



**BANKING**

# L'ubérisation du secteur financier

Quelles réponses des acteurs historiques  
dans la banque et l'assurance ?



## Plan de l'étude

Note méthodologique	9
Synthèse : les 10 enseignements clés de l'étude	10
1. Genèse et développement de l'uber-économie	17
2. L'ubérisation du secteur bancaire	51
3. L'ubérisation du secteur de l'assurance	119

# Synthèse : les dix enseignements clés de l'étude

1

L'ubérisation reflète la mutation rapide de l'économie des services...

La société est traversée par des nouvelles tendances de consommation qui expliquent en partie le développement de l'ubérisation

54 % des Français affirment chercher de nouveaux moyens de gain de temps et 70 % d'entre eux pour faciliter leur quotidien. Ils sont par ailleurs un sur deux à prendre des décisions importantes (logement, travail...) sur un coup de tête.

**Les Français sont de plus en plus impatients et recherchent des services simples et rapides.**

61 % des Français affirment sans complexe que pour réussir, il est désormais nécessaire de « *trouver des combines* » quitte à défier les règles sociales en place. 59 % vont même jusqu'à juger le fait d'avoir recours au travail au noir pas « *très grave* ».

**Les français sont désormais décomplexés à l'usage de services qui contournent les règles établies.** Cet état d'esprit est d'autant plus renforcé par un contexte de lendemain de crise économique qui a mis en doute le système social et économique en place.

2

... et bouscule tous les secteurs existants...

Les acteurs de l'ubérisation profitent des mutations engendrées par les technologies digitales (big data, objets connectés, cloud et autres technologies)



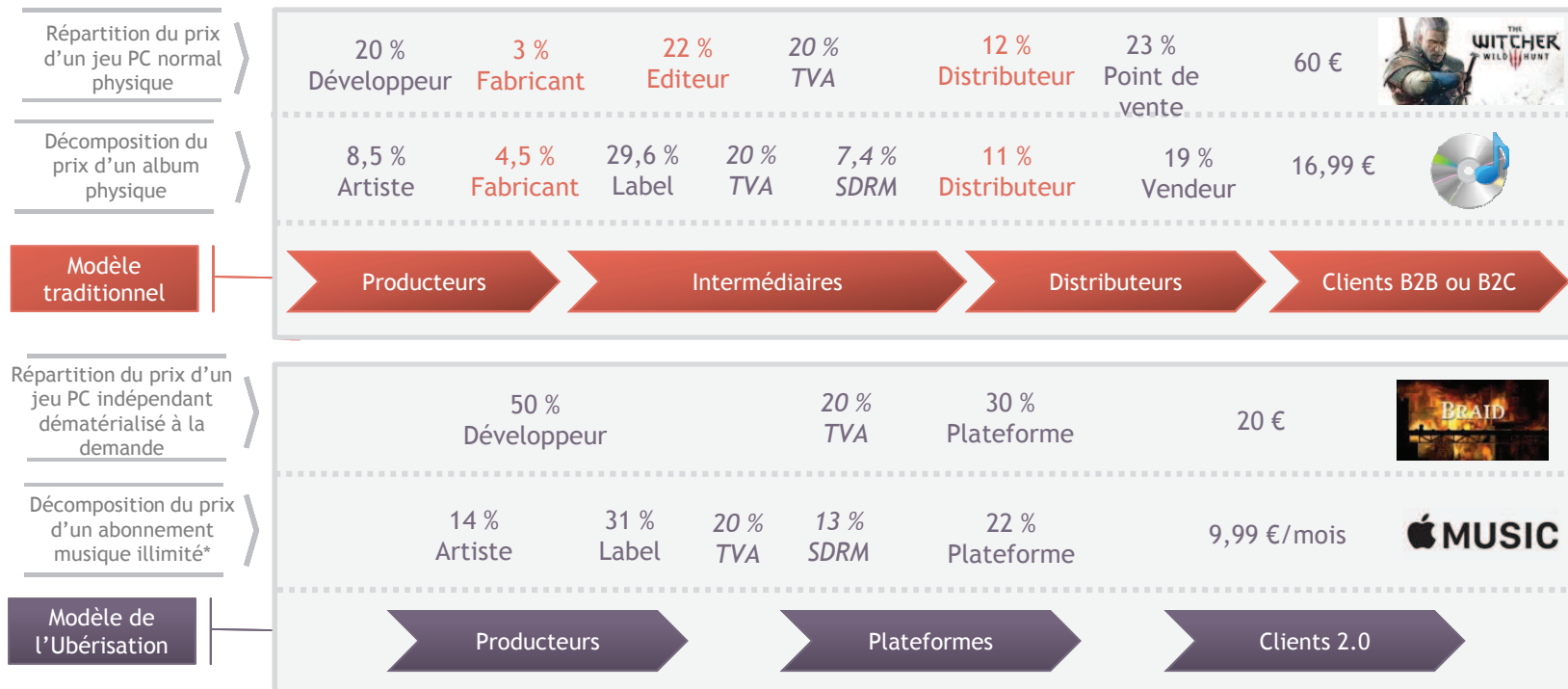
# Synthèse : les dix enseignements clés de l'étude

3

... en redistribuant de façon significative la chaîne de valeur

Le positionnement des nouveaux acteurs au plus près du client entraîne une nouvelle répartition des revenus qui challenge le modèle des distributeurs historiques

## Chaîne de valeur du modèle traditionnel vs modèle de l'ubérisation



\* Modèle type. Cette décomposition du prix n'est pas propre à Apple.

Source : Julhiet Sterwen, Les Echos Etudes