

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC EN OUTAOUAIS
DÉPARTEMENT DES SCIENCES ADMINISTRATIVES
Campus de Saint-Jérôme



**L'IMPACT DE L'OPEN BANKING SUR LA
COMPÉTITIVITÉ DES BANQUES : STRATÉGIES DE
PERSONNALISATION ET DIVERSIFICATION DES
SERVICES FINANCIERS**

Mémoire présenté comme exigence partielle de
la Maîtrise en Administration des Affaires
option Services financiers
(MBA-15J2)

Par

Mlle. NZUKO MOTSO Sarah Duchelle

Sous la direction de
Hamed MOTAGHI
Professeur au département des sciences administratives
(UQO)

&

Hamid NACH
Professeur au département des sciences de la gestion
(UQAR)

Été 2025

SOMMAIRE

SOMMAIRE	i
DEDICACE.....	iii
REMERCIEMENTS.....	iv
LISTE DES TABLEAUX.....	v
LISTE DES FIGURES.....	vi
SIGLES, ACRONYMES ET ABREVIATIONS.....	vii
RESUME.....	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCTION	10
1. Contexte de l'étude.....	10
2. Problématique.....	12
3. Identification des variables.....	14
4. Objectifs de la recherche	14
5. Intérêts de la recherche.....	14
PREMIERE PARTIE : GENERALITES ET CADRE THEORIQUE SUR L'OPEN BANKING ET SON ROLE DANS LA PERSONNALISATION ET LA DIVERSIFICATION DES SERVICES BANCAIRES	16
CHAPITRE 1 : GÉNÉRALITÉS SUR LE SYSTEME BANCAIRE ET L'OPEN BANKING.....	17
SECTION 1 : GÉNÉRALITÉS SUR LE SYSTEME BANCAIRE	17
SECTION 2 : GENERALITES SUR L'OPEN BANKING.....	27

CHAPITRE 2 : CADRE THÉORIQUE SUR L'OPEN BANKING ET SON ROLE DANS LA PERSONNALISATION ET LA DIVERSIFICATION DES SERVICES BANCAIRES	36
SECTION 1 : THÉORIES ET REVUE DE LITTÉRATURE.....	36
SECTION 2 : PROPOSITIONS DE RECHERCHE ET DESCRIPTION DES VARIABLES	43
DEUXIEME PARTIE : PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE ET DES RÉSULTATS OBTENUS	50
CHAPITRE 3 : PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE ET DES RESULTATS DESCRIPTIFS DE LA RECHERCHE	51
SECTION 1 : Présentation de la démarche méthodologique	51
SECTION 2 : Présentation des résultats	62
CHAPITRE 4 : Discussion, implications et recommandations	69
SECTION 1 : Discussion des résultats et implication de l'étude.....	70
SECTION 2 : Limites et recommandations de la recherche	80
CONCLUSION	84
REFERENCES	88
ANNEXE	98
TABLE DE MATIERE	104

DÉDICACE

À ma très chère famille restée au Cameroun qui ne cesse de m'encourager dans tout ce que je décide d'entreprendre malgré la distance. Je suis ce que je suis grâce à vous.

REMERCIEMENTS

La rédaction de notre mémoire marque la concrétisation d'un parcours unique au sein de la prestigieuse Université du Québec en Outaouais. Par ces quelques paragraphes, nous tenons à remercier et témoigner toute notre gratitude aux personnes ci-après sans qui, sans leur soutien indéfectible, nous n'aurions pas pu y arriver tout seul.

- **Pr Hamed MOTAGHI**, notre directeur de recherche pour sa disponibilité, son encadrement, ses conseils avisés et son soutien constant tout au long de la rédaction de notre projet de recherche.
- **Pr Hamid NACH**, notre co-directeur de recherche pour avoir accepté de nous suivre, pour ses précieux conseils, sa précieuse aide dans le recrutement des participants et de nous avoir aidé à parfaire notre recherche.
- Nous tenons aussi à remercier **l'ensemble du corps administratif** du département des sciences administratives au MBA de l'Université du Québec en Outaouais pour la qualité des enseignements reçus tout au long de notre parcours.
- Nous tenons à remercier du fond du cœur nos parents **M. NZUKO Samuel et Mme KEMBOU laure Carine** pour nous avoir inculqué les valeurs telles que la persévérance et le dépassement de soi et nos frères **NZUKO Ralph et NZUKO Jeff** pour leur présence inconditionnelle et tous leurs encouragements sans faille malgré la distance.
- **La présidente et les membres du jury** pour l'intérêt qu'ils ont manifesté à l'égard de notre travail en acceptant de l'évaluer.
- Nous témoignons également à exprimer notre gratitude aux **participants de notre recherche** qui nous ont permis d'avoir accès aux ressources dont nous avons besoin pour mener à bien notre étude et qui ont bien voulu nous accorder de leur temps.
- Enfin, un merci particulier à **Junior POUMANI, Sonia TCHOUASSI, Patricia KAZE et nos amis** d'ailleurs pour leur soutien moral et intellectuel, leurs encouragements et leurs apports multiformes tout au long de notre formation.

MERCI !

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Conditions d'un système bancaire idéal	18
Tableau 2 : Classification des services bancaires.....	19
Tableau 3 : Importantes réalisations du secteur bancaire.....	21
Tableau 4 : Quelques définitions de l'Open Banking	27
Tableau 5 : Quelques définitions de l'innovation selon certains auteurs	39
Tableau 6 : Tableau de définition des construits et items.....	48
Tableau 7 : Liste et codage des interviewés	54
Tableau 8 : Atouts et risques dans l'utilisation des logiciels	59
Tableau 9 : Tableau de pourcentages pondérés des mots les plus fréquents	63
Tableau 10 : Matrice de corrélation.....	67
Tableau 11 : Résumé de la vérification des propositions de recherche.....	70

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Part de marché des principales des cinq plus grandes banques Canadiennes en 2011	24
Figure 2 : Organismes du Comité de surveillance des Institutions Financières .	25
Figure 3 : Rôle de l'Autorité des Marchés Financiers	26
Figure 4 : Comparaison entre l'Open Banking et le Screen Scraping.....	28
Figure 5 : Évolution des acteurs de l'Open Banking	32
Figure 6 : Nuage de mots	62
Figure 7 : Requête de groupe	64
Figure 8 : Pourcentage de couverture du nœud de l'Open Banking	65
Figure 9 : Pourcentage de couverture du nœud personnalisation des services ...	65
Figure 10 : Pourcentage de couverture du nœud diversification des services	66
Figure 11 : Diagramme de comparaison des nœuds	66
Figure 12 : Dendrogramme de nœuds regroupés par similarité de mots	67

SIGLES, ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS

API	:	Application Programming Interface
CDR	:	Consumer Data Right
CFPB	:	Consumer Financial Protection Bureau
CIBC	:	Canadian Imperial Bank of Commerce
DSP2	:	Directive sur les services de paiement
ERP	:	Enterprise Resource Planning
GAB	:	Guichet automatique de banque
GAFA	:	Google, Amazon, Facebook, Apple
KPMG	:	Klynveld Peat Marwick Goerdeler
TD	:	Toronto-Dominion
UE	:	Union européenne

RÉSUMÉ

L'Open Banking a été introduit pour la première fois en 2018 au Royaume-Uni via la Directive sur les services de paiement 2 (DSP2), et depuis lors, un certain nombre de pays ont développé leurs propres approches pour la mettre en œuvre. Au Canada, l'Open Banking est encore en voie d'implémentation et essaie de se frayer son propre chemin. L'objectif principal de cette recherche est donc de faire ressortir le rôle que l'Open Banking jouerait dans l'amélioration des services bancaires en essayant de comprendre l'impact potentiel qu'elle pourrait avoir et son influence sur la compétitivité et l'initiative que les banques pourraient prendre lorsqu'elle serait effectivement mise en place. Pour y arriver, nous nous sommes d'abord appuyés sur un cadre théorique axé sur la théorie de l'innovation d'une part, et la théorie de l'avantage concurrentiel d'autre part. Par la suite, un passage en revue de la littérature nous a permis de formuler deux propositions : la première étant que l'Open Banking permet à la banque de personnaliser ses services et les adapter aux préférences de chaque client, la seconde étant que l'Open Banking permet à la banque de diversifier ses services par rapport à ceux traditionnellement proposés. Pour ce faire, nous avons adopté une approche qualitative au travers des entretiens semi-structurés effectués auprès de 05 intervenants du secteur financier. Les données collectées ont été analysées à travers la loupe du logiciel NVIVO. Nous avons pu aboutir à la confirmation de nos propositions de recherche, à savoir que l'Open Banking contribue non seulement à personnaliser et adapter les services aux préférences de chaque client, mais aussi et à diversifier les services par rapport à ceux traditionnellement proposés par la banque. Ces résultats nous ont par la suite permis de formuler des recommandations et d'engager une discussion scientifique afin d'améliorer la recherche a posteriori.

Mots clés : Open Banking, API, Personnalisation, Diversification, Services bancaires.

ABSTRACT

Open Banking was first introduced in 2018 in the United Kingdom via the Payment Services Directive 2 (PSD2), and since then a number of countries have developed their own approaches to implementing it. In Canada, Open Banking is still in the process of being implemented and is trying to make its own way. The main aim of this research is therefore to highlight the role that Open Banking would play in improving banking services, by trying to understand the potential impact it could have and its influence on the competitiveness and initiative that banks might take when it is actually implemented. To achieve this, we first drew on a theoretical framework based on innovation theory, on the one hand, and competitive advantage theory on the other. Then, a review of the literature enabled us to formulate two propositions; the first being that Open Banking enables the bank to personalize its services and adapt them to the preferences of each customer, the second being that Open Banking enables the bank to diversify its services in relation to those traditionally offered. To this end, we adopted a qualitative approach through semi-structured interviews with 05 financial sector stakeholders. The data collected was analyzed using NVIVO software. We were able to confirm our research proposals, namely that Open Banking contributes not only to personalizing and adapting services to the preferences of each customer, but also to diversifying services compared with those traditionally offered by the bank. These results subsequently enabled us to formulate recommendations and to engage in a scientific discussion in order to improve future research.

Keywords: Open Banking, API, Personalization, Diversification, Banking services.

INTRODUCTION

1. Contexte de l'étude

L'écosystème bancaire étant par nature concurrentiel, les banques sont constamment à la recherche d'innovation pour ne pas se laisser distancer par leurs concurrents. Dans une étude publiée en 2021, le cabinet Deloitte¹ met en exergue le poids des nouveaux arrivants dans le paysage financier. De plus, cette étude sous-entend que *près de quatre personnes sur cinq seraient intéressées par l'idée que leur banque leur propose un service hors de leur champ d'action initial*. En outre, le modèle bancaire traditionnel est en constante évolution conduisant le secteur bancaire mondial à traverser une transformation profonde alimentée par les progrès technologiques, les attentes de plus en plus grandissantes des consommateurs, et les initiatives réglementaires favorisant une plus grande ouverture et transparence.

Philippon² (2015) a montré que le coût unitaire dans l'intermédiation financière est resté constant au cours des 130 dernières années. Sur cette base, il conclut en 2017 qu'il y a beaucoup d'espace pour une amélioration, ce qui peut être permis par les nouveaux arrivants sur le marché, notamment les Fintechs. Ce sont de jeunes entreprises qui veulent fournir des services financiers basés sur les nouvelles technologies. En ce sens, **les banques gagneraient à percevoir ces derniers non pas comme une menace, mais plutôt comme des alliés ou opportunités concurrentielles : ne pas travailler « contre » les Fintechs, mais avec les Fintechs**. D'après Bengt Larsson et al. (2022) « *les entreprises Fintech jouent un rôle de catalyseur dans la transformation vers cet écosystème façonné par l'interdépendance concurrentielle entre les acteurs* ».

L'Open Banking permet « *aux consommateurs et aux petites entreprises de transférer en toute sécurité et efficacement leurs données financières entre les institutions financières et les fournisseurs de services tiers accrédités. Ce transfert permet aux consommateurs d'avoir accès à un portrait financier plus complet et à d'autres services utiles pour améliorer leurs résultats financiers* »³. Elle va donc apparaître comme une opportunité pour l'innovation.

L'initiative de l'Open Banking n'émane pas des banques elles-mêmes, mais du régulateur, qui en janvier 2018, promulgue une directive européenne sur les services de paiement (DSP2) en

¹ [Les Français et les nouveaux services financiers \(deloitte.com\)](https://www.deloitte.com) consulté le 11/10/2024 à 14h00

² La principale conclusion de cette étude est que le coût unitaire de l'intermédiation financière aux États-Unis s'est maintenu autour de 2% ces trente dernières années. Il observe également des coûts unitaires similaires dans d'autres grands pays à l'instar de l'Allemagne, le Royaume-Uni et la France.

³ [Rapport final - Comité consultatif sur le système bancaire ouvert - Canada.ca](https://www.canada.ca/fr/rapport-final-comite-consultatif-sur-le-systeme-bancaire-ouvert) consulté le 11/10/2024 à 14h06

réponse à la volonté de plus en plus grandissante des Fintechs d'établir un marché avec des moyens et services de paiement innovant, moderne et concurrentiel. Autrement dit, cela contribuerait à stimuler la concurrence dans le secteur bancaire en offrant aux fintechs l'opportunité de proposer des services plus innovants et personnalisés. 49 pays ont dès alors déjà adopté des politiques d'open banking.

*L'objectif de cette directive est d'ouvrir l'écosystème bancaire, renforcer la sécurité des paiements en ligne et à favoriser les services financiers innovants. Une vraie opportunité pour le secteur des services financiers digitaux, en pleine expansion et promis à un avenir brillant.*⁴

Au Canada, bien que l'Open Banking n'en soit qu'à ses débuts, il suscite un intérêt de plus en plus grand, tant de la part des régulateurs que des acteurs du marché financier. À cet effet, en 2021, un comité consultatif désigné par le gouvernement fédéral a recommandé la mise en place d'un cadre d'Open Banking, avec pour objectif d'accélérer l'adoption de ce système d'ici 2023. Ce contexte est d'autant plus crucial que le secteur financier canadien est dominé par un petit nombre de grandes institutions bancaires, qui exercent une influence considérable sur la structure concurrentielle du marché. De ce fait, l'ouverture à ce nouveau concept encouragerait « *une coopération étroite entre les institutions financières traditionnelles et les entreprises fintech. Les institutions financières collaboreraient avec les fintechs pour offrir des services plus innovants et élargir la portée de leurs services créant un écosystème financier dynamique* » (I. Harsono & I. Suprapti, 2024).

Encore en phase d'implémentation, l'Open Banking au Canada soulève de nombreux défis. Tout d'abord, le cadre réglementaire qui devra s'assurer que les normes de sécurité et de protection des données des consommateurs soient respectées, afin d'éviter les abus ou les risques de cybercriminalité. Ensuite, il faudra surmonter la réticence des grandes banques, qui perçoivent l'ouverture des données comme une menace à leur position dominante. Enfin, les fintechs elles-mêmes doivent relever le défi de s'adapter à un marché hautement réglementé tout en conservant leur capacité à innover rapidement.

La promesse de l'Open Banking réside dans la capacité à **offrir une plus grande transparence** et à **accroître le contrôle des consommateurs sur leurs données financières**. Il serait possible *d'autoriser sa banque à partager en toute sécurité ses données financières avec une application fintech pour soi qui, procèdera en utilisant une interface de programmation d'application (API*

⁴ [Solution Open Banking : comme nt choisir son prestataire ? \(widmee.com\)](https://www.widmee.com/fr/solution/open-banking-comme-choisir-son-prestataire/) consulté le 11/10/2024 à 14h46

- agissent comme un pont qui permet aux applications, aux sites Web et aux services de partager des informations en toute sécurité et de travailler ensemble)⁵. Dans cette lancée, **la loi sur les services bancaires axés sur les consommateurs** (« Consumer-Driven Banking Act ») adoptés par le parlement canadien et sanctionné le 20 juin 2024 vient « établir un cadre dans lequel les consommateurs, y compris les petites entreprises, peuvent ordonner que leurs données soient partagées entre les entités participantes de leur choix et de veiller à ce que le partage des données entre les entités participantes soit sûr et sécurisé »⁶. Elle va alors poser les fondations du cadre bancaire axé sur le consommateur et nous l’espérons continuera d’être amélioré dans le temps au fur et à mesure que le système ouvert sera mis en place pour une meilleure performance.

De plus, pour les banques, l’Open Banking pourrait représenter une opportunité majeure en contribuant à élargir leur accès au marché financier et de sortir de leur zone de confort contrairement aux offres traditionnelles proposées, notamment en termes de personnalisation de services et de diversification des services financiers.

En somme, l’introduction de l’Open Banking au Canada peut être perçue comme un levier potentiellement transformateur pour la compétitivité des banques, qui pourront en tirer profit de cet accès aux données pour se différencier et développer des services à haute valeur ajoutée. Toutefois, la réussite de cette transformation dépendra de la capacité du secteur à établir un cadre de coopération bien défini entre tous les acteurs.

Ainsi, notre étude vise à explorer l’impact potentiel de l’Open Banking sur la compétitivité des banques canadiennes en termes de personnalisation plus précisément de l’expérience cliente et de diversification dans les services financiers.

2. Problématique

La technologie a connu et continue de subir de profondes mutations, avec parfois des innovations surprenantes. Cette technologie financière a provoqué des changements en permettant d’accroître l’innovation et la concurrence (Guerra (2019)) ; avec pour but d’offrir un meilleur accès à des services plus abordables et utiles (Tanaka, 2019). De nos jours, avec la révolution numérique et la numérisation des transactions financières, nous assistons à un

⁵ [Système bancaire ouvert - Canada.ca](https://www.canada.ca/fr/systeme-bancaire-ouvert) consulté le 11/10/2024 à 15h22

⁶ [Loi sur les services bancaires axés sur le consommateur](#) consulté le 20/03/2025

profond bouleversement du secteur bancaire ; ce dernier étant justement l'un des secteurs les plus touchés par l'émergence des nouvelles technologies (Prendergast et Marr, 1994).

L'Open Banking, qui permet le partage sécurisé des données financières des clients avec des tiers, est en train de redéfinir les contours du secteur bancaire mondial. Ainsi, *« du point de vue de l'innovation ouverte, les nouveaux venus dans le secteur bancaire, tels que les entreprises fintech, sont plus susceptibles de générer des innovations productives par rapport aux entités historiques comme les banques commerciales traditionnelles, principalement parce que ces entreprises disposent de technologies de traitement des données plus avancées »* (Chengbo Xie & Sijia Hu ; 2024). Cependant, si l'Open Banking permet de personnaliser les produits financiers offerts à la clientèle grâce au partage de données sécurisé, pour le régulateur, à travers la DSP 2, les banques gagneraient à travailler non pas comme concurrents des Fintechs, mais comme collaborateurs afin de diversifier les services proposés à leurs clients (Xu et al. (2020)).

La collaboration des banques avec des partenaires externes les aide à développer de nouvelles compétences et à accéder à l'expertise et aux connaissances techniques (Schueffel et Vadana, 2015). En raison de la technologie disruptive utilisée par les entreprises fintech, les institutions bancaires disposent d'une capacité d'innovation intégrée et soutenue par des équipes dédiées à l'apprentissage de nouvelles techniques. (Salampasis et Mention, 2018)

De plus, dans une ère toujours plus numérisée, l'Open Banking apparaît comme un outil d'accroissement de la concurrence, ce qui s'avère délicat, car cette dernière va de pair avec l'accroissement des exigences des clients (O'Leary et al., 2021). En ce sens, la personnalisation et la diversification des services bancaires pourraient être des moyens pour assurer la fidélité des clients, faire face à la concurrence s'il y en a une et continuer de répondre aux attentes de plus en plus grandissantes des clients. En outre, l'Open Banking a pour objectif de permettre aux banques de se différencier en offrant de nouveaux services personnalisés tout en élargissant leur écosystème et en répondant aux besoins toujours plus changeants des clients. (Deloitte, 2018)

Dans leur ouvrage Babina et al. (2024a, b) sous-tende que *« les prêteurs non bancaires et fintechs sont souvent confrontés à des obstacles importants pour accéder à des données complètes sur les clients »*. Cette contrainte limite leur capacité à soutenir des modèles de crédit non standard, ce qui les amène à s'appuyer fréquemment sur des modèles standardisés pour les prêts hypothécaires résidentiels originaires (Chengbo Xie & Sijia Hu ; 2024). Autrement dit, ces entreprises innovantes se heurtent à des préoccupations liées à la sécurité des données,

ainsi qu'à la réticence des grandes banques à partager leurs informations craignant de perdre leur position dominante dans un secteur où elles contrôlent encore une grande partie des flux de données.

Si des marchés comme l'Europe et le Royaume-Uni ont déjà adopté cette approche avec des cadres réglementaires tels que la Directive sur les Services de Paiement 2 (DSP2), le Canada, quant à lui, est encore en phase de développement de son propre cadre d'Open Banking. Cette situation soulève des questions cruciales quant à la capacité des banques canadiennes à tirer parti de cette nouvelle ouverture pour innover et toujours continuer à se démarquer.

Dans ce contexte, il est essentiel pour nous de comprendre les opportunités que dégage la mise en œuvre de l'Open Banking pour les Banques canadiennes qui, pour le moment, y seraient réticentes. Nous nous posons alors la question suivante :

« Comment l'open banking pourrait-il contribuer à la personnalisation de l'expérience client et à la diversification des services bancaires ? »

3. Identification des variables

Comme mentionné plus haut, dans le cadre notre projet on aura deux principales variables à savoir :

- **variable indépendante** : L'open banking
- **variable dépendante** : personnalisation dans les services bancaires (expérience cliente), diversification des services bancaires

4. Objectifs de la recherche

L'objectif principal de notre recherche est d'analyser l'impact de l'Open Banking en termes de personnalisation de l'expérience cliente et de diversification dans le secteur bancaire canadien.

Cela impliquera alors en **objectifs secondaires** de :

- Comprendre l'impact de l'open banking sur la capacité des banques à innover ;
- Et d'évaluer son impact sur la compétitivité des banques canadiennes.

5. Intérêts de la recherche

- Contribuer à la recherche académique sur l'open banking et les banques en obtenant une meilleure compréhension de ce concept (car l'open banking est un domaine relativement nouveau au Canada) ;

- Contribuer à une meilleure entente de la collaboration qui pourrait exister entre les banques et des tiers comme les fintechs et voir comment ces dernières pourraient continuer à innover et répondre aux attentes des clients.

PREMIERE PARTIE : GENERALITES ET CADRE THEORIQUE SUR L'OPEN BANKING ET SON RÔLE DANS LA PERSONNALISATION ET LA DIVERSIFICATION DES SERVICES BANCAIRES

L'Open Banking est un concept relativement nouveau au Canada et est encore en réflexion pour sa bonne implémentation. Notre première partie va se proposer d'aborder la question de l'Open Banking en s'appuyant sur la littérature existante. Elle sera subdivisée en deux chapitres. Le premier chapitre nous présentera les généralités sur le système bancaire d'une part et sur l'Open Banking d'autre part. le deuxième chapitre quant à lui nous présentera les bases conceptuelles qui soutiennent nos propositions de recherche.

CHAPITRE 1 : GÉNÉRALITÉS SUR LE SYSTÈME BANCAIRE ET L'OPEN BANKING

Le système bancaire étant très vaste par nature, l'open banking étant un sujet relativement nouveau en contexte Canadien, il nous incombe donc d'en saisir tous ses tenants et aboutissants avant d'entrer dans le vif du sujet. C'est pourquoi notre première section va nous présenter les généralités sur le système bancaire d'une part, tandis que la seconde partie abordera les généralités sur l'open banking d'autre part. Le but serait, ici, d'avoir une vue d'ensemble sur la problématique qu'est la nôtre dans le cadre de notre travail de recherche.

SECTION 1 : GÉNÉRALITÉS SUR LE SYSTÈME BANCAIRE

Cette section se concentre sur l'ensemble des concepts clés relatifs au système bancaire en général d'une part et au système bancaire canadien d'autre part.

1.1. Le système bancaire en général

Le secteur bancaire est un élément essentiel de l'économie mondiale, avec des millions de personnes qui dépendent des banques pour leurs besoins financiers (el oudri & hamdi, 2024).

1.1.1. Définitions d'un système bancaire

Un système bancaire « est un groupe ou un réseau d'institutions qui fournissent des services financiers à la société. Ces institutions sont chargées d'exploiter un système de paiement, d'accorder des prêts, d'accepter des dépôts et d'aider aux investissements. » (Aithal, 2016)

Autrement dit c'est « l'ensemble des institutions (banques) dédiées à l'intermédiation financière ; dont l'activité consiste à capter l'épargne du public et, avec ce capital, à payer l'octroi de prêts et la réalisation d'investissements »⁷.

1.1.2. Caractéristiques d'un système bancaire

« Les banques élaborent diverses stratégies afin d'attirer plus de dépôts et de les prêter à des clients authentiques afin d'obtenir un meilleur rendement et donc de faire plus de bénéfices. Sur la base de cet objectif d'un système bancaire général, le concept idéal du système bancaire est développé. La banque idéale est un système avec des caractères bancaires idéaux » (Aithal, 2016). Cet auteur nous présente alors un modèle de système bancaire idéal en tenant compte des caractéristiques idéales attendues dans les conditions d'entrée, les conditions de sortie, les

⁷ [Système bancaire - Qu'est-ce que c'est, définition et concept | Dictionnaire 2024](#) consulté le 28/11/24 à 12h04

exigences du système et les conditions environnementales. Ainsi nous avons, d'après (Aithal, 2016) :

Tableau 1 : Conditions d'un système bancaire idéal

Conditions	Exigences
Conditions d'entrée	-Le système bancaire idéal a besoin d'un minimum d'employés dans des domaines d'activité identifiés et doit utiliser un service optimal de leur part. -Il fonctionne avec de faibles frais généraux. Il n'a pas besoin d'un emplacement coûteux, de nombreuses succursales et d'une énorme quantité d'infrastructures. Seules quelques banques sont tenues de fournir un service de qualité au monde entier.
Conditions de sortie	-La demande pour une variété de services est supérieure à l'offre et l'efficacité du système est toujours de 100%. -Les clients ont le choix d'une alternative en termes de prestataires de services et il sera durable pendant longtemps.
Exigences du système.	-Il est portable ou facilement déplaçable. Cela signifie qu'un client enregistré dans une banque doit pouvoir obtenir les services où qu'il se déplace et dans n'importe quelle ville où il vit. -Il satisfait les besoins intellectuels de ses clients -Il est celui dans lequel le revenu de la banque n'est pas limité par une production personnelle (effet de levier) des employés de banque. En effet, une banque peut fournir n'importe quel nombre de clients aussi facilement qu'elle peut en avoir un. -Les clients peuvent effectuer des transactions à tout moment, n'importe quel nombre de fois et les résultats doivent être déclarés immédiatement. -Il est omniprésent et la technologie est utilisée de telle manière que tous les services du système bancaire doivent être fournis efficacement. -Il fournit à tous les clients non seulement des connaissances de base en matière bancaire, mais aussi sur l'authenticité et la sécurité des transactions financières
Conditions sociales et environnementales	-Il des services bancaires au monde entier plutôt qu'à un seul quartier, ville / pays et, par conséquent, il a une accessibilité mondiale illimitée. -Le système bancaire idéal offre des services à ses clients, qui bénéficient d'une demande inélastique sur le marché mondial (inélastique signifie un service dont les gens ont besoin ou désirent presque à n'importe quel prix). -Il fournit tous les types de services bancaires de la banque de détail et de la banque d'entreprise à tous les clients, indépendamment de leur âge, de leur sexe, de leur qualification antérieure et de leur pays d'origine et, un service bancaire de haute qualité à tous, indépendamment de leur origine économique, sociale, linguistique et culturelle.

