

« Nous plantons un arbre chaque fois que 100 francs sont dépensés avec une carte Neon Green » affirme Jörg Sandrock, le patron de Neon.



« Un compte en banque doit être gratuit ! »

La néobanque suisse Neon, qui mise sur une application de téléphonie intelligente plutôt que sur des succursales, démarche les clients des banques traditionnelles. Son portefeuille, qui a doublé en un an, compte désormais 100 000 clients. Selon Jörg Sandrock, patron de l'entreprise, il suffit de huit minutes pour ouvrir un compte bancaire dans l'application. *Nicole Tesar, Stefan Sonderegger*

Monsieur Sandrock, vous viviez en Allemagne avant la fondation de Neon. Pourquoi avoir créé votre jeune pousse en Suisse il y a trois ans ?

Deux de mes cofondateurs et moi-même travaillions auparavant en Allemagne en tant que conseillers pour des banques suisses. Nous avons remarqué qu'en Suisse, le degré de numérisation de la banque de détail était faible en comparaison européenne ; le marché bancaire y est assez cloisonné, le niveau des prix très élevé et le mécontentement des clients à l'égard des frais de compte, latent.

Pourquoi cette faible concurrence sur le marché de détail suisse ?

La taille du marché intérieur est relativement limitée. Aucune banque historique ne souhaite croître plus rapidement que la moyenne du marché. Au contraire, les banques coopèrent pour des projets novateurs comme Twint ou pour l'infrastructure de paiement de SIX. Par ailleurs, les grandes banques et les banques privées se concentrent sur le segment de la clientèle privée.

Nous réglons toujours plus d'opérations bancaires sur notre téléphone portable. Le nombre de connexions au mobile est désormais plus important qu'à la banque en ligne avec un ordinateur. Des néobanques comme N26, Revolut ou Neon y contribuent. Qu'offrent-elles de nouveau ?

Une disponibilité permanente des services sur le mobile, alors que les guichets des banques sont ouverts uniquement aux heures de bureau, quand les clients sont au travail. Les applications des nouveaux prestataires étaient,

du moins au début, nettement plus conviviales que les services de banque en ligne des acteurs traditionnels. Nous avons testé les applications en ligne disponibles en Suisse : il fallait attendre jusqu'à deux minutes pour valider un paiement, une éternité à l'ère numérique.

Quelles sont les innovations du point de vue de l'entreprise ?

Les néobanques peuvent réaliser des économies d'échelle plus importantes que les banques traditionnelles : nous proposons un produit standard (p. ex. un compte ou une carte bancaire) à un coût modéré. Il ne faut pas plus de huit minutes pour ouvrir un compte dans l'application. Nos 35 collaborateurs gèrent actuellement 100 000 clients et peuvent en accueillir davantage.

Les banques traditionnelles marquent des points grâce au contact personnel avec le client.

C'est possible. Mais notre offre est plus facile d'accès. Vous n'avez pas besoin de sortir en plein hiver pour être reçu par un collaborateur en

Jörg Sandrock et Neon

Jörg Sandrock, 48 ans, est le patron de la fintech zurichoise Neon. Titulaire d'un doctorat en ingénierie économique, il dirige cette jeune pousse créée en 2017 avec trois collègues : Julius Kirscheneder, Simon Youssef et Patric Ammann. Tous les quatre ont auparavant travaillé ensemble chez « Strategy& », l'unité de conseil stratégique de PWC, à Munich, où Jörg Sandrock vit toujours. Neon compte aujourd'hui 35 collaborateurs, dont 10 travaillent à Belgrade, et 100 000 clients. La Banque hypothécaire de Lenzbourg met à disposition la licence bancaire et le système bancaire central Finstar.

cravate qui se donne l'apparence d'un conseiller alors qu'il n'est que vendeur.

Et si le client que je suis souhaite poser une question à Neon ?

Nous nous efforçons de répondre aux questions par courriel dans les 24 heures. Mais vous pouvez aussi nous téléphoner ou nous contacter via les médias sociaux.

« Du point de vue réglementaire, chaque client de Neon est un client de la Banque hypothécaire de Lenzbourg. »

vous aussi nous téléphoner ou nous contacter via les médias sociaux.

