



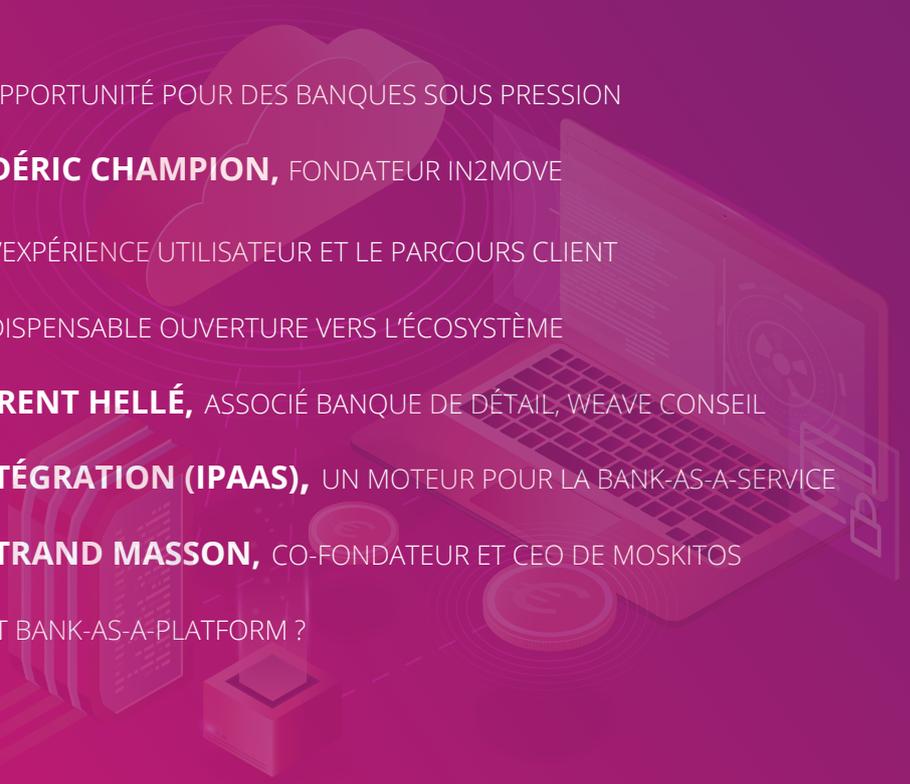
BANK-AS-A-PLATFORM

LA MODERNISATION PAR L'ÉCOSYSTÈME



MOSKITOS

SOMMAIRE

- 03 | **LE NUMÉRIQUE**, UNE OPPORTUNITÉ POUR DES BANQUES SOUS PRESSION
 - 04 | **ENTRETIEN AVEC FRÉDÉRIC CHAMPION**, FONDATEUR IN2MOVE
 - 06 | **SE CONCENTRER** SUR L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR ET LE PARCOURS CLIENT
 - 08 | **L'OPEN BANKING** L'INDISPENSABLE OUVERTURE VERS L'ÉCOSYSTÈME
 - 10 | **ENTRETIEN AVEC LAURENT HELLÉ**, ASSOCIÉ BANQUE DE DÉTAIL, WEAVE CONSEIL
 - 12 | **LA PLATEFORME D'INTÉGRATION (IPAAS)**, UN MOTEUR POUR LA BANK-AS-A-SERVICE
 - 14 | **ENTRETIEN AVEC BERTRAND MASSON**, CO-FONDATEUR ET CEO DE MOSKITOS
 - 16 | **BANK-AS-A-SERVICE** ET BANK-AS-A-PLATFORM ?
 - 17 | **LES INTERVENANTS**
 - 18 | **MOSKITOS**
- 

LE NUMÉRIQUE, UNE OPPORTUNITÉ POUR DES BANQUES SOUS PRESSION

Il est un constat : le modèle de revenu des banques souffre depuis plusieurs années. Secteur industriel historique par essence, les banques assistent à une redistribution massive du marché avec des prestations et services qui jusqu'alors leur étaient réservés. Par effet de ricochet, l'ensemble du secteur est témoin d'une dilution de sa valeur.

Si l'effet « too big to fail » reste encore présent à l'esprit, la crise des sub-primés de 2008 a toutefois jeté un froid sur un secteur qui doit désormais re-gagner la confiance des consommateurs. Mais l'industrie bancaire doit lutter également contre son image vieillissante, peu enclin à s'adapter aux nouvelles contraintes sociétales.