Source : (Aithal, 2016)

1.1.3. Les services bancaires : outils au cœur du système bancaire

Le système bancaire constitue le cadre qui encadre la fourniture des services bancaires. En effet grâce à ce dernier « *les banques assurent la fluidité du trafic des paiements, elles permettent une allocation plus efficiente des capitaux et elles réduisent les risques financiers pour leur clientèle. Les services bancaires sont donc indispensables, pour les particuliers comme pour les entreprises.* » **Martin Hess**⁸.

Un service bancaire peut être défini comme étant *l'ensemble des activités exercées par les banques pour répondre aux besoins financiers de leur clientèle, notamment en matière de financement, de gestion de trésorerie et de paiement d'épargne* (Fleuriot, 1977). En d'autres termes, un service bancaire pourrait donc inclure les différentes prestations offertes par une banque à ses clients. Aussi, il peut faire référence à *leur exclusivité partielle ou totale détenue par les banques* (Verdier, 2006).

Habituellement, les services bancaires sont regroupés en différentes catégories en fonction de leur nature et de leur fonctionnement. Nous avons alors pu recenser 02 types de classifications que nous présenterons dans le tableau suivant :

Tableau 2 : Classification des services bancaires

Classification	Services
Selon la nature de services (Walter, 1969)	- Les services de dépôt (les comptes courants, les comptes d'épargne, les certificats de dépôt...); - Les services de crédit (les prêts personnels, les prêts hypothécaires, les crédits à la consommation...); - Les services de gestion des paiements (les transferts de fonds, les virements bancaires, les paiements par carte...); - Les services de conseil et d'investissement (la gestion de patrimoine, les conseils en investissement, les services de courtage...);
Selon l'approche client (Zeithaml, 2006)	- Les services bancaires de détail (particuliers et petites entreprises); - Les services bancaires d'entreprise (grandes entreprises et institutions financières); - Les services de gestion de patrimoine.

Source : (Walter, 1969) & (Zeithaml, 2006)

Au travers des différentes lectures effectuées et de nos connaissances, nous avons pu identifier 02 autres types de classification des services bancaires. En effet, on pourrait aussi avoir :

- **Selon le canal de distribution** : cela fait référence à la façon dont les services sont fournis aux clients.

Il existe différents canaux comme : « *le **canal direct** (terrestre et qui combine les agences implantées dans différentes zones géographiques...), le **canal interactif** (ici le principal outil*

⁸ Responsable politique économique au sein de l'Association Suisse des Banquiers

*qui en fait sa force est le web et le développement fulgurant du «mobile banking»), le **canal indirect** (canal intermédiaire constitué principalement d'agents et de courtiers...) et le **canal spécial** (qui comprendra principalement un amalgame de médias résiduels et servira à développer une stratégie très particulière axée sur un segment précis). »⁹*

Selon ce type de canal, on retrouve les services bancaires suivant : les services bancaires en ligne, les services bancaires mobiles et les services bancaires en agence.

- **Selon le niveau d'innovation :**

Autrement dit cette classification va se baser sur le niveau d'innovation qui entre dans la conception et la proposition à part entière de ces services. On aura alors :

- *« les services bancaires de base (traditionnels) ;*
- *les services bancaires améliorés (qui sont des services bancaires intégrant des fonctionnalités supplémentaires permettant d'améliorer l'expérience client avec des applications mobiles ou encore le paiement sans contact, etc.) ;*
- *les services bancaires disruptifs (qui perturbent le modèle bancaire traditionnel en utilisant les nouvelles technologies comme l'intelligence artificielle, les robots-conseillers, etc.) »¹⁰.*

1.2. Le système bancaire canadien

L'industrie bancaire canadienne comporte l'un des systèmes les plus solides dans le monde. En effet *« durant la crise financière de 2008-2009 qui a ravagé le système financier mondial, les banques canadiennes, résilientes, ont réussi à éviter les turbulences. Parmi ceux qui voyaient le système bancaire canadien comme lourd et réticent au risque, nombreux ont finalement applaudi aux pratiques prudentes d'octroi de prêts, à la surveillance diligente effectuée par le gouvernement, ainsi qu'à la réglementation avisée, fondée sur les principes de sécurité et de vigueur. En fait, les banques du Canada sont considérées parmi les plus stables au monde par le Forum économique mondial. »*.¹¹ Elle dispose des mesures stratégiques, prudentielles et réglementaires bien établies et qui sont mises en place. En effet, *« depuis toujours, le système bancaire canadien favorise la présence d'un nombre limité de grandes Banque Nationale ayant des succursales et des clients à l'échelle du pays. Il s'agit d'un réseau centralisé, résolument*

⁹ [Canaux de distribution - Modèles bancaires internationaux](#) consulté le 28/11/24 à 12h05

¹⁰ Inspirée en partie de la lecture de (Corinne, Francois, & Christine, 2016)

¹¹ [Le système bancaire canadien et l'idéal de Hamilton | Le système bancaire canadien et l'idéal de Hamilton](#) consulté le 28/11/24 à 12h06

centré sur la réglementation macroprudentielle et la stabilité du système. Le modèle canadien est largement reconnu comme la référence même pour d'autres économies avancées. »¹².

2.2.1. Les réalisations du système bancaire canadien

Les banques du Canada ont toujours été des chefs de file dans le développement, l'adoption d'innovations et de technologies nouvelles ; rendant les services bancaires sécuritaires, simples et pratiques pour les consommateurs¹³ (Associations des banquiers canadiens). L'article susmentionné nous retrace alors les importantes réalisations relatives au secteur bancaire canadien de 1971 à 2018.

Tableau 3 : Importantes réalisations du secteur bancaire

1971 	VISION DU FUTUR SYSTÈME BANCAIRE CANADIEN Établissement aux États-Unis de la First Bank à la suite d'une proposition faite par Alexander Hamilton, premier secrétaire du trésor américain. Le modèle bancaire imaginé par Hamilton sera l'inspiration du système bancaire au Canada.		
1817 	PREMIÈRE BANQUE AU CANADA La Banque de Montréal est constituée le 23 juin 1817 et ouvre ses portes le 3 novembre de la même année.		
1867 	CONFÉDÉRATION CANADIENNE		
1891 	ASSOCIATIONS DES BANQUIERS CANADIENS Fondation de l'ABC à Montréal le 17 décembre 1891.		
1893	PÉRIODIQUE Le magazine trimestriel de l'ABC, The Journal of the Canadian Bankers Association, publie son premier numéro. L'abonnement annuel coûte un dollar.		
1939	SECONDE GUERRE MONDIALE Le Canada se joint aux alliés.		
1957	COMPTE CHÈQUES Les banques introduisent les comptes de chèques personnels.		
1961 	PREMIÈRES FEMMES DIRECTRICES DE SUCCURSALE Shirley Giles (Toronto) et Gladys Marcellus (Ottawa), toutes deux employées de la Banque Scotia, deviennent les premières femmes directrices de succursale bancaire de l'histoire du Canada.	PREMIER ORDINATEUR La Banque Royale installe le premier ordinateur bancaire, un IBM 1401 destiné à la comptabilité qui occupe une salle en entier.	SERVICE AU VOLANT Les banques offrent les services bancaires au volant.
1967	SERVICES BANCAIRES INFORMATISÉS En juin 1967, la CIBC instaure un système pilote de services bancaires assistés par ordinateur, permettant aux employés de mettre à jour les livrets bancaires des clients au moyen d'un terminal relié à un ordinateur.		
1968	FINANCEMENT AGRICOLE	CARTES DE CRÉDIT	

¹² [Le système bancaire canadien et l'idéal de Hamilton | Le système bancaire canadien et l'idéal de Hamilton](#) consulté le 28/11/24 à 12h10

¹³ [Le système bancaire canadien et l'idéal de Hamilton | Le système bancaire canadien et l'idéal de Hamilton](#) consulté le 28/11/24 à 12h16

	La Banque Royale introduit Agriplan, le premier programme bancaire conçu afin de répondre à l'ensemble des besoins des agriculteurs.	La Banque CIBC, la Banque Nationale, la Banque Royale et la Banque TD proposent conjointement la carte Chargex.
1972	GUICHETS AUTOMATIQUES BANCAIRES La Banque Royale est la première institution financière à installer des guichets automatiques, Bankette, permettant des opérations de retrait, de dépôt, de transfert, de paiement de factures et d'avance de fonds sur le compte Chargex, 24 heures sur 24.	
1975	LA TOUR CN EST ÉRIGÉE	
1984	COURTAGE À ESCOMPTE La Banque TD est la première à introduire cette forme de courtage, avec les Services d'investissement Ligne verte.	
1986	COURTAGE À ESCOMPTE La Banque TD est la première à introduire cette forme de courtage, avec les Services d'investissement Ligne verte. INTERAC Le premier réseau canadien de guichets automatiques bancaires est lancé par les membres fondateurs, soit la Banque CIBC, la Banque de Montréal, la Banque Royale, la Banque Scotia, la Banque TD et la Caisse Desjardins, donnant aux clients un accès élargi aux GAB.	
1989	CLAVIERS BRAILLE La Banque de Montréal installe sur ses GAB les premiers claviers en braille.	
1994	OMBUDSMAN La Banque CIBC crée le premier poste d'ombudsman de banque au Canada et y nomme Cliff Shirley.	
1995-2001	BULLE INTERNET	
1995	SITE WEB La Banque Royale lance son site Web, le premier d'une banque canadienne.	
1996	SERVICES BANCAIRES EN LIGNE La Banque de Montréal lance mbanx et devient la première institution financière au Canada à offrir des services bancaires en ligne.	
2004	IMAGERIES DES CHÈQUES La Banque Royale est la première Banque canadienne à offrir en ligne une image des chèques en papier.	
2007	TECHNOLOGIES DES CARTES À PUCES Les banques et les principales associations de cartes de crédit commencent à introduire les cartes de débit et de crédit.	
2008	CRISE FINANCIÈRE	
2010	APPLICATION MOBILE BANCAIRE La CIBC lance la première application mobile bancaire au Canada.	
2016	USAGE DES DONNÉES BIOMÉTRIQUES La Banque de Montréal offre en primeur à ses clients d'affaires le programme d'identification par données biométriques Selfie Pay pour cartes de crédit. Tangerine lance la première application bancaire munie d'une fonction d'identification utilisant la configuration du réseau des veines oculaires (EyeVerify).	
2018	MODIFICATIONS À LA LOI SUR LES BANQUES Les modifications apportées en 2018 à la Loi sur les banques, texte législatif fédéral régissant les activités bancaires au Canada, autorisent les banques à conclure des partenariats avec les entreprises de technologies financières et à y investir.	

Source : Associations des Banquiers canadiens (consulté le 28/11 à 12h20)

https://cba.ca/Assets/CBA/Images/Article-detail_images/bankHistory_infographic_fr.jpg

2.2.2. Les institutions financières canadiennes

Le système bancaire canadien est, de façon générale, très compétitif et comprend près de 3 000 compagnies qui offrent une grande variété de services. Certaines sont très spécialisées et opèrent dans des marchés à créneaux comme ceux des cartes de crédit ou des hypothèques, alors que d'autres, comme les grandes banques, touchent tous les marchés (l'encyclopédie

canadienne)¹⁴. D'après notre cours de systèmes financiers internationaux (Nsoki, 2023), on rencontre différents types d'institutions financières à savoir :

- **La compagnie d'assurance** : qui « est une société anonyme (SA) détenue par des actionnaires. Son activité consiste à créer, gérer et vendre des produits d'assurance à destination de clients qui deviennent des assurés. »¹⁵ ;
- **Les fonds collectifs d'investissements** : ce sont des fonds communs de placement qui « permettent aux investisseurs de mettre en commun leur argent dans un fonds géré par une société d'investissement autorisée. »¹⁶ ;
- **La société financière** : c'est une « société autre qu'une banque qui consent des prêts ou qui accorde des crédits en vue de faciliter l'achat de biens de consommation ou de financer des entreprises commerciales ou industrielles. »¹⁷ ;
- **Les banques d'affaires** : en effet, « contrairement aux banques classiques, les banques d'affaires ne s'occupent pas d'opérations de crédit ou de dépôt. En réalité, elles tiennent plutôt un rôle de conseil stratégique et financier pour leurs clients. »¹⁸ ;
- **La banque** : qui « est un établissement financier, spécialiste du commerce d'argent qui assure la réception des fonds publics en vue de les utiliser pour des opérations financières ou de crédit et cela, conformément aux exigences de l'article L.311-1 du Code monétaire et financier »¹⁹.

Au Canada, on dénombre 05 grandes banques qui possèdent près de la moitié des biens du système financier. Elles sont souvent appelées les « **BIG FIVE** ». On rencontre alors, suivant le classement aux rangs mondiaux fait par S&P Global Market Intelligence en 2016²⁰ :

la Banque Royale du Canada (RBC) (31^e), la Banque Toronto-Dominion (TD) (33^e), la Banque de Nouvelle-Écosse (Banque Scotia) (46^e), la Banque de Montréal (BMO) (51^e) et la Banque Canadienne Impériale de Commerce (CIBC) (68^e).

Certaines sources font mention de la **Banque du Canada** comme faisant partir des plus grandes banques, c'est pour cela que nous entendrons souvent l'appellation suivante « **Big Six** ».

¹⁴ [Activité bancaire au Canada | l'Encyclopédie Canadienne](#) consulté le 28/11/24 à 23h51

¹⁵ [Qu'est-ce qu'une compagnie d'assurances ?](#) consulté le 28/11/24 à 23h27

¹⁶ [Fonds communs et fonds distincts : Quelle est la différence ?](#) consulté le 28/11/24 à 23h31

¹⁷ [Société financière | GDT](#) consulté le 28/11/24 à 23h33

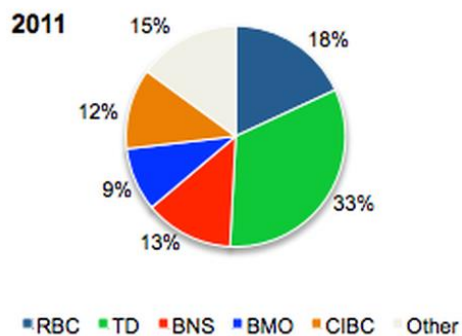
¹⁸ [Banque d'affaires : définition - Lexique des entreprises](#) consulté le 28/11/24 à 23h36

¹⁹ [Qu'est-ce qu'une banque ? Quelles obligations ?](#) consulté le 28/11/24 à 23h24

²⁰ [Activité bancaire au Canada | l'Encyclopédie Canadienne](#) consulté le 29/11/24 à 00h20

En 2011, voici comment se présente la part de marché de ses principales banques.

Figure 1 : Part de marché des principales des cinq plus grandes banques Canadiennes en 2011



Sources : [Les concurrents - BI 2013](#) (Consulté le 30/11 à 07h49)

2.2.3. Rôles des institutions financières

« Les institutions financières sont primordiales au sein de l'économie d'un pays et pour sa stabilité. Elles remplissent plusieurs fonctions importantes entre autres :

- La collecte et la gestion des dépôts ;
- L'intermédiation entre les agents à besoin de financement (emprunteurs) et les agents à capacité de financement (prêteurs) en facilitant les transactions financières ;
- La fourniture de crédit aux entreprises et aux particuliers ;
- La gestion des risques financiers ;
- L'investissement dans des actifs financiers. »²¹ (Sarah N., 2023)

Généralement appelées « Intermédiaires », les banques tout comme les autres institutions financières ont pour principale fonction de canaliser les capitaux excédentaires des particuliers, des organisations et des gouvernements vers ceux qui souhaitent les utiliser. Cependant, les banques occupent également une position clé parce qu'elles **fournissent le système national de paiement et servent de véhicules pour la politique monétaire canadienne** et d'instruments du gouvernement fédéral pour certaines mesures sociales et politiques. Leur emprise sur la répartition des ressources nationales est, par conséquent, considérable.²²

2.3. Réglementations du système bancaire canadien

Les institutions financières sont réglementées par les autorités financières et doivent respecter des normes de solvabilité et de liquidité pour assurer la stabilité et la confiance dans le système financier. On distingue cinq organismes qui ont pour rôle de surveiller les institutions

²¹ Tiré de mon projet de session portant sur les crises financières et les institutions financières, Automne 2023 pour le cours de Systèmes financiers internationaux.

²² [Activité bancaire au Canada | l'Encyclopédie Canadienne](#) consulté le 30/11/24 à 08h15

financières fédérales. Ces dernières forment ce qu'on appelle le « **Comité de Surveillance des Institutions financières** ».

Figure 2 : Organismes du Comité de surveillance des Institutions Financières



Source : Francis Nsoki (2023) – Cours de Systèmes financiers internationaux

Les principales autorités financières qui régulent les banques sont :

- **Le Bureau du Surintendant des Institutions Financières (BSIF) ;**
- **L'Autorité des Marchés financiers (AMF).**

2.3.1. Le Bureau du Surintendant des Institutions Financières (BSIF)²³

Le **Bureau du Surintendant des Institutions Financières** est un organisme indépendant du gouvernement Canadien qui a été constitué en 1987 sous le régime d'une loi fédérale, la *Loi sur le Bureau du surintendant des institutions financières* (la « *Loi sur le BSIF* »)²⁴. Il a pour but de réglementer et de surveiller plus de 400 institutions financières fédérales (IFF) (les banques canadiennes, les sociétés de fiducie et de prêt constituées sous le régime des lois fédérales, les sociétés d'assurance et les sociétés de secours mutuels) et 1200 régimes de retraite fédéraux (RRF) et d'assurer la surveillance des institutions financières et régimes de retraite fédéraux pour contribuer à la confiance du public dans le système financier.²⁵

Dans le cadre de leur mandat et pour mieux **réglementer** les institutions financières, il « *élabore des règles et interprète les lois et les règlements ; et assure l'agrément de certains types d'opérations et contribue aux nouvelles normes comptables, actuarielles et d'audit.* »²⁶

²³ Toutes les informations concernant cette partie sont tirées du [Bureau du surintendant des institutions financières](#) consulté le 02/12/24 à 17h40

²⁴ [Points saillants financiers pour la période terminée le 30 septembre 2024 | Bureau du surintendant des institutions financières](#) consulté le 02/12/24 à 17h43

²⁵ [Bureau du surintendant des institutions financières](#) consulté le 02/12/24 à 17h44

²⁶ [Bureau du surintendant des institutions financières](#) consulté le 02/12/24 à 20h05

Et pour les **surveiller**, il : « analyse les tendances financières et économiques pour cerner les problématiques ; évalue la situation financière, les risques non financiers et les risques importants ; et examine la qualité de la gouvernance, de la gestion du risque et de la conformité. »²⁷

En conclusion, le Bureau du Surintendant des Institutions Financières **ne joue pas un rôle de gérance, mais plutôt de supervision importante en rendant compte au parlement par l'intermédiaire du ministre des Finances.**²⁸

2.3.2. L'Autorité des Marchés financiers (AMF)

L'autorité des Marchés Financiers a été mise sur pied le 1er février 2004 par la Loi sur l'Autorité des marchés financiers (L.R.Q., c. A-33.2) en ayant pour objectif d'assurer une meilleure intégration de l'encadrement de tous les intervenants du secteur financier relevant du gouvernement.²⁹ Mandaté par le gouvernement du Québec, il a pour rôle de :

Figure 3 : Rôle de l'Autorité des Marchés Financiers



Source : [Brochure AMF-FR-5.qxp](#) consulté le 03/12/2024 à 18h29

Sa mission est **de veiller à la protection du public** en appliquant les lois et règlements qui régissent les secteurs d'activité suivants : assurances, valeurs mobilières, institutions de dépôt (à l'exception des banques à charte fédérale) et distribution de produits et services financiers.

L'Autorité compte près de 500 employés répartis à Québec, où se situe son siège social, ainsi qu'à Montréal. Elle est dirigée par un président-directeur général nommé par le gouvernement du Québec. Pour l'application de ses règles de gouvernance, l'Autorité est soutenue par un vérificateur interne ainsi que par le Conseil consultatif de régie administrative.³⁰

²⁷ [Bureau du surintendant des institutions financières](#) consulté le 02/12/24 à 20h07

²⁸ [Bureau du surintendant des institutions financières](#) consulté le 02/12/24 à 20h20

²⁹ [Brochure AMF-FR-5.qxp](#) consulté le 03/12/24 à 18h24

³⁰ [Brochure AMF-FR-5.qxp](#) consulté le 03/12/24 à 18h36

SECTION 2 : GÉNÉRALITÉS SUR L'OPEN BANKING

Cette section a pour but de définir clairement le concept d'Open Banking et les termes qui sont associés d'une part, et de poser les bases qui nous permettront de faire ressortir le rôle qu'il joue dans la personnalisation et la diversification des services bancaires offerts à la clientèle, d'autre part.

3.1. Quelques définitions, avantages et inconvénients de l'Open Banking

3.1.1. Quelques définitions de l'Open Banking

Bien que l'Open Banking soit un concept relativement nouveau, il a été déjà développé par de nombreux auteurs que nous nous attèlerons à présenter dans le tableau suivant :

Tableau 4 : Quelques définitions de l'Open Banking

Auteurs	Définitions
Markos & Pinar, 2017	Ouverture des API (notamment celles des services d'initiation de paiements et d'information des comptes) des banques afin de partager les données clients dans le but de créer de nouveaux modèles économiques.
Anna, 2018	Processus d'encouragement des clients à partager des informations avec des fournisseurs tiers pour obtenir la meilleure offre possible afin de gérer et tirer le meilleur parti de leur argent.
Ariadne & Stefan, 2020	« A public sector-driven framework in which certain financial sector players share financial product data and/or certain customer-specific data with other financial sector stakeholders. The sharing of customer-specific data is based on request by, and consent of, the consumer. »
Kevin, Philip, Tadhg, Christos, & Milad, 2021	Une initiative qui facilite le partage sécurisé des données de compte avec des tiers sous licence via des interfaces de programmation d'applications (API) permettant aux clients d'être propriétaires de leurs propres données. Le but étant d'accroître la concurrence dans la banque de détail.
Tania, et al., 2024	« OB describes a broad trend where, upon customer consent, financial intermediaries share-willingly or by regulatory fiat-access to their customers' data with other financial service providers. »
Oh, Chung, & Cho, 2024	D'une manière générale, la définition largement admise est celle d'un nouvel écosystème financier qui permet à des tiers d'accéder aux comptes clients ou aux informations détenues par les banques [11] (Laplate & Kshetri, 2021).
Oh, Chung, & Cho, 2024	Selon la BSI ³¹ (2019), l'open banking est un concept qui fait collectivement référence à une série de moyens, de systèmes et de politiques sur la façon dont les banques partagent les données des clients avec l'industrie de la fintech.

Source : Moi-même sur la base de la littérature

3.1.2. Avantages et inconvénients de l'Open Banking

Au regard de tout ce qui émane de la littérature, nous avons pu ressortir des avantages et inconvénients de ce concept contribuant à sa meilleure compréhension. Ainsi, nous avons :

3.1.2.1. Les avantages de l'Open Banking

On rencontre :

³¹ Bank for International Settlements ([Report on open banking and application programming interfaces \(APIs\)](#))

- *l'amélioration radicale de la qualité du service à la clientèle et l'accélération du développement et de la livraison de produits financiers* (Abduvahobov, 2024) et (Aytan, 2024) ;
- *permettre aux banques d'obtenir un avantage concurrentiel en proposant des solutions spécifiques aux clients et à ces derniers de gérer de manière efficace leurs finances* (Abduvahobov, 2024) ;
- *alors que dans les modèles bancaires traditionnels, les données clients sont généralement stockées dans un système fermé et utilisées uniquement par la banque concernée, l'open banking permet à ces données d'être sous le contrôle du client et de les partager avec l'institution financière ou les institutions non financières au choix du client* (Rochet, J. C., & Tirole, J. 1996) tiré de (Aytan, 2024) ;
- *alors que le modèle bancaire traditionnel offre une vision limitée de la situation financière des clients, l'open banking vise à créer un portrait financier plus complet en intégrant les données clients* (Aytan, 2024) ;
- *il serait également plus facile pour les clients de passer d'une institution financière à l'autre, ce qui augmentera la concurrence et encouragera les institutions financières à être plus innovantes* (Chen, X., You, X., & Chang, V. 2021) tiré de (Aytan, 2024) ;
- *opportunités d'expansions pour les nouveaux entrants telles que les fintechs.*

De plus, avant l'arrivée de l'Open Banking pour collecter les données, on procédait par **grattage d'écran** (« Screen Scraping »). C'est une méthode de collecte de données utilisée pour recueillir des informations affichées sur un écran afin de les utiliser à d'autres fins³². « Dans le cadre de celle-ci, les clients consentent à ce que des tiers utilisent le nom d'utilisateur et le mot de passe de leur compte bancaire en ligne pour accéder à leurs données financières. Du point de vue de la confidentialité des données, cette approche n'est pas optimale et ne représente donc pas une solution viable à long terme »³³. Ci-dessous une comparaison entre l'Open Banking et la capture d'écran.

Figure 4 : Comparaison entre l'Open Banking et le Screen Scraping

³² [Qu'est-ce que le grattage d'écran et comment fonctionne-t-il ? | Définition de TechTarget](#) consulté le 12/12/24 à 18h40

³³ [Que signifie le système bancaire ouvert pour vous? KPMG](#) consulté le 12/12/24 à 19h21



Source : (Thorsten & Jeremy, 2020)

3.1.2.2. Les inconvénients de l'Open Banking

Bien que l'Open Banking présente une pléthore d'atouts, elle présente quelques défauts ou limites majeurs. Ainsi nous pouvons citer :

- *assurer la confidentialité et la sécurité des données* (Abduvahobov, 2024) : en effet, *une sécurité faible peut entraîner des fuites de données, exposant les informations sensibles des clients aux cybercriminels et aux acteurs malveillants*³⁴ ;
- *le libre accès aux données pourrait créer de nouvelles opportunités d'attaque et de fraude pour les acteurs malveillants ; il serait donc essentiel que le cadre réglementaire s'adapte à cette évolution rapide* (Chen, X., You, X., et Chang, V. 2021) tiré de (Aytan, 2024) ;
- *la conformité aux réglementations* : en effet le paysage réglementaire de l'open banking peut s'avérer complexe et l'application efficace de ces normes et la responsabilisation des parties en cas de non-conformité peuvent être difficiles lorsque les produits et services sont couverts par les réglementations de plusieurs régions³⁵.