Les néobanques attirent les clients avec des comptes et des cartes gratuits. Votre offre « Neon Free » n'est-elle pas de la poudre aux yeux ?

Aucunement. Il ne s'agit pas de racolage : nous sommes convaincus qu'un compte bancaire doit être gratuit. Dans la plupart des pays européens, les frais de compte et de carte n'existent pas. Seules les banques suisses ont réussi à soutirer de l'argent à leur clientèle à ce titre. Nous avons entrepris de changer cela. Et nous n'avons pas non plus de frais cachés.

Qu'est-ce que les frais cachés ?

Chaque année, un Suisse paie par carte bancaire 9000 francs en Suisse et 3000 francs à l'étranger. Nos banques gagnent énormément sur les taux de change : pour 100 francs dépensés à l'étranger ou auprès d'un prestataire de commerce en ligne, 4 francs vont généralement à la banque. Nous ne cautionnons pas cette pratique.

Comment Neon gagne-t-elle de l'argent ?

Plus de 90 % de nos clients ont choisi l'offre de base Neon Free. Nous gagnons, à l'instar des banques traditionnelles, sur les transactions par carte : pour chaque opération, le commerçant verse une redevance que nous partageons avec Mastercard. Nous gagnons actuellement 57 centimes pour 100 francs payés avec une carte Neon. Les produits des partenaires que nous promovons sur notre plateforme constituent une deuxième source de revenus. Il s'agit par exemple d'offres d'investissement, d'assurance ou de prévoyance.

Pouvez-vous nous donner un exemple ?

Pour le compte du pilier 3a, nous renvoyons le

client aux offres de Frankly, Inyova et Selma qui nous ont paru valables. Nos critères, au-delà du prix, sont également la durabilité ou l'innovation.

Pratiquez-vous les taux d'intérêt négatifs ?

Oui, à partir de 100 000 francs.

Nous laissons des traces sur Internet : des sociétés comme Google en savent aujourd'hui plus sur leurs clients que le conseiller bancaire traditionnel. Dans quelle mesure recourez-vous aux algorithmes pour acquérir des clients ?

Pour des raisons de protection des données, nous ne recourons ni aux algorithmes ni à l'intelligence artificielle. Mais, afin d'améliorer l'expérience utilisateur, nous envisageons d'évaluer davantage le comportement des clients en répondant à des questions comme : « Pourquoi l'utilisateur n'a-t-il pas trouvé ce qu'il cherchait ? » ou « Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné ? ».

Dans le commerce de détail, les discompteurs allemands mettent les distributeurs suisses sous pression. Êtes-vous l'Aldi du secteur bancaire ?

À considérer le prix, cette comparaison est probablement pertinente : nous proposons un bon produit à un prix avantageux. Contrairement à Aldi, la numérisation du secteur bancaire entraîne une rupture : plus de succursales ni de papier. Il est inacceptable qu'une banque prélève encore 25 dollars de commission pour un paiement vers les États-Unis. Ces frais remontent à l'époque où il fallait écrire une lettre pour opérer un virement en monnaie étrangère. Aujourd'hui, le processus est automatisé.

La jeune pousse britannique Revolut compte également de nombreux utilisateurs en Suisse. Cette fintech vous a-t-elle préparé le chemin ?

Non. Nos offres se recoupent uniquement pour les paiements par carte à l'étranger. Chez Revolut comme chez Neon, les clients suisses ne paient pas de frais de change. Mais notre cœur de métier concerne les affaires de détail en Suisse, où Revolut n'est pas active puisqu'elle ne dispose pas de licence bancaire. Nous ne détenons pas nous-mêmes une telle licence, mais collaborons avec la Banque hypothécaire de Lenzbourg : du

point de vue réglementaire, chaque client de Neon est un client de cette banque.

Comment cette coopération a-t-elle débuté ?

Nous prévoyions de demander une licence fin-tech. Mais comme les choses ont pris du retard, nous avons décidé d'intensifier notre collaboration avec la « Hypi » de Lenzbourg, qui devait déjà exploiter le système bancaire central pour notre compte.

L'ouverture d'un compte Neon s'effectue entièrement par le biais d'un téléphone mobile. La réglementation suisse a-t-elle représenté un obstacle à la conclusion numérique d'un tel contrat ?

