



Evolution des modes de paiement, objets connectés, économie collaborative, inclusion financière... Finovation revient sur les tendances 2015 des secteurs Banque et Assurance

- **Le cabinet InovenAltenor publie la 10^{ème} édition de Finovation, son cahier de tendances et d'innovations dans les secteurs de la Banque et de l'Assurance**
- **Une sélection d'innovations clés pour comprendre les transformations de ces secteurs**

Depuis plus de 10 ans, InovenAltenor, cabinet de conseil en management, innovation et transformation et filiale d'Orange Business Services depuis 2013, détecte et analyse les **innovations** disruptives à travers le monde et décrypte les **principales tendances** du marché de la **banque et de l'assurance**.

4 grandes tendances vont impacter l'avenir du secteur Banque Assurance :

Moyens de paiement alternatifs, le temps de la convergence

Alors qu'en 2014 la croissance du commerce traditionnel plafonne à 1,1% et celle de l'e-commerce avoisine les 11,5 %, on assiste à un boom (+54%) du m-commerce porté par le fort développement du paiement mobile à distance. Grâce à la valeur d'usage qu'ils apportent en termes de fluidité du parcours client, les « portefeuilles électroniques sur mon mobile » représentent désormais 30% des transactions du e-commerce.

Pour InovenAltenor, le développement du paiement mobile de proximité (en magasin) passera par la convergence avec les usages du paiement à distance et la valeur client additionnelle générée, notamment au travers des aspects marketing et fidélité.

Data et objets connectés, le digital comme outil de différenciation

Selon l'étude OpinionWay pour Microsoft¹, 62% des français sont prêts à utiliser de nouveaux outils numériques pour prévenir les risques de santé. 23% des français sont d'ailleurs dotés d'objets connectés et les prévisions d'usage de ceux-ci sont de l'ordre de 69% d'ici 2017.

L'exploitation des données issues de ces objets connectés et associées à de puissants algorithmes, permet d'optimiser les activités qui sont le cœur du métier des assureurs telles que la **fraude et des risques, d'anticiper les besoins des clients** et de développer de nouveaux services différenciateurs tels que la **e-prévention**.

¹ Etude OpinionWay pour Microsoft - « Le numérique et la prévention » http://opinionlab.opinion-way.com/dokumenty/OpinionWay_pour_Microsoft_le_numerique_et_la_prevention_mai2014.pdf

L'étude Finovation d'InovenAltenor démontre l'importance de la définition d'une stratégie de collecte et d'exploitation des données permettant à la fois d'en faire un élément central de la chaîne de valeur et de délivrer une expérience client optimale.

Economie collaborative, les enjeux pour les services financiers

En matière d'économie collaborative, trois enjeux sont à prendre en compte :

- adapter les services financiers aux nouveaux usages ;
- mettre en œuvre des processus de production et de distribution collaborative ;
- bâtir les produits de la finance collaborative.

Selon InovenAltenor, le **crowdfunding**, tête de pont de la finance collaborative devrait représenter un volume significatif à horizon 2020 en termes de financement. Dans les 5 ans à venir, les banques américaines vont perdre, selon Morgan Stanley, 20% de leur part de marché sur le prêt aux particuliers. L'equity crowdfunding, de son côté, représentera, sur la base de sa croissance actuelle, 36 md\$, surpassant ainsi le venture capital.

Inclusion financière, l'innovation pour rendre les services financiers accessibles à tous

Le développement conjoint des innovations technologiques et des nouveaux usages permet de mettre en œuvre des solutions simples d'inclusion financière auprès d'individus exclus des institutions financières.

Selon InovenAltenor, le rôle de l'innovation en la matière passe par deux actions :

- développer l'accès des individus habituellement exclus des institutions financières aux services proposés par ces dernières (diminution du coût, amélioration de la proximité) ;
- démocratiser l'usage des services financiers en suscitant l'intérêt des consommateurs et en contournant les freins culturels.

Décrypter les tendances pour favoriser la transformation numérique

En restant en permanence au contact d'une multitude de clients et en s'appuyant sur un écosystème innovant, InovenAltenor se nourrit de ses expériences afin d'améliorer constamment la qualité de ses interventions et d'apporter de nouvelles idées à ses clients. InovenAltenor a la capacité d'accompagner les entreprises en France comme à l'international sur toutes les dimensions de conseil de la transformation digitale : définition de stratégies d'usage du digital, élaboration de business models innovants, amélioration de l'expérience client, conduite du changement, etc.

Retrouvez l'étude complète [ici](#)

A propos d'InovenAltenor

Intervenant auprès des opérateurs de services depuis maintenant plus de 10 ans, InovenAltenor accompagne ses clients dans leurs projets de transformation depuis la phase de définition amont jusqu'à leur mise en œuvre effective.

Les 90 collaborateurs d'InovenAltenor interviennent en France comme à l'étranger et apportent leur savoir-faire dans des secteurs très variés : télécoms, banque, assurance, services financiers spécialisés, utilities, retail et e-commerce, jeux et paris sportifs.

Que ses donneurs d'ordres soient des directions métier, des DSI ou un mixte des deux, InovenAltenor s'attache à mobiliser les expertises adéquates pour sécuriser les projets et optimiser le time-to-market de ses clients, qu'il s'agisse de changements organisationnels, du lancement d'un nouveau produit ou de la mise en œuvre d'une nouvelle solution de productivité interne. InovenAltenor a rejoint Orange depuis 2013.

En savoir plus : www.inovenaltenor.com , <https://www.linkedin.com/company/inovenaltenor> ou nous suivre sur Twitter : @InovenAltenor

Contacts presse :

Lysiane Ahchiow, Orange Business Services ; 01 55 54 50 44 lysiane.ahchiow@orange.com

Caroline Simeoni, Orange ; 01 44 44 93 93 ; caroline.simeoni@orange.com