3.2. Le cadre réglementaire de l'Open Banking

Elle trouve ses fondements dans la DSP 2³⁶ (Directive européenne sur les Services de Paiement) qui a été votée en 2015 et est entrée en vigueur depuis le 13 janvier 2018 dans le but

³⁴ [Qu'est-ce que l'open banking ? Avantages et inconvénients de la technologie | F5](#) consulté le 12/12/24 à 19h22

³⁵ [Qu'est-ce que l'open banking ? Avantages et inconvénients de la technologie | F5](#) consulté le 12/12/24 à 19h22

³⁶ **NB** : Actuellement l'UE a sorti le cadre DSP3 pour moderniser le cadre instauré par la DSP2. Elle vise à améliorer la sécurité des paiements, renforcer la confiance des utilisateurs, et stimuler l'innovation grâce à l'open banking et à un meilleur partage des données entre les acteurs financiers. ([Directive sur les Services de Paiement 3 \(DSP3\)](#) consulté le 12/12/24 à 19h23)

d'harmoniser la réglementation sur les paiements au sein de l'Union européenne d'une part et, aux nouveaux acteurs de paiement d'autre part.

3.2.1. Réglementation

Elle est composée de règles et de directives établies par les organismes de réglementation pour régir la manière dont les banques et les fournisseurs tiers partagent les données financières ; avec pour principal objectif d'accroître la concurrence sur le marché, de promouvoir l'innovation et d'améliorer le choix des consommateurs dans le secteur des services financiers, tout en garantissant la confidentialité et la sécurité de leurs données³⁷. Elle varie selon les pays et les régions dépendant de l'approche choisie leurs différents organismes de réglementation pour coordonner sa mise en œuvre. Par exemple :

- *« en Europe : la version révisée de la DSP2 de l'Union européenne impose l'Open Banking à tous les États membres. De plus, c'est l'Autorité bancaire européenne (ABE) qui élabore des normes techniques et des lignes directrices pour l'Open Banking, tandis que les autorités nationales compétentes (ANC) de chaque pays sont responsables de l'application de ces réglementations.*
- *Au Royaume-Uni : à la suite du Brexit, le Royaume-Uni a conservé les stipulations de la DSP2, en ajoutant des spécifications pour la normalisation des API, et a créé l'« Open Banking Implementation Entity » (OBIE) pour superviser la mise en œuvre et le développement des normes de l'Open Banking. La « Financial Conduct Authority » (FCA) est donc responsable de réglementer le secteur des services financiers, y compris les activités d'Open Banking, et met l'accent sur les droits des consommateurs à l'accès aux données et à la vie privée ;*
- *en Australie : les directives relatives au droit aux données des consommateurs (CDR) permettent à ces derniers de partager leurs données avec des tiers accrédités tout en soulignant les droits du consommateur d'accéder à ses données personnelles et de contrôler qui peut y avoir accès. L'« Australian Competition and Consumer Commission » (ACCC) est le principal organisme de réglementation du droit aux données des consommateurs, tandis que l'« Office of the Australian Information Commissioner » (OAIC) supervise les aspects relatifs à la confidentialité des données ;*
- *aux États-Unis : à l'heure actuelle, il n'existe pas de réglementation fédérale complète sur l'Open Banking aux États-Unis. En octobre 2023, le « Consumer Financial Protection Bureau » (CFPB) a proposé une règle visant à mettre en œuvre l'article*

³⁷ [Guide sur la réglementation relative à l'Open Banking | Stripe](#) consulté le 12/12/24 à 19h25

1033 de la loi Consumer Financial Protection Act, qui donnerait aux consommateurs le droit d'accéder à leurs données financières et de les partager. Cette règle, si elle est finalisée, établira un cadre fédéral pour l'Open Banking, et le CFPB supervisera sa mise en œuvre. Entre-temps, plusieurs États ont adopté ou envisagent de mettre en place leur propre législation sur l'Open Banking, et des organisations dirigées par l'industrie, tel que la « Financial Data Exchange » (FDX), qui ont établi des normes de partage de données volontaires. »³⁸

3.2.2. Éléments clés de la réglementation

On rencontre comme facteurs clés de la réglementation de l'open banking :

- **« le consentement du consommateur »** : qui exige que les banques ne puissent partager les données des clients avec les prestataires qu'après avoir obtenu un consentement explicite ;
- **la standardisation des API** : pour faciliter et sécuriser le partage et l'accès aux données entre différents systèmes et plateformes ;
- **les droits et responsabilités en matière d'accès** : définissant les droits et responsabilités de toutes les parties impliquées dans l'Open Banking, y compris les conditions dans lesquelles les prestataires tiers sont autorisés à accéder aux données bancaires, ce qu'ils peuvent faire avec les données, et les normes de sécurité et d'intégrité des données qu'ils doivent respecter ;
- **les protocoles de sécurité** : qui doivent être élaboré de façon rigoureuse pour lutter contre les violations de donnée et la fraude. Cela inclut l'utilisation de méthodes de chiffrement et d'authentification robustes, ainsi que la conduite d'audits de sécurité réguliers ;
- **la surveillance réglementaire** : en imposant aux entreprises de produire régulièrement des rapports, de respecter certaines normes opérationnelles et de participer à des audits de sécurité »³⁹.

3.2.3. Les acteurs tiers (TPP)

Cette directive qu'est la DSP 2 identifie de nouveaux types d'acteurs tiers à savoir :

- **les émetteurs d'instruments de paiement** : il s'agit de prestataires (« Payment Instrument Issuer Service Provider – PIISP ») qui fournissent des cartes de paiement qui

³⁸ [Guide sur la réglementation relative à l'Open Banking | Stripe](#) consulté le 12/12/24 à 19h25

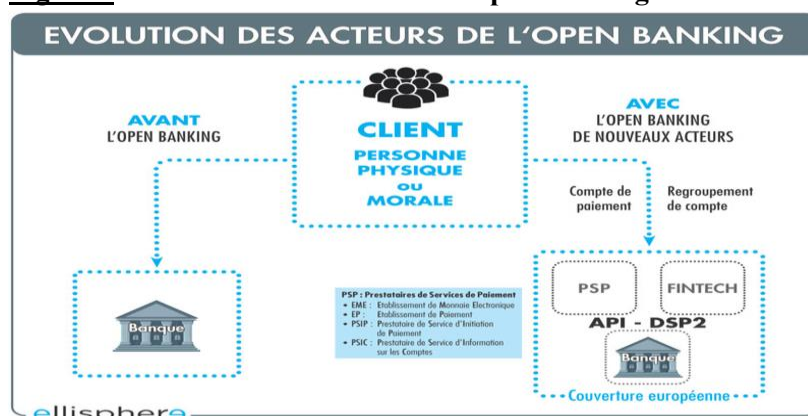
³⁹ [Guide sur la réglementation relative à l'Open Banking | Stripe](#) consulté le 12/12/24 à 19h25

sont reliées au compte bancaire. Ils doivent s'assurer de la disponibilité des fonds auprès de l'agrégateur de comptes bancaires.

- **Les prestataires de services d'initiation de paiement (« PISP – Payment Initiation Service Provider »)** : par services d'initiation, la directive la définit comme étant des services consistant à initier un ordre de paiement à la demande de l'utilisateur de services de paiement concernant un compte de paiement détenu auprès d'un autre prestataire de services de paiement ;
- **les prestataires de services d'information sur les comptes (« AISP – Account Information Service Provider »)** : qui permettent à un usager de regrouper sur une seule interface les informations sur les soldes et les opérations réalisées sur plusieurs ou l'ensemble de ses comptes. En outre, ils offrent des services d'information sur les comptes en recueillant des informations financières en lecture seule.

La figure ci-dessus est une représentation adéquate de l'évolution des acteurs de l'Open Banking. En effet, si auparavant le système bancaire était plutôt restreint aux banques et à leurs clients (personnes physiques ou morales) ; l'avènement de l'Open Banking a favorisé l'entrée de nouveaux acteurs.

Figure 5 : Évolution des acteurs de l'Open Banking



Source : [L'Open Banking, une réelle opportunité ? - Ellisphere](#) consulté le 12/12 à 19h30

3.3. Les API de l'Open Banking

L'Open Banking permet aux institutions financières d'augmenter leur rentabilité et, grâce au partage des données et la collaboration entre les différents prestataires de services d'augmenter leur efficacité (Aytan, 2024). De plus, les intégrations via des API ouvertes permettent aux institutions financières de s'adapter plus rapidement aux nouvelles technologies (Broby, 2021). De plus, l'Open Banking est une initiative visant à faciliter le partage sécurisé des données de compte avec des tiers sous licence via des interfaces de programmation d'applications (API) permettant aux clients d'être propriétaires de leurs propres données (Kevin, Philip, Tadhg,

Christos, & Milad, 2021). Nous jugeons alors nécessaire de vous présenter ces dernières afin de mieux comprendre leur fonctionnement dans le cadre de l'Open Banking.

3.3.1. Quelques définitions des API

Dans l'open banking, les API sont considérées comme étant *la méthode par laquelle les données financières sont transmises entre deux parties. En effet, L'API communique la demande de l'utilisateur pour que les données soient partagées à une partie (généralement son institution financière), puis communique en toute sécurité ces informations au fournisseur de services tiers de confiance de son choix*⁴⁰.

Le **BIS** (« Bank for International Settlements ») définit une API comme étant « *un ensemble de règles et de spécifications permettant aux programmes logiciels de communiquer entre eux, qui forme une interface entre différents programmes pour faciliter leurs interactions* ». Ainsi, les API sont *des règles de communication prédéterminées qui permettent à d'autres programmes d'accéder aux fonctions ou aux données d'un programme spécifique et servent de support pour connecter des fonctions ou des données entre différents programmes d'un réseau* (Oh, Chung, & Cho, 2024). Autrement dit, sont aussi *des règles ou protocoles qui permettent aux applications logicielles de communiquer entre elles pour échanger des données, des caractéristiques et des fonctionnalités*⁴¹.

C'est aussi un « *moyen pour deux applications informatiques de communiquer entre elles sur un réseau en utilisant un langage qu'elles comprennent toutes les deux.* » (Jacobson et al., 2012). Dans cette lancée, David Berlin, rédacteur en chef de la Blockchain Journal, compare les APIs à des prises électriques qui peuvent avoir des modèles d'ouvertures prévisibles dans lesquels d'autres applications correspondantes peuvent se brancher et les consommer de la même manière que les appareils électriques consomment de l'électricité.

De façon générale, les API constituent le socle de l'open banking car elles *offrent aux banques un moyen sécurisé et standardisé de communiquer les données financières des clients à des fournisseurs tiers ; ce sont les pivots rendant possible l'Open Banking*⁴². De plus, elles permettent de *connecter les systèmes de différentes institutions financières afin que les données des clients puissent être partagées en toute sécurité ; aussi de fournir un accès aux données des clients, de traiter les paiements et accéder à d'autres services financiers qui sont des éléments importants qui composent l'écosystème de l'open banking.* (Aytan, 2024).

⁴⁰ [acob-ccsbo-eng.pdf](#) consulté le 13/12/24 à 03h15

⁴¹ [Qu'est-ce qu'une API \(interface de programmation d'application\) ? | IBM](#) consulté le 13/12/24 à 03h49

⁴² [Qu'est-ce que l'open banking ? Avantages et inconvénients de la technologie | F5](#) consulté le 12/12/24 à 19h30

3.3.2. Classification des API

Les API simplifient les processus d'intégration en standardisant la communication des données entre les différents systèmes ; permettant aux clients de partager de manière transparente des données entre différents prestataires de services financiers (Broby, 2021) et, d'améliorer l'expérience client et d'offrir un service plus rapide pour les institutions financières (Aytan, 2024).

Elles peuvent être regroupées dépendamment de leur utilisation ; ainsi nous avons :

- **les API de données** (ou de base de données) : *qui ont pour objectif de connecter les applications et les systèmes de gestion de bases de données*⁴³ ;
- **les API de système d'exploitation** (locales) : qui libèrent les données des systèmes d'enregistrement stratégiques de l'entreprise. Parmi les systèmes stratégiques dont les données peuvent être libérées par les API, on trouve les systèmes ERP, les systèmes de gestion des clients et de la facturation, ainsi que les bases de données propriétaires.
- **les API distantes** : *qui permettent de spécifier comment les applications interagissent sur différents appareils*⁴⁴ ;
- **les API web** : qui comprennent
 - **les API ouvertes** (externes) : qui sont accessibles par de tiers (développeurs, partenaires, etc.) extérieurs à l'entreprise. Elles facilitent généralement l'accessibilité des données et des services de l'organisation sous forme de libre-service destiné aux développeurs du monde entier qui souhaiteraient créer des applications et des intégrations innovantes. Un parfait exemple est l'API Google Maps dont les fonctionnalités de suivi et de géolocalisation sont utilisées par de nombreuses applications tierces comme les applications de covoiturage et de livraison de repas.
 - **les API internes** : destinées à l'intention et à l'usage unique des développeurs en interne. Elles facilitent les initiatives touchant l'ensemble de l'entreprise, depuis l'adoption des architectures de micro services, jusqu'à la modernisation des systèmes legacy⁴⁵ en passant par la transformation digitale.
 - **les API partenaires** : elles se situent à mi-chemin entre les API internes et les API externes. D'ordinaire, cet accès spécial est accordé à de tiers biens spécifiques dans le but de faciliter

⁴³ [Qu'est-ce qu'une API \(interface de programmation d'application\) ? | IBM](#) consulté le 13/12/24 à 05h24

⁴⁴ [Qu'est-ce qu'une API \(interface de programmation d'application\) ? | IBM](#) consulté le 13/12/24 à 05h24

⁴⁵ Le legacy, littéralement « héritage » en anglais, se dit des systèmes informatiques, matériels et logiciels, en place depuis longtemps dans l'entreprise et donc « hérités » du passé. Le legacy est souvent présenté en opposition avec le cloud computing et l'innovation numérique, et synonyme d'obsolescence, et éventuellement de coûts de remplacement élevés.

un partenariat métier stratégique. Le partage de données entre deux organismes constitue l'un des cas d'utilisation les plus répandus des API partenaires, comme cela peut être le cas pour les services spécifiques d'une région et les structures y sont dédiés.

- **Les API composites** : *qui permettent aux programmeurs d'accéder à plusieurs points de terminaisons en un seul appel. Les API composites sont utiles dans l'architecture de micro services où l'exécution d'une tâche unique peut nécessiter des informations provenant de plusieurs sources.*⁴⁶

3.3.3. L'Open Banking à travers les API

Grâce aux API, les clients peuvent obtenir des expériences financières plus complètes en intégrant différents services (Rochet & Tirole, 1996).

L'Open Banking à travers les API, permet d'offrir un bon nombre de services que nous pouvons énumérer comme suit : **l'initiation de paiement, l'agrégation des comptes** (permettant à un client d'avoir une vue d'ensemble sur ses différents comptes auprès de plusieurs fournisseurs en une seule interface), **la gestion des abonnements, la gestion des finances personnelles** : (en permettant à un client d'avoir un aperçu complet de sa situation financière), et **l'octroi de crédit instantané et la notation de crédit**.

En somme, il ressort de ce chapitre que l'Open Banking représente un tournant majeur dans le secteur bancaire et financier. Bien qu'offrant de nombreux avantages, ce concept est tout aussi délicat, car il soulève des enjeux réglementaires importants nécessitant une gestion rigoureuse. Cependant, lorsqu'il est bien encadré, il peut devenir un levier puissant pour booster l'activité d'une banque ; il est donc primordial pour nous d'appuyer nos dires sur une base théorique solide en s'appuyant sur une revue de la littérature.

⁴⁶ [Qu'est-ce qu'une API \(interface de programmation d'application\) ? | IBM](#) consulté le 13/12/24 à 05h24

CHAPITRE 2 : CADRE THÉORIQUE SUR L'OPEN BANKING ET SON RÔLE DANS LA PERSONNALISATION ET LA DIVERSIFICATION DES SERVICES BANCAIRES

La numérisation dans de nombreux secteurs économiques a poussé le système bancaire à s'adapter aux nouveaux paradigmes de la transformation technologique. De plus, le cadre réglementaire existant a contraint le système financier à reconsidérer ses modèles économiques et sa relation avec le marché. De telles raisons ont également généré dans le secteur bancaire un modèle de concurrence sans précédent, d'où l'avènement de l'Open Banking.

Le présent chapitre vise à analyser le cadre théorique en examinant les théories qui ont été mobilisées par divers auteurs dans les travaux antérieurs d'une part (section 1) et par la suite, nous allons développer des propositions de recherche (section 2) qui seront vérifiées au travers d'une analyse qualitative dans les chapitres que nous déroulerons dans la suite de notre étude d'autre part.

SECTION 1 : THÉORIES ET REVUE DE LITTÉRATURE

1.1. Théorie de l'avantage concurrentiel

L'avantage concurrentiel a fait l'objet d'une étude académique par Michael Porter dans son ouvrage « *Competitive Advantage : Creating and sustaining superior performance* » ; l'ouvrage datant de 1985, définit l'avantage concurrentiel comme étant *l'élément qui distingue l'offre d'une entreprise de celle de ses concurrents directs*. L'avantage concurrentiel constitue une variable de diversification très puissante, car il représente un atout stratégique pour l'entreprise qui le possède, c'est donc l'un des facteurs clés de son succès. L'avantage concurrentiel apporte de la valeur à une entreprise ou à un produit spécifique. Les clients vont alors préférer les offres de cette entreprise au détriment de celle de ses concurrents ; il vise donc à conquérir ou à fidéliser une clientèle et à accroître ses parts de marché.

Pour Porter (1985), la concurrence est au centre de la réussite ou l'échec des entreprises. Elle sanctionne les activités d'une entreprise qui concourent à ses résultats, tels que les innovations, la culture qui cimenter efficacement son organisation ou une mise en œuvre réussie. Confrontée à ses rivaux, la stratégie consiste à rechercher une position favorable dans un secteur, scène où la concurrence se manifeste principalement. En ce sens, la stratégie vise l'obtention d'une position rentable et durable au milieu des forces qui définissent le cadre concurrentiel du secteur (Prahalad & Hamel, 1990).

La théorie, essentiellement alimentée par les travaux de Michael Porter, identifie 3 stratégies d'entreprise susceptibles de créer un avantage concurrentiel⁴⁷. On n'a :

- **la stratégie de « Cost-Killer »**

Variant d'une entreprise à une autre, la stratégie de coût ou stratégie de domination par les coûts a pour but d'assurer une production à moindre coût⁴⁸. Porter souligne que les entreprises peuvent bénéficier d'un avantage concurrentiel en réduisant leurs coûts de manière significative. Dans le secteur bancaire, cela pourrait se traduire par une optimisation des processus internes et une utilisation efficace de la technologie pour réduire les frais généraux ; l'automatisation de certains processus est donc susceptible de réduire les coûts et améliorer l'efficacité opérationnelle. En ce sens, KPMG (2017) affirme que l'Open Banking permet la création de nouveaux « business models », ce qui mène inévitablement à la diversification des services bancaires tout en renforçant l'avantage concurrentiel des entreprises bancaires et en offrant aux clients un plus large choix de services. Schumpeter nous fait également connaître le concept de destruction créatrice pour décrire le bouleversement de l'activité économique existante par de nouveaux modes de production des biens et services. En effet, la création d'un nouveau produit ou service améliore la technologie et est susceptible de détruire sa concurrence en prenant l'ascendant, si les concurrents n'arrivent pas à suivre (Zandamela, 2021).

- **la stratégie de différenciation**

Elle permet à l'entreprise de se distinguer sur le marché par rapport à ses concurrents à travers la qualité des produits ou des services proposés⁴⁹. Le principal objectif ici est de créer une proposition de valeur supérieure, qui satisfera les besoins et les désirs spécifiques des clients d'une manière que les concurrents ne pourront pas reproduire facilement. En effet, grâce à une différenciation efficace, une entreprise pourra créer une forte fidélité au sein de sa clientèle, obtenir une part de marché plus importante et générer par la suite des marges bénéficiaires plus élevées.

C'est dans ce sens que l'Open Banking facilite la différenciation en offrant des services bancaires plus ouverts, collaboratifs et axés sur les besoins spécifiques des clients (Marous, 2018) et ; c'est aussi est une bonne manière pour les banques d'asseoir leur domination par la différenciation, car elle leur permettra de se positionner en tant que plateformes de

⁴⁷ [Les avantages concurrentiels dans le cadre d'un projet entrepreneurial](#) consulté le 26/01/2025 à 05h00

⁴⁸ [Stratégie de coût : une technique à objectifs précis](#) consultée le 26/01/2025 à 05h10

⁴⁹ [STRATÉGIE DE DIFFÉRENCIATION : définition, exemple](#) consulté le 26/01/2025 à 05h32

services financiers tout en intégrant des applications tierces et en offrant une expérience cliente plus complète et davantage personnalisée (Brett, 2018).

- La stratégie de niche

Encore appelé stratégie de concentration, c'est une stratégie dans laquelle l'offre vise à résoudre un problème spécifique où, le produit ou l'offre est ainsi adapté à une niche de marché⁵⁰. Il s'agit pour l'entreprise de choisir un segment spécifique sur le marché où elle pourra se démarquer de manière significative par rapport à ses concurrents. Cela pourrait se faire en se concentrant sur un créneau particulier, en offrant des produits ou services uniques ou encore en adoptant une approche différenciée. Dans le contexte particulier du système bancaire, la concurrence a poussé les banques à se mettre à niveau en utilisant de nouvelles technologies afin de rendre les opérations bancaires traditionnelles plus compétitives et durables, ce qui favorise la transformation numérique et le développement de l'Open Banking (Omarini, 2018). En ce sens, l'Open Banking peut accroître la concentration du marché, car les grandes banques et les entreprises technologiques dominantes sont mieux positionnées pour exploiter les données partagées et développer des services à valeur ajoutée (Barchiesi et al., 2020). En accord avec tout ce qui a été dit plus haut, la stratégie de concentration au travers de l'Open Banking pourrait permettre aux banques de se positionner comme des acteurs clés dans des domaines spécifiques, tout en bénéficiant de l'expertise et de l'innovation apportée par des entreprises externes.

1.2. Théorie de l'innovation

« L'expression "innovation rupture" a été évoquée pour la première fois par Clayton Christensen (1997) et concerne les nouveaux venus qui réussissent à cibler des segments négligés » (Rym BOUCHELIT & Fatima BENOUIZIANE ; 2023). Ce concept a suivi plusieurs évolutions et des auteurs comme Ben Yakoub & Achelhi Hicha (2021) ont retracé son évolution à travers de la littérature. Nous vous présentons alors un extrait de quelques définitions de l'innovation dans le tableau ci-dessous d'après le recensement fait par ces deux auteurs :

⁵⁰ [Marché de niche : qu'est-ce que c'est ? Quelles caractéristiques ?](#) consulté le 26/01/2025 à 05h50

Tableau 5 : Quelques définitions de l'innovation selon certains auteurs

Auteurs	Années	Points de vue	Définitions
Schumpeter	1934	Action face à une mutation industrielle	« L'innovation est un processus de mutations industrielles, qui révolutionne, sans cesse la structure économique de l'intérieur, détruisant sans cesse l'ancienne, en créant sans cesse une nouvelle » cité par (Sledzik, 2013, p. 90)
Alken & Hage	1971	Processus de génération et mise en œuvre des nouvelles idées	« L'innovation est la génération, l'acceptation et la mise en œuvre de nouvelles idées, processus, produits ou services au sein d'une organisation. » p. 6 (Kotsemir et al., 2013, p.6).
Zaltman, Duncan and Holbek	1973	L'innovation comme processus d'invention	« L'innovation est un processus créatif par lequel deux ou plusieurs concepts ou éléments sont combinés d'une manière nouvelle pour produire une réalité fonctionnelle inconnue auparavant de la personne impliquée », cité par (Kotsemir et al., 2013, p. 6).
Nelson & Winter	1982	Nouveauté des productions ou structures organisationnelles	« L'innovation est un ensemble des nouveaux produits ou services, nouveaux procédés de production et nouvelles structures organisationnelles utilisées dans les entreprises pour répondre à la demande des clients », cité par (Hadjmianolis, 2000, p. 2).
Van de Ven	1986	Mise en œuvre et développement d'idée	« L'innovation est définie comme le développement et la mise en œuvre de nouvelles idées par des personnes qui, au fil du temps, s'engagent dans des transactions avec d'autres au sein d'un ordre institutionnel. » p. 590.
Urabe	1988	Mise en œuvre d'idée	« L'innovation consiste à générer une nouvelle idée et à la mettre en œuvre dans un nouveau produit ou service, conduisant à développer de l'économie nationale et à l'amélioration de l'emploi ainsi qu'à une création de profit pour l'entreprise commercialement innovant » p. 3.
Twiss	1989	Processus visant la nouveauté et l'émergence d'idée	« L'innovation est un processus qui combine la science, la technologie, l'économie et la gestion, car elle vise la nouveauté et s'étend de l'émergence de l'idée à sa commercialisation sous forme de production, d'échange, de consommation », cité par (Kogabayev & Maziliauskas, 2017, p. 60).
Jorde & Teece	1990	Découverte et création d'un nouveau produit, service, processus ou structure	« L'innovation est la recherche et la découverte, le développement, l'amélioration, l'adoption et la commercialisation de nouveaux processus, de nouveaux produits et de nouvelles structures et procédures organisationnelles. » p. 76.
Damanpour	1991	L'adoption de quelque élément de nouveau	« L'innovation est l'adoption d'un appareil, d'un système, d'une politique, d'un programme, d'un processus, d'un produit ou d'un service généré en interne ou acheté qui est nouveau pour l'organisation qui tente de l'adopter. » p. 556.
King	1992	Processus d'introduction d'un nouvel élément	« L'innovation est la séquence d'activités par laquelle un nouvel élément est introduit dans une unité sociale, dans l'intention de profiter à l'unité. L'élément n'a pas besoin d'être entièrement nouveau pour tous les membres de l'unité, mais il doit impliquer un changement perceptible ou une remise en question. » p. 91.
Damanpour	1996	Outil de changement organisationnel	« L'innovation est un moyen de changer une organisation : et les segments innovants peuvent prendre plusieurs formes, de nouveaux produits ou services, de nouvelles technologies de procédés, de nouvelles structures organisationnelles ou administratives, ou nouveaux plans ou programmes. » p. 694.
Tidd, Bessant, Pavitt & Willey	1998	Processus de changement d'une opportunité à une idée	« L'innovation est un processus de transformation entre une opportunité en une idée et leur traitement utilisé dans la pratique » cité par (Zawawi et al., 2016).
Porter & Stern	1999	Transformation des connaissances à un nouvel élément	« L'innovation est une transformation des connaissances en nouveaux produits, services ou procédés. »
Boer & During	2001	Combiner du nouveau entre des éléments	« L'innovation est une création d'une nouvelle combinaison entre le produit, le processus, le marché, etc., » p. 84.