La conclusion numérique d'un contrat est possible depuis 2016 déjà. La Suisse figure à cet égard parmi les pays les plus innovants d'Europe. Nous avons simplement été les premiers à exploiter pleinement cette marge de manœuvre. Il suffit d'avoir un identifiant pour ouvrir un compte.

Vos clients sont jeunes et de sexe masculin. Visez-vous davantage les femmes avec le compte écologique Neon Green ?

L'âge moyen de notre clientèle est de 38 ans et les trois quarts sont des hommes. Nous souhaitons évidemment attirer plus de femmes. Mais le lancement de Neon Green a d'abord pour but de contribuer à la lutte contre le changement climatique.

Vous plantez au minimum cinq arbres par mois pour chaque nouveau compte Neon Green. Dans quelles conditions ?

Nous coopérons avec l'ONG Eden Reforestation Project. Les arbres sont principalement des palétuviers plantés dans des pays proches de l'équateur comme Madagascar, Haïti ou le Nicaragua, car ils fixent des volumes importants de CO₂. Nous prévoyons toutefois de gérer notre propre forêt, que nous pourrions surveiller par drone.

Cela sonne très marketing.

Il ne s'agit pas de marketing ou d'écoblanchiment. Notre motivation est la suivante : le client de banque moyen doit pouvoir compenser totalement ses émissions de CO₂ en effectuant ses paiements avec la carte Green. Partant, nous plantons un arbre chaque fois que 100 francs sont dépensés. Ce dispositif suffit à compenser



les émissions de CO₂ des clients types des banques suisses (à l'exception bien sûr de ceux qui prennent fréquemment l'avion). La neutralité climatique est très simple à réaliser.

Votre activité n'est pas encore rentable.

Comment vous financez-vous ?

Par des tiers. Comme nous nous concentrons exclusivement sur le marché intérieur, la plupart de nos bailleurs viennent de Suisse. À ce stade, nous avons levé 25 millions de francs en plusieurs étapes. Le principal investisseur est le groupe médiatique TX Group. Mais de nombreux clients participent également, au point que nous avons été surpris de cet intérêt : lors d'une levée de fonds, 5 millions de francs ont été collectés en 40 minutes auprès de nos clients, qui ont alors reçu des actions sous forme de jetons numériques sans droit de vote.

Quand atteindrez-vous le point d'équilibre ?

Nous prévoyons d'atteindre le seuil de rentabilité en 2024.

Quels sont vos objectifs pour 2022 ? Combien de clients visez-vous ?

Concernant le nombre de clients et l'amélioration du produit, nous voulons poursuivre sur notre lancée. À long terme, nous visons 300 000 clients, ce qui ferait de Neon l'un des trois principaux prestataires de services bancaires mobiles de Suisse. Nous voulons prouver que notre offre répond à une demande du marché.

Quelle est votre perception de la réglementation en Suisse ?

La Suisse offre un cadre très favorable aux banques, qui ont beaucoup de poids dans la politique suisse. Il n'en va pas de même au sein de l'UE, comme l'illustre la protection des données : en Allemagne, les données bancaires appartiennent surtout au client, alors qu'en Suisse, l'idée prévaut que les données sont avant tout la propriété des banques. Cette conception est vraisemblablement liée au secret bancaire.

La banque ouverte, c'est-à-dire l'ouverture des interfaces à d'autres prestataires financiers, a le vent en poupe. Comment Neon se positionne-t-elle à cet égard ?

Nous ne pratiquons pas la banque ouverte, du moins pas au sens technique. Nos partenaires n'ont pas accès aux comptes bancaires de nos clients.

Une telle ouverture, comme elle existe déjà dans l'UE, serait-elle souhaitable ?

L'idée n'est pas mauvaise en soi. Mais l'ouverture des interfaces ne constitue pas une priorité pour notre société à l'heure actuelle.

La solution de paiement Twint n'est pas disponible pour les clients Neon. Pour quelle raison ?

Nous souhaiterions pouvoir collaborer avec Twint. Pour l'heure, cela n'est toutefois pas compatible avec notre modèle commercial et tarifaire.

Entretien : Nicole Tesar et Stefan Sonderegger, rédaction de « La Vie économique ».