

# Analyse



Big data et banques  
délicat mélange

*Les banques enregistrent des milliards de données sur leurs clients et, ce pour certaines d'entre elles, depuis des décennies. Depuis quelques années elles croisent ces données pour mieux comprendre les habitudes de leurs clients afin de leur proposer des biens et services mieux adaptés. Si certains consommateurs ne s'en plaignent pas, une majorité d'entre eux ressent cette utilisation des données comme une intrusion dans leur vie privée. Dans ce contexte, où se trouve donc la limite avec les réglementations sur la vie privée ?*

**En quelques mots :**

1. Avant le banquier connaissait le client grâce à sa mémoire, maintenant le big data lui vient en aide.
2. Aux États-Unis et aux Pays-Bas l'utilisation des big data pose question.
3. Cette tendance se note aussi en Belgique.
4. Différents types d'usage des big data sont à noter : la transparence sur ces questions est cruciale.

**Mots clés liés à cette analyse :** banque, consommateur.

## 1. Les données clients d'antan et le big data

Depuis quelques temps, les grandes banques se tournent vers l'analyse des données comme un moyen d'identifier les préférences des clients et, par conséquent, de découvrir de nouvelles sources de revenus dans un contexte économique morose.

Par le passé, les banquiers utilisaient principalement les données pour des raisons liées au métier bancaire, telles que l'analyse de la solvabilité des clients. Aujourd'hui, ces données sont de plus en plus utilisées pour explorer de nouveaux domaines tels que « l'analyse des sentiments » ou, pour déterminer comment les clients se sentent de manière globale comme utilisateur de services bancaires.

Pour prendre un exemple, le boulanger de quartier connaît chaque client personnellement et peut recommander des types de pain en fonction des achats antérieurs et de sa connaissance des goûts du client. Les banques, qui ont des millions de clients, peuvent désormais agir comme des commerces de quartier grâce à l'analyse prédictive du *big data* ou grosses données en français, qui sont des ensembles de données en croissance exponentielle récupérées par les entreprises.

En analysant chaque mouvement du client, tels que les transactions, les demandes de service voire les clics de souris, les banques peuvent établir des modèles de comportement. Ainsi, elles apprennent comment les clients préfèrent interagir et repèrent quels sont les produits dont ils pourraient avoir besoin à l'avenir. Les banques utilisent également des données pour suivre les habitudes d'achat des consommateurs afin de leur faire des offres ciblées. Une étape encore plus poussée de l'utilisation de ces données est de les fournir à des acteurs du commerce électronique.

## 2.Des innovations qui peuvent poser question

Aux États-Unis, la société Capital One, qui a récemment acheté la banque-en-ligne ING Direct et l'a rebaptisée Capital One 360, propose des offres à prix réduits par e-mail et son application mobile est personnalisée en fonction des achats antérieurs de l'utilisateur. Pour profiter des offres, l'utilisateur paie tout simplement avec sa carte de crédit Capital One.

Aux Pays-Bas, un débat sur le secret bancaire<sup>1</sup> a éclaté après que la seconde banque d'épargne du pays (8,6 millions de cartes de débit au niveau national), le prêteur néerlandais ING Groep NV, ait révélé son intention de partager les données des cartes de débit de ses clients avec des entreprises qui se livrent concurrence pour obtenir de nouveaux clients.

Les dirigeants d'ING justifient cette intention par l'idée de faire « économiser des sous aux consommateurs ce qui mènera à une plus grande satisfaction de ceux-ci ». Ainsi, ING entend offrir à ses clients la possibilité de recevoir des réductions provenant d'entreprises tierces selon leurs habitudes de dépenses mis en évidence par l'analyse des données.

Cette intention se déclinerait par une expérience pilote de ce service en 2014 auprès d'un millier de clients ING. Concrètement, comme l'explique un directeur d'ING : « Si, par exemple, vous dépensez quelques centaines d'euros par an au magasin de jardinage A, il pourrait être très attrayant pour le magasin de jardinage B de vous offrir un rabais sur votre prochain achat. Et ce qui se passe pour les magasins de

---

1 Les prochains paragraphes s'inspirent de l'article de VAN GAAL, M. ING Plan to Share Customer Payment Data Spurs Privacy Concerns. Bloomberg : Etats-Unis [en ligne] <http://www.bloomberg.com/news/2014-03-10/ing-plan-to-share-customer-payment-data-spurs-privacy-concerns.html>

jardinage s'applique également à un opérateur de télécommunications, ou encore des sociétés d'énergie et des supermarchés. » Il s'agit donc clairement d'une nouvelle manne d'affaire plutôt alléchante pour les banques.

