

Les banques ont tout à gagner de ces rapprochements

intrinsèque. « Nous avons autofinancé notre croissance et devons continuer à prendre position sur l'Europe, assène Damien Guernonprez, chief executive officer (CEO) de LemonWay. Aucune acquisition n'est prévue, il est plus rapide de développer l'entreprise de façon organique que de fusionner deux équipes et deux plateformes. » Chez Younited, on déploie une « stratégie d'hyper-croissance » : en clair, le doublement du chiffre d'affaires chaque année. « Nous avons beaucoup de fonds propres, 63 millions d'euros, ce qui nous permet d'investir en informatique et en marketing et de nous développer à l'international », expose Charles Egly, cofondateur. Un dynamisme qui s'entretient au jour le jour et nécessite un pilotage serré. Gabriel de Montessus, à la tête de Hipay, qui n'est déjà plus une start-up mais pas encore une grande entreprise, le résume ainsi : « Au-delà des aspects financiers, notre croissance durable se gère en nous positionnant le plus vite possible comme un acteur global, en partant à l'international, en attirant les bonnes compétences



RENCONTRE AVEC...

Laurent Nizri, fondateur d'Altéir Consulting et organisateur de Paris Fintech Forum

« Le début de la maturité pour certaines start-up »

La consolidation des « fintech » a-t-elle commencé ?

Non, je parlerais plutôt d'une nouvelle étape de croissance ou d'un début de maturité. Cette phase arrive alors que certaines fintech sont confrontées à la réalité économique parfois différente des business plans initiaux ou à des difficultés imprévues qui auraient pu remettre en cause leur existence, comme l'utilisation abusive de leurs services par une frange de clients, avec pour conséquence une perte pour l'entreprise. Il faut alors prendre des décisions structurantes, comme renoncer à une offre facturée au forfait pour un service illimité, et donc changer de modèle économique ou de conditions d'utilisation. Plus généralement, les offres ont pu être affinées pour permettre une relation équilibrée avec les clients. L'autre preuve de ce chemin vers la maturité est la demande accrue, dans toute l'Europe, de réglementation de la part de fintech qui comptent sur le régulateur pour trier le bon grain de l'ivraie. Elles veulent être protégées d'une éventuelle disgrâce collective en cas de sinistre. Comme pour les entreprises, la responsabilité arrive avec la croissance.

Pourquoi s'adosser à de grands groupes ou vouloir collaborer avec eux ?

C'est logique. Beaucoup se sont montrées provocatrices dans un premier temps, affirmant

qu'elles avaient pour objectif de tuer les banques traditionnelles, mais c'était surtout pour se faire connaître et attirer les investisseurs. Le secteur financier est un écosystème dans lequel on est souvent obligé de fonctionner avec les acteurs présents qui disposent des infrastructures, de la confiance et de la base de clients. Or travailler avec eux nécessite du temps, donc des moyens. Cela ne les force pas à renoncer à leur indépendance pour se faire racheter, mais certaines fintech choisissent cette option soit parce que c'était leur objectif au départ, soit parce que cela leur assure un meilleur développement. Plusieurs fintech qui avaient fondé leur activité initiale sur un modèle B2C difficile et coûteux à déployer pivotent vers le B2B et fonctionnent désormais en marque blanche, avec pour cible les acteurs traditionnels.

Est-ce qu'une « fintech » peut encore réussir et rester indépendante ?

C'est possible et souhaitable à condition de solidifier ses bases techniques et financières, d'adapter ses produits aux usages et de se positionner avec justesse dans l'écosystème des services financiers, sur un marché de niche à fort potentiel, ou en innovant dans la distribution ou dans la cible. Mais plus que dans d'autres secteurs, la rentabilité est difficile à atteindre et il faut une vision de long terme.

LE FRENCHWEB 500



(experts, managers...) et en nouant des partenariats technologiques et de distribution. » Grandir tout en restant agiles, tel est le défi actuel des fintech.

Contrat de confiance

Défi passionnant mais éprouvant qui pousse certaines d'entre elles à se vendre à des acteurs industriels mus par la curiosité et l'envie. Le mouvement est engagé depuis longtemps hors de nos frontières, mais il émerge désormais en France. Après l'acquisition de Fiducéo par Boursorama, Leetchi et Mangopay, véritables succès européens, sont passés sous la bannière du Crédit Mutuel Arkéa, qui poursuit en parallèle les prises de participation et les collaborations industrielles avec diverses fintech (Yomoni, Linxo). BPCE a mis la main sur Lepotcommun.fr, sur Depopass et cet été sur Fidor, la néobanque allemande qui lui fournit une plate-forme technologique toute neuve prête à déployer. Après cinq années de collaboration, Tagpay (paiement mobile) a vendu une part de son capital à la Société Générale. Swisslife et Budget Insight ont préféré fonder une coentreprise pour diffuser La FinBox, un agrégateur patrimonial. D'autres transactions viendront parce qu'elles vont dans l'intérêt des acteurs en place, banques, assureurs... qui ont du mal à innover et préfèrent acheter un bel outil développé par une start-up en phase avec son marché cible. « Les banques ont tout intérêt à se rapprocher de ces nouveaux acteurs qui leur apporteront l'agilité qui leur fait souvent défaut. Mais que peut apporter un groupe bancaire à une fintech ? », demande Louis Treussard, CEO de L'Atelier BNP Paribas, avant de répondre : « Expérience industrielle, confiance et conformité. » Mais pour que la collaboration soit fructueuse, « il va falloir inventer un véritable contrat de confiance afin de garantir aux fintech le maintien de leur intégrité, de leur agilité, de leur puissance d'innovation même quand elles se sont alliées à un groupe bancaire », ajoute-t-il.

C'est la clé du décollage des fintech et de la transformation des banques. Ce qui n'exclut pas le succès individuel et en toute indépendance de quelques fintech conduites par des professionnels visionnaires, prêts à surmonter les obstacles pour voir un jour s'épanouir leur création. ■

L'AGEFI AMtech day

7^e ÉDITION

Judi
13 octobre
2016

Salons Hoche,
Paris 8^e

Enjeux stratégiques et solutions opérationnelles pour les professionnels de la gestion d'actifs

11 TABLES RONDES

- Suivi du passif : de l'élaboration à la distribution des produits financiers
- Data management : états des lieux, outils et organisation en 2016
- Quels sont les leviers d'efficacité opérationnelle pour les sociétés de gestion ?
- Financement de la recherche : quelle organisation mettre en place au sein des sociétés de gestion ?
- Externalisation du middle et back-office de la gestion d'actifs assurantielle
- Reporting : comment satisfaire ses clients sous contrainte de rentabilité ?
- Loi sur la Transition énergétique pour la croissance verte : quels politiques, processus et reportings relatifs aux données ESG pour les sociétés de gestion et les investisseurs institutionnels ?
- PRIIPs : avancées et défis
- Big data, intelligence artificielle : de nouvelles opportunités pour les processus de gestion
- Quelles sont les applications possibles de la « blockchain » pour l'industrie de la gestion d'actifs ?
- Apport du marketing digital pour accélérer la conquête et la fidélisation des clients

15 ANIMATIONS PARTENAIRES

Une occasion unique de découvrir les solutions opérationnelles dédiées à l'industrie de la gestion d'actifs.

Programme détaillé et inscriptions :

www.agefi-groupe.fr/amtechday

Sponsors Gold

Amundi
ASSET MANAGEMENT

BNP PARIBAS

NEOXAM
Financial Solutions

Sponsors Premium



Sponsors Classic



Avec le soutien de

