

## La Fintech française dédiée à la finance et à la gestion d'épargne en phase de décollage



L'AGEFI Actifs propose un dossier en ligne, à jour du 24 mars 2015, dédié à l'émergence de ces nouveaux acteurs sur le marché de la gestion d'épargne en ligne

Le mouvement des Fintechs, ces start-up financières et technologiques dédiées notamment à la gestion et au suivi automatisé des portefeuilles, n'en finit pas de prendre de l'ampleur en France. Pour preuve, Bercy a invité certains acteurs à participer à l'une de ses manifestations dédiées aux start-ups françaises le 23 mars dernier. ([Accéder au lien de la manifestation](#)). Par ailleurs, la société Octo Technology organise le 25 mars le premier évènement entièrement dédié à ces structures. Près d'une vingtaine de sociétés s'y présenteront.

Comme en témoignent les conclusions d'une [récente étude du cabinet de conseil McKinsey](#), ce phénomène s'explique en partie par l'évolution des habitudes de consommation que les professionnels de la finance doivent désormais appréhender. La digitalisation serait en train de devenir « *rapidement la seule manière rentable de servir le segment croissant des clients qui s'autogèrent* ».

**D'abord une réaction vis-à-vis du modèle bancaire américain.** Comme souvent en matière d'innovation financière, les premiers et principaux acteurs des FinTech se sont surtout développés outre-Atlantique. La raison ? « *Les FinTechs répondent avec excellence à un besoin de services financiers non couverts de manière satisfaisante par les banques traditionnelles* », expliquent **Stephen Perrin et Sylvain Fagnent, consultants chez Octo Technology** [dans un article à consulter en ligne ici](#). Plus précisément, ce mouvement tient compte d'« *une réaction vis-à-vis du modèle bancaire américain que ces concepteurs ne trouvaient pas assez efficace ou transparent* ». La crise des *subprimes* aux Etats-Unis et la période 2009-2011 a d'ailleurs constitué un point de départ pour de nouveaux acteurs de la gestion d'actifs tels que *Betterment* ou *Personnal Capital*.

Mais le segment de la gestion privée est également concerné avec l'optimisation de la gestion financière des portefeuilles. En pratique, des conseillers « *robotisés* », dits « *robo advisors* », tels que présentés par la société américaine *Wealthfront* sont capables d'optimiser les performances des portefeuilles par l'intermédiaire d'un algorithme propriétaire.

Associée à cette automatisation et à la mise au point de solutions techniques basées par exemple sur la gestion de bases de données, appelées *Big Data*, l'offre commerciale se structure aussi –et surtout- sur une réduction des frais de gestion compris entre 0,5 % et 0,3 %.

**Toutes les places financières sont concernées aujourd'hui, y compris Paris.** Une étude datant d'août 2014 de Credit Suisse a confirmé que la numérisation du secteur financier « *va progresser significativement dans les années à venir* », les investissements devenant « *nécessaires dans des domaines d'avenir tels la FinTech (Financial Services Technology)* »

En pratique, [comme l'évoquent les représentants d'Octo Technology](#), il s'agit de couvrir plus largement un panel de clients un peu moins fortunés mais tout aussi intéressés par un conseil de qualité sur la gestion financière et du patrimoine. Cette clientèle est en attente d'une offre digitale à valeur ajoutée dont le service et l'utilité sont supérieurs à l'offre des banques de détail. Pour les banques privées, qui ont eu tendance par le passé à multiplier les expertises, les produits et les offres, les technologies financières deviennent un nouvel axe de réflexion.

Pour illustrer les nouveaux projets portés par les FinTech en France sur le marché de la gestion d'épargne, L'AGEFI Actifs a sollicité, [dans le cadre d'un entretien filmé dont le compte-rendu est accessible en ligne ici](#), **Guillaume Yribarren et Laurent Girard, respectivement directeur marketing et cofondateur de Smartdays**, une société de gestion d'actifs encore à l'état de construction mais qui entend proposer des mandats de gestion en ligne exclusivement investis sur des ETF.

