

En quoi la finance embarquée bénéficie-t-elle à la fois aux banques et aux vendeurs ?

L'intégration des fonctionnalités bancaires et des cartes de paiement à d'autres services améliorent le parcours client.

PAIEMENT

POSTÉ LE 03.31.23

La finance embarquée (ou « embedded finance » en anglais) est un modèle « gagnant-gagnant » pour les banques et les entreprises qui ne font pas partie du secteur financier. Les premières peuvent accéder à de nouveaux marchés tandis que les secondes ont la possibilité d'offrir une expérience de paiement plus fluide à leurs clients. Cette collaboration consiste pour les banques à fournir à ces entreprises des services qui leur permettent de proposer des fonctionnalités bancaires et des cartes de paiement à leurs clients. En anglais on parle de « Banking as a service » ou BaaS, en ce qui concerne les fonctionnalités bancaires, et de « Card as a service » ou CaaS, en ce qui concerne les cartes.

L'intérêt de la finance embarquée

La finance embarquée est probablement l'un des trois termes les plus populaires actuellement dans l'écosystème financier. Pour faire simple, la finance embarquée **désigne le fait, pour une entreprise qui n'appartient pas au secteur financier, de proposer un produit financier** afin de vendre des services financiers à ses clients en intégrant de façon transparente lesdits services dans un parcours client digital complet.

Le fait que des entreprises autres que des institutions financières proposent des services financiers dans le cadre de leur parcours client n'est pas vraiment une nouveauté. Pensez à un commerçant qui propose de financer des appareils tels qu'un réfrigérateur ou un téléviseur, ou à une compagnie aérienne qui propose des cartes de crédit. Ces cartes de marque privée ont été et représentent toujours une part importante des émissions de cartes. La nouveauté apportée par la finance embarquée est **une expérience digitale, transparente et totalement intégrée**, en phase avec les attentes des clients d'aujourd'hui. C'est la raison pour laquelle le marché de la finance embarquée devrait représenter plus de 7 000 milliards de dollars d'ici à 2030, soit deux fois la valeur cumulée des 30 plus grandes banques du monde !¹

Banking as a Service: les fonctionnalités bancaires embarquées

Les banques ont des chartes bancaires en place qui leur permettent d'exercer leurs activités dans le secteur financier, autrement dit elles détiennent « les clés du royaume bancaire ». Elles possèdent également une grande **expertise en matière de réglementation et de conformité dans le secteur**. Ces deux éléments sont difficiles à obtenir pour des fournisseurs de services financiers naissants, sans parler de construire une infrastructure informatique de ce type à partir de zéro ou d'acheter une banque. Les entreprises qui n'appartiennent pas au secteur peuvent accéder à des services financiers et les proposer grâce à des modèles de « banque en tant que service » (BaaS), via lesquels les banques fournissent à ces acteurs **l'accès à leur infrastructure réglementée**.

Dans un modèle de finance embarquée, le fournisseur de services joue le rôle de « façade client » et distribue les produits/services financiers, tandis que les banques restent le moteur de ces services. Ces dernières utilisent ce **canal supplémentaire pour fournir des services financiers à grande échelle** et au coût le plus bas possible. Cet arrangement tire parti de l'infrastructure existante des banques (leur « back-end » en anglais) et leur permet de commercialiser des produits financiers sans passer par leurs propres réseaux de distribution (leur « front-end » en anglais). C'est ainsi que tout le monde peut y trouver son compte.

Les cartes de paiement au cœur de la finance embarquée

Le modèle traditionnel de la carte de crédit de marque privée a été et reste une composante importante dans l'émission de cartes, et la question est de savoir comment cette nouvelle tendance de la finance embarquée influencera l'avenir des cartes. Il y a fort à parier que celle-ci pourrait libérer **un énorme potentiel encore inexploité dans le domaine de l'émission de cartes**.

Les cartes présentent de nombreux avantages pour les fournisseurs de services de finance embarquée. Les cas d'usage vont des paiements instantanés à l'échange de points de fidélité, en passant par un élargissement du nombre de commerçants acceptant la carte. La carte Uber Pro en est un parfait exemple. Elle permet aux chauffeurs Uber de bénéficier d'une remise en argent sur l'essence ou la recharge de leur véhicule électrique (lorsque les chauffeurs utilisent la carte pour payer) et leur permet d'effectuer des retraits automatiques et gratuits.

Card as a Service : les cartes ont de beaux jours devant elles

L'émission d'une carte n'est pas aussi simple qu'il y paraît, en particulier du point de vue de la conformité et de la réglementation, et c'est là que le modèle « Card as a Service » (CaaS) entre en jeu. De la même manière que la banque en tant que service supprime une grande partie de la complexité pour offrir des services bancaires, le modèle CaaS permet aux acteurs qui ne sont pas du secteur financier (en particulier à des start-ups), de **s'affranchir de la complexité de l'émission de cartes**, et ouvre ainsi un marché considérable et encore inexploité en la matière.

Au cours des deux dernières années, certaines des entreprises du numérique les plus emblématiques au monde ont lancé **des cartes de paiement physiques inédites, repoussant les limites en matière de design**. Les clients peuvent par exemple dessiner un motif qui leur est propre (ou « doodle » en anglais) pour qu'il apparaisse sur leur carte. Au moment où des dizaines de startups innovantes viennent grossir les rangs, les banques qui s'appuient sur le modèle CaaS peuvent tirer parti de cette tendance à l'hyperpersonnalisation pour grimper dans la chaîne de valeur. Ces banques émettrices peuvent également explorer de nouvelles sources de revenus grâce à **l'adoption de cartes multi-applicatives** et ainsi se placer dans une position encore plus avantageuse.

Enfin, comme les cartes sont sur le point de devenir encore plus omniprésentes en ajoutant de la valeur à **de nouveaux parcours client intégrés**, la prochaine grande étape pour les banques utilisant les modèles BaaS et CaaS pourrait bien être d'associer de manière transparente à l'émission des cartes des services connexes tels que **l'activation des cartes et la gestion électronique des codes PIN** et de créer ainsi des services à valeur ajoutée qu'elles pourront monétiser auprès des fournisseurs de services de finance embarquée.

¹ Embedded Finance: a game-changing opportunity for incumbents, Simon Torrance, 2020
