

Votre banque dans votre poche

Après des débuts hésitants, la « banque mobile » a fini par trouver ses marques en Suisse et génère désormais plus de connexions que la banque en ligne classique. À l'instar de Revolut, ces néobanques sans agences misent exclusivement sur le téléphone portable.

Andreas Dietrich

Abrégé Le téléphone portable change les habitudes en matière de services bancaires : en Suisse, on se connecte davantage à sa banque par le biais de son smartphone que de son ordinateur, qu'il soit fixe ou portable. Cette évolution est favorisée par ce que l'on appelle les néobanques : Revolut, Neon, Zak, Yuh, Yapeal ou Flowbank comptent déjà plus d'un demi-million de clients en Suisse. La pression sur les marges du secteur bancaire risque donc d'augmenter. On utilise aussi davantage son téléphone portable pour payer aux caisses : près de 9 % des transactions de détail seront réglées par mobile dans notre pays en 2022.

A vant, on allait dans une agence ; aujourd'hui on se connecte à une application sur son téléphone portable. En Suisse, plus de la moitié de la population utilise déjà la banque mobile (« mobile banking »)¹ et le taux de croissance moyen des connexions au service bancaire mobile est de 46 % par an depuis 2018 (voir *illustration*, p. 6).

Aujourd'hui, les connexions depuis un équipement mobile coiffent au poteau celles réalisées depuis un ordinateur fixe ou portable. Étonnamment, pourtant, seule une transaction sur cinq est effectuée sur un téléphone portable malgré les fonctions de numérisation et de paiement très pratiques qui sont proposées. Le reste, 80 % donc, des transactions sont opérées dans le cadre de la banque en ligne traditionnelle (« e-banking »). Avec l'apparition des codes QR sur les bulletins de versement, les choses devraient toutefois changer et les transactions par téléphone portable vont se multiplier. La banque mobile sert en premier lieu à consulter l'état de ses finances : de nombreux utilisateurs consultent ainsi au moins une fois par semaine le solde de leur compte sur une application mobile.

L'avènement du service bancaire mobile en Suisse s'est toutefois fait attendre. En 2016, la part des utilisateurs n'était ainsi que de 13 %².

D'abord, parce que peu de banques traditionnelles ont réussi à expliquer à leurs clients la plus-value des applications proposées. Ensuite, parce que ceux-ci émettaient des réserves concernant la sécurité. Si la banque mobile a fini par percer, c'est aussi et surtout grâce à celles qu'on appelle les néobanques.

Les néobanques gagnent du terrain

Les néobanques – pour la plupart de jeunes pousses technologiques – sont les pionnières de la transformation numérique des modèles commerciaux du secteur bancaire. Comme elles ne possèdent généralement pas d'agences, leur modèle tarifaire est nettement plus intéressant que celui des banques classiques.

Si leur offre se limite actuellement aux prestations de base comme les paiements, certains prestataires l'étendent d'ores et déjà à des produits plus complexes comme la prévoyance vieillesse. D'autres misent sur des écosystèmes qui incluent des prestations inédites dans ce secteur, comme des produits d'assurance ou l'accès à des salons privés d'aéroports.

Selon nos estimations et les données d'acteurs du marché, les néobanques comptent actuellement quelque 600 000 clients en Suisse. Si l'anglais Revolut³ se taille la part du lion, plusieurs prestataires suisses comme Neon, Zak, Yuh, Yapeal ou Flowbank enregistrent de forts taux de croissance.

Le client type de ces banques est un homme jeune disposant d'une bonne formation et d'un revenu élevé, comme le montre une étude réalisée en 2021 par l'Institut de prestations financières de Zoug et la société de conseil ti&m⁴. À noter que moins de 1 % des personnes interrogées ont fait d'une néobanque leur

¹ Dietrich, Leutenegger et Bayley (2021).

² Dietrich, Duss et Gysel (2017).

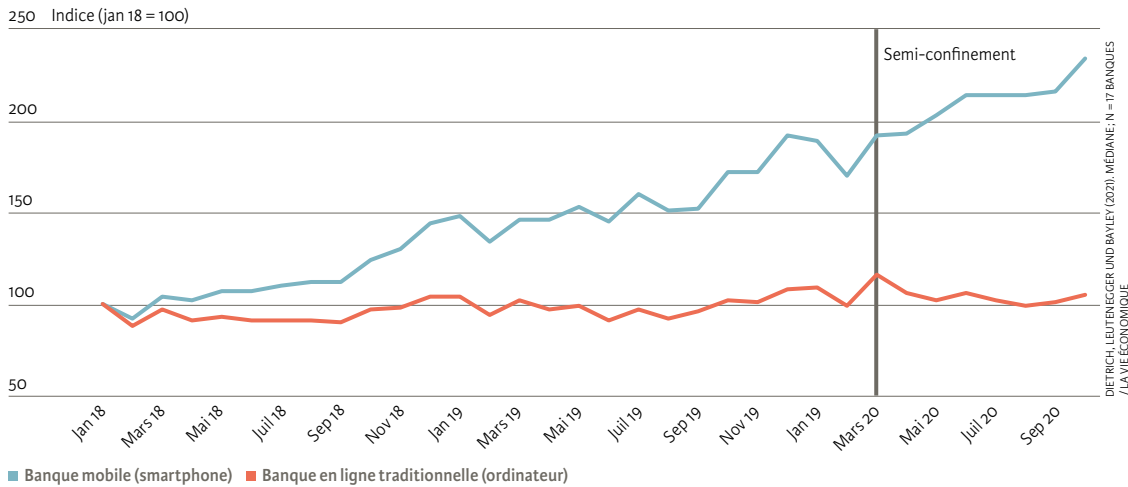
³ IFZ et ti&m (2021).