A leur image, les nouveaux acteurs en ligne entendent proposer des services à moindre coût sans sacrifier –annoncent-ils- l'accompagnement et l'information du client. En France, ces nouveaux entrants, dont l'état d'avancement opérationnel diffère d'une entité à l'autre, se nomment par exemple **Anatec, Marie Quantier, Mipise** ou **Smartdays**.

**De l'agrégation de contenus à la technologie de rupture.** **François Marchessaux, associé de Columbus Consulting**, un cabinet de conseil en management regroupe ces Fintechs en trois catégories [dans un article à retrouver en ligne ici](#).

L'agrégation de contenus où il est question de « *s'interfacer* » entre la banque, l'assurance et l'utilisateur final en captant du flux de données et en le valorisant par un reporting ou par une optimisation de compte. Selon François Marchessaux, ce type d'opérateurs « *inquiète les banques* » dans la mesure où ils peuvent détourner une part de trafic et sont soumis à « *des difficultés de sécurité particulières* » en cas de fuite des informations personnelles bancaires qu'ils agrègent.

Le développement de services innovants autour de technologies existantes, à l'image des moyens de paiement et des banques virtuelles de type « *Compte-Nickel* ».

La mise en avant d'une technologie de rupture. Soit un nouvel écosystème dans lequel sont rangées les solutions de gestion d'épargne en ligne qui ont vocation « *à casser* » le segment bancaire traditionnel. L'américain *Simple* s'est ainsi développé auprès d'une clientèle digitale sur ce segment. Pour le consultant, les difficultés associées à ce type de projet sont « *aussi complexes* » que ceux concernant les banques traditionnelles.

**Les barrières à l'entrée posées par les acteurs bancaires.** En France, 2015 devrait marquer un tournant pour ces structures qui sont demeurées relativement discrètes jusqu'à présent. Pour **Marc Sabatier**, associé et cofondateur du cabinet de conseil Sterwen, les réticences de la part des acteurs français de la banque ou de l'assurance sont liées à la banalisation des offres en ligne mais aussi à la réglementation qui ne favorisait pas une accélération en faveur du digital. Selon lui, les établissements financiers français craignent également de voir de nouveaux acteurs « *sans scrupules* » s'installer sur ce secteur, avec des *business models* différents. [Cet entretien avec Marc Sabatier est disponible ici](#).

**Une incidence certaine sur les pratiques de la banque et de l'assurance.** Selon le consultant, le développement des services de gestion en ligne aura une incidence pour l'ensemble des acteurs de la finance, mais aussi de la banque, de l'assurance et de la gestion de patrimoine. Une adaptation des méthodes de management est également attendue. Selon Marc Sabatier, le digital bouleverse les modes de travail et les postures inculqués depuis des années à des collaborateurs et à leurs managers de banques.

Mais, prévient-il, « *il ne faut pas se leurrer l'évolution progressive du comportement des clients en faveur de la relation directe et de la relation digitale va dans le sens de l'érosion des effectifs, notamment des agences, mais pas seulement* ». A quelle vitesse ? « *C'est difficile de le prédire* », reconnaît-il. Une chose est sûre, « *les nouveaux métiers créés par le digital ne compenseront pas cette érosion, qui a déjà commencé depuis quelques années* ». [Cet autre compte rendu est disponible ici.](#)

**Une montée en puissance des acteurs du financement participatif.** Pour **Stephen Perrin et Sylvain Fagnent**, le foisonnement en France des offres en matière de financement participatif depuis l'entrée en vigueur d'un nouveau cadre réglementaire le 1<sup>er</sup> octobre 2014 conduira nécessairement à une phase de sélection des plates-formes. Pour les investisseurs, la difficulté proviendra du fait de savoir quelle est la plate-forme la « *plus pertinente* ». [Accéder à cet entretien ici.](#)

Les attentes en la matière évoluent. Selon **Michel Ivanovsky, co-fondateur de Mipise**, une société qui crée des plates-formes en marque blanche pour ses clients, si de nouveaux acteurs dont les banques et les assureurs s'intéressent au secteur du crowdfunding, des prises de contact sont également plus régulières avec des sociétés de gestion, des conseillers en investissement financier et des cabinets d'expertise-comptable. [Cet échange est à visionner ici.](#)

*Nicolas Ducros, mis à jour le 24 mars 2014*