La transformation est donc programmée. Cette nouvelle répartition trouve d'abord son origine dans le métier historique des banques. L'érosion progressive des taux et des commissions bancaires poussent les banques à activer d'autres leviers. Celui de l'ouverture de comptes bancaires a

atteint un niveau de maturité tel qu'il est impossible de capitaliser dessus.

Mais l'autre point clé est celui de la régulation. La directive DSP 2 (Directive sur les Services de Paiement, 2^e version) a fait voler en éclat les frontières structurelles du marché bancaire. Cette directive a autorisé le transfert d'une partie de la valeur apportée historiquement par les banques vers une autre catégorie de sociétés tierces. Celles-ci sont devenues prestataires de paiements, ont accès aux données des banques et ont la possibilité d'intervenir sur les comptes de ces mêmes clients.

L'industrie bancaire s'est ainsi élargie artificiellement... au détriment des banques. Et la concurrence s'est intensifiée : bouleversées par les néo-banques, ces banques en ligne ou purement mobiles, les banques ont vu arriver les FinTech. Ces jeunes pousses ont pour effet de densifier davantage le marché. Leur motto : attaquer sur des services de niche, mais avec une expérience utilisateur innovante

et surtout adaptée au comportement actuel des utilisateurs. Les banques, elles, souffrent justement à maintenir cette proximité avec leurs clients.

« Les FinTechs redéfinissent l'expérience client proposée par les établissements financiers traditionnels en innovant » note l'édition 2018 du **World FinTech Report de la société de services IT Capgemini**⁽¹⁾. Et finalement, les banques et ces start-up ont tout à gagner à s'allier pour le bienfait des consommateurs. 75% de ces start-up affirment même que cette collaboration est leur principal objectif.

Pour les banques, la seule fourniture d'une application mobile ne suffit plus. Il faut réinventer le modèle.

⁽¹⁾ <https://www.capgemini.com/fr-fr/news/le-world-fintech-report-2018-de-capgemini-souligne-l'importance-d'une-collaboration-etroite-entre-les-acteurs-de-l'industrie-des-services-financiers/>



ENTRETIEN AVEC FRÉDÉRIC CHAMPION, FONDATEUR IN2MOVE

Le régulateur a ouvert le marché bancaire et conduit à une intensification de la concurrence. Ces Fintech et Néo-banques forment désormais le nouvel écosystème avec qui composer.

QUELS SONT LES RAISONS QUI POUSSENT LES BANQUES À SE TRANSFORMER ?

Frédéric Champion : Les banques subissent un bouleversement sans précédent, issu d'un contexte économique difficile, de contraintes réglementaires qui ne cessent de s'amplifier et d'un marché arrivé à maturité.

Les taux restent très bas avec, en plus, un effet ciseaux puisqu'il y a une forte probabilité que les taux remontent (les banques ont prêté de l'argent pas cher et doivent le rembourser à des taux plus élevés).

En outre, dans les tendances globales, la France fait face à un marché bancaire très mature. Selon la Fédération bancaire française, 99% des Français possèdent au moins un compte bancaire, courant ou d'épargne. C'est 30 points, environ, au-dessus de la moyenne mondiale, et légèrement au-dessus de la moyenne européenne. Les perspectives de développement de PNB sont assez limitées dans ces conditions.

Par ailleurs, le secteur bancaire est confronté à une intensification de la concurrence, favorisée par le régulateur, notamment avec la multiplication des FinTech et des Néo-banques. Elles représentent un nouvel écosystème qui constitue une menace pour les banques.

Enfin, les habitudes des clients ont changé. Ils réclament une expérience enrichie et intuitive, digne des grands leaders du marché comme Google, Amazon, Uber... qui nécessite de repenser les processus internes de l'entreprise.

EN QUOI LA DIRECTIVE DSP 2 A-T-ELLE UN IMPACT SUR LE MARCHÉ ?

Frédéric Champion : Le régulateur impose à un établissement bancaire, notamment avec la DSP2 (i.e. deuxième version de la Directive de Services de Paiement), d'ouvrir ses services et ses données pour des acteurs tiers. Dans sa première version, la directive DSP permettait par exemple de développer des services d'agrégation et de catégorisation de comptes bancaires (à l'instar de LINXO ou BANKIN'). DSP2 permet désormais d'effectuer des opérations sur vos comptes sans forcément avoir un agrément bancaire. Dans ces conditions, tous les services à valeur ajoutée pourraient échapper aux acteurs historiques bancaires.

