

La banque, du réel au virtuel

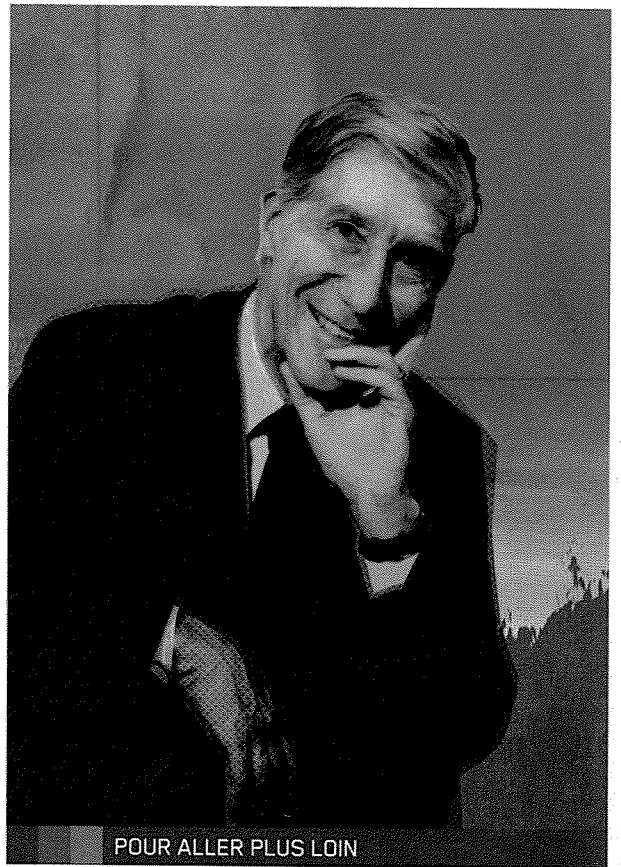
Certains prédisent un monde où la banque sera uniquement virtuelle et où les prêts se feront d'internaute à internaute. Pas si sûr, répond Joël de Rosnay. Les banques traditionnelles ont encore un rôle à jouer et leurs clients tout à gagner s'ils prennent ensemble le train de l'évolution.

«L'apparition des blogs, des journaux citoyens et des encyclopédies gratuites sur Internet modifie en profondeur la relation entre les banques et leurs clients. Ce nouvel écosystème donne plus de pouvoir aux clients, que j'appelle "pronétaires" : contrairement aux prolétaires, ils sont désormais propriétaires de leurs outils de production. Ils peuvent acheter des actions en Bourse directement sur Internet sans demander l'avis préalable de leur banquier. Les internautes disposent également des moyens techniques pour simuler des emprunts ou comparer les différentes conditions d'une demande de prêt.

On voit ainsi apparaître de nouveaux services en ligne où se rencontrent des internautes prêteurs d'argent et d'autres qui désirent en emprunter. Ces "cyberbanques" ou banques en P2P (de pair à pair), fondent leur succès sur des taux d'intérêt très faibles et des formalités simplifiées. Après Zopa au Royaume-Uni et Prosper aux États-Unis, la banque en P2P va continuer à se développer, y compris en France. La raison est simple : les banques traditionnelles accordent principalement des crédits à des personnes ayant un excellent niveau de solvabilité, alors que les cyberbanques prêtent à des emprunteurs ayant une solvabilité bonne, voire moyenne. Et leur taux de non-remboursement est quasiment nul. Comment font-elles ? À l'image du système d'enchères en ligne EBay, les emprunteurs et les prêteurs se notent les uns les autres : chacun cherche donc à obtenir de bonnes notes pour continuer à faire partie du système. Ils deviennent des "consomm-acteurs" qui se lient en réseaux, ce que l'on qualifie d'intelligence "connective" ou collaborative. Mais ils veulent aussi un contact personnalisé. C'est le nécessaire paradoxe entre le réel et le virtuel : plus de technologie et de dématérialisation conduit à un besoin accru de contact humain.

Les banques vont s'adapter en proposant de nouveaux services pour créer de la valeur ajoutée. À condition de savoir repérer et prendre en compte les attentes de leurs clients. C'est ce que les Américains appellent le *crowdsourcing* ou recherche de compétence auprès des foules.

La banque telle que nous la connaissons va capitaliser sur la confiance de ses clients ainsi que sur une image de marque et une expertise reconnues. Elle va aussi prendre le meilleur des



POUR ALLER PLUS LOIN

«*La révolte du pronétariat. Des mass média aux média des masses*», Joël de Rosnay, Carlo Revelli, Ed. Fayard, 2006, 251 p., 18 euros

Pour le télécharger gratuitement :

<http://www.agoravox.fr/pronetariat/Pronetariat.pdf>

«*2020 : les scénarios du futur*», Joël de Rosnay, Ed. Droit de citer, 2007, 340 p., 20 euros

Pour en consulter des extraits :

<http://www.scenarios2020.com>

nouvelles capacités d'interactivité, de réactivité et d'intelligence collaborative.

Comme les opérateurs de télécom ont pris le train de la téléphonie gratuite par Internet, les banques vont s'y mettre. Et ce n'est pas fini. Apparaissent des espaces virtuels comme Second Life, où des assistants bancaires virtuels dialoguent sur Internet avec leurs clients, virtuels eux aussi ! L'avenir nous dira s'il s'agit de cyber-illusions ou d'innovations génératrices de chiffre d'affaires et de croissance pour l'économie traditionnelle. ■

Chercheur, professeur, écrivain et entrepreneur,

Joël de Rosnay est cofondateur du média citoyen en ligne AgoraVox. Il est également conseiller du président de la Cité des Sciences et de l'Industrie de la Villette, dont il a été le directeur de la Prospective et de l'Évaluation jusqu'en juillet 2002.

Lettre trimestrielle éditée par la Caisse Nationale des Caisses d'Épargne et de Prévoyance
5 rue Masseran 75007 Paris.

Directeur de la publication : Régine Papazian. Comité de rédaction : Jean-Luc Almudever, Étienne Arets, Maryse Beauparant, Claire Boutou,

Laure Challamel, Christine Chiozza-Vauterin, Patrick Doux, Alexandra Droniou, Harry Dubuc, Anne Fichot-Lion, Delphine Gautier, Alain Gerbaulet, Éric Groslier, Bertrand Guidez, Laurent Lelouey, Benoit Magret, Benoit Mariton, Stéphane Messerschmitt, Christophe Prenat,

Nathalie Prévost-Reboul, Patrick Rivière.
Conception, rédaction, réalisation : Ogilvy PR.
Création et illustrations : Maquetteetmiseenpage.
N°ISSN en cours.
Dépôt légal : juillet 2007
Impression : Typoform pour les Editions de l'Épargne.
06.2007.



CAISSE D'ÉPARGNE