

# Innovation dans la e-finance

**L'agrégation de compte est un concept** apparu en 1999 aux Etats-Unis, séduisant sur le papier : offrir à un client, sur un site internet, une vision unique, consolidée, de sa situation financière dans l'ensemble de ses banques. Derrière cette simplicité se cachent des difficultés liées à la sécurité des accès et aux modalités d'échanges techniques, et une inconnue majeure : comment rentabiliser le service ?

JEAN BOUVIER  
Associé  
Atos Odyssee

SOPHIE MADET  
Consultante  
Atos Odyssee

**A**PRÈS DES DÉBUTS CONTROVERSÉS aux Etats-Unis, l'agrégation de comptes est un sujet d'actualité dans de nombreux pays, parmi lesquels la France. Le phénomène remonte à 1999. Plusieurs nouveaux prestataires, nés dans la mouvance des fournisseurs technologiques de l'internet, créent un service permettant aux clients particuliers de regrouper en une vision unique la situation de leurs comptes dispersés dans de multiples banques et sociétés.

L'Europe financière, à son tour, engage réflexions et projets d'agrégation de compte.

TOUS MES COMPTES SUR UN PORTAIL UNIQUE

Le concept est simple : un portail accessible sur internet et par wap, qui offre une image récapitulative de tous ses comptes à l'internaute : position et mouvements du compte chèques, encours de carte bancaire, compte(s) d'épargne, compte titres, encours de contrats d'assurance vie, en-

cours de prêts, voire encours d'épargne salariale. Par extension, ce portail peut présenter les points de fidélité accumulés par l'internaute comme les programmes de *mileage* de compagnies aériennes, ainsi que regrouper les messageries électroniques de l'internaute (graphique 1).

## Synthèse financière d'un agrégateur

Bank Accounts	Balance
Bank of America Checking	\$400.00
Bank of America Savings	\$2,300.00
Citibank	\$500.00
Investment Accounts	Net Net Value
Mutual Lynch DDA	\$99,700.00
E*Trade Brokerage	\$24,000.00
Fidelity 401(k)	\$1,000.00
Credit Cards	Balance Due
American Express	\$1,200.00
Chase Bank Visa	\$200.00
Discover	\$2,000.00
Chase MasterCard	\$0.00
Other	Balance Due
Paula Bell	\$120.00
California Edison	\$50.00
AT&T Wireless	\$20.00
Wynnery Gas	\$12.45
Continental Cable	\$67.00

Source: Celent Communications

Pour accéder à l'offre, le client multibancarisé doit :

- être internaute et utilisateur des services en ligne de ses divers prestataires de services bancaires et financiers...
- s'engager dans un contrat d'abonnement auprès de l'agrégateur ;
  - transmettre identifiant et code secret de chacun de ses comptes, et contrats à l'agrégateur, afin que les serveurs de celui-ci puissent automatiquement «consulter» et récupérer les données affichées sur le site des banques et courtiers désignés pour les rassembler sur son propre site (graphique 2) ;
  - renseigner des données, d'historisation en particulier, pour renforcer la cohérence des données ainsi collectées.

L'internaute accède alors au portail par une connexion sécurisée, et peut librement consulter en ligne et télécharger ses informations.