Pour répondre à ces exigences et faire face aux défis de la banque de demain, l'architecture du SI bancaire doit se transformer pour être suffisamment ouvert : cela passe notamment par le développement d'une couche d'OPEN API.

QUELLES SONT LES RELATIONS ENTRE FINTECH ET BANQUES ?

Frédéric Champion : Ces start-up traduisent un changement de comportement des clients. Ils exigent que les services bancaires soient aussi simples que sur Amazon. Ces FinTech sont de plus en plus agressives et commencent souvent par des services de niche, comme Revolute ou TransferWise pour le transfert d'argent. Cette dernière est 8 fois moins chère qu'une banque.

Dans ce contexte, les banques doivent apprendre à coopérer avec ces nouveaux acteurs, autrefois vus comme des menaces : elles leur permettent d'intégrer et vendre des services complémentaires à leurs clients. Les stratégies digitales bancaires — dont l'horizon est 2025 ou 2030 — s'appuient toute sur une vision de l'« open banking ».

De là devrait émerger un modèle hybride composé de certains actifs des banques établis et d'autres issus des FinTech.

OÙ EN SONT LES BANQUES DANS LEUR TRANSFORMATION ?

Frédéric Champion : Les banques ont certes une forte capacité d'investissement mais ont des degrés de maturité diverses face à l'urgence de la transformation. En outre, elles doivent toujours prendre en compte la force de leur réseau commercial. La première phase, celle de la dématérialisation et des applications mobiles, est largement entamée. Il faut désormais s'attaquer à une mutation plus profonde : celui de la transformation culturelle et du business modèle.

La mutation du secteur bancaire est un engagement à long terme et un cheminement qui soulève des défis multiples et complexes. Les dirigeants qui s'engagent dans cette dynamique de performance doivent composer avec trois dimensions fondamentales tel des équilibristes : business-technologique-humaine.

SE CONCENTRER

SUR L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR ET LE PARCOURS CLIENT



Imaginez : une auto arrive dans une station-service. En entrant sur le site, elle entre également dans une zone de services connectés entièrement personnalisés. La reconnaissance visuelle lie automatiquement les caractéristiques du véhicule, identifie son propriétaire et le relie à un compte utilisateur, ses préférences, son comportement et ses habitudes. Si l'envoi d'emails comportant la facture ou

des promotions est là une évidence, c'est tout un ensemble de procédures, paiement compris, qui se retrouvent automatisées... dès l'entrée du véhicule dans la station-service.

Ce scénario qui exploite les capacités étendues des voitures connectées, est certes encore de la science-fiction. Toutefois, il illustre l'une des motivations premières de la transformation des

banques : réinventer leur relation avec les clients. Comme tout secteur historique, l'industrie bancaire, très étroitement confrontée à l'évolution des usages des consommateurs, est témoin d'un changement de comportement des particuliers. Témoin et victime. Souvent perçues comme accumulant du retard sur le terrain de la relation client, les banques ont subi la mutation des usages imposés par le numérique. Celui-ci a engendré des formes d'expériences consommateurs et des méthodes d'interactivité avec les clients qui exploitent des canons venus d'une autre ère : celle des géants du web. Ces Gafam (pour Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) ont su, dès les années 2000, distiller des pratiques digitales qui sont fortement ancrées dans le quotidien des consommateurs. Pratiques largement reprises par d'autres références du monde numérique, à l'image de Netflix, Uber ou encore AirBnB, qui les ont placées au cœur de leur modèle économique.

Personnalisation, contextualisation, expérience utilisateurs de bout en bout, le numérique rebat les cartes et impose aux banques de revoir leur positionnement dans cette chaîne de valeur auprès de leurs clients. Un mot d'ordre : le digital. 5 Français sur 10 sont aujourd'hui prêts à passer à une banque en ligne (sans agence donc). 69% réalisent leurs opérations bancaires sur Internet et 29% sur l'application mobile de leur banque⁽²⁾. Et ce sont des raisons financières qui motivent le plus les clients. Pour 15% des Français, les frais bancaires sont trop élevés. 18% voit le crédit comme peu attractif.



5 FRANÇAIS sur 10
prêts à faire confiance à
une banque en ligne

69 % des **FRANÇAIS**
réalisent leurs opérations
bancaires en ligne et
29% sur mobile

Si l'expérience doit être nativement digitale, elle n'exclut toutefois pas l'agence de l'équation. Mais les clients veulent considérer cet espace physique différemment, comme un complément naturel au digital, mais dédié aux opérations complexes. C'est le cas pour 43% des français. Le phygital (de l'association des termes « physique » et « digital ») traduit aujourd'hui cette expérience.