Garcia et Calantone	2002	Processus permettant le développement de la production et de la commercialisation	« L'innovation est un processus itératif initié par la perception d'une nouvelle opportunité sur le marché ou dans les activités technologiques de recherche liées à des tâches de développement, production et commercialisation, menant à un succès commercial de l'invention ou de l'idée. » p. 112.
Hobday	2005	Nouvel élément	« L'innovation est tout produit, processus ou service nouveau pour l'entreprise, pas nécessairement nouveau pour le monde, ni même pour le marché. » p. 122.
Lafley & Charan	2008	Transformation d'idée en profit	« L'innovation est la conversion d'une nouvelle idée en revenus et en bénéfices », p : 21.
Bledow, Frese, Anderson, Erez & Farr	2009	Mise en œuvre et développement d'idée	« L'innovation est le développement et l'introduction intentionnelle d'idées nouvelles et utiles par des individus, des équipes et des organisations », p : 305.
Baregheh, Rowley & Sambrook	2009	Processus de transformation d'idée en nouveaux ou améliorés produits ou service	« L'innovation est un processus en plusieurs étapes par lequel les organisations transforment leurs idées en produits, services ou processus nouveaux ou améliorés, afin de progresser, d'être compétitifs et de se différencier avec succès sur leur marché », p : 1334
O'Sullivan & Dooley	2009	L'innovation comme vecteur du changement	« L'innovation est l'application d'outils et de techniques pratiques qui apportent des changements aux produits, processus et services, par l'introduction de quelque chose de nouveau pour l'organisation qui ajoute de la valeur aux clients et contribue au stockage des connaissances de l'entreprise », p : 5.
Wang & Kafourous	2009	L'innovation comme moteur de valeur	« L'innovation est l'infusion de nouveaux produits et services, elle donne une impulsion aux économies émergentes en ouvrant des opportunités de commerce international », cité par (Kotsemir et al., 2013, p : 6).
Tidd & Bessant	2009	Processus de transformation d'opportunité en idée nouvelle	« L'innovation est un processus structuré qui consiste à transformer les opportunités en idées nouvelles et à les mettre en pratique », p : 16.
Trott	2012	Gestion du processus d'idée, de développement de production ou commercialisation d'un nouvel élément	« L'innovation est le lien de toutes les activités impliquées dans la découverte, le développement, la production et la commercialisation de produits et services nouveaux (ou améliorés) », p : 15.
Kumar	2013	Nouvelle offre	« L'innovation est une nouvelle offre viable, dans un contexte et une époque spécifique, créant de la valeur pour l'utilisateur et le fournisseur », p : 1.
Rothaermel	2013	Commercialisation ou modification d'un nouveau produit ou idée	« L'innovation est la commercialisation de tout nouveau produit, procédé ou idée, ou la modification et la recombinaison de produits existants », p : 172.
Schilling	2013	Mise en œuvre et pratique d'idée	« L'innovation est la mise en œuvre pratique d'une idée dans un nouveau dispositif ou processus », p : 18.
McKinley, Latham & Braun	2014	Nouveau produit, service ou processus	« L'innovation peut être tout nouveau produit, service ou processus de production qui s'écarte considérablement des caractéristiques de produit, services ou processus de production antérieure », p : 91.
Zawawi	2016	Création ou amélioration d'un nouveau produit ou service	« L'innovation, est définie comme la création ou l'amélioration de produits ou de services pour produire quelque chose de nouveau », p : 91.
Taylor	2017	Création ou amélioration d'un nouveau produit ou procédé	« L'innovation peut être considérée comme un produit ou un procédé nouveau ou existant, mais qui a été amélioré », p : 14.
Taques, Lopez, Basso & Areal	2020	Amélioration des méthodes et techniques pour générer de nouveaux produits ou services	« L'innovation peut être une source d'avantage concurrentiel pour les entreprises, soit par l'amélioration des méthodes et techniques capables de générer de nouveaux produits ou services, soit par le perfectionnement de ceux existants », p : 1.

Source : Ben Yakoub & Achelhi Hicha (2021)

Selon certains auteurs, l'innovation de rupture stipule que « *les jeunes pousses finissent par supplanter les entreprises en place. La perturbation des processus et la transformation des services sont désignées comme des forces clés pour Fintech, le fait que les entreprises Fintech puissent potentiellement déclencher une telle évolution perturbatrice résulte de leurs nouvelles alternatives qui améliorent l'efficacité et la qualité des services* » (Ferrari, 2016).

Selon The Economist (2015), *les fintechs offrent un paysage du crédit plus diversifié et plus stable* contribuant ainsi à concurrencer les banques traditionnelles. C'est pourquoi il devient crucial que les banques s'arriment à l'ère nouvelle pour ne pas se laisser devancer par les nouveaux arrivants.

Pour Smith (2006), *les bases conceptuelles de la mesure de l'innovation sont principalement dérivées de la gestion et de l'économie*. Et, c'est pourquoi cette longévité des innovations financières favorise l'ouverture du processus d'innovation des banques (Marous, 2018).

Les plateformes bancaires numériques, les attentes des clients, les services et la manière dont les clients effectuent leurs opérations évoluent en raison de la transformation du rôle des intermédiaires financiers (Wewege, Lee et Thomsett, 2020). Ainsi, l'Open Banking est un modèle innovant pour le secteur bancaire, non seulement du point de vue de la concurrence, mais également du point de vue de l'engagement client, car il permet de personnaliser l'offre des services bancaires (Premchand et Choudhry, 2018) et de construire de nouveaux archétypes de business model que les banques peuvent utiliser pour pérenniser leur existence sur le marché (Bahri, Germain, Lobo et Tabitha, 2020). En soutien à ces stratégies, les banques de détail doivent intensifier leurs portefeuilles d'API afin de développer un écosystème prompt à promouvoir la collaboration croisée avec des tiers en vue de pousser l'innovation à grande échelle (Brackert, Dab, Kok et Peeters, 2018).

La création d'un nouveau produit ou service améliore la technologie et est susceptible de détruire sa concurrence en prenant l'ascendant, surtout si les concurrents n'arrivent pas à suivre (Zandamela, 2021). Si cette concurrence accrue a visiblement profité aux consommateurs qui, bénéficient désormais d'un large choix de services à eux proposés, d'autres auteurs soulignent les limitations réglementaires qui pourraient être susceptibles de freiner l'innovation en matière d'Open Banking et de facto, empêcher les banques d'utiliser adéquatement les données clients pour personnaliser leurs services (Kauffman et al., 2018). En effet, si les auteurs s'accordent pour dire que l'introduction d'une nouvelle technologie dans un secteur aussi délicat que le secteur bancaire constitue un processus d'innovation, encore faudrait-il que cette dernière soit

acceptée par les utilisateurs ; dans la littérature, plusieurs concepts sont utilisés pour prédire et étudier l'acceptation d'une technologie. Cela nous renvoie très souvent à la notion d'acceptabilité (Bobillier-Chaumon & Dubois, 2009).

SECTION 2 : PROPOSITIONS DE RECHERCHE ET DESCRIPTION DES VARIABLES

Ayant précédemment présenté les fondements théoriques de notre recherche, dans cette section nous formulerons nos propositions de recherches d'une part et nous établirons le lien entre les variables de l'étude d'autre part.

2.1. Propositions de recherche

En nous appuyant sur les résultats des études empiriques précédentes, pour interpréter et vérifier nos résultats, la méthode que nous avons décidé de retenir est celle de : **l'abduction**. Elle va consister à :

- formuler des propositions de recherche au travers de la littérature existante ;
- de par les données recueillies auprès de nos interlocuteurs, affirmer ou infirmer ces différentes propositions de recherche.

2.1.1. L'open banking et la personnalisation des services bancaires

Le milieu bancaire est un environnement très concurrentiel où chaque acteur doit se démarquer de ses concurrents pour sortir du lot. Tout cela a donc conduit à l'utilisation de nouvelles techniques telle que la **gestion de la relation client** (GRC). La Gestion de la Relation Client (GRC), communément appelée CRM (« Customer Relationship Management ») en anglais « est une approche stratégique. Elle vise à **centraliser et à optimiser** la gestion de toutes les interactions entre une entreprise et ses clients. Qu'ils soient actuels ou potentiels. »⁵¹ Elle contribue donc à *améliorer la satisfaction du client, à renforcer la fidélité et enfin à augmenter la rentabilité de l'entreprise*⁵². Nous pouvons alors affirmer que l'intégration d'un CRM dans le système financier d'une banque constituerait *un avantage majeur et faciliterait la communication avec la clientèle rendant la relation cliente plus personnalisée* comme le suggérerait **Touzani Oussama (2024)**⁵³. De plus, pour cet auteur, personnaliser ses services permettrait à une institution *de se démarquer et d'être unique sur son marché*. Pour (Senihji & Idrissi, 2024) « à l'époque où le client est devenu « roi », la personnalisation s'avère aujourd'hui une obligation et une pratique marketing incontournable pour toute entreprise. Cette stratégie marketing, grâce à une compréhension des attentes individuelles des clients, permet de leur assurer un degré de satisfaction le plus élevé et de garantir leur fidélité. ». Tiré de l'article de ces auteurs, « la personnalisation a d'énormes effets positifs sur le client qui se

⁵¹ [GRC : Définition, Importance et Logiciels !](#) consulté le 12/11/24 à 16h35

⁵² [GRC : Définition, Importance et Logiciels !](#) consulté le 12/11/24 à 16h36

⁵³ <https://doi.org/10.5281/zenodo.11370771> consulté le 12/11/24 à 16h40

manifestent également par le bouche-à-oreille positif (Hennig-Thurau et al. 2002) et sur l'entretien de la relation durable avec le prestataire (Gwinner et al. 1998). Elle a ainsi des effets positifs sur la qualité de la relation (Huang et Shyu, 2009). Dans une autre recherche dans le cas des banques, Baumann et al, (2005) ont confirmé que la personnalisation a un effet positif sur la part du portefeuille client. Par conséquent, on peut dire que la personnalisation peut constituer une réponse favorable aux nouveaux besoins des clients. Elle constitue le trajet le plus court pour atteindre la satisfaction et la fidélité de la clientèle. »

Aussi, pour El Achari Sanaa & Hattab Samia (2024) « les banques doivent adopter une approche proactive et agile pour s'adapter à cet environnement en constante évolution, en exploitant les technologies numériques pour proposer des services plus efficaces, sécurisés et personnalisés ». Pour ces auteurs, les banques pourraient utiliser « les données des clients pour offrir des produits et services personnalisés, un marketing ciblé et des recommandations personnalisées ». Certains auteurs perçoivent la personnalisation comme étant :

- « Personalization is the ability to provide content and services tailored to individuals based on knowledge about their preferences and behaviour ». (Hagen, Manning et Souza, 1999).
- « Personalization is the ability of a company to recognize and treat its customers as individuals through personal messaging, targeted banner ads, special offers on bills, or other personal transactions ». (Imhoff, Loftis et Geiger, 2001, p467).
- « Personalization is the use of technology and customer information to tailor electronic commerce interactions between a business and each individual customer. Using information either previously obtained or provided in real time about the customer, the exchange between the parties is altered to fit that customer's stated need, as well as needs perceived by the business based on the available customer information ». (Adomavicius et Tuzhilin, 2005, p83).
- « Personalization occurs when the firm decides what marketing mix is suitable for the individual. It is usually based on previously collected customer data ». (Arora et al., 2008).

La littérature existante nous permet alors d'établir un lien entre l'open banking et la personnalisation des services bancaires. En effet, l'Open Banking incite les banques à repenser leur modèle économique et à adopter une approche axée sur l'innovation et la personnalisation des services pour rester compétitives (Hensen & Stenzel, 2020). Elles réussissent donc à

exploiter pleinement les opportunités offertes par l'Open Banking et peuvent obtenir un avantage concurrentiel en offrant une proposition de valeur de qualité. Lorsque la personnalisation est poussée, elle peut atteindre un degré supérieur ; il s'agit de l'hyperpersonnalisation (qui est une stratégie marketing qui utilise les données clients en temps réel grâce à des technologies comme l'intelligence artificielle pour fournir une expérience et des services uniques et spécifiques à chaque consommateur. Il s'agit concrètement d'une version plus pointue, précise et pertinente de la personnalisation de l'expérience cliente classique⁵⁴).

Une stratégie d'hyperpersonnalisation comporte quatre éléments : *la base de données, les décisions, la conception et la distribution* (Boudet et al., 2017 ; Jain et al., 2021). Tous ces éléments sont nécessaires ; mais le point de départ pour une stratégie d'hyperpersonnalisation bien faite est la base de données, car elle requiert le retour client pour améliorer leurs expériences.

« *En misant sur l'open banking, les banques collaborent avec les fintechs pour développer des services financiers innovants proposant une expérience client intégrée* » Augustin junior Mbam et al. (2024). De plus pour ces auteurs, « *l'adoption croissante des technologies numériques par le secteur bancaire pourrait avoir des conséquences considérables sur le marché de l'emploi et (...) une plus grande efficacité et une amélioration de l'expérience client* ».

L'open banking permettrait alors d'améliorer la relation client et par connivence ajouter de la valeur ainsi qu'une optimisation des coûts et une personnalisation des services (El mokhtari, h., belattar, l., & asraoui, i. , 2023)⁵⁵.

Au vu de tout cela, nous sommes donc en mesure de formuler la proposition de recherche suivante :

Proposition 1 : L'Open Banking permet à la banque de personnaliser ses services et les adapter aux préférences de chaque client.

2.1.2. L'open banking et la diversification des services bancaires

« *L'arrivée des fintechs et la forte capacité des GAFAs à pénétrer de nouveaux marchés a poussé les banques à entreprendre une transformation numérique afin de toujours mieux répondre aux besoins de leurs clients.* » **Sebastien Delautre** (Global Deputy COO ITEC à la Société

⁵⁴ [Hyper personnalisation : définition marketing | Qualtrics](#) consulté le 11/12/24 à 17h23

⁵⁵ <https://doi.org/10.5281/zenodo.8054817> consulté le 11/12/24 à 17h30

Générale)⁵⁶. De plus « *l'arrivée des fintechs sur des marchés autrefois réservés aux banques en situation de monopole ou d'oligopole induit des changements profonds au sein des banques traditionnelles. Ces dernières sont contraintes à se transformer pour faire face à ces nouveaux entrants plus centrés sur les clients et qui plus est, proposent des services à des conditions financières alléchantes : virements ou échange de devises sans frais, commissions réduites sur les placements...* »⁵⁷.

La diversification des activités est une tendance que l'on observe depuis plusieurs années dans le secteur bancaire. Pour certains auteurs, elle peut signifier l'extension des activités de la banque à ce qu'elle propose habituellement et, pour d'autres, il est important de préciser que *la diversification des services bancaires implique une expansion des activités de base des banques, tout en restant cohérente avec leur rôle principal d'intermédiaires financiers, afin de répondre aux demandes changeantes des clients et aux évolutions du marché* (Llewellyn et Mayes, 2003).

« *Les approches traditionnelles de l'innovation technologique bancaire ne sont plus suffisantes et les banques doivent passer à des stratégies plus novatrices pour identifier des marchés inexplorés et créer de nouvelles sources de valeur* » Augustin junior Mbam et al. (2024).

Certains travaux soutiennent que la diversification a des effets positifs sur la performance, à l'instar de la théorie moderne du portefeuille, qui suggère que la détention d'actifs imparfaitement corrélés réduit le risque au sein d'un portefeuille d'actifs et se traduit par des rendements positifs (Markowitz, 1952). De plus, elle peut contribuer à réduire les coûts attendus des difficultés financières en diminuant les risques grâce à la répartition des activités entre différents secteurs (Boot et Schmeits, 2000), améliorer l'allocation des ressources par le biais des marchés de capitaux internes (Stein, 1997) et offrir aux entreprises les avantages des économies d'échelle (Klein et Saidenberg, 1998). Il est également suggéré que la diversification peut minimiser le coût de la sélection/surveillance des emprunteurs bancaires (Doan et al., 2018) et qu'elle réduit le risque spécifique à l'entreprise (Fama, 1985).

Le lien alors que nous réussissons à ressortir entre l'open banking et la diversification des services coule donc de source au travers de notre littérature. En effet, cette tendance d'intégrer l'open banking à son mode de fonctionnement pour une institution est « *motivée par les exigences réglementaires et le désir d'offrir aux clients davantage de choix en matière de*

⁵⁶ Tiré de [Fintech vs banques : fantasme ou réalité ?](#) consulté le 12/11/24 à 18h15

⁵⁷ [Fintech vs banques : fantasme ou réalité ?](#) consulté le 12/11/24 à 18h18

services financiers » El Achari Sanaa & Hattab Samia (2024). En effet, si pour Casu, Girardone et Molyneux (2019), l'Open Banking peut permettre aux banques d'exploiter de nouvelles sources de revenus en collaborant avec des acteurs externes pour offrir des services complémentaires et améliorer l'expérience client. Pour d'autres auteurs qui vont un peu plus loin, ils sous-entendent que *l'Open Banking est une opportunité pour les banques de diversifier leurs gammes de services en donnant accès à des tiers à leurs données, ce qui aboutit au développement de nouveaux produits et services répondant ainsi aux besoins changeants des consommateurs* (Skinner, 2019). Cela collabore alors la conclusion faite par Alexia PURY (2023-Mémoire (17)) dans son étude réalisée dans le contexte suisse suggérant que « *en utilisant les technologies d'open banking et d'API, les banques suisses traditionnelles pourraient être bien placées dans la course aux clients et avoir accès à une grande quantité d'informations les concernant, telles que les transactions, les prêts et les actifs. À l'inverse, en cas de collaboration avec une fintech pour certains services, la banque traditionnelle pourrait transmettre en toute sécurité des informations sur ses clients. Bien sûr, l'open banking nécessitera des processus de sécurité bien établis pour protéger les données des clients* (Mehdiabadi et al., 2020) ».

En outre, les travaux de Cortet, Rijks et Nijland (2016) sont pertinents en ce sens qu'ils identifient quatre stratégies différentes qui répondent spécifiquement aux modèles d'Open Banking qu'une banque peut adopter dans un contexte de DSP2, à savoir : *se conformer, rivaliser, développer, et transformer*. Ces derniers s'accordent pour dire que peu importe la stratégie pour laquelle les banques optent, cela leur permet de repenser le modèle global en termes de processus, coûts, revenus et canaux.

Au vu de tout cela, nous sommes donc en mesure de formuler la proposition de recherche suivante :

Proposition 2 : L'Open Banking permet à la banque de diversifier ses services par rapport à ceux traditionnellement proposés.

2.2. Contextualisation des variables

Grâce à notre revue de la littérature, nous avons pu identifier les différents concepts phares de notre recherche tels que présentés ci-dessus : l'open banking, la personnalisation des services bancaires (au travers de l'expérience client) et la diversification des services bancaires. Le tableau ci-dessous fournit la définition de chaque concept, ainsi que les éléments sélectionnés pour leur mise en contexte.

Tableau 6 : Tableau de définition des construits et items

Construits	Définitions	Items	Références
Open Banking	Processus d'encouragement des clients à partager des informations avec des fournisseurs tiers pour obtenir la meilleure offre possible afin de gérer et tirer le meilleur parti de leur argent.	• Adoption par les banques • Sécurité et protection des données • Innovation et diversité des services • Données partagées • Partenariats stratégiques • Volume d'utilisateurs	(Omarini, 2018 ; Xu et al., 2020 ; Zachariadis et Oczan, 2017)
Personnalisation des services bancaires	Utilisation de la technologie et des informations client pour adapter les interactions commerciales entre une entreprise et chaque client individuellement en utilisant des informations soit préalablement obtenues, soit fournies en temps réel sur le client, les échanges entre parties, en vue de répondre aux besoins spécifiques de chaque client.	• Analyse des données clients • Évaluation de la satisfaction client • Utilisation des technologies de personnalisation • Adoption des offres personnalisées	(Adomavicius et Tuzhilin, 2005 ; Tam & HO, 2005)
Diversification des services bancaires	Expansion des activités de base des banques tout en restant cohérentes avec leur rôle principal d'intermédiaires financiers, afin de répondre aux demandes changeantes des clients et aux évolutions du marché.	• Gamme de produits • Répartition des revenus • Clientèle cible • Étendue géographique	(Llewellyn et Mayes, 2003 ; Pélissier et Toharia, 2005)

Source : auteur

En somme les recherches existantes sur l'Open Banking nous ont permis de développer un cadre théorique comprenant plusieurs perspectives. Les théories que nous avons étudiées nous ont permis de considérer l'aspect économique, financier et marketing de l'Open Banking et mettre en lumière son lien avec nos deux éléments clés : la personnalisation et la diversification des services bancaires. Bien que ces théories se complètent et approfondissent notre compréhension du sujet, elles supposent la prise en compte de facteurs clés. De bout en

bout, ce chapitre nous a conduits à formuler des propositions de recherche, qu'il était nécessaire de confronter à la réalité du terrain à travers des entretiens.

DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION DE LA METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE ET DES RESULTATS OBTENUS

Sur la base de données que nous aurons recueillies sur le terrain auprès d'un groupe de personnes du secteur financier, nous allons essayer de comprendre et évaluer comment les différentes variables relevées à savoir la personnalisation et la diversification dans les services bancaires sont en lien avec l'open banking.

Cette partie, constituée de deux chapitres, le premier chapitre présentera la démarche méthodologique que nous avons retenue dans le cadre de nos recherches ainsi que les résultats obtenus d'une part et le deuxième chapitre examinera les résultats obtenus au chapitre précédent et présentera notre jugement général du travail que nous avons réalisé entre autres nos limites, nos difficultés et les recommandations que nous pouvons apporter.

CHAPITRE 3 : PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE ET DES RESULTATS DESCRIPTIFS DE LA RECHERCHE

Pour établir une connexion cohérente entre la littérature théorique et empirique, il est nécessaire de définir des méthodes appropriées pouvant nous guider dans notre étude.

Le cadre méthodologique comprend une description détaillée de toutes les démarches, méthodes et outils utilisés par le chercheur pour mener à bien une étude. Il est primordial qu'il explique de manière approfondie ses processus relatifs à l'identification, la sélection, le traitement et l'analyse des informations relatives à un phénomène étudié spécifique. Cette partie du travail abordera les repères méthodologiques qui permettent au lecteur d'évaluer de manière critique la validité et la fiabilité des résultats de l'étude.

Le présent chapitre sera alors subdivisé en deux sections. En effet, la première section présentera la méthodologie de la recherche d'une part et la deuxième section présentera les résultats obtenus d'autre part.

SECTION 1 : Présentation de la démarche méthodologique

« Les méthodologies établissent la façon dont on va analyser, découvrir, décrypter un phénomène » (Hlady, 2002).

La démarche méthodologique englobe une gamme de techniques et d'outils mis en œuvre pour évaluer la validité d'un cadre théorique à travers diverses approches de recherche.

1.1. Justification du choix méthodologique

La sélection de l'approche méthodologique constitue une étape significative du processus de recherche. En effet, c'est à ce moment que le chercheur établit les orientations générales de l'étude en termes de techniques et de procédures de collecte et d'analyse des informations. D'après Queiros et al., (2017) l'approche quantitative et l'approche qualitative sont deux méthodes de recherche très répandues. En effet, *« l'étude qualitative est descriptive et se concentre sur des interprétations. Les résultats sont exprimés avec des mots. Tandis que, l'étude quantitative permet de prouver ou démontrer des faits. Les résultats sont exprimés en chiffres (statistiques) »*⁵⁸. Autrement dit, l'approche quantitative est une approche déductive du processus de recherche ; tandis que l'approche qualitative est une approche inductive du

⁵⁸ [Étude qualitative et quantitative - définitions et différences](#) consultées le 01/02/2025

processus de recherche. On rencontre aussi une forme de recherche mixte qui est la jonction de la recherche quantitative et la recherche qualitative.

Dans notre étude, l'objectif est de comprendre l'impact potentiel de l'Open Banking sur la compétitivité des banques canadiennes en termes de personnalisation et de diversification dans les services bancaires. La méthode qui nous a alors semblé idéale pour appréhender notre étude est **l'approche qualitative**. En effet, « *faire de la recherche qualitative est une façon de regarder la réalité sociale. Plutôt que de chercher les bonnes réponses, la recherche qualitative se préoccupe également de la formulation des bonnes questions* » (Kohn & Christiaens, 2014). Cette approche va nous permettre de générer du contenu ou encore de permettre la compréhension approfondie des concepts que nous désirons étudier. Elle pourra se faire au travers d'entretiens, d'observations, d'analyse, de documents, etc.

1.2. Collecte de données

Ici, nous allons présenter tour à tour le groupe cible, l'échantillonnage, la méthode de collecte et le déroulement de la collecte de données.

1.2.1. Groupe cible

Le groupe cible ou encore la population cible fait référence au groupe spécifique de personnes ou d'individus sur lesquels la recherche est axée. Il s'agit de la population dont les données sont collectées et analysées pour répondre aux objectifs de recherche du mémoire. Dans l'approche qualitative, *les deux qualités essentielles sont la diversité de l'expression et la présence d'individus présentant des caractéristiques très liées aux phénomènes étudiés* (Sawadogo, 2020).

Notre étude visant à comprendre le rôle de l'Open Banking dans la personnalisation et la diversification des services bancaires, nous avons décidé de nous intéresser aux acteurs financiers qui ont une certaine compréhension de l'Open banking. Il ne s'agira pas pour nous de faire une étude de cas, mais de mener des entretiens. Nos candidats seront recensés selon l'opportunité qui se présente et la coopération de ces derniers.

1.2.2. Échantillonnage

L'échantillonnage fait référence au nombre de cas individuels finalement utilisés et à partir desquels on génère les données. Il est crucial, car il permet d'obtenir des résultats significatifs et fiables tout en économisant du temps, des ressources et des efforts. En ce sens, l'échantillonnage désigne le processus de sélection d'un groupe d'individus qui sera interrogé dans le cadre d'une étude. Pour sélectionner nos différents candidats, nos **critères d'inclusions** étaient les suivantes :

- professionnels du secteur financier ;
- professionnels ayant une certaine connaissance liée à l'open banking ;
- professionnels ayant un minimum de 2 à 3 ans d'expérience dans un domaine lié au service bancaire ou à l'open banking.