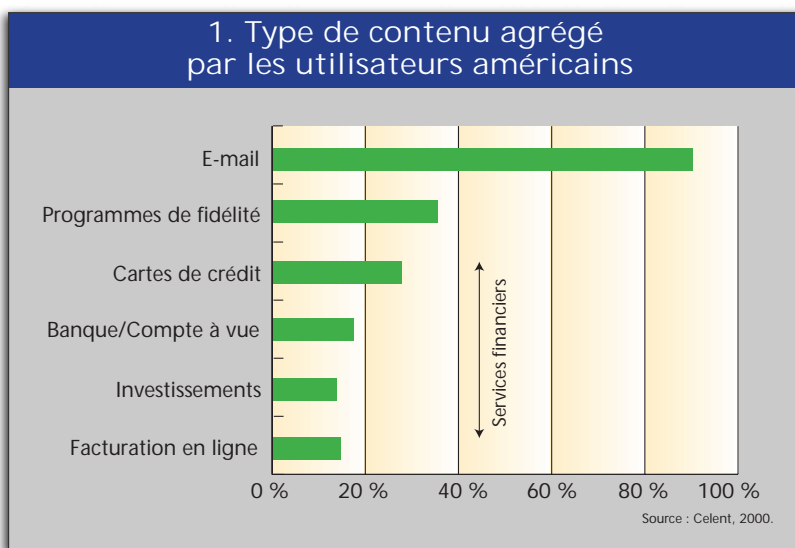
Certains agrégateurs enrichissent leur prestation de possibilités de transactions simples telles que des virements ou des arbitrages, avec ou sans connexion directe à la banque. Pour offrir ces services, l'agrégateur peut ou non passer un accord avec l'établissement qui sera l'objet des consultations. Le mécanisme d'agrégation peut reposer sur trois techniques, éventuellement combinées (*encadré*) :

- le *screen scraping*, ou capture d'écran, qui consiste à «décortiquer» chaque écran web d'un site pour en extraire les données utiles à la gestion financière ;
- le téléchargement de fichiers d'extraits de compte, mis à disposition par les banques sur leur site internet ;
- l'échange dynamique d'information et le transfert d'instructions sécurisées au moyen de protocoles de communication financière adossés au langage XML, appelés OFX et IFX.

L'adoption progressive de ces normes d'échanges dynamiques facilitera considérablement la tâche des agrégateurs, du moins au niveau technique.

AUX ETATS-UNIS  
PEU DE CLIENTS ACTIFS,  
BEAUCOUP DE BANQUES  
IMPLIQUÉES

Du côté de la demande des clients particuliers, l'offre d'agrégation ne fait pas l'unanimité. D'un côté, il est manifeste que les clients bancaires seraient favorables à une vision complète et unique de leurs avoirs. 60 % des clients américains<sup>1</sup> y seraient favorables, dans la mesure où ils prennent de plus en plus d'autonomie dans leurs décisions de gestion financière. 62 % des investisseurs haut de gamme se disent prêts à réaliser leurs placements sans l'avis d'un conseiller financier. D'un autre côté, ils se déclarent réticents à transmettre leurs codes secrets et confier l'hébergement de leurs données bancaires à un agrégateur, 80 %<sup>2</sup> des interviewés ne se déclarant «pas inté-



ressés» ou réticents. Conséquence : si les statistiques d'abonnements progressent passant à environ 350 000<sup>3</sup> clients à mi 2001, le décollage effectif des clients actifs tarde à apparaître.

Du côté des banques, auprès desquelles les fournisseurs de technologies jouent un rôle actif d'«évangélisation», la posture se résume :

- à une certaine forme de fatalisme : l'agrégation est nécessaire pour préserver la relation avec des clients de plus en plus volatils ;
- à un opportunisme mesuré : l'agrégation permet de reprendre l'initiative de la relation client, en se présentant comme l'agrégateur de tous ses comptes ;
- à des craintes renouvelées quant à la dés/réintermédiation possible induite par l'essor des agrégateurs.

**“ Favoriser le *cross selling* vers des produits à valeur ajoutée reste la principale clé de retour sur investissement. ”**

Ces craintes conduisent à considérer que, par le fait d'être «agrégée», une banque généraliste prend un risque accru de favoriser des offres concurrentes «*best in*

*class*» auprès de ses propres clients. Ce mouvement constitue déjà une réalité en raison de la séparation croissante des fonctions de production et de distribution multi-canaux. Ces craintes n'ont toutefois pas empêché la plupart des grandes marques bancaires américaines de passer des accords avec un agrégateur, ou de construire une offre d'agrégation, focalisant leur attention sur les segments aisés et haut de gamme.