Mais ce n'est que la partie émergée de l'iceberg. Si le digital est certes le vecteur premier d'interactions, ce sont également des pratiques spécifiques que recherchent ces clients. Comme dans l'exemple de l'auto connectée qui entre dans une station-service, l'expérience utilisateur et le parcours client reposent sur des galaxies de services digitaux, qui jusqu'alors n'avaient jamais été associés. Leur conjugaison, censée augmenter l'usage, crée cette nouvelle expérience utilisateur très recherchée par les clients actuels des banques. Des banques qui revendent des assurances ou proposent des forfaits de téléphonie mobiles ? C'est un exemple courant. Mais les banques, qui ont la capacité de cibler finement un comportement, de proposer un emprunt,

d'apporter des conseils en matière de fiscalité, d'identifier l'immobilier comme moyen rémunérateur, puis d'accompagner le client à trouver un locataire, gagnent là un avantage certain : celui de proposer une expérience intégrée de bout en bout. Cette dynamique ne peut être créée qu'à une seule condition : s'entourer d'un écosystème de partenaires et ouvrir ses systèmes informatiques. Être capable d'établir ces précieuses connexions, vers ou depuis le monde intra ou extra-bancaires – Fintech et start-up comprises, est un prérequis. Là est la motivation.

⁽²⁾ Source : Étude Deloitte *Relations banques et clients - 8^e édition*.
<https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/presse/2018/5-francais-sur-10-prets-a-passer-dans-une-banque-en-ligne.html>

L'OPEN BANKING

L'INDISPENSABLE OUVERTURE VERS L'ÉCOSYSTÈME

L'on parle de révolution plus que d'évolution naturelle. L'Open Banking représente l'un des plus gros chantiers historiques de transformation pour l'industrie bancaire. En rompant drastiquement avec un modèle très établi, ce concept vise à réinventer la place des banques et lui imaginer un positionnement jusqu'alors inexploré. D'un modèle ultra-cloisonné, les banques doivent désormais s'ouvrir économiquement, structurellement et donc technologiquement. L'Open Banking représente le symbole même de cette transition des banques vers le numérique.



Pour
74 % des
BANQUES EUROPÉENNES
l'open banking est
STRATÉGIQUE

Pour 74% des banques européennes, l'Open Banking constitue d'ailleurs un axe prioritaire de leur stratégie, révèle une étude d'Accenture, qui se repose sur les données recueillies auprès de 100 banques internationales. Presque 20% ont déjà investi dans ce domaine, mais elles sont 77% à avoir placé cette notion d'ouverture technologique sur leurs plans pour 2019.

Pourquoi cette ouverture ? Car l'Open Banking permet aux banques d'interagir et de co-crée efficacement et en toute sécurité avec un écosystème de fournisseurs de services via des API. « Les banques et les fournisseurs de services peuvent créer de la valeur pour leurs clients en commun, renforcer leur position concurrentielle et mettre en place de nouveaux leviers potentiels de croissance de revenus », écrit la société Innopay, dans son livre blanc **Mastering Open Banking: How the 'Masters in Openness' create value.**⁽³⁾

Au cœur de l'Open Banking, on retrouve les API, ces interfaces de programmation qui assurent, de façon standard, l'échange de l'information, de données, ou de flux applicatif d'un système à l'autre. En ouvrant leur cœur technologique historique où s'entremêlent généralement de multiples technologies et langages, les banques se donnent les moyens de se

transformer en misant sur la standardisation via les API. Celles-ci forment une rampe de lancement vers la précieuse transformation de leur modèle.

D'un point de vue technologique pure, les API et le concept global de l'Open Banking ont pour effet direct de dé-siloer les systèmes et de découpler front office et back office. Une voie royale pour relier

les technologies de pointe à son système historique et enfin, pour développer des applications en ligne avec les attentes des clients.

Si la directive DSP 2 imposait certes l'ouverture des systèmes bancaires via le recours à ces passerelles technologiques, on remarque que les banques, poussées par ces velléités d'ouverture, vont désormais plus loin. Leur ambition : étendre la portée de leurs API et renforcer leur champs fonctionnel vers des interfaces plus denses. Selon le document d'Innopay, de mécanismes favorisant la transparence, les API sont devenues la pierre angulaire de l'Open Banking et le vecteur de transformation premier. Elles représentent les circuits indispensables à la création de nouveaux partenariats, avec de nouveaux partenaires.



