



FINANCE & MARCHÉS

HSBC FRANCE

La banque fait sa révolution digitale. // P. 27



FINANCE & MARCHES

Agrégateur, biométrie, souscription en ligne : HSBC France fait sa révolution digitale

BANQUE

La banque investit 90 millions d'euros dans la rénovation de ses services en ligne.

Sharon Wajsbrot
@Sharonwaj

Avec ses 850.000 clients particuliers, la banque HSBC France est plus petite que ses concurrentes. Mais elle ne veut pas pour autant être moins innovante. Désignée comme l'une des filiales prioritaires du groupe britannique dans le digital – avec HSBC Canada, Hong Kong, Mexique, Etats-Unis et Grande-Bretagne –, HSBC France va donc rénover ses services. D'ici à 2018, le groupe débloquent 90 millions d'euros pour que sa filiale française fasse un bond dans le numérique.

« Notre premier sujet est d'améliorer l'expérience client digitale. Aujourd'hui, les "pure players" technologiques sont les plus performants dans ce domaine », explique Pierre Ruhlmann, directeur de la banque

de particuliers et de gestion de patrimoine chez HSBC France. HSBC, qui est une des rares banques françaises qui ne s'est pas dotée d'une banque en ligne, veut aujourd'hui proposer à ses clients le même niveau d'autonomie que dans les banques digitales, permettant ainsi à ses agences de se concentrer sur le conseil. « Notre réseau de 280 agences ne va pas se réduire de manière significative ces prochaines années, mais nous voulons construire un réseau augmenté », confirme Pierre Ruhlmann.

« Robo-advisors »

Pour les clients, ces investissements devraient se matérialiser dès cette année. Dans les prochaines semaines, la banque doit lancer un processus d'ouverture de compte en ligne simplifié qui utilise la signature électronique. L'objectif ? Recruter plus de clients digitaux et atteindre environ 20 % d'ouvertures de comptes à distance dans les prochaines années. « Jusqu'à présent, l'acquisition est surtout basée sur la recommandation », précise Pierre Ruhlmann.

Pour ses clients actuels, la banque va aussi lancer, avant l'été, un

service d'agrégateur de comptes avec la start-up Linxo (voir « Les Echos » du 20 avril 2016). Elle donnera ainsi accès depuis sa plateforme en ligne à la consultation de comptes de banques concurrentes. Ce n'est pas tout, avant l'été, HSBC projette aussi de généraliser la souscription de crédit immobilier et de crédit consommation à distance, en test depuis la fin 2015. Pour la fin de l'année d'autres chantiers sont en cours, comme le déploiement d'un système de recommandation de produits d'investissement en ligne, « une première étape vers les "robo-advisors"... », confirme le groupe.

A terme, cette mue numérique permettra à HSBC de faire évoluer sa grille tarifaire en fonction des canaux utilisés par ses clients. Une façon de tenter de compenser l'effet des taux bas sur les revenus de la banque. Le contexte appelle en effet à trouver des solutions : « Notre "business model" est extrêmement sous pression dans un environnement de taux très bas et la valeur ajoutée créée sur les crédits ne viendra pas combler ce qu'on perd sur les dépôts... », anticipe Pierre Ruhlmann. ■

Des virements validés par empreinte digitale

Quelques mois après La Banque Postale, qui a annoncé fin février le lancement du paiement en ligne par biométrie vocale, HSBC France lance la reconnaissance d'empreinte digitale pour initier des opérations depuis son smartphone – une première en France. Concrètement, ses clients, détenteurs d'un iPhone 5S, 6 ou 6+, pourront accéder à leurs comptes mais aussi faire des virements à des bénéficiaires enregistrés, passer des ordres boursiers ou faire opposition sur leur carte de crédit en soumettant leur seule empreinte digitale au capteur de leur téléphone. Société Générale et Crédit Agricole, qui utilisent aussi cette fonction, limitent l'accès à la consultation de compte.



Dans les prochaines semaines, la banque doit lancer un processus d'ouverture de compte en ligne simplifié qui utilise la signature électronique. *Photo Eric Tschaen/RÉA*