

---

## **Communiqué de presse**

Date : 18 septembre 2020

Contact : Stéphanie Tobler Mucznik  
Manager Integrated Communications  
PwC Suisse  
[stephanie.tobler.mucznik@ch.pwc.com](mailto:stephanie.tobler.mucznik@ch.pwc.com)  
T : +41 58 792 18 16

---

### ***Open Banking : les Suisses favorables aux offres financières numériques***

- ***Plus d'un quart des Suissesses et des Suisses serait prêt à partager des données financières avec des banques ou des prestataires tiers***
- ***Les méthodes de paiement sans espèces ont gagné en popularité avec le COVID-19***
- ***Le secteur financier a encore des progrès à faire en matière de confiance et d'offres***

**Zurich, le 18 septembre 2020** – Derrière la promesse de l'Open Banking se cache une offre pléthorique de nouvelles possibilités de paiement et de services financiers numériques. Mais au niveau européen, les réticences à l'égard des offres d'Open Banking sont encore importantes. En effet, seuls 20 % des Européens seraient disposés à partager leurs données financières avec des banques ou des prestataires tiers. Les consommateurs suisses sont en revanche déjà beaucoup plus réceptifs puisque 28 % se disent prêts à communiquer leurs données. Les personnes interrogées en Suisse se laisseraient le plus facilement convaincre de partager leurs données bancaires dans le cadre de l'automatisation de leur déclaration fiscale (12 %), pour bénéficier de rabais sur leurs achats (11 %) ou de l'utilisation gratuite de services bancaires (8 %), comme l'indique la dernière édition de l'**étude « European Payments »** de Strategy&, l'entité conseil en stratégie de PwC. Les consommateurs suisses continuent à faire le plus confiance aux banques et aux fournisseurs de cartes traditionnels pour partager leurs informations personnelles (25 %). Les prestataires de services de paiement (11 %) et les détaillants (9 %) s'en sont mieux sortis que les géants de l'Internet (7 %) ainsi que les néo-banques et FinTech (5 %). Par rapport à la dernière étude, ce sont surtout les prestataires de services de paiement qui ont le plus progressé en matière de confiance (2018 : 9 %).

Outre la divulgation de données personnelles, qui est l'un des fondements de l'Open Banking, des progrès ont été réalisés sur un autre front : la part des consommateurs suisses qui privilégient actuellement les paiements avec des applications ou des *wallets* de banques ou de prestataires tiers a nettement progressé, passant de 9 % en 2018 à 15 % en 2020 (Europe : 14 %). Les cartes de débit continuent d'avoir le vent en poupe puisque 23 % des Suisses interrogés les plébiscitent (contre 19 % en 2018). Les cartes de crédit profitent elles aussi de cette tendance : en 2020, elles représentent 16 % des moyens de paiement les plus appréciés, contre 12 % en 2018. En Europe, les cartes de débit sont aussi la méthode de paiement sans

espèces préférée des personnes interrogées (31 %, contre 27 % en 2018). Par ailleurs, les cartes de crédit sont plus appréciées au niveau européen qu'en Suisse (19 % en 2020 et 2018).

La pandémie de COVID-19 a donné un élan supplémentaire aux paiements sans espèces : 37 % des Suisses interrogés indiquent effectuer davantage de paiements par carte actuellement qu'avant la crise (Europe : 44 %). En outre, la majorité des consommateurs en Suisse (55 %) déclarent qu'ils aimeraient conserver en totalité ou en partie leurs nouvelles habitudes de paiement après la crise (Europe : 47%).

« En comparaison européenne, il est clair qu'il reste des progrès à faire dans l'Open Banking. Mais en Suisse tout particulièrement, le développement du partage de données va dans la bonne direction. De toute évidence, la pandémie de COVID-19 a aussi contribué à modifier les comportements de paiement au profit d'alternatives numériques – l'une des autres conditions préalables au bon fonctionnement d'une infrastructure d'Open Banking. Les banques et les FinTech devraient profiter de la dynamique actuelle pour continuer d'investir dans des services attrayants et intégrés et ainsi convaincre les consommateurs les plus sceptiques de la valeur ajoutée de l'échange de données », commente Daniel Ettlin, directeur au sein de Strategy& Suisse.

Désormais, les consommateurs suisses sont également disposés à partager leurs données pour certains services dans d'autres domaines de la vie. Les services de messagerie courants (46 %) ou les systèmes de bonus des distributeurs (46 %) sont fréquemment utilisés, de même que les applications de réseaux sociaux (29 %). « Le succès rencontré par certaines applications gourmandes en données en dehors du secteur financier témoigne du potentiel de l'Open Banking. Il faut maintenant le développer en proposant des offres appropriées : les banques et les FinTech peuvent par exemple mettre en avant les avantages de l'Open Banking auprès de leurs clients avec le contrôle global de tous les comptes, débits et contrats », ajoute Andreas Pratz, co-auteur de l'étude et associé au sein de Strategy& Suisse.

Dans le même temps, la désaffection des espèces semble gagner du terrain en Suisse. Alors qu'en 2018, 60 % des personnes interrogées en Suisse privilégiaient encore les pièces et billets comme moyen de paiement, elles ne sont plus que 45 % aujourd'hui. En Europe, ce chiffre n'atteint plus que 36 % (2018 : 43%). Les motivations qui sous-tendent l'utilisation des espèces en Suisse ont également évolué ces deux dernières années. Alors qu'il y a deux ans, 42 % des personnes interrogées déclaraient que les espèces étaient souvent le seul moyen de paiement accepté, elles ne sont plus que 38 % à l'affirmer aujourd'hui. La commodité (2020 : 21 % ; 2018 : 25 %) ou la possibilité de contrôler plus facilement ses dépenses (2020 : 21 % ; 2018 : 25 %) sont des aspects qui sont passés au second plan. Il en va de même pour les préoccupations liées à la sécurité (2020 : 20% ; 2018 : 15%).

Vous trouverez de plus amples informations sur l'étude « European Payments » ici : <https://www.strategyand.pwc.com/de/open-banking-and-payments-survey.html>

## **Méthode appliquée**

Pour cette étude, près de 3500 consommateurs ont été interrogés en ligne en août et septembre 2020 dans 12 pays européens : Allemagne, Autriche, Espagne, France, Grande-Bretagne, Irlande, Italie, Pays-Bas, Pologne, Suède, Suisse et Turquie. En Suisse, 301 personnes ont été interrogées. Les comparaisons européennes entre 2018 et 2020 se rapportent à la sélection de pays de 2018 (à l'exclusion de l'Irlande et de la Turquie).

# strategy&

*Part of the PwC network*

## **À propos de Strategy&**

Strategy& est l'entité mondiale de conseil en stratégie de PwC. Nous élaborons des stratégies d'affaires individuelles pour des entreprises de premier plan international sur la base de leurs capacités concurrentielles spécifiques. Nous sommes la seule entité de conseil en stratégie qui fasse partie d'un réseau mondial de services professionnels. Nous conjugons expertise et technologie pour concevoir une stratégie qui peut être mise en œuvre de manière efficace. Pour nous, « Strategy, made real » signifie faire avancer la mutation numérique, façonner l'avenir et concrétiser nos visions. 3000 conseillers en stratégie et plus de 276 000 collaborateurs de PwC répartis dans 157 pays offrent des prestations de services de qualité spécifiques aux secteurs d'activité dans les domaines de l'audit, du conseil fiscal et du conseil en entreprise. Informations complémentaires sur [www.strategyand.pwc.com/ch](http://www.strategyand.pwc.com/ch).