INNOPAY's Open Banking Monitor (OBM) ⁽²⁾ - Developer Portal benchmark (update July 2018)

Note : If your bank is not in the OBM yet, go to openbankingmonitor.com and let us know!



⁽²⁾ Source : Innopay **Mastering Open Banking: How the 'Masters in Openness' create value.**

<https://www.innopay.com/blog/mastering-open-banking-how-the-masters-in-openness-create-value/>

ENTRETIEN AVEC LAURENT HELLÉ, ASSOCIÉ BANQUE DE DÉTAIL, WEAVE CONSEIL

Bank-as-a-service, Bank-as-a-platform, l'Open Banking permet aux institutions bancaires d'ouvrir leur SI à des partenaires tiers et de les inclure dans la création de nouveaux services.

COMMENT EXPLIQUEZ-VOUS CETTE NÉCESSITÉ DE L'OPEN BANKING ?

Laurent Hellé : Les banques sont confrontées à un modèle de revenu à bout de souffle. Les néobanques prennent de plus en plus de parts de marchés. Si ces parts de marchés sont certes encore réduites, ces sociétés arrivent avec un modèle qui privilégie une expérience utilisateur fluide, temps réel, douée de technologies à la pointe, contrairement donc à ce qu'apportent les banques historiques. Les taux et commissions bancaires sont également de plus en plus faibles et l'arrivée des

Gafa a contribué à développer des modes chez les consommateurs. Enfin, la DSP 2 permet à des intermédiaires de paiement d'opérer des fonctions qui étaient jusqu'alors dans le giron des banques historiques.

En réaction à l'évolution de ce marché, les banques réfléchissent à apporter des nouveaux services. Mais quels services proposer et quelles en sont les fonctions ? En tant qu'établissements de paiement, elles doivent proposer plus d'opérations, et pour cela il convient d'ouvrir le SI et de donner accès à leurs données. C'est là qu'entre en jeu l'Open Banking, en donnant la possibilité d'ouvrir la banque à des nouveaux partenariats et ainsi voir naître de nouveaux relais de croissance.



QUELS EN SONT LES ENJEUX POUR LES BANQUES ?

Laurent Hellé : L'enjeu est à la fois métier et technologique. Les banques peuvent suivre plusieurs approches : la Bank-as-a-Service, la Bank-as-a-platform, et la place de marché. Avec le premier modèle, la banque vend du logiciel et monétise ses services. Elle commercialise des API ou des données. Solarisbank est par exemple une pure Bank-as-a-service.

Mais les banques souhaitent proposer d'autres services. Elles ont ainsi la possibilité de s'appuyer sur des partenaires tiers. Les Fintechs constituent pour cela des accélérateurs en matière de R&D car elles permettent de gagner du temps. Aujourd'hui, le modèle Bank-as-a-platform permet de composer avec ces nouveaux partenaires, qu'ils soient issus du monde bancaire ou extra-bancaire. A travers cette approche, les banques ouvrent leurs systèmes, mettent à disposition API et données, mais consomment

également les API de partenaires. Il s'agit de transformer la banque en un écosystème ouvert pour vendre des produits extra-bancaires avec une expérience intégrée. Les banques ont la possibilité de proposer des services par rapport à un besoin, B2C ou B2B2C. Aujourd'hui, la bank-as-a-platform est le modèle le plus convoité.

Enfin, l'approche centrée sur la place de marché est celle qui est la moins empruntée. Elle consiste à proposer des services à travers un catalogue unifié au sein duquel les clients peuvent sélectionner le bon produit.

EXISTE-T-IL DES FREINS À L'OPEN BANKING ?

Laurent Hellé : Les banques ont commencé à ouvrir leur Core Banking avec des API, pour exposer des fonctions d'abord en interne puis auprès de leurs partenaires historiques. Les grandes banques

sont aujourd'hui « APIées » à 60%. Elles avancent à marche forcée. Toutefois, les cycles de décision ayant peu changé, les projets vont à la même vitesse.

Les niveaux d'« APIisation » peuvent également varier d'un partenaire à l'autre. Certains sont très peu à la pointe et leur expérience digitale peut parfois être désuète.

