ». **Les consommateurs deviennent également financeurs à travers la finance participative** – d'ores et déjà, 21% des Français voudraient être informés et conseillés en la matière. En somme, le nouveau décor des villes, adapté aux comportements émergents des consommateurs, commence à se dessiner et les banques doivent rapidement s'y projeter.

74% des Européens estiment que les agences bancaires existeront toujours dans les villes de demain

Les Européens expriment un besoin d'intégration des services digitaux mais valorisent la possibilité d'interactions directes. A une large majorité, ils n'envisagent pas la disparition des agences bancaires. Dans la ville intelligente, les banques devront faire évoluer leur dispositif de contact en face à face, comme leurs automates. **Ils sont 53 % à anticiper la fin des moyens de paiement et estiment qu'ils n'auront plus besoin demain d'espèces, de chèques ou même de cartes de paiement** au profit de solutions biométriques.

L'adoption des nouveaux services prioritairement plébiscitée par les jeunes

Les innovations séduisent prioritairement les plus jeunes, tandis que les appréciations sont assez nettement différenciées entre une Europe latine plutôt audacieuse et des pays du Nord assez conservateurs ; la France se situant exactement entre les deux. Alors que **le public est sensible à des offres à options complètes et end-to-end** (allant de l'achat d'un véhicule ou d'un bien immobilier à sa revente éventuelle sur une plateforme mise en place par le vendeur, par exemple), il souhaite également **pouvoir compter sur une seule application de gestion et de paiement**. Une application permettant de faire passer des offres beaucoup plus documentées qu'aujourd'hui. Ainsi par exemple, pour un bien immobilier, on disposera d'informations sur le quartier (activités commerciales, flux de transports, catégories d'habitants, ...) et sur l'immeuble (bilan énergétique). Dès lors, **les conseils gagneront à être davantage personnalisés et instantanés**. La ville intelligente, sera vécue à travers des **outils connectés de gestion et d'assistance embarqués**. Certains experts voient de **services innovants, comme les robot-taxis, émerger d'ici 5 ans**. Néanmoins, le niveau d'attractivité de ces nouveaux usages démontre qu'à ce stade, les comportements évolueront sans doute plus progressivement.

Méthodologie de l'étude

Etude qualitative réalisée auprès de 30 experts et dirigeants en septembre/octobre 2017 par téléphone et en face à face, étude quantitative réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 7 000 Européens par internet du 8 au 18 décembre 2017.

Copyright « Baromètre des services financiers dans la ville intelligente, réalisé par Novametrie et le site Score Advisor en partenariat avec Crédit Mutuel Arkéa, RCI Bank and Services et Société Générale »

A propos de

Novametrie

NOVAMETRIE est un Institut spécialisé dans les études à haute valeur ajoutée. L'Institut propose des méthodologies interdisciplinaires, globalisantes et holistiques intégrant l'optique quantitative et l'approche qualitative.

Pour plus d'information : www.novametrie.com

Score Advisor

Score-Advisor.com est un site focalisé sur les évolutions, stratégies et performances bancaires, animé par un réseau international de consultants spécialisés.

Crédit Mutuel Arkéa

Le Crédit Mutuel Arkéa est composé des fédérations du Crédit Mutuel de Bretagne, du Sud-Ouest et Massif Central, ainsi que d'une trentaine de filiales spécialisées (Fortuneo, Monext, Arkéa Banque Entreprises et Institutionnels, Financo, Arkéa Investment Services, Suravenir...). Avec près de 9 000 salariés, 3 500 administrateurs, 4,1 millions de sociétaires et clients dans la bancassurance et plus de 125 milliards d'euros de total de bilan, le Crédit Mutuel Arkéa se classe parmi les tout premiers établissements bancaires ayant leur siège en région.

Plus d'informations sur www.arkea.com

RCI Banque S.A.

Créée et détenue à 100 % par le groupe Renault, RCI Banque S.A. est une banque française spécialisée dans les financements et services automobiles à destination des clients et réseaux du groupe Renault (Renault, Renault Samsung Motors, Dacia) dans le monde et du groupe Nissan (Nissan, Infiniti, Datsun) principalement en Europe, au Brésil, en Corée du Sud et sous la forme de joint-ventures en Russie et en Inde.