S'agissant de nos **critères d'exclusions**, elles étaient les suivantes :

- professionnels du secteur financier n'ayant aucune connaissance ou implication dans les stratégies d'Open Banking ;
- professionnels n'ayant pas une maîtrise suffisante des concepts bancaires ou technologiques pour fournir des réponses détaillées ;
- professionnels indisponibles ou difficiles à contacter compliquant la prise de rendez-vous pour les entretiens ;
- les participants qui ne maîtrisent pas bien le Français ou l'Anglais, car cela pourrait entraver l'échange et rendre la communication difficile.

1.2.2.1. Base d'échantillonnage

Encore appelée population de base ou population mère, elle fait référence à l'ensemble complet d'individus, d'objets ou d'unités à partir desquels un échantillon est tiré. Autrement dit, c'est la population totale dont on souhaite tirer un échantillon. De plus, dans le cadre de notre étude, nous avons choisi une méthode d'échantillonnage non probabiliste⁵⁹. Ainsi, nous avons :

- **population cible** : professionnels du secteur financier du Canada ;
- **population accessible** : professionnels du secteur financier de la province du Québec et de l'Ontario.

1.2.2.2. Technique d'échantillonnage

Comme plusieurs auteurs avant nous tels que Hu et al. (2018), nous avons décidé de choisir la technique d'échantillonnage par convenance, également appelé échantillonnage par choix ou échantillonnage de commodité, car nous l'avons jugé la plus appropriée. En effet, l'échantillonnage de convenance est une stratégie de sélection d'échantillons dans laquelle les individus ou groupes sont choisis en raison de leur disponibilité, de leur accessibilité ou de la convenance pour l'enquêteur (Kerlinger et Lee, 2000 ; Neuman, 2014). Autrement dit, c'est une méthode d'échantillonnage non probabiliste où les participants sont choisis en fonction de leur accessibilité ou de la facilité de les recruter pour l'étude.

⁵⁹ Méthode de sélection d'un échantillon dans laquelle les éléments de la population n'ont pas une chance égale d'être incluse dans l'échantillon.

1.2.2.3. Taille d'échantillonnage

Choisir la taille d'échantillon implique d'estimer le nombre de cas individuels pour notre recherche. La taille de l'échantillon dépend de ce que l'on cherche à savoir, de ce qui sera utile, de ce qui aura de la crédibilité, et pourra être fait avec le temps et les ressources disponibles (Michael, 2014). Selon (Sandelowski, 1995), la taille de l'échantillon doit être adéquate pour permettre à la fois le développement d'une « *nouvelle compréhension* » du phénomène étudié et « *une analyse approfondie* » des informations. L'objectif étant d'assurer la qualité des participants et des réponses obtenues. Pour certains auteurs, il est primordial de trouver l'équilibre en rapport avec l'étude que l'on mène. En effet, la quantité de données pertinentes et exploitables collectées par le chercheur diminue proportionnellement à ses besoins en nouveaux participants (Morse, 2000).

L'échantillon doit alors être déterminé en fonction du niveau de saturation théorique des données. On entend par point de saturation l'ensemble constitué des données collectées jusqu'à ce que des données n'apportent aucune information supplémentaire. Cette saturation survient lorsque les données ne révèlent plus de nouveaux thèmes ou d'informations nouvelles (Olubiyi, Smiley, Luckel, & Melaragno, 2019). Le chercheur doit donc prendre en considération divers facteurs à l'instar de la portée de l'étude, la nature du sujet, la qualité des données, etc., afin de déterminer son échantillon idéal comme le souligne Morse (2000). Dans le cadre de notre étude, c'est le postulat de Sawadogo (2020) que nous avons décidé de retenir pour choisir à la taille de notre échantillon. Entre autres la présence d'individus présentant des caractéristiques liées au phénomène étudié en l'occurrence l'open banking.

Cela a été fastidieux, mais notre échantillon se trouve alors composé de **05 participants**. Les profils de nos différents interlocuteurs correspondent aux attentes de notre recherche. Afin de préserver l'anonymat des participants à notre étude, nous avons choisi de ne pas divulguer leurs noms, optant plutôt pour des codes identifiant les différents entretiens, à savoir E1, E2, E3, E4 et E5. De plus pour des raisons de confidentialités, nous ne pourrions pas divulguer leur poste, car il pourrait permettre de les identifier facilement.

Tout de même, chacun de nos interlocuteurs est lié ou a été lié de façon directe ou indirecte à l'Open Banking. À cet effet, chacun de par son poste occupé nous a permis de mieux affiner notre compréhension au sujet de l'open banking, de comprendre les enjeux et attentes vis-à-vis de celle-ci selon leur perception et celle de leur organisation. Chacun d'entre eux a pu enrichir notre discussion avec des exemples clairs et précis, des explications détaillées pour nous aider à mieux apprécier la formulation de nos différentes propositions de la recherche.

Tableau 7 : Liste et codage des interviewés

Interview	Genre	Nombre d'années d'expérience professionnelle	Secteur d'activité
E1	M	16 ans	Banque
E2	F	18 ans	Banque
E3	M	11 ans	Coopérative financière
E4	M	+ de 10ans	Autorité réglementaire
E5	M	18 ans	Autorité réglementaire et Cabinet

Source : auteur

1.2.3. Méthode de collecte des données

Selon Gill et Baillie (2018), les entretiens et les groupes de discussion sont les méthodes les plus fréquemment utilisées pour collecter les données dans les recherches qualitatives. On rencontre aussi, comme autre méthode de recherche relative aux entretiens, les études biographiques et les histoires orales. Toutefois, dans notre étude, nous avons choisi de nous concentrer principalement sur les entretiens à défaut des groupes de discussion, car les opinions de certains individus auraient pu influencer les opinions des autres. De plus, lorsqu'un chercheur traite d'un sujet sensible, cette méthode est fortement déconseillée.

D'après les auteurs (Baribeau & Roye, 2012) « *L'entretien individuel, plus que tout autre dispositif, permet de saisir, au travers de l'interaction entre un chercheur et un sujet, le point de vue des individus, leur compréhension d'une expérience particulière, leur vision du monde, en vue de les rendre explicites, de les comprendre en profondeur ou encore d'en apprendre davantage sur un objet donné. Comme la parole est donnée à l'individu, l'entretien s'avère un instrument privilégié pour mettre au jour sa représentation du monde.* ». Les entretiens que nous allons mener nous permettront pour notre étude d'explorer en profondeur les perceptions, les expériences et les opinions des participants sur notre problème. Les questions ouvertes que nous allons poser lors des entretiens favoriseront des réponses détaillées, offrant ainsi une compréhension approfondie du phénomène étudié. Globalement, cette méthode nous permettra d'obtenir des informations détaillées, subjectives et riches en significations, nous aidant ainsi d'avoir une compréhension approfondie et nuancée du phénomène que nous étudions. Selon Adhabi & Anozie (2017), l'entretien offre une opportunité unique de recueillir des informations

plus approfondies sur un sujet par rapport à d'autres méthodes de collecte de données. On distingue trois (03) types d'entretiens à savoir :

- **l'entretien directif** qui est structuré avec des questions spécifiques et prédéfinies. Ici, le chercheur suit un guide d'entretien contenant des questions fermées dans le but de recueillir des réponses standardisées et comparables ;
- **l'entretien non directif** quant' à lui permet aux participants de s'exprimer librement sur le sujet de recherche. Ici, le chercheur n'a pas une grande connaissance sur le sujet de l'étude et ne fournit que peu ou pas d'indications à l'interviewé ;
- **l'entretien semi-directif**, ici le chercheur utilise un guide d'entretien contenant une liste de questions préalable, mais il a également la flexibilité de poser des questions supplémentaires et d'approfondir certains sujets en fonction des réponses des participants.

Comme certains de nos prédécesseurs, nous avons décidé d'opter pour **l'entretien semi-directif**. En effet, l'Open Banking étant une pratique en constante évolution et toujours sujette à réflexion, le choix de cette méthode de collecte était donc la plus judicieuse pour nous, car, elle nous permettra d'avoir un équilibre en guidant les échanges et en orientant les répondants dans la direction souhaitée, tout en leur permettant de développer librement les points essentiels.

1.2.4. Déroulement de la collecte des données

Après avoir défini minutieusement notre cible et la taille de notre échantillon, nous sommes entrées en contact, et cela au fur et à mesure avec les personnes ayant bien voulu participer à notre étude pour définir une date et une heure. Nous avons collecté les données durant la période du mois de fin **Mars à début avril**. Les échanges ont été faits en **ligne** grâce à l'application de communication Microsoft **Teams**. Ils duraient en majorité **une quarantaine de minutes (4/5)** pouvant aller à plus d'**une heure (1/5)**. Pour permettre à nos participants de s'imprégner du sujet traité et éventuellement de préparer leurs réponses, nous mettions à leur disposition notre guide d'entretien et les documents annexes à signer minimum quatre (04) jours avant la date convenue.

Chaque entretien débutait par une brève présentation de notre personne et de notre sujet de recherche. Par la suite, les questions étaient administrées en respectant l'ordre de notre guide d'entretien et l'échange se déroulait de façon à recueillir le maximum d'informations pour chacune de nos variables. Étant donné qu'il s'agissait d'entretiens semi-directifs, des questions supplémentaires pouvaient et étaient administrées à nos interlocuteurs selon la tournure de

l'échange, dans le but de toujours recueillir plus d'informations et de comprendre certaines explications qu'ils nous fournissaient ou avec pour but d'enrichir notre culture personnelle.

1.3. Analyse des données

Elle se fera d'une part à travers l'analyse de contenu et d'autre part à travers la présentation du logiciel d'analyse qualitative auquel nous aurons recours.

1.3.1. Analyse de contenu

L'analyse de contenu est une méthode utilisée pour examiner et interpréter le matériel textuel, visuel ou audio. Elle renvoie à une technique permettant d'analyser des données textuelles en identifiant des thèmes récurrents et en développant des catégories conceptuelles (Hsieh & Shannon, 2005). Autrement dit, elle consiste à examiner de manière systématique le contenu d'un corpus de données afin de dégager des tendances, des thèmes, des motifs et des significations. Selon la perspective inférentielle de Muchielli (2006), l'analyse de contenu est définie comme une approche permettant d'aller au-delà du contenu manifeste pour rendre explicite le contenu latent des données.

Il convient de noter que l'analyse de contenu dans la recherche qualitative est un processus itératif et réflexif, qui nécessite souvent une révision et une réflexion continue au fur et à mesure de l'avancement de l'analyse. Il est recommandé de rester ouvert aux nouvelles découvertes et de maintenir une approche flexible tout au long du processus d'analyse.

Généralement, les étapes de l'analyse de contenu sont :

- **La retranscription des données**

Retranscrire, c'est recenser les informations recueillies et les mettre sous forme d'écrits, appelés verbatim (Andreani et Conchon, 2005). La retranscription des données fait aussi référence au processus de conversion des enregistrements audio ou vidéo des entretiens, des groupes de discussion ou des observations en texte écrit dans le but de faciliter l'analyse et l'interprétation. C'est un processus chronophage et exigeant, nécessitant une attention aux détails et une précision. La qualité de la retranscription aura un impact direct sur l'analyse et l'interprétation ultérieures des données, il est donc essentiel de consacrer du temps et des efforts pour réaliser une retranscription précise et fiable. Il est important de noter mot après mot ce que l'interviewé nous dit sans dénaturer ses propos pour une bonne analyse.

Pour mener à bien cette étape, nous avons procédé à une retranscription manuelle sur Microsoft Office Word des différents entretiens que nous avons menés et, pour **chaque entretien effectué, il nous a fallu en moyenne trois (03) heures pour le retranscrire.**

- Le codage des données

C'est un « processus d'attribution de codes qui peuvent être des mots ou des expressions à des éléments de données qualitatives. Ces codes aident à identifier les modèles et les significations des données, facilitant ainsi l'analyse et l'interprétation. Essentiellement, le codage transforme les données brutes en informations utiles, permettant aux chercheurs de mieux comprendre ce que disent les données. »⁶⁰. Elle fait aussi référence au processus de catégorisation, de marquage ou d'attribution de codes à des unités de sens ou des éléments spécifiques dans les données qualitatives. Cela peut être fait manuellement ou l'aide de logiciels d'analyse qualitative. Il existe généralement trois (03) types de systèmes de codage :

- **Codage in vivo** : qui repose sur l'utilisation du langage exact des participants pour générer des codes ;
- **Codage descriptif** : qui utilise surtout des noms communs pour résumer les segments de données ;
- **Codage de valeurs** : mets l'accent sur les conflits, difficultés et questions de pouvoir.

Dans le cadre de notre étude, nous aurons recours au **codage in vivo**, car il nous permettra de conserver le langage des participants de manière à ce que les codes émergent naturellement.

- Le traitement de données

Elle fait référence aux différentes étapes set techniques utilisées pour préparer, nettoyer, organiser et analyser les données afin d'obtenir des informations significatives. D'après Andreani & Conchon (2005), l'analyse qualitative doit combiner l'interprétation et la quantification pour obtenir une compréhension profonde du phénomène étudié. Aussi, ils nous font savoir qu'il existe deux modes de traitement des données qualitatives à savoir le traitement sémantique et le traitement statistique. En effet, pour ces auteurs, ces deux types de traitement renvoient à :

- **Traitement sémantique** : il est généralement utilisé par les professionnels des études et permet une analyse empirique des idées, des mots et de leurs significations. C'est un traitement manuel ;
- **Traitement statistique** : il est généralement utilisé par les chercheurs académiques et permet une analyse statistique des mots et des phrases. C'est un traitement informatique.

Dans le cadre de notre étude, nous ferons donc appel au **traitement statistique**. En effet, les résultats statistiques tels que le nombre d'apparitions d'un mot ou les connexions identifiées

⁶⁰ [Codage en recherche qualitative : guide pratique pour les débutants - requalify.ai](https://requalify.ai) consulté le 02/02/2025 à 09h50

entre certains mots sont des exemples de données qui nous permettront de formuler des interprétations.

- L'interprétation des résultats

C'est une étape cruciale dans le processus de recherche où le chercheur doit donner du sens aux résultats obtenus. Pour une bonne interprétation, il faudra porter un jugement critique et éclairé sur les résultats, les relier à la question de recherche et aux objectifs de l'étude. Nous nous attèlerons à présenter les résultats de l'analyse de contenu de manière claire et cohérente, en utilisant des tableaux, des graphiques ou d'autres formes appropriées pour illustrer et soutenir nos conclusions.

1.3.2. Recours aux logiciels d'analyse qualitative

Les logiciels d'analyse qualitative sont utilisés pour faciliter et améliorer le processus d'analyse des données qualitatives dans la recherche sociale, les sciences humaines et d'autres domaines connexes. Depuis les années 80, il existe plusieurs logiciels d'analyse qualitative CAQDAS (« Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software ») dans le but de soutenir le processus d'analyse des données qualitatives. On distingue ATLAS.ti, MAXDA, Dedoose, QDA Miner, HyperRESEARCH ou encore NVIVO. Le choix d'un logiciel dépendra des besoins spécifiques de chaque chercheur. Utiliser ces derniers comprend des atouts et des risques.

Tableau 8 : Atouts et risques dans l'utilisation des logiciels

Avantages-atouts	Contraintes-risques
Rapidité de traitement : le logiciel permet d'augmenter la productivité du chercheur et facilite le travail de traitement de corpus volumineux (Moscarola, 1995 ; Duyck, 2001 ; Wanlin, 2007).	Risque d'enfermement de la recherche qualitative dans un « carcan » en privilégiant une quantification à tout prix qui se ferait au détriment de l'analyse en finesse et de l'esprit critique (Helme et Guizon ; Gavard et Perret, 2004)
Économie de temps : Le logiciel permet de dégager du temps pour réaliser des tâches à plus forte valeur ajoutée (Helme-Guizon et Gavard-Perret, 2004 ; Boutigny, 2005 ; Fallery et Rodhain, 2007).	Rigidité de l'analyse : risque d'une lecture et d'une réflexion contraintes et figées par la structure même du logiciel et par ses logiques et algorithmes internes (Helme-Guizon et Gavard-Perret, 2004)
Possibilité d'approfondissement : le logiciel permet des approfondissements de l'analyse en facilitant le recours à la statistique (Wanlin, 2007)	Eloignement chercheur/terrain : l'utilisation du logiciel peut accentuer la distance entre le

et au traitement quantitatif (Voynnet et Fourboul, 2002) et en permettant d'analyser des relations complexes entre plusieurs données (Boutigny, 2005)	chercheur et son terrain (Voynnet et Fourboul, 2002)
Flexibilité et souplesse : le logiciel apporte une flexibilité dans l'analyse des documents et l'exploration du matériau empirique (Lejeune, 2010) et une souplesse de l'analyse, car la nature du matériau s'adapte aussi bien aux démarches inductives que déductives (Duyck, 2001).	Primauté du « quanti » : risque que le chercheur oriente ses données vers le quanti (Boutigny, 2005) et tombe dans une « quantophrénie » (Gauthy, Sinéchal et Vandercammen, 1998), vidant de sens l'analyse qualitative (Boutigny, 2005)

Source : (Krief & Zardet, 2013)

Dans le cadre de notre étude, le logiciel auquel nous allons faire appel est **NVIVO**. NVIVO est un logiciel d'analyse de données qualitative développé par QSR International (« Qualitative Solutions and Research » Pty. Ltd. de Melbourne, en Australie). C'est l'un des logiciels d'analyse les plus utilisés par les chercheurs et les professionnels. Il propose une gamme d'outils et de fonctionnalités pour faciliter la gestion et l'analyse des données qualitatives, y compris le texte, l'audio, la vidéo, les images et bien plus encore. Ses principales fonctionnalités sont :

- **L'importation des données** : il permet d'importer des données à partir de différentes sources comme les entretiens ;
- **L'organisation des données** : il offre des outils pour organiser et structurer les données, permettant aux utilisateurs de créer des nœuds (thèmes ou sujets) pour catégoriser et coder les segments de données ;
- **Le codage et l'analyse** : il propose des fonctionnalités de codage puissantes, permettant aux utilisateurs de marquer et de catégoriser des segments de données ;
- **La visualisation des données** : sous forme de graphiques, de diagrammes ou encore de nuages de mots ;
- **La collaboration en équipe** : il permet de prendre en charge la collaboration entre les membres d'une équipe travaillant sur le même projet ;
- **Analyse des méthodes mixtes** : il permet aux utilisateurs d'importer et d'analyser des données quantitatives aux côtés de données qualitatives pour une analyse complète ;
- **Rapports et résultats, etc.**

La méthodologie d'analyse utilisée par NVIVO repose sur la décontextualisation et la recontextualisation. En effet, la décontextualisation se réfère à l'extraction de portions spécifiques du corpus dans le but de créer des catégories ou des thèmes. La recontextualisation fait référence à la réintégration conceptuelle des catégories ou thèmes précédemment obtenus pour générer de nouveaux concepts intelligibles (Deschenaux, 2007).

SECTION 2 : Présentation des résultats⁶¹

2.1. Requête

2.1.1. Requête de fréquence des mots

Le rôle de la requête de fréquence des mots dans le logiciel NVivo est de permettre aux utilisateurs d'identifier les mots ou expressions les plus couramment utilisés dans leurs données textuelles. Autrement dit, l'objectif de cette requête est de mettre en lumière les idées communes, confirmant ainsi la présence des concepts d'intérêt dans les réponses des interviewés. Nous avons fixé comme nombre minimal de caractères quatre (04) pour éviter que le logiciel ne prenne en compte les mots de liaison et tous les autres mots qui ne sera probablement pas utile.

Le nuage de mots ci-dessous fera alors apparaître les mots les plus fréquemment utilisés par nos interviewés lors de l'entretien. Le but étant qu'on puisse avoir une représentation visuelle de mots où la taille de chaque mot est proportionnelle à sa fréquence d'apparition dans un ensemble de données textuelles.

Figure 6 : Nuage de mots



Source : Auteur / capturé à l'aide du logiciel NVivo

⁶¹ Les **explications** relatives à chaque type de requête, diagrammes ou autres outils d'analyse ont été tirées de notre projet de session réalisé par nos soins dans le cadre du cours de méthodologie qualitative.

Ce nuage de mots peut aussi être représenté par un tableau présentant en pourcentages pondérés les mots fréquemment employés lors de nos différents entretiens. Nous avons alors exporté la liste des 23/100 mots les plus fréquemment apparus lors de nos échanges.

Tableau 9 : Tableau de pourcentages pondérés des mots les plus fréquents

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré (%)
données	7	178	1,03
banking	7	143	0,83
open	4	141	0,82
banques	7	123	0,71
services	8	71	0,41
consommateurs	13	70	0,40
financières	11	70	0,40
institutions	12	69	0,40
Canada	6	64	0,37
clients	7	61	0,35
comptes	7	61	0,35
produits	8	58	0,34
exemple	7	52	0,30
beaucoup	8	45	0,26
marché	6	43	0,25
système	7	39	0,23
fintechs	8	38	0,22
entreprises	11	36	0,21
paiement	8	34	0,20
partage	7	34	0,20
financiers	10	33	0,19
pays	4	31	0,18
consentement	12	30	0,17

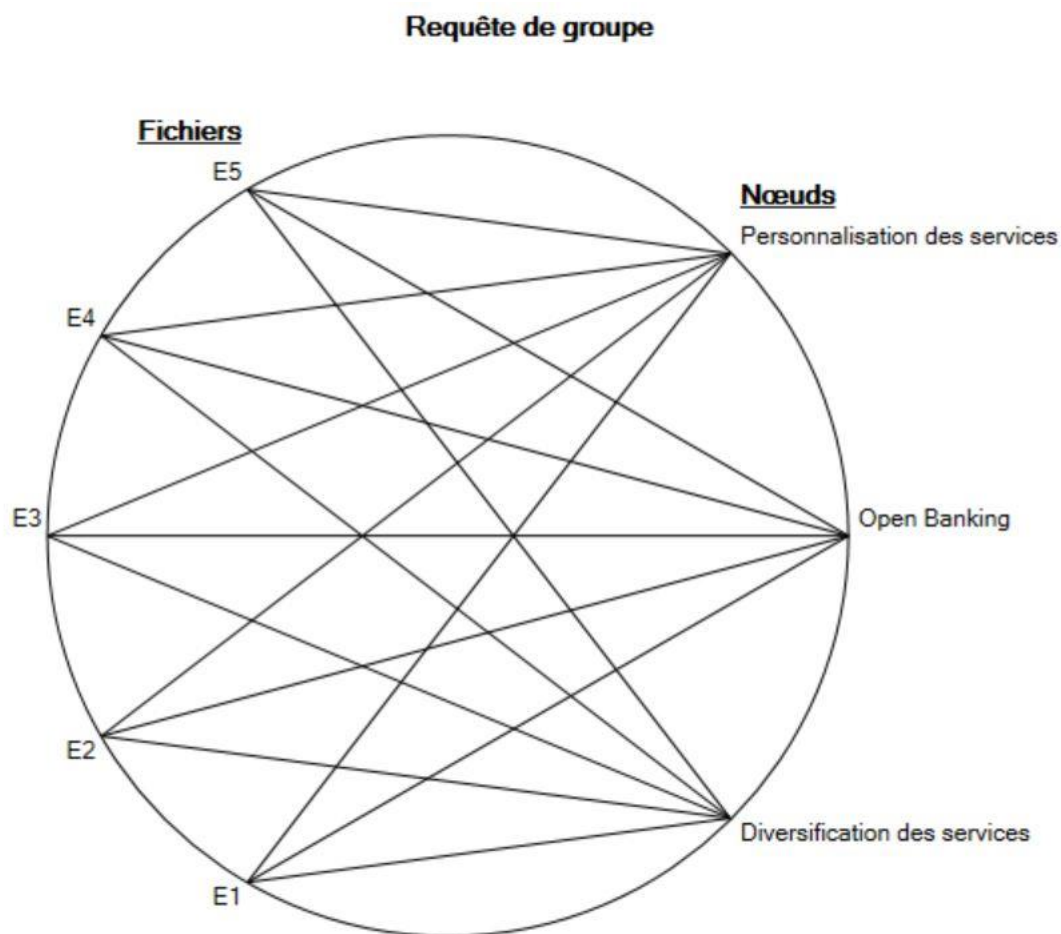
Source : Auteur / capturé à l'aide du logiciel NVivo

Nous pourrions alors remarquer que ces différents mots sont fortement liés à nos différentes variables de l'étude.

2.1.2. Requête de groupe

La requête de groupe permet d'identifier les éléments associés d'une façon particulière à d'autres éléments. Les éléments peuvent alors être associés par encodage, valeur d'attribut, relations, etc. Autrement dit, elle permettra de regrouper nos différents thèmes discutés lors de nos entretiens.

Figure 7 : Requête de groupe



Source : Auteur / capturé à l'aide du logiciel NVivo

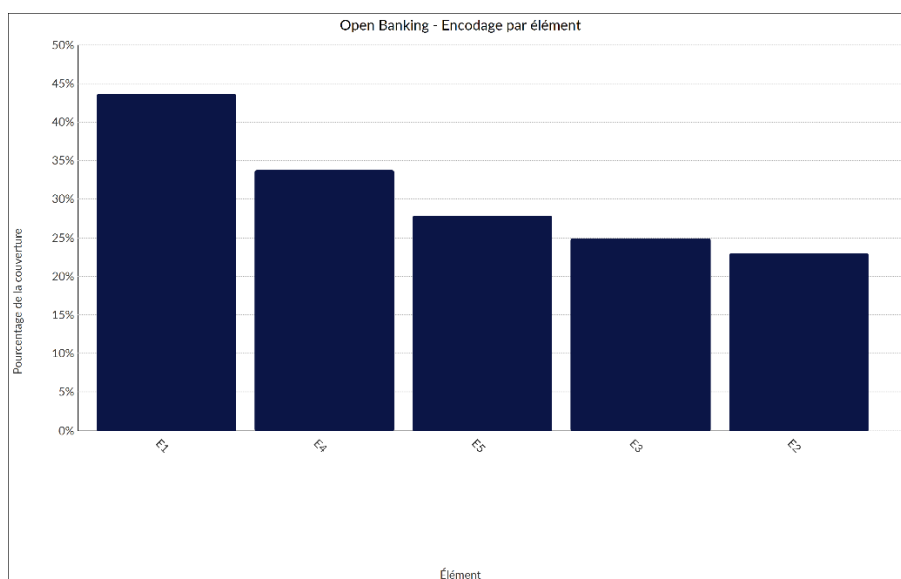
Selon le graphique, nos entretiens se sont avérés particulièrement enrichissants, puisque toutes les variables explicatives de l'étude ont été abordées avec l'ensemble des participants.