⁴ IFZ et ti&m (2021).

De plus en plus d'opérations
bancaires peuvent être effectuées
via une application.



Banque mobile et banque en ligne : les connexions en Suisse (2018–2020)



banque principale. En avance dans ce domaine, le marché britannique a cependant montré que la donne pourrait très rapidement changer ces prochaines années.

Parmi les motifs avancés par la clientèle pour justifier leur choix d'une néobanque, on peut citer des frais moindres et une meilleure expérience client. Pour les banques traditionnelles, c'est un constat à première vue rassurant, car ce sont deux éléments faciles à copier. Reste à savoir si elles feront effectivement le pas. Quoi qu'il en soit, la pression sur les prix et les marges des opérations bancaires simples augmentera très vraisemblablement pour les banques classiques.

Payer avec son mobile

Les personnes qui règlent leurs dépenses par téléphone portable sont toujours plus nombreuses. Pourtant, le paiement par une application à la caisse, sur Internet, entre amis ou à l'horodateur est longtemps resté en Suisse une pratique marginale et cette possibilité s'est développée aussi lentement que le service bancaire mobile.

Aujourd'hui, le paiement par mobile est monnaie courante et devrait continuer à se répandre largement au sein de la population. En juillet 2021, 3,5 millions de personnes, soit près de la moitié de la population, avaient ainsi franchi le pas et s'étaient inscrites auprès de

Twint, le leader du marché suisse. Le paiement par téléphone portable est ainsi beaucoup plus répandu dans notre pays qu'en Allemagne ou en Autriche⁵.

En Suisse, Twint possède une part de marché de 75 %, les mastodontes de la branche comme Apple, PayPal, Samsung ou Google se partageant le quart restant. Le succès de la société suisse peut paraître étonnant ; on entend en effet souvent que les acteurs nationaux n'auraient aucune chance face aux géants de la tech. Des prestataires comme Twint ou ses équivalents danois, suédois et espagnol prouvent le contraire.

À l'avenir, le paiement par mobile va poursuivre son essor : on estime que quelque 390 millions de transactions seront effectuées de cette manière en 2022⁶, ce qui correspondra à une croissance de plus de 60 % par rapport à 2021 et à une part du marché des paiements totaux de 9 %. C'est surtout au détriment de l'argent liquide que les solutions de paiements mobiles et les cartes de débit continueront leur progression⁷.

L'agence bancaire de demain

Pour résumer, on peut affirmer que le comportement des clients se modifie depuis un certain temps déjà et que l'utilisation des services numériques augmente. De nombreux exemples montrent que dans une première

⁵ Twint (2021).

⁶ Dietrich et Wernli (2021a).

⁷ Dietrich et Wernli (2021b).

phase, l'évolution est plutôt linéaire, mais qu'à partir d'un certain seuil – et c'est le cas dans le domaine de la banque mobile et du paiement par téléphone portable – la pénétration du marché peut croître rapidement et que l'évolution n'est plus linéaire. La pandémie n'a fait que renforcer cette tendance.

Notre mobile est en passe de devenir le principal portail pour les opérations bancaires, notamment pour les transactions usuelles qui seront bientôt exclusivement réalisées sur un téléphone portable en toute simplicité. Dans bien des cas, ce dernier va devenir l'agence bancaire de demain. Pour les situations plus complexes, en revanche, comme un emprunt hypothécaire ou une solution de prévoyance, les clients continueront à solliciter un entretien avec un conseiller.

Il convient toutefois de souligner que les besoins des clients sont divers et qu'il est difficile d'identifier des schémas clairs, ce qui est d'ailleurs typique de la phase de mutation actuelle du secteur bancaire. Pour les établissements classiques, cela signifie qu'ils devront répondre aux besoins des clients traditionnels

tout en s'adaptant aux nouvelles exigences et aux nouveaux comportements – pour autant qu'ils souhaitent effectivement continuer à servir l'ensemble de la clientèle.



Andreas Dietrich

Directeur de l'Institut de prestations financières de Zoug (IFZ), professeur de finance et de commerce bancaire, Haute école de Lucerne

Bibliographie

- Dietrich A., Duss C. et Gysel S. (2017). *Verbreitung von Online und Mobile Banking: Erste Zahlen für den Schweizer Markt*, IFZ Retail Banking Blog, 20 juillet.
- Dietrich A., Leutenegger A. et Bayley S. (2021). *Mobile Banking wächst – ist aber noch kein Transaktionskanal: Die Entwicklungen im Überblick*, IFZ Retail Banking Blog, 1^{er} février.
- Dietrich A. et Wernli R. (2021a). *Mobile Payment Studie Schweiz 2020*.
- Dietrich A. et Wernli R. (2021b). *Bargeld wird bald nicht mehr das wichtigste Zahlungsmittel in der Schweiz sein*, IFZ Retail Banking Blog, 29 mars.
- IFZ et ti&m (2021). *Trendstudie Banken 2021*.
- Twint (2021). *La Suisse est leader dans le paiement mobile*, 14 juillet.