Il se dégage de la jeune expérience américaine une question majeure, celle de trouver le ou les modèles de rentabilité du concept. La perspective de facturer des commissions à la consultation ou à la transaction, par l'agrégateur, est floue dans un contexte où l'internet pousse à la diffusion plutôt gratuite d'information et de contenu en retour de souscriptions et d'achats. Le principe de favoriser le *cross selling* vers des produits à valeur ajoutée reste la principale clé de retour sur investissement, et nécessite de bien définir comment chaque partenaire de l'agrégateur obtient sa «part client». Enfin, une banque peut espérer dégager une certaine rentabilité indirecte de l'agrégation grâce à la meilleure rétention de ses clients, à la

## Agrégation : trois techniques d'assemblage

### 1. Le screen scraping

#### ■ Définition

- Technique dérivée du client/serveur, qui consiste à simuler une session complète de consultation des pages web de la banque, grâce aux identifiant et mot de passe transmis par le client.
- Le logiciel décompose (après un paramétrage détaillé) les écrans pour séparer les éléments d'ergonomie et d'interface homme-machine des données financières dynamiques qui seront stockées et reconstituées en tableaux téléchargeables de consultation multidimensionnelle.
- En France, cette technique peut aussi être utilisée auprès des serveurs minitel des banques.

#### ■ Avantages

- Capacité à récupérer des informations sur tout type de service minitel ou web : contenu financier ou autre.
- Pas besoin d'autorisation de la banque consultée.
- Facilité de mise en œuvre et d'exploitation sur les services minitel.

#### ■ Limites

- Technique controversée qui n'offre aucun moyen de contrôle aux banques consultées.
- Configuration et exploitation fastidieuse sur l'internet (taux d'échec supérieur à 30 % auprès de

certaines banques américaines), compte tenu de l'hétérogénéité des écrans web des banques, qui tendent d'ailleurs à se protéger en modifiant fréquemment l'affichage des données sur le web.

- Pas de consultation en « temps réel ».
- Risques liés à la sécurisation des accès (exploitation abusive des codes personnels) et à la protection des données du client (corruption ou intrusion dans les bases de données de l'agrégateur).
- Préservation du secret bancaire et protection des codes d'accès personnels du client.
- Gestion des historiques, en particulier des paliers d'investissements à impact fiscal.

### 2. Le téléchargement de fichiers (notamment en format QIF)

#### ■ Définition

- Format Quicken Interchange Format (QIF) défini par Intuit, supporté par les logiciels de finance personnelle tels que MS Money, et utilisé par une majorité de banques françaises pour le téléchargement des extraits de comptes par internet.
- Le logiciel effectue une requête vers le site de la banque du client, lui fournit les codes d'accès puis télécharge, stocke et restitue off-line les informations financières.

#### ■ Avantages

- Permet le téléchargement de toutes informations : comptes courants, comptes d'épargne, comptes titres.
- Pas besoin d'autorisation préalable de la banque consultée, qui met ce type de fichier à la disposition de ces clients.
- Format ouvert et simple facilitant la mise en œuvre d'un système d'agrégation.

#### ■ Limites

- Pas de transfert d'information autre : ni emprunt, ni assurance.
- Phase de téléchargement sensible : recours aux codes d'accès du client obligatoire, au moyen de mesures de sécurité renforcées (pas de chiffrement de QIF), avec le risque de plantage en cas de changement de paramètres du site.

### 3. Les échanges dynamiques OFX- IFX

#### ■ Définition

- Protocoles de communication définis par Microsoft, Intuit et Check-free : Open Financial eXchange (OFX) et Interactive Financial eXchange (IFX) créés sur la base d'OFX, aux standards internet (XML, http, SSL) permettant l'échange normalisé, y compris en temps réel d'informations et d'ins-

tructions financières avec les clients.

#### ■ Avantages

- En France, large panel de banques utilisatrices d'OFX, avec une gamme logicielle compatible importante.
- Capacité à récupérer des informations financières sur tout type de service web ou minitel.
- Grande richesse fonctionnelle, incluant, par exemple, la possibilité de virements internes ou externes, d'ordres boursiers et de paiement de factures, et des ouvertures annoncées sur le monde de l'assurance vie.
- Sécurisation et traçabilité satisfaisantes.
- Authentification forte via IFX (recours aux certificats clients X509).