2.2. Diagramme

2.2.1. Diagramme d'encodage par source

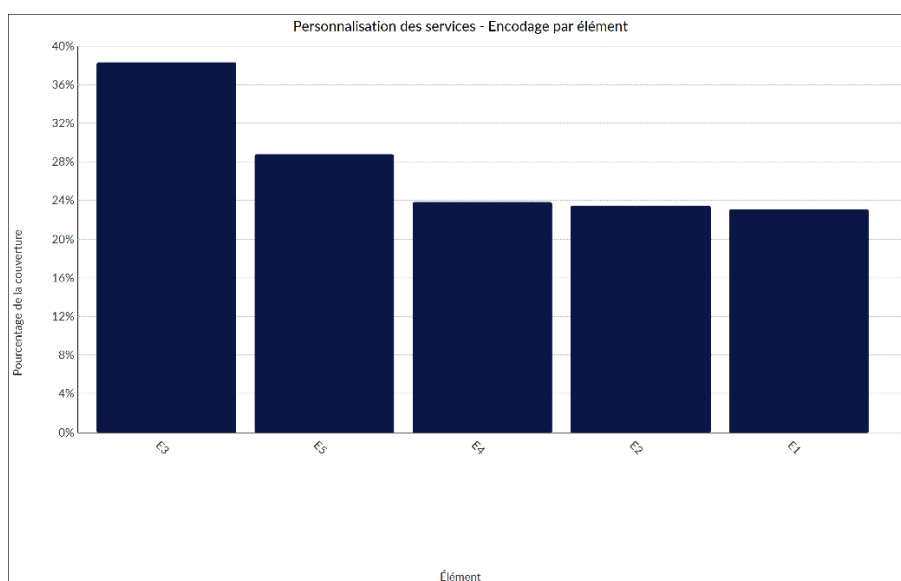
En effet, NVivo nous permet de visualiser dans les graphiques la répartition de l'encodage d'une source (en % de l'ensemble d'un texte ou en nombre de référence). Le diagramme d'encodage par source nous permettra alors d'afficher les nœuds qui l'encodent par pourcentage de couverture ou nombre de références. Le but étant de repérer plus facilement les entretiens où une variable a été le plus abordée. Pour ce faire, nous avons exécuté des requêtes distinctives pour chacune de nos variables. Les résultats suivants ont été obtenus :

Figure 8 : Pourcentage de couverture du nœud de l'Open Banking



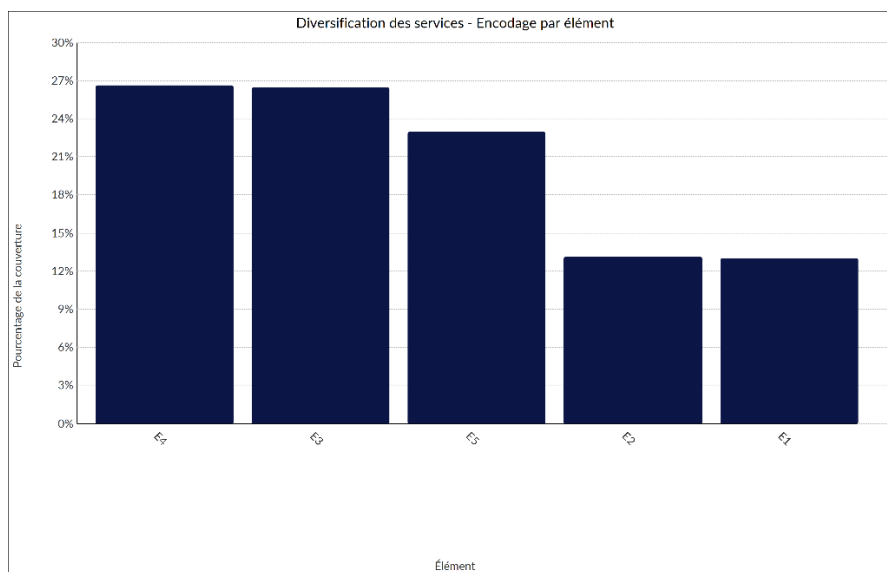
Source : Auteur / capturé à l'aide du logiciel NVivo

Figure 9 : Pourcentage de couverture du nœud personnalisation des services



Source : Auteur / capturé à l'aide du logiciel NVivo

Figure 10 : Pourcentage de couverture du nœud diversification des services

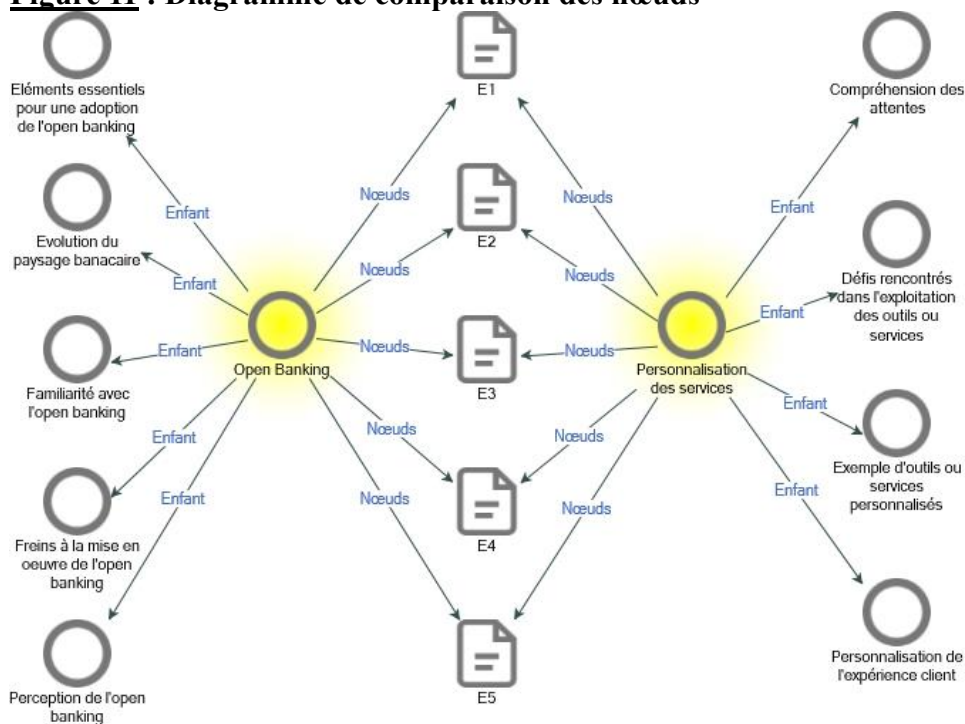


Source : Auteur / capturé à l'aide du logiciel NVivo

2.2.2. Diagramme de comparaison des nœuds

Le diagramme de comparaison des nœuds permet de visualiser deux nœuds pour observer leurs points de similitudes et de divergences. Il établira des liens entre les nœuds en utilisant les différentes sources encodées. Pour une illustration, nous avons mis en relation la variable « *open banking* » et la variable « *personnalisation des services* ».

Figure 11 : Diagramme de comparaison des nœuds



Source : Auteur / capturé à l'aide du logiciel Nvivo

2.3. Autres outils d'analyse

2.2.3. La matrice de corrélation

Nvivo nous permet de faire usage de trois (03) types de corrélation à savoir le coefficient de Jaccard, le coefficient de Soerensen et le coefficient de corrélation de Pearson.

Le coefficient de corrélation de Pearson est utilisé pour mesurer la relation linéaire entre variables continues, tandis que les deux (02) autres types de coefficient sont utilisés pour évaluer la similarité entre ensembles d'éléments ; le coefficient de soerensen prenant en compte la taille des ensembles dans son calcul.

Dans le cadre de notre analyse, c'est **le coefficient de corrélation de Pearson** qui sera utilisé bien qu'il se limite à évaluer uniquement la relation linéaire entre les deux variables et qu'il ne permet pas de conclure sur une relation de causalité entre les variables. La valeur de corrélation étant comprise entre -1 et 1, plus le coefficient de corrélation est proche de 1, cela signifie qu'il existe une forte corrélation positive entre les deux variables et qu'elle évolue dans le même sens. Plus le coefficient de corrélation est proche de -1, cela signifie qu'il existe une forte corrélation négative entre les deux variables et qu'elle évolue à sens contraire. Lorsqu'elle est proche de 0, il existe une faible corrélation entre les deux variables suggérant qu'elles ne soient pas étroitement liées de manière linéaire.

Tableau 10 : Matrice de corrélation

Code A	Code B	Coefficient de corrélation de Pearson
Nœuds\\Open Banking	Nœuds\\Diversification des services	0,773497
Nœuds\\Open Banking	Nœuds\\Personnalisation des services	0,872988

Source : Auteur / capturé à l'aide du logiciel NVivo

2.2.4. Le dendrogramme de nœuds

Un dendrogramme est un diagramme arborescent utilisé en analyse de données pour représenter les relations de similarité entre des mots ou des groupes de mots. Cela est illustré par la grappe de mots suivants :

Figure 12 : Dendrogramme de nœuds regroupés par similarité de mots

Éléments regroupés par similarité de mot



Source : Auteur / capturé à l'aide du logiciel Nvivo

L'objectif de ce chapitre était de présenter la démarche méthodologique à adopter tout au long de notre étude. À l'aide des entretiens semi-directifs que nous avons effectués auprès d'un échantillon de cinq (05) acteurs du secteur financier, nous avons fait appel au logiciel NVIVO pour analyser les données suivant la méthode d'analyse qualitative de contenu. Ayant au préalable retranscrit nos données, nous avons opté pour un encodage sur Nvivo des données. À l'issue de cette étape, nous avons pu ressortir tout d'abord différentes requêtes comme la fréquence de mots ou de groupe. Ensuite différents diagrammes tels que ceux de l'encodage par source, de comparaison, la matrice de corrélation, etc. Sur la base de nos résultats, dans le chapitre suivant, nous allons valider nos propositions de recherche.

CHAPITRE 4 : Discussion, implications et recommandations

Dans ce chapitre nous allons discuter les résultats précédemment obtenus et vous présenter les principales conclusions qui en découlent dans le but de clôturer notre travail de recherche.

Il sera scindé en deux (02) sections. D'une part, la section 1 portera sur la discussion des résultats et implications de l'étude et d'autre part la section 2 portera sur les limites et recommandations de notre travail de recherche.

SECTION 1 : Discussion des résultats et implications de l'étude

1.1. Discussion des résultats obtenus

Afin de discuter efficacement les résultats obtenus, nous consignons dans un tableau le récapitulatif de la vérification de nos propositions de recherche obtenu grâce au logiciel Nvivo au travers de la matrice de corrélation de Pearson.

Tableau 11 : Résumé de la vérification des propositions de recherche

Propositions	Décision	Interprétation
P1 : L'Open Banking → Personnalisation des services	Confirmée	Grâce aux coefficients de corrélation de Pearson (0,87 sensiblement proche de 1). Nous pouvons alors dire que l'Open Banking a un impact sur la personnalisation des services plus précisément de l'expérience cliente, car, ces deux variables évoluent dans le même sens.
P2 : L'Open Banking → Diversification des services	Confirmée	Grâce aux coefficients de corrélation de Pearson (0,77 sensiblement proche de 1). Nous pouvons alors dire que l'Open Banking a un impact sur la diversification des services car, ces deux variables évoluent dans le même sens.

Source : Auteur d'après Nvivo

D'après notre analyse des résultats obtenus, **nos deux propositions de recherche ont été confirmées. Ces propositions de recherches, bien que confirmées dans le cadre de la présente recherche, reposent sur des projections qui nécessiteront une validation factuelle une fois l'open banking implémenté au Canada.** Il convient, toutefois, d'apporter quelques nuances dans les discussions qui suivront.

Avant tout, nous avons cherché à connaître le point de vue de nos interlocuteurs sur l'open banking. Nous constatons que 3/5 perçoivent l'open banking comme une combinaison d'opportunité et de défis. À cet effet, E1 nous dit « *L'open banking est une combinaison des deux : opportunités et défis. (...) Admettons, pour les compagnies existantes (banques, institutions financières), les opportunités sont : une image de marque, et une confiance auprès*

des utilisateurs. Donc si elles sont capables de tirer profit de l'Open Banking, elles peuvent offrir de meilleurs produits et services à leurs clients actuels et potentiellement aller chercher plus de clients. Les défis c'est que la portabilité elle va dans les deux sens donc une institution financière qui ne se met pas à jour et n'est pas capable d'offrir des produits de haute qualité, mais, ça va être beaucoup plus facile pour un client de magasiner et de transférer sa donnée vers un fournisseur autre que sa compagnie actuelle. Autrement dit, ça leur permettrait de perdre des clients si elles n'agissent pas de la bonne façon pour leur procurer de meilleur service. Pour **les nouvelles compagnies comme les fintechs**, commençantes de rien, elles peuvent commencer à offrir de meilleurs produits aux clients avec une technologie nouvelle et moins de friction. Les défis c'est qu'ils doivent gagner la confiance des clients, car les Canadiens, très spécifiques au Canada, ils ont une relation d'amour avec leurs institutions financières. Pour **les utilisateurs**, les opportunités : l'Open Banking c'est la propriété de la donnée aux utilisateurs. Ces derniers vont être capables de faire de leurs données ce qu'ils veulent avec moins de friction. Aujourd'hui il n'y a rien qui empêche un utilisateur d'ouvrir un compte avec une autre institution ou de leur donner leurs informations, mais il y a beaucoup de friction dans ce type d'opération là. Donc l'Open Banking viendrait réduire la friction là. **En théorie moins de friction veut dire plus de compétition, plus de compétition veut dire plus de services/meilleurs services, pouvant entraîner une réduction dans les coûts liés à ces services-là. En théorie réduction de coûts et meilleurs services voudraient dire qu'il y a des clients plus satisfaits.** Donc l'opportunité pour les utilisateurs ce serait d'avoir un meilleur service avec des prix qui sont plus accessibles et qu'il soit satisfait dans les services qu'ils vont recevoir. ».

E2 va rajouter en nous disant que « (...) les banques sont en place depuis 150 à 200 ans. On n'a beaucoup de système qu'on appelle « Legacy » en arrière qui sont un frein à l'évolution technologique donc, il faut justement regarder à l'externe s'il y a des partenariats qui nous permettrait de créer de la valeur pour le consommateur. De plus, en matière de renseignements personnels également, toute la réglementation qui est autour de cela, ça apporte un certain nombre de défis. Expliquer ce défi là et le faire comprendre au commun des mortelles, ce n'est pas toujours simple. Mais c'est clairement une opportunité parce qu'à partir du moment où le client a confiance, il va partager ses données avec cette institution qui a gagné sa confiance et cette entreprise aura la capacité d'avoir une meilleure compréhension de ses besoins et de lui faire de meilleures propositions par la suite. Donc c'est gagnant-gagnant. Il y a un principe dans l'Open Banking qui est « **give to gate** » ».

Et enfin, **E4** nous dira que : « vous savez, l'open banking peut représenter à la fois des défis, mais je dirais que ça peut aussi représenter des avantages assez considérables. L'open banking, comme on sait, risque d'accroître la concurrence, d'accord ? Et la bonne nouvelle pour les grandes banques, et je parle vraiment des grandes banques canadiennes, c'est qu'elles sont plutôt déjà des dépositaires des données de leurs clients, qui leur accordent déjà une certaine confiance. Leur défi, maintenant, consistera plus à se faire une image claire du rôle qu'elles veulent jouer pour continuer de répondre aux attentes qui sont changeantes de leurs clients. Pour ce qui est des petites et moyennes banques, l'open banking peut représenter une si belle occasion d'attirer de nouveaux clients et conquérir, bien sûr, de nouveaux marchés et ainsi tirer peut-être profit des données que mettront à leur disposition les grandes banques ; parce que finalement, ils vont aussi faire affaire avec de grandes banques pour aller chercher le plus de données possibles. Par contre, prendre leur place dans ce nouveau contexte pourrait leur occasionner quand même des coûts importants que peut-être ils ne sont pas nécessairement prêts à ça. »

Les 2/5 restants, perçoivent l'Open Banking comme étant entièrement une opportunité avant tout pour le secteur bancaire. À cet effet, **E3** nous dit ceci « Personnellement, je pense que c'est une bonne opportunité. (...) Je pense que c'est une plus grosse opportunité pour des néo-banques du style Koho, par exemple, en Ontario, ou néo-financier en Alberta, qui attendent avec impatience. J'ai lu que Revolut va revenir au Canada cet été. Ils sont en train d'embaucher un PDG au Canada. Ils étaient partis en 2019. Pour les néo-banques, il y a peut-être plus d'appétit à avoir accès à cette donnée-là. Cependant, il y a quand même, pour les institutions financières qui sont prêtes à investir et à être innovantes, des opportunités, je pense, dans un marché qui est très sclérosé au Canada. Mais, il y a encore des opportunités à aller chercher, je pense. Et c'est les institutions financières qui seront les plus innovantes qui vont peut-être aller gratter quelques pourcentages de part de marché avec ça. ».

Et **E5** nous dit : « Personnellement, je vois cela comme une **opportunité** pour le Canada de rattraper son retard par rapport à ses concurrents dans d'autres juridictions. Nous sommes l'un des rares pays à ne pas encore avoir mis en place un régime d'open banking. Parmi les pays du G7, je pense que nous sommes les derniers. Les Américains nous ont devancés. Ils ont déjà adopté des règlements qui entreront bientôt en vigueur, sauf changement politique. Donc, d'un point de vue concurrentiel, cela nous permet de rester dans la course par rapport à ce que font les autres pays dans le monde. D'un point de vue de protection des consommateurs, cela nous permet de définir un système qui donne aux consommateurs le pouvoir de partager leurs

données. (...) Ce que l'open banking peut faire, c'est créer un régime encadré, prescriptif, qui définit comment ce partage de données doit se faire et qui prévoit des mécanismes de recours ou de protection pour les consommateurs en cas de problème. Cela mènera inévitablement à plus d'innovation et à une plus grande concurrence dans le pays, tout simplement parce qu'on donnera aux organisations un meilleur accès aux données. Et dans les services financiers, comme on dit, les données, c'est de l'or. Il est impossible de créer de nouveaux produits sans données. Donc, si vous mettez en place un système qui facilite le transfert des données avec le consentement du consommateur, vous contribuez nécessairement à l'innovation et à la concurrence dans le pays. »

1.1.1. La personnalisation des services (principalement de l'expérience cliente)

Proposition 1 : L'Open Banking permet à la banque de personnaliser ses services et les adapter aux préférences de chaque client.

Rappelons-le, « à l'époque où le client est devenu « roi », la personnalisation s'avère aujourd'hui une obligation et une pratique marketing incontournable pour toute entreprise. Cette stratégie marketing, grâce à une compréhension des attentes individuelles des clients, permet de leur assurer un degré de satisfaction le plus élevé et de garantir leur fidélité. » (Senihji & Idrissi, 2024).

Dans le cadre de notre étude, cette proposition est celle ayant induit le plus fort coefficient de corrélation. En effet, tous les participants ont été unanimes concernant le rôle de l'Open Banking dans la personnalisation des services, notamment dans l'amélioration de l'expérience cliente. En effet, E2 nous dit « (...) je vois clairement des opportunités pour des « data receiver ». Les banques sont autant des data provider que des « data receiver ». Mais je pense que l'appétit aujourd'hui des banques c'est plus d'être des « data receiver » que des data provider. Donc toutes les banques utilisent aujourd'hui de la technologie désuète pour le faire, je vais parler du « screen scraping ». C'est utilisé à la demande du client, le client veut avoir des solutions pour permettre de partager ses informations et c'est les seules options qui sont disponibles au marché aujourd'hui. Donc je pense que dès que ces solutions-là seront remplacées par des solutions viables, que l'ensemble de l'industrie va adhérer, mais pour ça, il faut de la confiance. (...) C'est une expérience qui est relativement simple qui va permettre aux consommateurs de donner leur consentement aux partages des données. Après ça, il y a un paquet de produits et services qu'ils peuvent bénéficier de cette capacité-là pour ingérer de nouvelles données et par exemple avec des outils de planification financière faire des analyses

de « cashflow » ou offrir des solutions qui sont plus adaptées à certaines segmentations de clientèles où ils peuvent personnaliser pour un client en particulier donc il y a toutes sortes d'opportunités qui se cache derrière l'Open Banking mais c'est toujours avec le consentement du client que cela pourrait se faire ». Et, comme l'a dit E1 « (...) si la donnée que la compagnie aura est bien exploitée, elle permettra une amélioration en termes de services et de conseils aux utilisateurs. Ici il est surtout question de la capacité d'exploiter la donnée supplémentaire qui va venir avec l'Open Banking. ».

De plus, E2 renchérit en disant que « C'est sûr que ça va offrir une certaine capacité de personnalisation dans le sens où chaque personne aura plus de données attachées à lui-même. (...) La partie exposition de la donnée, ce que ça va permettre aux institutions financières, c'est de connaître un peu mieux, peut-être, où est-ce que la donnée part. (...) Les banques sont assez aveugles, globalement, par rapport à elle part où, cette donnée-là. Il y a un peu des notions. Des fois, c'est possible de voir certaines connexions, mais pas toutes. Par contre, quand on va être en mesure d'incorporer de la donnée d'utilisateurs qui sont multi-bancarisés, (...) ça permettra probablement d'exploiter des opportunités pour permettre à des gens qui n'avaient peut-être pas d'historique de crédit. Je pense aux nouveaux arrivants, des gens qui n'étaient pas dans le domaine, qui n'étaient pas bancarisés, il y en a peu au Canada, mais ça peut arriver que l'open banking puisse venir connecter différentes datas qu'ils auraient d'ailleurs. Et que là, en tant qu'institution financière, vu qu'on ne connaît pas encore un client, on pourrait faire une meilleure cote de crédit avec cette information-là. On pourrait se servir de l'information pour le processus KYC (« Know Your Customer » - Connais ton client), qui va permettre de venir, pas à 100%, avec les API d'open banking, mais en partie récupérer une partie de la donnée sociodémographique sur une personne. ». Ces propos sont appuyés par E4 qui nous dira que l'open banking nous permettra d'avoir « **un portrait complet du client** ». Il nous dira que « L'open banking, l'idée, c'est que, c'est déjà un outil qui est centré sur le consommateur. Donc, au moins, le consommateur qui est au cœur de l'open banking devrait avoir cette opportunité d'avoir une image 360 de ses activités. ». De plus, il nous fait comprendre que l'open banking serait un bon moyen pour souvent permettre de réduire certaines tâches administratives longues qui prennent souvent du temps comme le processus d'octroi d'un prêt hypothécaire. Cependant, il ne faut pas oublier comme E5 nous l'a rappelé « (...) lorsqu'on parle d'open banking, ce n'est pas exclusivement limité au secteur de la consommation. Les petites entreprises, ou PME comme on les appelle, peuvent également en bénéficier. ».

Grâce à nos échanges avec nos différents interlocuteurs, de nombreux outils ou services⁶² pour personnaliser l'expérience cliente pourraient alors émerger grâce à l'ouverture des données bancaires par exemple :

- **E1** « *Des compagnies qui vont vendre un peu des services de conciergerie aux clients entre autres la gestion de leurs dépenses récurrentes. (...) Peut-être pour pouvoir optimiser les coûts, optimiser la gestion du cashflow de ces facteurs récurrents ou encore pour optimiser les points de récompenses pour une carte de crédit pour ces clients-là. Un autre produit qui existe déjà, mais qui pourrait être grandement amélioré c'est tout ce qui est l'agrégation des investissements des clients.* » ;
- **E2** « (...) ce que l'Open Banking pourrait faire c'est un d'**aller chercher des données alternatives** aux données traditionnelles pour qu'elles puissent justifier ou démontrer la solvabilité à rembourser ou à payer un prêt hypothécaire donc par exemple les données de ta banque d'origine pourraient être utilisées ou encore d'autres données de paiement qui ne sont pas utilisés aujourd'hui dans les modèles d'analyse de risque de prêteurs. **Ça permettrait aux banques d'être plus inclusive et d'aller chercher une segmentation de marché qui est capable de contribuer au système financier, mais qui aujourd'hui ont beaucoup à difficulté à aller chercher des financements appropriés. Évidemment le jour où l'on pourra aller chercher de la donnée internationale on sera ailleurs, mais c'est un peu le même concept.** » ;
- **E3** « (...) Le « **personal finance management** », qui sont des outils qui existent déjà sur le marché, mais qui ont du mal à se connecter souvent à cause du grattage d'écran qui est assez instable en termes de méthode. Les banques elles-mêmes vont très certainement se mettre à exploiter de la donnée supplémentaire pour **offrir une vue consolidée** à leurs clients. » ;
- Pour **E4** « **Ils vont surtout émerger autour, par exemple, de l'API. Donc, des API qui permettent de relier les systèmes d'information des différents acteurs et qui aident aussi à partager les données financières de manière apparemment sécurisée et standardisée.** »
Et, reste sur le fait que « *des outils qui vont émerger de l'open banking, ce ne sera pas nécessairement quelque chose qu'on n'a pas vu déjà. Par contre, sur les produits et services financiers, comme je t'ai dit, ils vont juste donner un coup de main.* ».

⁶² **NB** : Ces exemples d'outils ou services corroborent tous aussi la deuxième proposition de recherche quand nous disons que l'Open Banking pourrait permettre de diversifier ses services par rapport à ceux traditionnellement proposés.

En somme, comme l'a dit E2 « *À partir du moment où le client comprend la valeur derrière un produit, il va donner son consentement pour avoir accès à ce service-là. Il faudrait vraiment que les institutions financières travaillent à faire des propositions de valeurs pertinentes pour gagner la confiance et obtenir le consentement des consommateurs à l'utilisation de leurs données.* »

1.1.2. La diversification des services

Proposition 2 : *L'Open Banking permet à la banque de diversifier ses services par rapport à ceux traditionnellement proposés*

À titre de rappel, la diversification des services bancaires implique une expansion des activités de base des banques, tout en restant cohérente avec leur rôle principal d'intermédiaires financiers, afin de répondre aux demandes changeantes des clients et aux évolutions du marché (Llewellyn et Mayes, 2003).

Il existe plusieurs manières d'analyser le rôle de l'Open Banking dans la diversification des services bancaires. Cette diversification, tenant à le rappeler, pourrait toute aussi passer les exemples que nous avons listés au niveau de P1.

À cet effet, E2 nous rappelle que « *L'Open Banking n'est pas un outil de diversification, mais c'est vraiment un moyen. C'est un moyen pour permettre de partager les données.* ». Autrement dit, c'est par ce canal que les banques pourront passer essayer d'améliorer leurs offres et services. De plus, E3 nous dit « *Je pense que ça va être du cas par cas en termes de cas d'usage. Il y a des institutions financières qui ont un appétit du risque plus élevé au Canada que d'autres. (...) Je pense à RBC, je pense à Scotiabank, qui auront peut-être plus d'appétit à aller chercher des cas d'usage spécifiques pour revenir soit mitiger un risque stratégique de perte des parts de marché parce que, je pense que certaines néo-banques vont être capables de venir être plus compétitives grâce à l'Open Banking. Des publicités d'institutions financières comme EQ Bank, par exemple, qui ont commencé déjà à faire des partenariats avec certains agrégateurs comme Flinks. Tu peux transférer des fonds d'une autre institution via Flinks dans EQ Bank dès que tu ouvres ton compte. **Pour moi, c'est un coup de génie.** (...) Et je pense que les institutions financières, qui sont vraiment récentes, qui ont un cœur système, ce qu'on appelle « core banking » en termes d'infrastructure, si c'est déjà tout dans le « cloud », si c'est déjà pensé sans système « legacy », auront grâce à l'Open Banking dans leur parcours utilisateur, que ce soit pour de l'octroi de prêts, que ce soit pour une émission de carte de crédit, que ce soit pour l'ouverture de compte, compte courant, courtage en ligne et ainsi de suite, ces*

opportunités-là que des joueurs traditionnels auront plus de mal à mettre en place parce qu'on a des systèmes « legacy » plus importants. Donc, pour des acteurs qui ont un appétit du risque élevé, ça va être intéressant. L'avantage pour les grandes institutions financières, c'est qu'on a plein d'argent. Donc, généralement, on peut balancer dans le temps aussi cet aspect-là. ».