RCI Bank and Services est la nouvelle identité commerciale de RCI Banque depuis février 2016. Avec plus de 3 300 collaborateurs répartis dans 36 pays, RCI Bank and Services a financé plus de 1,56 million de dossiers (véhicules neufs et véhicules d'occasion) en 2016 et vendu plus de 3,4 millions de services. Les actifs productifs moyens sont de 33,3 milliards d'euros de financement à fin décembre 2016 et le résultat avant impôts est de 912 millions d'euros à fin décembre 2016. Pour en savoir plus sur RCI Bank and Services : www.rcibs.com

Société Générale

Société Générale est l'un des tout premiers groupes européens de services financiers. S'appuyant sur un modèle diversifié et intégré, le Groupe allie solidité financière et stratégie de croissance durable avec l'ambition d'être la banque relationnelle, référence sur ses marchés, proche de ses clients, choisie pour la qualité et l'engagement de ses équipes. Acteur de l'économie réelle depuis 150 ans, Société Générale emploie plus de 145 000 collaborateurs, présents dans 66 pays, et accompagne au quotidien 31 millions de clients dans le monde entier en offrant une large palette de conseils et solutions financières sur mesure aux particuliers, entreprises et investisseurs institutionnels, qui s'appuie sur trois pôles métiers complémentaires :

- § La banque de détail en France avec les enseignes Société Générale, Crédit du Nord et Boursorama qui offrent des gammes complètes de services financiers avec un dispositif omnicanal à la pointe de l'innovation digitale,

§ La banque de détail à l'international, l'assurance et les services financiers aux entreprises avec des réseaux présents dans les zones géographiques en développement et des métiers spécialisés leaders dans leurs marchés,

§ La banque de financement et d'investissement, banque privée, gestion d'actifs et métier titres avec leurs expertises reconnues, positions internationales clés et solutions intégrées.

Société Générale figure actuellement dans les principaux indices de développement durable : DJSI (World and Europe), FTSE4Good (Global et Europe), Euronext Vigeo (Monde, Europe et Eurozone), Ethibel Sustainability Index (ESI) Excellence Europe, 4 des indices STOXX ESG Leaders, MSCI Low Carbon Leaders Index.

✈ Pour plus d'information, vous pouvez suivre le compte twitter @SocieteGenerale ou visiter le site www.societegenerale.com

Sogeprom

Filiale de promotion immobilière de la Société Générale, Sogeprom est présent depuis plus de 40 ans sur l'ensemble des marchés de l'immobilier : logements et résidences services, immobilier d'entreprise et hôtelier, des centres commerciaux, en incluant la commercialisation et le property management.

Porteur de savoir-faire complémentaires, Sogeprom se positionne sur des programmes d'envergure, variés en logements avec plusieurs gammes résidentielles, sur des développements ambitieux en immobilier de bureaux (tours, campus tertiaires et parcs d'affaires...), des opérations complexes de centres commerciaux en milieu urbain ou des déclinaisons de son concept de parcs d'activités Europarc dédiés aux PME-PMI.

Sogeprom accompagne ses clients, investisseurs particuliers ou institutionnels, enseignes, entreprises ou collectivités sur l'ensemble du processus du développement immobilier, du sourcing foncier à la mise en exploitation du bâtiment.

Sogeprom privilégie l'écoute pour apporter des réponses réellement appropriées à chaque projet et imaginer des solutions sur mesure.

Avec un volume d'activité global de 915 M€ en 2016, 3 757 logements réservés et 47 100 M² d'immobilier tertiaire en cours de réalisation, Sogeprom intervient sur tout le territoire national, en Ile de France et en régions.

Le groupe compte comme filiales : Sogeprom Sud à Marseille, Sogeprom Alpes, Sogeprom Centre Val de Loire, Investir Immobilier en Normandie, Noaho à Lyon, Pragma à Toulouse et Montpellier, Projectim dans le Nord, Rivaprim sur la Côte d'Azur, UEC (Urbanisme et Commerce), Urbi & Orbi (Property Management), Primaxia et Europarc GmbH (Berlin).

Contacts presse:

Novametrie : Christophe Excoffier, Tél : 06 80 07 59 94, E-mail : christophe@novametrie.com

Score Advisor : Guillaume Almeras, Tél : 06 15 09 56 62, E-mail : guillaume.almeras@score-advisor.com

Crédit Mutuel Arkéa : Florence Eckenschwiller, Tél : 02 98 00 01 91, E-mail : florence.eckenschwiller@arkea.com

RCI Bank and Services : agence CLE : Olivia Smietana, Tél : 01 84 16 06 22, E-mail: osmietana@agencecle.fr

Groupe Société Général : Florence Amphoux, Tél : 01 42 14 70 33, E-mail : Florence.amphoux@socgen.com

Sogeprom : agence Galivel & Associés, Doriane Fougères, Tél : 01 41 05 02 02, E-mail : galivel@galivel.com