Enfin, l'extra-bancaire demeure assez peu rémunérateur. Il est ainsi nécessaire de créer une usine logicielle qui puisse être réutilisée d'un partenaire à l'autre et proposer un socle multiprise. Les services y sont alors accessibles sous la forme d'un catalogue. Cette approche doit accélérer la mise en place des partenariats. Les banques doivent être capables d'intégrer un nouveau partenaire en moins de trois mois et à moindre coût, et non pas en 18 mois, comme dans les banques historiques.

LA PLATEFORME D'INTÉGRATION (IPAAS) UN MOTEUR POUR LA BANK-AS-A-SERVICE

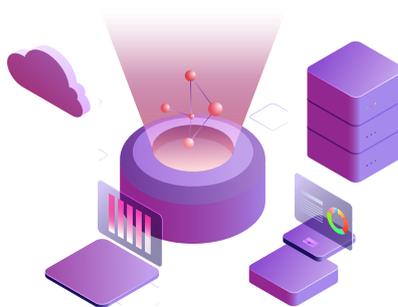
Dans le monde bancaire, il existe un carrefour opérationnel des services digitaux : l'iPaas (Integrated platform-as-a-service), ou plateforme d'intégration dans la cloud. Cette plateforme correspond même au moteur principal du modèle de bank-as-a-platform. Elle représente la concrétisation technique et opérationnelle de ce modèle.

Avec l'éclatement de l'IT moderne, du cloud et de son modèle As-a-service, ainsi que de sa complexité grandissante, l'intégration de services et d'applications, tant sur site que dans le cloud, constitue une fondation pour tous les secteurs industriels. Comment imaginer par exemple inter-connecter les données issues d'objets connectés à des flux CRM sans intégration ? Comment imaginer que l'on puisse réserver un billet d'avion depuis son application mobile puis s'enregistrer le jour venu sur ce vol sans passer par un comptoir ? Comment enfin imaginer associer un service de paiement à une auto

connectée sans avoir relié et sécurisé les relations entre ces éléments ?

Si accélérer la création de valeur métier en se reposant sur des services digitaux est une priorité, interconnecter ces services dans un environnement hybride (cloud et sur site) ne doit donc plus être

complexe. A tel point que **le cabinet d'étude Gartner**⁽⁴⁾ considère le segment de l'iPaas comme l'un des secteurs à plus forte croissance dans l'industrie du logiciel d'infrastructure. De 60% en 2016, le taux de croissance de l'iPaas a atteint 72% en 2017.



Taux de croissance de l'iPaas

60% en 2016

72% en 2017

Dans ce contexte, l'heure est à l'industrialisation. Car si la formation d'un écosystème de partenaires inter ou extra-bancaire est la norme, l'intégration inter-applicative, la gouvernance des données et la gestion des API doivent devenir une commodité. Faire en sorte que ces intermédiations soient fluides est la fonction première de l'iPaas.

Il faut dire que depuis des dizaines d'années, les banques ont bâti une architecture inter-applicative en silo, où les passerelles ne sont créées qu'à façon. Cette méthode d'intégration point-à-point relie certes les systèmes, mais s'avère peu flexible, peu évolutive et encore moins agile. A chaque nouveau partenariat, la DSI doit donc recomposer ses flux d'intégration pour répondre à la demande des métiers. Or, dans le modèle bank-as-a-platform, être en mesure de fédérer techniquement un écosystème, de connecter à la volée les API et d'accélérer le time-to-market de nouveaux services

représente une nécessité absolue. Les banques doivent donc être capables de composer simplement et rapidement de nouvelles offres, avec leur écosystème et sans avoir à redévelopper chaque pont entre les API de ses partenaires, leurs données et fonctions, et le Core Banking.

D'une démarche spécifique, les banques entrent dans l'ère de l'agilité. Intégrer un partenaire tiers à son écosystème et partager des flux de données devient une procédure ré-utilisable et pérenne.

Résultat : cette reproductibilité inhérente de l'iPaas transforme des services clés, comme le paiement, en une commodité. Il est désormais plus simple de l'associer à d'autres services au sein de la plateforme, pour donner naissance à des packages commerciaux, qui rassemblent offres bancaires et services associés. L'iPaas fait ici sauter les barrières de cette intermédiation, jusqu'alors silotée dans les banques, pour accélérer la création de valeur.