#### ■ Limites

- IFX encore peu exploité par les banques et les éditeurs de logiciels.
- N'intègre pas de services connexes (programmes de fidélisation, mails, etc.).
- Fonctionnalités sous-exploitées par les banques, en raison de coûts élevés de mise en œuvre et des craintes de baisse de trafic sur leurs sites web.
- Accord préalable de la banque obligatoire pour l'agrégateur.
- Authentification moins robuste dans le cas d'OFX.

condition d'ajuster son offre pour la rendre la plus attractive possible dans un environnement d'agrégation multi-marques.

#### QUELLES PERSPECTIVES POUR LA FRANCE ?

En dépit d'habitudes croissantes de «butinage» financier<sup>4</sup>, notamment des clientèles aisées, la relation bancaire reste, en France, moins dispersée qu'aux Etats-Unis, avec un taux de multi-financiarisation<sup>5</sup> de 2,6 contre 6 aux Etats-Unis. L'aspect culturel américain est caractérisé par un certain nombre d'éléments spécifiques :

- une épargne encouragée par le système de retraite par capitalisation ;
- la généralisation de l'autorisation en ligne de paiement des factures ;
- l'engouement pour de multiples programmes de fidélisation ;
- une culture d'endettement auprès d'établissements spécialisés.

Le marché américain est également un terrain plus favorable, pour des raisons historiques comme la fragmentation des comptes sur des établissements régionaux (réminiscence du Mc Fadden Act qui limite à un Etat l'usage d'un compte cou-

rant), et spécialisés (50 ans de *Glass Steagall Act* régissent la division des métiers entre acteurs).

En France, l'agrégation de comptes devra trouver son expression dans un contexte à la fois culturellement moins propice<sup>6</sup>, et techniquement plus mature<sup>7</sup>. Au global, l'essor du concept va dépendre fortement de la position tactique des banques sur le sujet. Souvenons-nous de l'une des premières expériences d'agrégation ou d'intermédiation de l'information financière personnelle qui remonte, en France, à 1994. L'éditeur de «Quicken», Intuit, avait tenté sans succès de lancer Intellibanque, service consistant à offrir une porte d'entrée unique aux clients sur un serveur minitel intermédiaire, par interrogation à distance des serveurs de banque en ligne des établissements. Si certaines banques avaient pris part à l'initiative, notamment le CCF et La Poste, la majorité des établissements bancaires avait rejeté le principe, arguant du risque de désintermédiation.

Si l'on laisse de côté la question – importante – de la garantie de sécurité des échanges, tous les moyens techniques passant par la

même exigence de manipulation par un tiers des identifiants et mot de passe du client final, quatre questions fondamentales se posent aux acteurs financiers européens : la demande du marché justifie-t-elle les investissements requis par cette activité qui, en valeur absolue, restent modiques ? Comment déterminer les segments de clientèles ou besoins financiers prioritaires, cet aspect posant à nouveau la première question avec une autre acuité ? De quelle manière l'agrégation peut-elle être rentabilisée ? Le risque de réintermédiation existe-t-il et quelle forme prendra-t-il ?

Les initiatives émergentes en Europe, Royaume-Uni, France et Espagne particulièrement, vont venir enrichir dans les mois à venir la réflexion. ■

<sup>1</sup> Etude Forrester, décembre 2000.

<sup>2</sup> Voir note 1.

<sup>3</sup> Forrester, juillet 2001.

<sup>4</sup> L'enquête AFB 2000 révèle que près d'un tiers des Français ouvriraient un compte auprès d'une e-banque pour bénéficier d'une offre plus large ou d'un compte rémunéré.

<sup>5</sup> Taux de multi-financiarisation : nombre moyen de sociétés financières où le client a souscrit des contrats et comptes.

<sup>6</sup> Par exemple, l'utilisation du TIP s'est généralisée chez les grands facturiers, supprimant le besoin d'un outil d'acceptation des factures en ligne.

<sup>7</sup> EDI financiers via OFX notamment (cf. encadré).