Cependant, pour ce dernier, il ne pense pas que cela pourrait être un réel moyen de diversification *« parce que les big five et Desjardins par exemple ont quand même déjà tellement de parts de marché que ça va être difficile, je pense, tout du moins à court terme. Peut-être qu'on s'en reparlerait dans 5 ans, j'aurais une réponse différente. Mais à court terme, je pense que ça va être un peu plus compliqué d'aller se diversifier vraiment grâce à l'open banking quand on voit ce qu'il y a encore à faire... Parce que l'open banking, c'est comme, vous avez vu une phrase intéressante qui disait « c'est une solution qui se cherche un problème à résoudre ». Et des fois, c'est un petit peu ce que ça donne l'impression pour avoir lu vraiment beaucoup d'études sur le sujet de me dire que ça fait des choses, mais ça ne fait pas tout. ».*

Comme l'a dit **E1** bien que pour lui, l'Open Banking est un moyen réel de diversification, *« (...) tout sera dans l'exécution. En effet il pourrait conférer un avantage, mais s'il est mal exécuté, il pourrait ne pas être avantageux pour ces dernières. ».*

E4 nous fait le rapprochement avec l'intelligence artificielle, en effet *« l'intelligence artificielle, aujourd'hui, nous amène une certaine personnalisation, si on veut, de nos prompts assez spectaculaires. D'accord ? Et c'est la réalité. Donc, pour moi, l'open banking, ça sera ça. Puis, moi, je me dis que la concurrence est **génératrice de créativité**. Ça va créer de la concurrence, l'open banking, pour essayer toujours de donner le plus, le moins cher, pour aller chercher des taux plus importants, des intérêts plus importants, pour faire bénéficier le consommateur. »*

Mais il tient à nous spécifier que *« l'Open Banking pourrait aider à diversifier les offres et les services qui sont traditionnellement proposés. Mais tout ça va avoir une certaine limite. Parce que comme je disais tout à l'heure, **ils ne vont pas réinventer la roue**. Les produits seront souvent les mêmes ou du moins presque les mêmes. Mais avec peut-être des aléas un peu plus intéressants. Mais encore là, l'idée, c'est d'avoir le maximum d'informations sur une personne pour lui offrir le meilleur produit ou le meilleur service selon les informations qu'on a de cette personne. L'idée, c'est juste de rendre interopérables ces questions de portabilité de l'information entre plusieurs entités qui détiennent des informations sur le consommateur et de rendre ça centralisé, si tu veux. ».*

E5 nous propose quelques exemples ou innovations issues d'autre pays dont les institutions financières pourraient s'en inspirer, à savoir **YNAB** (« You Need A Budget ») ou encore

« **Monarch Money** ». Ce sont des applications mobiles (situés aux É.-U.) qui font usage de l'Open Banking car elles offrent des services personnalisés basés sur la situation financière de leurs différents utilisateurs. Elles ont la capacité de se connecter directement aux banques grâce à des normes sécurisées. De plus, il pense que, pour la banque, une manière de diversifier ses services est « (...) *essentiellement d'approfondir la relation que vous avez avec votre consommateur et de les cibler avec de meilleurs produits. (...) Donc, je pense qu'en plus des produits innovants que j'ai partagés dans notre discussion, l'idée principale est que cela permettra de vraiment cibler chaque consommateur avec des produits beaucoup plus pertinents pour eux.* » et rajoute que « *Cela offre une opportunité de posséder vos données, et en conséquence, les institutions financières peuvent également en tirer parti. Donc, lorsque je dis cela, une partie de la raison pour laquelle les institutions financières, les banques si vous voulez, certaines caisses populaires, considèrent l'Open Banking de manière positive, c'est parce qu'elles voient l'opportunité de le monétiser elles-mêmes.* ».

En somme, nous retenons de nos échanges que cette diversification des services bancaires traditionnellement à ceux proposés par les banques se fera de façon progressive, car il faudrait concilier réglementation et innovation. De plus, cela pourrait alors passer par : **l'intégration des technologies innovantes ; la collaboration avec des tiers comme des fintechs ou autres ; l'amélioration des services existants ou encore la mise sur pied d'outils permettant d'avoir une vue consolider de ses comptes** (comme mentionné plus haut), etc. Le but étant de mettre sur pied des solutions pour faciliter et facilement répondre aux attentes des consommateurs et permettre aux banques de faire plus de valeur, simplifier et améliorer leur service.

1.2. Implications de l'étude

Notre travail de recherche aboutit à plusieurs implications à la fois théoriques et pratiques. Les implications théoriques étudient la relation entre la littérature et les résultats obtenus, tandis que les implications pratiques proposent de nouvelles approches managériales au sein des organisations.

1.2.1. Implications théoriques

L'Open Banking étant une pratique qui découle de la réglementation DSP2, la majorité des auteurs mènent son étude sous un prisme européen. Notre étude contribue à enrichir la littérature sur l'Open Banking dans un contexte encore peu étudié comme le Canada, car il est encore en voie d'implémentation.

De plus, notre recherche met en avant la relation entre l'Open Banking, la personnalisation et la diversification des services bancaires ; mais elle va plus loin en introduisant la notion d'hyperpersonnalisation. Souvent confondue à la personnalisation qui est un peu plus conventionnelle, l'hyperpersonnalisation pour sa part, utilise des outils sophistiqués tels que l'intelligence artificielle, l'apprentissage automatique pour adapter les services bancaires proposés aux clients en fonction de leurs préférences et bien encore.

Enfin, cette étude vient contrebalancer l'opinion selon laquelle les banques sont menacées d'extinction par la seule présence de plus en plus importante des fintechs (Stefanelli, Manta, & Pierluigi, 2022) en précisant qu'à travers les entretiens conduits, il est évident que la présence de plus en plus accrue des fintechs doit davantage être vue comme une opportunité gagnant-gagnant pour toutes les parties impliquées.

1.2.2. Implications managériales

En effet, notre recherche offre des pistes aux responsables des banques pour améliorer l'expérience cliente et se diversifier dans un marché en perpétuelle et constante évolution.

De plus, elle suggérerait que les banques pourraient collaborer avec les fintechs, repenser et améliorer leur modèle d'affaires traditionnel grâce à l'open banking pour se développer encore plus et rester compétitives sur le marché.

SECTION 2 : Limites et recommandations de la recherche

Dans cette partie, nous vous présenterons d’une part les limites de notre recherche et les difficultés rencontrées ; et d’autre part les recommandations que nous pouvons apporter.

2.1. Limites et difficultés rencontrées

2.1.1. Limites

Les limites sont « *des contraintes imprévisibles qui restreignent et influencent votre recherche. Elles n’entraînent pas d’évaluation négative, car elles sont normales pour la recherche* ». ⁶³

Elles s’entendent comme étant des restrictions ou encore des contraintes pouvant affecter la fiabilité, la validité ou encore le fait de généraliser les résultats d’une étude. À cet effet, les limites que nous pouvons accorder à notre étude sont :

- **La taille de l’échantillon** : en effet, ayant juste pu mener 05 entretiens avec certains acteurs du secteur financier, bien que pertinent ; il pourrait être difficile de donner une image complète et de généraliser les résultats de notre recherche à l’ensemble du secteur bancaire Canadien. Il s’agit certes d’une limite, mais notre choix a été orienté en fonction de notre capacité à recruter les candidats. De plus, d’autres études pourront informer davantage et la taille de l’échantillon pourrait être augmentée lors de celles-ci ;
- **L’open banking étant encore en cours d’implémentation** au Canada, notre recherche se basant sur l’expérience et l’avis personnel de certains acteurs du secteur financier, il se pourrait que nos conclusions actuelles se trouvent obsolètes en fonction de son évolution au Canada et des avantages réels ou inconvénients qui se révéleront ;
- Il pourrait subsister un **biais de sélection**, car nous décidons volontairement d’exclure de notre échantillon les clients finaux. Ceux-là à qui la mise sur pied de l’Open Banking est destinée. Pour des recherches futures, cela pourrait être corrigé, car recueillir leurs avis pourrait permettre d’une part de valider ou nuancer les différentes perceptions des professionnels, d’autre part de mettre en exergue les freins et leviers de l’Open Banking du point de vue des usagers et biens encore.

⁶³ [Limites : les restrictions de votre recherche](#) consultée le 21/04/2025 à 9h14

2.1.2. Difficultés rencontrées

En tant que chercheur dans le cadre de la rédaction de notre mémoire, plusieurs difficultés se sont opposées à nous, nous freinant par moment dans la réalisation et la rédaction de notre mémoire de recherche. Ce sont entre autres :

- **L'accès aux participants** : en effet, identifier et convaincre des cadres supérieurs ou experts du secteur financier pour qu'ils nous accordent de leur temps n'a pas été aisé en raison de leur emploi de temps chargé ou encore des questions de confidentialité au sein de leur organisation. Par exemple, une des personnes que nous avons sollicitées pour participer à notre recherche nous a fait comprendre, je cite : *« votre axe de recherche est intéressant, toute fois je suis tenue à une clause de confidentialité dans le cadre de mes fonctions, je ne peux malheureusement vous venir en aide »*. Ou encore, certaines personnes prenaient connaissance du message que nous les laissions, mais décidaient de ne pas y donner de suite.
- **L'enregistrement de la conversation pour retranscription** : en effet, certains de nos interlocuteurs ont été réticents à ce que l'échange soit enregistré. Cette réticence pouvait être motivée par la politique de confidentialité des données en vigueur ou par des raisons personnelles que les participants préféraient ne pas divulguer. Cette situation a rendu la tâche de retranscription difficile, malgré les notes que nous avons prises pour faciliter l'analyse. En d'autres termes, il nous a souvent été difficile de nous souvenir avec exactitudes des paroles qui ont été dites par ces derniers. Il est clair que, si les autres interlocuteurs n'avaient pas accepté que la conversation soit enregistrée, la retranscription des données aurait été réellement compliquée pour nous ;
- **L'accès à la documentation et la recension des écrits** : en effet, lors de la constitution de notre revue de littérature, nous n'avons pas pu avoir accès à certains documents qui auraient pu nous être utiles pour des contraintes de moyens ou d'accès difficiles ;
- **L'usage du logiciel d'analyse qualitative Nvivo** : en effet, étant une personne autodidacte dans l'utilisation du logiciel. Nous nous efforçons encore à bien tirer profit des avantages que peut avoir ce logiciel dans le cadre d'une recherche qualitative et ressortir tous les éléments nécessaires et cela de la bonne façon dans le cadre d'une analyse.

2.2. Recommandations de la recherche

Tout travail scientifique n'étant pas totalement parfait, nous pouvons toujours chercher un moyen de l'améliorer de façon continue. À cet effet, les recommandations que nous pouvons faire pour améliorer notre projet de recherche sont les suivantes :

- Élargir la taille de l'échantillon pour qu'elle puisse être assez représentative dans le but que les résultats issus de l'étude puissent être généralisables à une plus grande échelle et avoir une plus grande portée ;
- Réaliser un « benchmark ». En effet le « benchmark » ou « *analyse comparative, est une méthode stratégique qui consiste à comparer les performances, processus ou produits d'une organisation avec ceux des leaders du marché. À travers cette démarche, une entreprise peut identifier les bonnes pratiques, déceler ses lacunes et trouver des pistes d'amélioration.* »⁶⁴. Pour ramener ce concept à notre étude, une étude comparative approfondie des juridictions pionnières de l'Open Banking et qui l'on déjà implémenté pour identifier et mettre en exergue les bonnes pratiques, obstacles réglementaires, etc. (comme nous l'a suggéré notre interlocutrice 2) ;
- Enrichir les entretiens en les assimilant conjointement à une analyse documentaire dans le but de trianguler les données. De plus, on pourrait faire appel à l'analyse quantitative intégrée à l'analyse qualitative pour une méthode mixte. En effet, ajouter une composante quantitative (sondage, « network analysis », etc.) pourrait permettre de mesurer et confirmer à grande échelle les insights recueillis qualitativement ;
- Étudier les avantages, inconvénients, freins ou encore facteurs d'adoption du point de vue des clients finaux lorsque l'Open Banking sera effectif au Canada et assez mature pour avoir une autre perception et point de vue.

⁶⁴ [Benchmark : Qu'est-ce que c'est ? À quoi ça sert ? Quand en faire un ? - Mon Business](#) consulté le 22/04/2025 à 11h40

En somme, il était question pour nous de discuter les résultats obtenus lors de notre analyse et d'en tirer les principales conclusions qui pourraient en découler dans le but de clôturer notre travail de recherche. Cela a été possible à travers la section 1 qui a porté sur les discussions et implications des résultats et la section 2 qui a porté sur les limites et recommandations de notre travail de recherche. Nous sommes arrivés au fait que nos propositions de recherches de départ ont été validées grâce à l'analyse de contenu effectuée sur Nvivo appuyé par les différents extraits d'entretiens que nous avons eu avec nos différents interlocuteurs. Par la suite nous avons pu relever des implications tant sur le plan théorique que sur le plan managérial pour évaluer la contribution ou encore la portée de notre étude. Enfin, nous avons pu amender notre travail en y apportant des limites, en présentant les difficultés que nous avons rencontrées et en proposant des recommandations.

CONCLUSION

En somme, rappelons-le, notre thème porte sur « **l'impact de l'open banking sur la compétitivité des banques : stratégies de personnalisation et diversification des services financiers** ». Nous constatons que l'évolution de la technologie dans le système bancaire constitue un levier majeur. Cette dernière est très souvent adoptée selon divers contextes individuels ou organisationnels. Bien que cette forme d'innovation soit un domaine longuement étudié dans la littérature, de nouvelles technologies ne cessent de naître en vue de satisfaire les besoins de plus en plus changeants et grandissants des clients dans le but de toujours les satisfaire. Cela a donc été une évidence pour nous d'orienter notre recherche autour de **l'Open Banking**. Bien que ce concept soit encore en phase d'implémentation au Canada, nous nous sommes fixés comme objectif de comprendre l'impact potentiel de l'Open Banking sur la compétitivité des banques canadiennes en termes de personnalisation de l'expérience cliente et de diversification dans les services financiers une fois que cet outil serait effectivement mis en place au Canada.

Rappelons-le, le concept d'Open Banking trouve ses fondements légaux dans la Directive européenne sur les Services de Paiement (DSP 2) en janvier 2018 en réponse à la volonté de plus en plus grandissante des Fintechs d'établir un marché avec des moyens et services de paiement innovant, moderne et concurrentiel. L'objectif de cette directive est *d'ouvrir l'écosystème bancaire, renforcer la sécurité des paiements en ligne et à favoriser les services financiers innovants. Une vraie opportunité pour le secteur des services financiers digitaux, en pleine expansion et promis à un avenir brillant.*⁶⁵ C'est donc un écosystème riche que nous avons étudié pour faire ressortir son rôle dans la personnalisation et la diversification des services bancaires.

À cet effet, nous avons suivi un canevas bien précis en passant par :

- Des généralités sur le système bancaire et sur l'open banking (chapitre 1) ;
- Une présentation du cadre théorique de nos variables d'étude faisant ressortir les théories que nous avons utilisées (théorie de l'avantage concurrentiel et théorie de l'innovation) ; ainsi que la présentation de notre revue de la littérature et enfin, la présentation de nos différentes propositions de la recherche (chapitre 2) ;
- La présentation de la démarche méthodologique et des résultats de notre recherche (chapitre 3) ;

⁶⁵ [Solution Open Banking : comme nt choisir son prestataire ? \(widmee.com\)](https://www.widmee.com/solution/open-banking-comme-nt-choisir-son-prestataire/) consulté le 11/10/2024 à 14h46

- L'analyse des résultats, les implications, limites et recommandations de la recherche (chapitre 4).

La personnalisation se définit comme *la capacité d'adapter l'offre des clients selon leurs préférences et besoins* (Hagen, Manning, & Souza, 1999). Tandis que la diversification des services est peut s'entendre comme étant l'expansion des activités de base d'une organisation afin de répondre aux besoins des clients et aux évolutions du marché. En explicitant le lien qui pouvait être établi entre ces différentes variables et l'open banking, nous avons pu formuler deux propositions de recherche :

P1 : *L'Open Banking permet à la banque de personnaliser ses services et les adapter aux préférences de chaque client.*

P2 : *L'Open Banking permet à la banque de diversifier ses services par rapport à ceux traditionnellement proposés.*

Le développement de ces deux propositions de recherche nous a poussés à opter pour une analyse qualitative de contenu sur un échantillon de (05) acteurs du secteur financier qui sont informés ou acteurs de l'Open Banking au Canada. Les données ont été collectées au moyen d'un guide d'entretien administré en ligne via l'outil Teams aux participants à l'enquête. Les données ont par la suite été analysées grâce au logiciel d'analyse qualitative NVIVO. **Les résultats de l'analyse ont permis de confirmer nos deux propositions de la recherche.** Autrement dit, les résultats obtenus sont en accord avec nos postulats de départ qui suggéraient qu'il existe un lien entre l'Open Banking et la personnalisation et la diversification des services bancaires.

Les échanges avec nos différents interlocuteurs nous ayant permis de valider nos propositions de recherche, ils ont encore été plus que fructueux en nous permettant de ressortir quelques ajouts d'informations. En effet :

Les freins à la mise en œuvre rapide de l'open banking seraient :

- La **réglementation** : E1 « *L'Open Banking s'est réglementé au niveau fédéral donc c'est une décision politique de l'accélérer ou de ne pas le faire.* ». E2 « *La mise en place de la réglementation ça serait une chose, mais évidemment notre système fonctionne où les lois sont déposées par les gouvernements et une fois une fois que les lois sont entérinées, la réglementation peut s'installer* »
- La **modernisation des écosystèmes de données** : E2 « *l'arrivée de l'intelligence artificielle, c'est beaucoup de nouvelles technologies. C'est les mêmes défis pour tout le monde. C'est plus difficile pour les institutions financières, car c'est les plus grosses*

organisations à transformer, mais c'est la même chose pour tout le monde. La technologie se développe tellement rapidement que ça apporte son lot de défis. »

- La **fraude** : E2 « (...) *la fraude continue d'être une industrie dans laquelle énormément de gens qu'on ne connaît pas investissent.* »
- La **question du partage de compétence** (E4) ;
- Les **développements politiques / situations politiques** (E5).

Les éléments essentiels pour une adoption de l'Open Banking seraient :

- Le **système d'accréditation** : E1 « il doit balancer très bien la sécurité du système financier avec la capacité de permettre l'entrée des nouvelles compagnies. »
- Un **travail de coopération** : E2 « l'industrie doit se rallier pour embrasser le plan du gouvernement et entrer dans le système. »
- L'**éducation des clients et un bon cadre réglementaire bien défini** (E3) ;
- La **protection des renseignements de la vie privée des consommateurs**, s'assurer d'obtenir de la bonne façon le consentement des clients, l'identification des consommateurs qui doit être faite correctement. Il rajoute que les banques qui compte se démarquer devront *posséder un certain nombre de caractéristiques comme l'orientation clientèle, l'utilisation intelligente des données, faire un exercice de mappage de données* (E4).

Les Projections/attentes/suppositions de l'Open banking dans 5 à 10 ans seraient :

- Permettre aux clients d'écrire les données dans la phase suivante pouvant conduire à une désintermédiation accrue des services financiers ;
- Être dans l'Open Finance : E2 « *C'est-à-dire qu'on devrait passer au-delà de la portée des données de l'Open Banking qui sont proposées dans la première phase. On devrait avoir intégré les données des clients commerciaux et on devrait commencer à penser aux données d'investissements, jusqu'aux données d'assurance.* »
- Montée en puissance des néo-banques Canadienne dans l'environnement financier grâce à l'Open Banking ou d'une institution financière étrangère comme Revolut (E3)
- « *Je pense qu'avec la mise en place de rails de paiement plus sophistiqués au Canada, avec le projet que nous appelons « Rebuild Time Rails » que Payments Canada est en train de réaliser, lorsque ce système sera opérationnel et lorsque l'open banking évoluera au-delà de l'accès en lecture, actuellement le système que nous envisageons ne vous permettra pas de partager des données, il ne permettra pas de faire quoi que ce soit avec*

le compte bancaire d'un consommateur, comme déplacer de l'argent ou initier un paiement. » (E5)

Aussi, et comme mentionné dans notre mémoire, nous avons ressorti les limites et difficultés que nous avons rencontrées, car pareil travail ne saurait être effectué sans tumultes et nous avons formulé quelques recommandations pour améliorer notre travail de la recherche et ouvrir la voie à de potentielles futures recherches.

Représentant de nos jours une avancée important pour le secteur bancaire, l'éclosion de l'Open Banking permettra à la banque de personnaliser et diversifier ses services. Cette évolution dépendra de la capacité de tous les acteurs qui interviendront à surmonter les défis techniques, réglementaires, à être innovant et à renforcer la confiance des clients.

RÉFÉRENCES

- Abdulahobov, S. X. (2024). Risk Management In Open Banking. *Revue Internationale De Recherche Avancée en Education, Technologie et Gestion*, 3(9).
- Adhabi, E., & Anozie, C. B. (2017). Literature review for the type of interview in qualitative research. *International Journal of Education*, 9(3), 86-97.
- Adomavicius, & Tuzhilin. (2005). Personalization technologies: a process-oriented perspective. *Communications of the ACM*, 48(10), 83-90.
- Aithal, P. S. (2016, Novembre). Ideal Banking Concept and Characteristics. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 3(11), 53-63. Récupéré sur <https://sloap.org/journals/index.php/irjmis/article/view/425>
- Alexia, P. (2023). *Swiss Banking Industry: Analysis of the positioning of traditional banks as fintech banks enter the market and customer behaviour changes*. Mémoire, Haute école de gestion de Genève (HEG-GE) International Business Management.
- Andreani, J.-C., & Conchon, F. (2005). Méthodes d'analyse et d'interprétation des études qualitatives : état de l'art en marketing. *Actes du 4e Congrès International sur les Tendances du Marketing en Europe*, 21-22.
- Anna, E. O. (2018). Banks and Fintechs: How to Develop a Digital Open Banking Approach for the Bank's Future. *International Business Research*, 11(9). doi:10.5539/ibr.v11n9p23
- Ariadne, P., & Stefan, S. (2020). OPEN BANKING: HOW TO DESIGN FOR FINANCIAL INCLUSION. Récupéré sur <https://documents1.worldbank.org/curated/en/351881625136775280/pdf/Open-Banking-How-to-Design-for-Financial-Inclusion.pdf>
- Arora, N., Dreze, X., Ghose, A., Hess, J. D., Iyengar, R., Jing, B., & Shankar, V. (2008). Putting one-to-one marketing to work: Personalization, customization, and choice. *Marketing Letters*, 19(3-4), 305–321.
- Augustin, J. M., Amira, B., & Claude, B. (2024). Au delà du trou noir, les horizons inex ploités de l'innovation technologique bancaire : synthèse de la littérature et perspectives.

- Conférence Internationale sur les Tendances Marketing- IMTC*. Récupéré sur <https://hal.science/hal-04668551v1>
- Aytan, Z. (2024). From Closed Banking to Open Banking: Risks and Opportunities. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 3(3), 303-316. doi:10.54408/jabter.v3i3.278
- Babina, T., Bahaj, S., Buchak, G., De Marco, F., Foulis, A., Gornall, W., . . . Yu, T. (2024a). Customer Data Access and Fintech Entry: Early Evidence from Open Banking,. doi:10.2139/ssrn.4716658
- Babina, T., Fedyk, A., He, A., & Hodson, J. (2024b). Artificial intelligence, firm growth, and product innovation. *Journal of Financial Economics*, 151. doi:10.1016/j.jfineco.2023.103745
- Bahri, G., Lobo, & Tabitha. (2020). The seven highly effective strategies to survive in the open banking world. *Journal of Digital Banking*, 5(2), 102-109.
- Barchiesi, & Colladon. (2021). Big data and big values: When companies need to rethink themselves. *Journal of Business Research*, 129, 714-722.
- Baribeau, C., & Roye, C. (2012). L'entretien individuel en recherche qualitative : usages et modes de présentation dans la Revue des sciences de l'éducation. *Revue des sciences de l'éducation*, 38(1), 23-45.
- Baumann, C. B., & Elliott, G. (2005). Determinants of customer loyalty and share of wallet in retail banking. *Journal of Financial Services Marketing*, 9, 231-248.
- BEN, Y. S., & ACHELHI, H. (2021). Fondements théoriques et importance de l'innovation : Regards des auteurs au cours des années. *Revue Internationale du chercheur*, 2(1), 160 – 184. Récupéré sur <https://www.researchgate.net/publication/364844741>
- Bengt, L., Trine, P. L., Alex, L., Bertil, R., Anna, I., & Jaan, M. (2024). Digital disruption diversified—FinTechs and the emergence of a coopetitive market ecosystem. *Socio-Economic Review*, 22(2), 655-675. Récupéré sur <https://doi.org/10.1093/ser/mwad046>
- Bobillier-Chaumon, M.-E., & Dubois, M. (2009). L'adoption des technologies en situation professionnelle : quelles articulations possibles entre acceptabilité et acceptation ? *Le travail humain*, 72(4), 355-382.