⁽⁴⁾ Source : Gartner

<https://www.gartner.com/newsroom/id/3877263>

ENTRETIEN AVEC BERTRAND MASSON, CO-FONDATEUR ET CEO DE MOSKITOS

L'iPaas capitalise sur les données des grands systèmes des banques et les ouvre à des opportunités métiers à valeur. La plateforme d'intégration cloud a pour objectif de soutenir les ambitions business des banques

EN QUOI L'IPAAS CONSTITUE UNE RÉPONSE TECHNOLOGIQUE AUX ENJEUX DE TYPE « BANK-AS-A-PLATFORM » ?

Bertrand Masson : Les banques doivent aujourd'hui être capables de composer leurs offres simplement en intégrant n'importe quelles autres offres du marché. Pour cela, elles doivent investir dans des démarches pérennes et sans à-coup pour accélérer l'arrivée de nouveaux partenaires B2B. Elles doivent être en mesure d'apporter de nouveaux moyens

et services, notamment de paiement, pour créer de la valeur. Cela est possible à travers l'iPaas et les API. L'intermédiation doit être simple et rapide.

LE SI DES BANQUES COMPORTE ENCORE DE GRANDS SYSTÈMES MAINFRAME QUI SUPPORTENT LES DONNÉES ET LES APPLICATIONS CRITIQUES DES ÉTABLISSEMENTS. QUEL RÔLE L'IPAAS PEUT JOUER DANS CETTE ÉQUATION ?

Bertrand Masson : Il est vrai que les AS400 sont toujours opérants et qu'il est difficile de les déloger. Mais l'un des pré-requis du modèle de bank-as-a-service nécessite justement de ré-utiliser les données contenues dans ces mainframes. L'iPaas peut jouer ici un rôle de gouvernance, en s'interconnectant avec cet existant. Il

suffit par exemple de s'appuyer sur des connecteurs pré-intégrés à la plateforme pour mapper l'ensemble des données et les ré-utiliser.

Mais au-delà de cette approche, l'iPaas apporte également aux banques un plan de migration à plus long terme vers les environnements cloud. Le couplage lâche constitue une clé de l'iPaas et minimise l'impact des migrations. En ré-utilisant l'existant, l'iPaas se transforme en un catalyseur de l'innovation et un accélérateur vers la modernisation.

QUELLES SONT LES RELATIONS QUI UNISSENT API MANAGEMENT ET L'IPAAS ?

Bertrand Masson : La DSP 2 oblige certes les banques à ouvrir leur API vers le monde extérieur. Les banques ont donc investi dans des solutions d'API Manage-

ment pour créer, monitorer et sécuriser leur API. Un travail a déjà été réalisé. La mise en place d'une API gateway permet d'exposer une API en deux minutes et d'être utilisée comme un flux. Mais cette gestion d'API est finalement un projet technique. L'iPaas vise quant à lui l'effet sur le modèle économique et sur les activités de l'entreprise. Seule, l'exposition des API n'est pas suffisante pour proposer de nouveaux services et accélérer la mise en place des flux de revenus supplémentaires.

Si l'arrivée de nouveaux services initiée par l'iPaas favorise l'expérience client, leur coût supplémentaire est perçu différemment par les clients. La composition de nouveaux services est d'une façon générale un accélérateur de relais de valeur, et par conséquence, des relais de croissance.

LA SÉCURITÉ EST UNE EXIGENCE FORTE DANS LE MONDE BANCAIRE. EN TANT QUE PLATEFORME CLOUD, L'IPAAS REBUTE-T-IL LES ÉTABLISSEMENTS DU SECTEUR ?

Bertrand Masson : Il n'existe pas de freins sécuritaires. Les plateformes sont auditées tous les ans de façon à garantir un niveau optimal et à le maintenir dans le temps. Des tests sont effectués afin d'éviter que des brèches ne soient créées. Les messages sont également chiffrés. Mais l'iPaas, en tant que plateforme d'intermédiation, n'a pas vocation à tout exécuter. C'est le cas du paiement par exemple. L'iPaas garantit en revanche une bonne exécution de l'ensemble des procédures. Mais certaines informations ne transiteront pas par la plateforme.

BANK-AS-A-SERVICE ET BANK-AS-A-PLATFORM ?

Cette question revient finalement à s'interroger sur son modèle et son approche : souhaitons-nous d'abord opter pour une démarche unilatérale en matière d'innovation, ou préférons-nous capitaliser sur la force d'un écosystème grandissant et pluriel ?

A cela s'ajoute une autre interrogation : à quel rythme souhaitons-nous entamer la transformation de notre modèle bancaire vers un modèle pérenne centré sur la donnée et le digital, voire vers un modèle centré sur les idées et l'innovation ?

Certains établissements bancaires ont fait leur choix. La banque espagnole BBVA a décidé de monétiser sa stratégie d'Open Banking en commercialisant des API via son **BBVA API Market**⁽⁵⁾. Le Crédit du Nord mise quant à lui sur une démarche d'ouverture centrée sur le modèle Bank-as-a-Platform. Le groupe bancaire propose certes depuis juillet 2018 un service de virement multi-banques, en



complément de l'agrégation de comptes et l'agrégation de factures. Mais la banque s'est également associée à la société Ellisphere autour d'une offre baptisée PassBtoB. Son ambition : permettre aux clients professionnels de la banque (TPE et PME) d'accéder aux informations financières et économiques de leurs partenaires. Le groupe a identifié plus de vingt secteurs d'activité pouvant être raccordés à son modèle⁽⁶⁾ et constitué une offre intégrée pour leurs clients.

Si les API forment ainsi le socle fondamental de l'ouverture des SI bancaires, la plateforme d'intégration iPaas constitue le cerveau opérationnel qui donnera vie à ces interfaces dans la création de nouveaux services à valeur. Ne serait-ce pas le chemin le plus court vers les clients ?

⁽⁵⁾ BBVA - <https://www.bbvaapimarket.com>

⁽⁶⁾ Source : meilleurebanque.com

LES INTERVENANTS



Frédéric CHAMPION

Ingénieur généraliste, diplômé de l'ENSTA et EM Lyon, Frédéric Champion a démarré sa carrière à la division internationale de la Française des Jeux.

Après une expérience cross sectorielle dans le numérique et les nouvelles technologies, notamment en tant que directeur de la transformation chez Bouygues Telecom et directeur Open Innovation du groupe BPCE, il crée l'agence d'innovation value management In2move. In2move accompagne les entreprises dans la mise en œuvre de leur stratégie, en accélérant le développement de nouveaux services centrés sur l'expérience utilisateur, et en industrialisant leur dynamique d'innovation.



Laurent HELLÉ

Laurent Hellé est Associé Banque de détail & innovation technologique du cabinet de conseil weave. Il accompagne une clientèle de grandes banques (et leurs filiales) dans la définition de leur ambition de transformation à l'ère de la plateformisation des services (Open Banking). Convaincu que le fonctionnement en réseau renforce la coopération entre collaborateurs et partenaires autour d'un objectif commun, il aime mobiliser les bonnes énergies par des approches innovantes pour gagner en anticipation et dextérité (ex : animation d'une communauté de Fintech).



Bertrand MASSON

Vice major de l'Ecole Supérieure de Commerce de Montpellier en 1998, diplômé de l'école de Commerce de l'université Herriot-Watt d'Edimbourg, il a réalisé l'ensemble de sa carrière dans le service informatique, dans les ERP chez Syntegra (groupe BT) et dans l'urbanisation du SI chez Vistali et Logica Business Consulting. Il crée Moskitos avec 2 associés en 2012.

Chez Logica, il a créé une practice Microsoft avec des offres de rationalisation et de réduction des coûts des échanges au sein du système d'information urbanisé et d'accompagnement à la transformation du système d'information hybride vers plus d'agilité et de simplicité.

Ses travaux d'innovation sur l'adoption du Cloud Computing en entreprise ont été récompensés par le titre mondial de Partenaire de l'année sur Windows Azure.



Moskitos est l'éditeur de Crosscut®, plateforme d'intégration et de gouvernance de la data et des APIs du SI hybride. Moskitos est le seul acteur européen indépendant avec une présence mondiale. Moskitos accélère la transformation numérique des directions métiers.

La plateforme Crosscut répond aux besoins d'exposition, d'orchestration et de gouvernance des APIs et de la data de plus de 5 000 utilisateurs B2B dans le monde. Notre solution est reconnue depuis 2 ans par le cabinet Gartner comme l'un des 20 leaders mondiaux dans le Magic Quadrant iPaaS. Crosscut est une plateforme agile, sécurisée et entièrement opérée dans le Cloud qui permet de mettre en production les premiers flux en moins de 6 semaines.

Les DSI et IT leaders peuvent accompagner les directions métiers sur ce qui est essentiel :

- Innover et mieux connaître ses clients,
- Transformer le parcours clients,
- Améliorer la gestion des processus.

Membre de la French Tech, Moskitos est reconnue comme une entreprise innovante par la BPI et la région Île-de-France.





MOSKITOS

Connecter pour innover

www.moskitos.fr