- Boot, A. W., & Schmeits, A. (2000). Market Discipline and Incentive Problems in Conglomerate Firms with Applications to Banking. *Journal of Financial Intermediation*, 9(3), 240–273.
- Bouchelit, R., & Fatima, b. (2023). Transformation numérique du secteur bancaire : Open Banking and Fintech. *Economic Researcher Review*, 11(2), 96-110.
- Boudet, J., Gregg, B., Heller, J., & Tufft, C. (2017). The heartbeat of modern marketing: Data activation and personalization. *McKinsey & Company*.
- Brackert, T., Dab, S., Kok, S., & Peeters, M. (2018). *Retail banks must embrace open banking or be sidelined*. Boston Consulting Group. Récupéré sur <https://www.bcg.com/publications/2018/retail-banks-must-embrace-open-banking-sidelined>
- Brett, K. (2018). *Bank 4.0 : Banking everywhere, never at a bank*.
- Broby, D. (2021). Financial technology and the future of banking. *Financial Innovation*, 7(1), 1-19.
- Casu, B., Girardone, C., & Molyneux, P. (2019). *Introduction to Banking* (éd. 3e). (2019).
- Catanach, A. H., & Walker, P. L. (1999). The international debate over mandatory auditor rotation : a conceptual research framework. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*.
- Chengbo, X., & Sijia, H. (2024). Open banking: an early review. *Journal of Internet and Digital Economics.*, 4(2), 73-82.
- Corinne, R., Francois, C. S., & Christine, L.-C. (2016). Réinventer l'agence bancaire de demain : Mise en oeuvre d'un processus d'innvotion collaborative. *Revue francaise de gestion*(259), 102-119. doi:10.3166/rfg.2016.00073
- Cortet, M., Rijks, T., & Nijland, S. (2016). PSD2 : The digital transformation accelerator for banks. *Journal of Payments Strategy & Systems*, 10(1), 13-27.
- Deloitte. (2018). *Open Banking : La révolution de l'industrie bancaire, comment les banques doivent se réinventer*.
- Deschenaux, F. (2007). *Guide d'introduction. Les cahiers pédagogiques de l'Association pour la recherche qualitative*.

- Doan, A.-T., Lin, K.-L., & Doong, S.-C. (2018). What drives bank efficiency? The interaction of bank income diversification and ownership. *International Review of Economics & Finance*, 55, 203-219.
- Economist, T. (2015, 05 09). The fintech revolution. *The Economist*. Récupéré sur <https://www.economist.com/leaders/2015/05/09/the-fintech-revolution>
- El Achari, S., & Hattab, S. (2024). The impact of digital transformation on the banking sector. *Journal of Economics, Finance and Management (JEFM)*, 3(3). Récupéré sur <https://doi.org/10.5281/zenodo.12723055>
- EL MOKHTARI, H., BELATTAR, L., & ASRAOUI, I. (2023). Overview of Moroccan banking sector in the era of covid-19. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics.*, 4(3-1), 266-286.
- EL OUDRI, A., & HAMDI, K. (2024). Audit bancaire et la gestion des risques bancaires : Cas du Crédit Agricole. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 7(2), 118-141. Récupéré sur <file:///C:/Users/EG/Desktop/memoireUQO/Revue%20de%20litt%C3%A9rature/19-1571-Article%20Text-5499-1-10-20240427.pdf>
- Fama, E. F. (1985). What's Different About Banks? *Journal of Monetary Economics*, 15(1), 29–39.
- Ferrari, R. (2016). FinTech Impact on Retail Banking – From a Universal Banking Model to Banking Verticalization. (C. Susanne, & B. Janos, Éd.s.)
- Fleuriet, M. (1977). *La dynamique financière des entreprises*. Paris: CESA.
- Gérard, P. P., & Norman, E. M. (1994). The future of self-service technologies in retail banking. 14(1), 94. *The Service Industries Journal*, 14(1).
- Gill, P., & Baillie, J. (2018). Interviews and focus groups in qualitative research : an update for the digital age. *British Dental Journal*, 225(7), 668-672.
- Guerra, J. P. (2019). *Automating Finance : Infrastructures, Engineers, and the Making of Electronic Markets*. Cambridge University Press.
- Gwinner, K. P., Gremler, D. D., & Bitner, M. J. (1998). Relational benefits in services industries: the customer's perspective. *Journal of the academy of marketing science*, 101-114.

- Hagen, Manning, & Souza. (1999). Smart personalization. *Forester research, Cambridge, MA* : Harvard University Press. .
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2002). Understanding relationship marketing outcomes: An integration of relational benefits and relationship quality. *Journal of service research*, 4(3), 230-247.
- Hensen, J., & Kötting, B. (2022). From open banking to embedded finance: The essential factors for a successful digital transformation. *Journal of Digital Banking*, 6(4), 308–318.
- Hlady, R. M. (2002). *La méthode des cas: Application à la recherche en gestion*. De Boeck Supérieur. doi:<https://doi.org/10.3917/dbu.hlady.2002.01>
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), pp. 1277-1288. doi:<https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Hu, J., Erdogan, B., Jiang, K., Bauer, T. N., & Liu, S. (2018). Leader humility and team creativity : The role of team information sharing, psychological safety, and power distance. *Journal of Applied Psychology*, 103(3), 313.
- Huang, J. H., & Shyu, S. H. (2009). Building personalised relationships with customers via emails. *Total Quality Management*, 20(6), 585-601.
- Imhoff, Loftis, & Geiger. (2001). Building the customer-centric enterprise : Data warehousing techniques for supporting customer relationship management, Wiley.
- Iwan, H., & Ida, A. P. (2024). The Role of Fintech in Transforming Traditional Financial Services. *Accounting Studies and Tax Journal (COUNT)*, 1(1), 81-91. Récupéré sur <https://doi.org/10.62207>
- Jacobson, D., Brail, G., & Woods, D. (2012). *APIs : A strategy guide: Creating channels with application programming interfaces*. (O. Media, Éd.)
- Jain, G., Paul, J., & Shrivastava, A. (2021). Hyper-personnalisation, co-création, clienteling digital and transformation. *Journal of Business Research*, 124(1), 12-23.
- Kauffman, R. J., Parker, C., Weber, B. W., & Gomber, P. (2018). Sur la révolution fintech : interpréter les forces de l'innovation, de la perturbation et de la transformation dans les

- services financiers. *Journal des systèmes d'information de gestion*, 35(1), 220-265.
Récupéré sur <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of behavioral research* (éd. 4e). (T. :. Fort Worth, Éd.) Harcourt College Publishers.
- Kevin, O., Philip, O., Tadhg, N., Christos, K. F.-P., & Milad, A. D. (2021). La valeur durable de l'Open Banking : perspectives sous l'angle des données ouvertes. doi:10.24251/HICSS.2021.713
- Klein, P. G., & Saldenbergh, M. R. (1998). *Diversification, Organization, and Efficiency: Evidence from Bank Holding Companies*. Working Paper, Wharton Financial Institutions Center, University of Pennsylvania.
- Kohn, L., & Christiaens, W. (2014). Les méthodes de recherches qualitatives dans la recherche en soins de santé : apports et croyances. *Reflets et perspectives de la vie économique, LIII*, 67-82. Récupéré sur <https://doi.org/10.3917/rpve.534.0067>
- Kotler, P. (1970). *Marketing management: Analysis, planning, and control* (éd. 2e). Prentice Hall.
- KPMG, I. (2017). *Seizing the open banking advantage*.
- Krief, N., & Zardet, V. (2013). Analyse de données qualitatives et recherche-intervention. *Revue Recherches en Sciences de Gestion-Management*, 211-237.
- Laplate, P., & Kshetri, N. (2021). OpenBanking:DefinitionandDescription. *Computer*, 58, 122-128.
- Llewellyn, D., & Mayes, D. G. (2003). The Role of Market Discipline in Handling Problem Banks. *SSRN Electronic Journal*.
- MARKOS, Z., & PINAR, O. (2017, 6 15). THE API ECONOMY AND DIGITAL TRANSFORMATION IN FINANCIAL SERVICES: THE CASE OF OPEN BANKING. *SWIFT INSTITUTE* (2016-001). Récupéré sur <https://ssrn.com/abstract=2975199>
- Markowitz, H. M. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77–91.

- Marous. (2018). The Future of Banking : Fintech or Techfin in Forbes. Récupéré sur <https://www.forbes.com/sites/jimmarous/2018/08/27/future-of-banking-fintech-or-techfin>
- Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A., & Fonenot, R. (2013). Does sample size matter in qualitative research ? : a review of qualitative interviews in is research. *Journal of Computer Information Systems*, 54(1), 11-22.
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. *Forum : Qualitative Social Research*, 11(3).
- Mehdiabadi, A., Tabatabeinasab, M., Spulbar, C., Yazdi, A. K., & Birau, R. (2020). Are WeReadyfor the Challenge of Banks 4.0 ? Designing a Roadmap for Banking Systems in Industry 4.0. *International Journal of Financial Studies*, 8(32).
- Michael, Q. P. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods : Integrating Theory and Practice* (éd. 4e).
- Morse, J. M. (2000). Determining sample size. *Qualitative Health Ressearch*, 10, 3-5.
- Mucchielli. (2006). *L'analyse de contenu : des documents et des communications* (éd. 9). (E. S. Francaises, Éd.)
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods : Qualitative and quantitative approaches* (éd. 7e). (P. Education, Éd.)
- Njiemoun, E. (2023). Cours de méthodologie qualitative.
- Nsoki, F. (2023). Système Financier.
- Oh, S., Chung, G., & Cho, K. (2024). NewSustainable Fintech Business Models Created by Open Application Programming Interface Technology: A Case Study of Korea's Open Banking Application Programming Interface Platform. (W. Harris, Éd.) *Sustainability*, 16(7187). Récupéré sur <https://doi.org/10.3390/su16167187>
- O'Leary, K., O'Reilly, P., Nagle, T., Filelis-Papadopoulos, C., & Dehghani, M. (2021). The sustainable value of open banking : Insights from an Open Data Lens. 5891-5901. doi:10.24251/HICSS.2021.713

- Olubiyi, O., Smiley, G., Luckel, H., & Melaragno, R. (2019). A qualitative case study of employee turnover in retail business. *Heliyon*, 5(6). doi:<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01796>
- Omarini, A. (2014). Strategy and Business Models in Retail Banking : Why Should They Matter Also to Supervisors ? *Journal of Financial Transformation*, 39, 47-58.
- Omarini, A. (2015). Retail Banking, Business Transformation and Competitive Strategies for the Future. *London : Palgrave MacMillan Publishers*.
- Omarini, A. (2018). Banks and Fintechs: How to Develop a Digital Open Banking Approach for the Bank's Future. *International Business Research*, 11(9).
- Porter, M. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. *New York: Free Press*.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage : creating and sustaining superior performance*. New York : Free Press ; London : Collier Macmillan.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The Core Competence of The Corporation. *harvard business review*.
- Premchand, A., & Choudhry, A. (2018). Open Banking & APIs for Transformation in Banking. *International Conference on Communication, Computing and Internet of Things (IC3IoT)*, 25-29.
- Queiros, A., Faria, D., & Almeida, F. (2017). Strengths and limitations of qualitative and quantitative research methods. *European Journal of Education Studies*, 3(9).
- Rochet, J. C., & Tirole, J. (1996). Interbank lending and systemic risk. *Journal of Money, credit and Banking*, 28(4), 733-762.
- Salampasis, & Mention. (2018). Open innovation in financial institutions: individual and organisational considerations. *International Journal Transitions and Innovation Systems*, 6(1), 62-87. Récupéré sur <https://doi.org/10.1504/IJTIS.2018.090781>
- Sandelowski, M. (1995). Sample size in qualitative research. *Research in Nursing & Health*, 18(2), 179-183.
- Sarah, D. N. (2023). *Les crises financières et les institutions financières*. Devoir dans le cadre du cours de Systèmes financiers Internationaux.

- Sarah, D. N. (2024). *Les effets négatifs de la relation auditeur-audit sur la qualité de l'audit au Cameroun*. Devoir pour le cours de méthodologie qualitative de la recherche.
- Sawadogo, N. (2020). Méthodes d'analyse qualitative. *Revue des Sciences Sociales*, 25(3), 45-60.
- Schueffel, P., & Vadana, I. (2015). Open Innovation in the Financial Services Sector - A global literature review . *Journal of Innovation Management* , 25-48.
- Schumpeter. (1949). The theory of Economic Development : An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. *Harvard University Press*, 25(1).
- Schumpeter, J. (1911). The theory of Economic Development : An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. *Cambridge, MA : Harvard University Press*.
- Senihji, K., & Idrissi, K. (2024). 'IMPACT DE LA PERSONNALISATION DES SERVICES SUR LA FIDELITE DES CLIENTS, EFFET MEDIEUR DE LA SATISFACTION : CAS DU SECTEUR BANCAIRE MAROCAIN. *Revue Marocaine d'Etudes de Gestion et de Finance Organisationnelle*, 9(1). Récupéré sur <https://www.researchgate.net/publication/385130893>
- Skinner, C. (2019, 03 04). *The true meaning of Open Banking*. Récupéré sur The Finanser: <https://thefinanser.com/2019/03/true-meaning-open-banking>
- Smith, K. (2006). Measuring innovation. Dans J. Fagerberg, D. C. Mowery, R. R. Nelson, & O. U. Press (Éd.), *The Oxford handbook of innovation* (pp. 148-177).
- Stefanelli, V., Manta, F., & Pierluigi, T. (2022). Digital financial services and open banking innovation: are banks becoming invisible ? Récupéré sur <https://doi.org/10.48550/arXiv.2210.01109>
- Stein, J. C. (1997). Internal Capital Markets and the Competition for Corporate Resources. *The Journal of Finance*, 52(1), 111–133.
- Tam, K. Y., & Ho, S. Y. (2005). Web Personalization as a Persuasion Strategy: An Elaboration Likelihood Model Perspective. *Information Systems Research*, 16(3), 271-291.
- Tanaka, H. (2019). Innovation on the Digital Economies and Sustainability of the Global Communities. *Annals of social sciences & management studies*, 59-68.

- Tania, B., Saleem, A. B., Greg, B., Filippo, D. M., Angus, K. F., Will, G., . . . Tong, Y. (2024, January). CUSTOMER DATA ACCESS AND FINTECH ENTRY: EARLY EVIDENCE FROM OPEN BANKING. *National Bureau of Economic Research*. doi:10.3386/w32089
- Thorsten, V. K., & Jeremy, K. (2020). Open Banking in Canada – The Path to Implementation. doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4091760>
- Touzani, O., & Abdelkarim, M. (2024). Fintech et le Sytème D'information : Impact Sur Les PME. *Revue Internationale de la Recherche Scientifique (Revue-IRS)*, 2(3). Récupéré sur <https://doi.org/10.5281/zenodo.11370771>
- Verdier, M. (2006). Retail Payment Systems: What do we Learn from Two-Sided Markets? *Communications & Strategies*, 61.
- Walter, I. (1969). *Banking and Financial Markets*. .
- Wewege, L., & Thomsett, C. (2020). Disruptions and Digital Banking Trends. *Journal of Applied Finance & Banking*, 10(6), 15-56.
- Xu, Z., Qin, W., Ziyaun, W., Donghai, L., Yang, X., & Sheng, W. (2020). PPM : un modèle de partage de données fourni par provenance pour l'Open Banking via la blockchain. (N. Y.-U. Association pour la machinerie informatique, Éd.) (5), 1-8. Récupéré sur <https://doi.org/10.1145/3373017.3373022>
- Zachariadis, M., & Ozcan, P. (2017). The API economy and digital transformation in financial services : The case of open Banking.
- Zandamela. (2021). The Benefits of Open Banking to Consumers, Banks and Fintech Companies.
- Zandamela, D. H. (2021). *The benefits of open banking to consumers, banks and FinTech companies*. Thesis.
- Zeithaml, V. A. (2006). Service Quality and Customer Satisfaction in Retail Banking. *Journal of Retailing*, 82(1), 1-10.

ANNEXE

Annexe 1 : Guide d'entretien



**Université Du Québec En
Outaouais**

Département Des Sciences De
L'administration

Bonjour / Bonsoir Monsieur, Madame, et merci de nous avoir accordé de votre temps pour cet entretien. Je me nomme NZUKO MOTSO Sarah Duchelle, actuellement étudiante en Maîtrise en administration des affaires concentration services financiers (avec mémoire) à l'Université du Québec en Outaouais. Dans le cadre de la rédaction de notre mémoire de fin d'études intitulé **« l'impact de l'open banking sur la compétitivité des banques : stratégies de personnalisation et diversification des services financiers »**, nous cherchons à comprendre l'impact potentiel de l'Open Banking sur la compétitivité des banques canadiennes en termes de personnalisation de l'expérience cliente et de diversification dans les services financiers une fois que cet outil serait effectivement mis en place au Canada. Autrement dit, cet entretien aura pour objectif de mieux cerner l'initiative de mise en place du projet d'Open Banking dans les banques et en conséquence déduire le rôle qu'elle pourrait jouer dans la personnalisation et la diversification des services bancaires.

À cet effet, nous désirons nous échanger avec vous pendant un entretien qui durera entre 30 à 45 minutes. Du fait du caractère académique de cette étude, nous tenons à vous assurer que les réponses et informations collectées auprès de vous seront utilisées uniquement à des fins scientifiques et feront l'objet d'une confidentialité et d'un anonymat garantis. Aussi, le bon déroulement de cette phase dépend en grande partie de vous dans la mesure où la pertinence des réponses recueillies nous permettra de faire de meilleures analyses.

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel : [REDACTED]

Sarah NZUKO

Date : _____

Heure du début : _____

Heure de fin : _____

DÉROULEMENT DE L'ENTRETIEN

Introduction

- Présentation brève du thème et de l'objectif de recherche.
- Rassurez le répondant sur la confidentialité des informations partagées.

THÈME 0 : CONNAISSANCE

- 1- Pour commencer pouvez-vous vous présenter et me parler de votre expérience dans le secteur bancaire ?
- 2- Quel est votre degré de familiarité avec l'Open Banking et les initiatives en cours au Canada dans ce domaine ? Qu'en pensez-vous ?
- 3- De façon générale, comment percevez-vous l'open banking ? Une opportunité, un défi ou une combinaison des deux ?

THÈME 1 : TECHNIQUES DE PERSONNALISATION

- 1- Selon vous, comment l'open banking pourrait-il permettre aux banques de mieux comprendre et répondre aux attentes spécifiques des clients ?
- 2- Pensez-vous que l'open banking permettrait à la banque de personnaliser l'expérience de chaque client pour la rendre unique ?
- 3- Avez-vous des exemples concrets d'outils ou de services personnalisés qui pourraient émerger grâce à l'ouverture des données bancaires ?
- 4- Selon vous quels seraient les défis rencontrés dans l'exploitation de cet outil ?

THÈME 2 : DIVERSIFICATION DES SERVICES FINANCIERS

- 1- Selon vous, comment l'open banking pourrait-il aider les banques à diversifier leurs offres et services à ceux traditionnellement proposés ?
- 2- Pensez-vous que l'open banking pourrait être un outil réel de diversification et conférer un avantage aux banques ?

- 3- Pensez-vous que l'ouverture des données bancaires pourrait encourager les banques à faire des partenariats clés avec certains tiers comme les fintechs ? Si oui, quelles formes ces collaborations pourraient-elles prendre ?
- 4- Pensez-vous que cet outil pourrait améliorer ou renforcer la compétitivité des banques canadiennes face aux nouvelles plateformes numériques ?

THÈME 3 : AUTRES

- 1- Déjà mis en place dans certains pays, selon vous qu'est ce qui freine la mise en œuvre rapide de l'open banking au Canada ? (Ex : réglementation, etc.)
- 2- Selon vous, quels seraient les éléments essentiels pour une adoption réussie de l'open banking par les banques et la coopération par les clients ?
- 3- D'ici 5 à 10 ans, avec l'adoption de l'open banking, comment pensez-vous que le paysage du secteur bancaire canadien se dessinerait ?
- 4- Y a-t-il des points que nous n'avons pas abordés ou des éléments d'éclaircissements que vous souhaiteriez rajouter qui vous semblerait important ?

Merci beaucoup du temps que vous avez pu nous consacrer et de vos réflexions précieuses. Votre contribution nous aidera à mieux finaliser notre recherche.

Annexe 2 : Certificat d'approbation éthique



CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

La présente atteste que le projet de recherche décrit ci-dessous a fait l'objet d'une évaluation en matière d'éthique de la recherche avec des êtres humains et qu'il satisfait aux exigences de notre politique en cette matière.

Projet # : 2025-3704

Titre du projet de recherche : L'IMPACT DE L'OPEN BANKING SUR LA COMPETITIVITE DES BANQUES : STRATEGIES DE PERSONNALISATION ET DIVERSIFICATION DES SERVICES FINANCIERS

Chercheure principale :

Sarah Duchelle Nzuko Motso
Étudiante, Université du Québec en Outaouais

Directeur de recherche :

Hamed Motaghi
Professeur, Université du Québec en Outaouais

Date d'approbation du projet : 07 mars 2025

Date d'entrée en vigueur du certificat : 07 mars 2025

Date d'échéance du certificat : 07 mars 2026

Caroline Tardif
Attachée d'administration, CÉR
pour André Durivage, Président du CÉR

Signé le 2025-03-07 à 09:44

Annexe 3 : Formulaire de recrutement de répondants



Affiche de recrutement

Nous sommes présentement à la recherche de participants pour prendre part à notre projet de recherche intitulé « **l'impact de l'open banking sur la compétitivité des banques : stratégies de personnalisation et diversification des services financiers** ». Les participants que nous recherchons doivent :

- être des professionnels du secteur financier ; avoir une certaine connaissance liée à l'Open Banking et, posséder 2 à 3 ans d'expérience minimum dans un domaine lié au service bancaire ou à l'open Banking.

Par conséquent, nous excluons de notre recherche :

- les professionnels du secteur financier n'ayant aucune connaissance ou implication dans les stratégies d'Open Banking ; ceux n'ayant pas une maîtrise suffisante des concepts bancaires ou technologiques pour fournir des réponses détaillées ; ceux indisponibles ou difficile à contacter compliquant la prise de rendez-vous pour les entretiens et, les participants qui ne maîtrisent pas bien le Français ou l'Anglais car cela pourrait entraver l'échange et rendre la communication difficile.

Ce projet est mené par NZUKO MOTSO Sarah Duchelle, étudiante en Maîtrise en administration des affaires concentration services financiers (avec mémoire) à l'Université du Québec en Outaouais.

Le but de notre projet est de comprendre l'impact potentiel de l'Open Banking sur la compétitivité des banques canadiennes en termes de personnalisation de l'expérience cliente et de diversification dans les services financiers une fois que cet outil serait effectivement mis en place au Canada. Autrement dit, nous voulons mieux cerner l'initiative de mise en place du projet d'Open Banking dans les banques et en conséquence déduire le rôle qu'elle pourrait jouer dans la personnalisation et la diversification des services bancaires.

Votre participation impliquerait de nous accorder 30 à 45 minutes de votre temps lors d'un entretien où nous pourrions discuter sur cette thématique. De plus le bon déroulement de cette phase de notre recherche dépendra en grande partie de vous dans la mesure où la pertinence des réponses recueillies nous permettra de faire de meilleures analyses et de tirer de bonnes conclusions.

Pour en savoir plus, n'hésitez pas à nous contacter (**Sarah Nzuko**) par mail : [REDACTED] ou encore au +1 (438) – 921 – 9636.

***Ce projet a été approuvé par le comité d'éthique de la recherche de l'UQO.**

TABLE DE MATIÈRE

SOMMAIRE	i
DEDICACE	iii
REMERCIEMENTS	iv
LISTE DES TABLEAUX	v
LISTE DES FIGURES	vi
SIGLES, ACRONYMES ET ABREVIATIONS	vii
RESUME	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCTION	10
1. Contexte de l'étude.....	10
2. Problématique.....	12
3. Identification des variables.....	14
4. Objectifs de la recherche.....	14
5. Intérêts de la recherche.....	14
PREMIERE PARTIE : GENERALITES ET CADRE THEORIQUE SUR L'OPEN BANKING ET SON ROLE DANS LA PERSONNALISATION ET LA DIVERSIFICATION DES SERVICES BANCAIRES	16
CHAPITRE 1 : GÉNÉRALITÉS SUR LE SYSTEME BANCAIRE ET L'OPEN BANKING	17
SECTION 1 : GÉNÉRALITÉS SUR LE SYSTEME BANCAIRE	17
1.1. Le système bancaire en général.....	17
1.2. Le système bancaire canadien	20
2.3. Réglementations du système bancaire canadien	24
SECTION 2 : GENERALITES SUR L'OPEN BANKING	27
3.1. Quelques définitions, avantages et inconvénients de l'Open Banking	27

3.2.	Le cadre réglementaire de l'Open Banking.....	29
3.3.	Les API de l'Open Banking	32
CHAPITRE 2 : CADRE THÉORIQUE SUR L'OPEN BANKING ET SON ROLE DANS LA PERSONNALISATION ET LA DIVERSIFICATION DES SERVICES BANCAIRES		36
SECTION 1 : THÉORIES ET REVUE DE LITTÉRATURE		36
1.1.	Théorie de l'avantage concurrentiel	36
1.2.	Théorie de l'innovation	38
SECTION 2 : PROPOSITIONS DE RECHERCHE ET DESCRIPTION DES VARIABLES		43
2.1.	Propositions de recherche.....	43
2.1.1.	L'open Banking et la personnalisation des services bancaires	43
2.1.2.	L'open Banking et la diversification des services bancaires	45
2.2.	Contextualisation des variables	47
DEUXIEME PARTIE : PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE ET DES RÉSULTATS OBTENUS		50
CHAPITRE 3 : PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE ET DES RESULTATS DESCRIPTIFS DE LA RECHERCHE		51
SECTION 1 : Présentation de la démarche méthodologique.....		51
1.1.	Justification du choix méthodologique	51
1.2.	Collecte de données.....	52
1.2.1.	Groupe cible	52
1.2.2.	Echantillonnage	52
1.2.2.1.	Base d'échantillonnage	53
1.2.2.2.	Technique d'échantillonnage.....	53
1.2.2.3.	Taille d'échantillonnage	54
1.2.3.	Méthode de collecte des données	55
1.2.4.	Déroulement de la collecte des données.....	56

1.3.	Analyse des données	57
1.3.1.	Analyse de contenu	57
1.3.2.	Recours aux logiciels d'analyse qualitative	59
SECTION 2 : Présentation des résultats		62
2.1.	Requête.....	62
2.1.1.	Requête de fréquence des mots	62
2.1.2.	Requête de groupe	63
2.2.	Diagramme	64
2.2.1.	Diagramme d'encodage par source	64
2.2.2.	Diagramme de comparaison des nœuds	66
2.3.	Autres outils d'analyse	67
2.2.3.	La matrice de corrélation.....	67
2.2.4.	Le dendrogramme de nœuds	67
CHAPITRE 4 : Discussion, implications et recommandations		69
SECTION 1 : Discussion des résultats et implication de l'étude		70
1.1.	Discussion des résultats obtenus	70
1.1.1.	La personnalisation des services (principalement de l'expérience cliente)	73
1.1.2.	La diversification des services	76
1.2.	Implications de l'étude	78
1.2.1.	Implications théoriques	78
1.2.2.	Implications managériales.....	79
SECTION 2 : Limites et recommandations de la recherche		80
2.1.	Limites et difficultés rencontrées	80
2.1.1.	Limites.....	80
2.1.2.	Difficultés rencontrées	81
2.2.	Recommandations de la recherche	82
CONCLUSION		84

REFERENCES	88
ANNEXE	98
TABLE DE MATIERE	104