Mais ces intentions ne sont pas passées inaperçues. Les citoyens, via les médias sociaux, les législateurs, en interpellant le ministre des Finances, et l'organisme surveillance sur les questions de vie privée néerlandais, en se joignant à cette interpellation, se sont tous insurgés contre ce plan d'utilisation des *big data*.

Le 21 mai 2014, la commission des finances du Parlement des Pays-Bas a dû organiser une table ronde sur l'utilisation de l'information de la clientèle par les banques. A cette occasion, l'Autorité des marchés financiers (*Autoriteit Financiële Markten* - AFM) a considéré l'utilisation des données des clients par les banques comme sensible<sup>2</sup>. Theodor Kockelkoren, membre du conseil d'administration de l'AFM en est venu à déclarer : « Le plus grand défi pour le secteur financier dans les années à venir est de construire une culture de la sécurité et de l'équité. Les clients veulent que leur banque et leur assureur soient équitables avec leurs renseignements personnels. Les risques et les opportunités liés à l'utilisation commerciale des données des clients sont très dépendants de la manière dont les données du client sont utilisées. »

En réponse à ces vives réactions, ING déclare<sup>3</sup> s'être décidé à ne pas réaliser l'expérience pilote pour le moment et commencer par discuter avec les clients, les régulateurs, les organisations de protection des renseignements personnels, les organisations de consommateurs et les autres parties prenantes. La décision de faire l'expérience pilote, incluant le quand et le comment, se prendra une fois la conclusion sur ses discussions trouvée.

Par ailleurs, un autre défi de taille est d'assurer le stockage et, par conséquent, la sécurité de ces informations. L'immensité du nombre de données ne permet plus l'utilisation d'outils informatiques classiques comme les logiciels de gestion de bases de données. Un personnel compétent doit pouvoir jongler avec ces données.

Cela étant qu'advient-il si des pirates informatiques prennent les commandes et, ou, modifient les données ? De plus, la violation de données n'est pas toujours détectée rapidement et les auteurs d'attaques sont de mieux en mieux organisés pour accéder à des données personnelles. Même si certains observateurs se veulent rassurants sur le

---

2 <http://www.afm.nl/nl/professionals/afm-actueel/nieuws/2014/mei/klantgegevens-veilig-in-belang-van-klant.aspx>

3 ING position paper for the round table "Use of customer data by banks" of 21 May 2014. ING : Amsterdam [en ligne] <http://www.ing.com/Newsroom/All-news/NW/ING-position-paper-for-the-round-table-Use-of-customer-data-by-banks-in-Dutch-parliament.htm> (consulté le 10/07/2014)

sujet : « le secteur bancaire se pose la question du Big Data [et de sa sécurité] à un moment où les technologies permettant de stocker et d'analyser ces gros volumes sont matures, sûres et efficaces. »<sup>4</sup>, ces questions restent posées.

### 3. Une tendance aussi notée en Belgique

Côté belge, BNP Paribas Fortis a examiné à la fin de l'année 2013 ses termes et conditions régissant les relations avec ses clients bancaires. Plusieurs articles se rapportant à l'utilisation et à la transmission des données personnelles des clients ont été modifiés en faveur des partenaires commerciaux de la banque. Ainsi, ces derniers sont autorisés à offrir des produits et services à travers la base de données de contacts de la banque. De ce fait, la plus grande banque en Belgique pourrait transmettre des données personnelles de ses clients à des partenaires commerciaux, en particulier pour les opérations de marketing direct. Selon BNP Paribas Fortis, les modifications apportées à ses termes et conditions sont conformes à la loi.

Plus récemment, en juin 2014, la banque KBC a annoncé son intention de faire un « usage plus efficace et judicieux des données clients déjà disponibles, afin de mieux cerner et rencontrer [les besoins des clients] et de leur proposer proactivement de meilleures solutions. En outre, les données seront rendues disponibles en temps réel par tous les canaux de distribution grâce une intégration dynamique et fluide de ces canaux de distribution »<sup>5</sup>. La banque KBC compte réaliser ce système par un investissement substantiel de 500 millions d'euros sur six ans. KBC a précisé par ailleurs qu'elle respectera la législation sur la vie privée et qu'il n'est pas prévu de vendre des données de clients à d'autres sociétés.

Bien qu'elles semblent agir dans le cadre législatif sur la vie privée à l'heure actuelle, les agissements de ces grandes banques en Belgique posent la question de la tentation face à l'appât du gain.

---

4 BOUSABATA S., Le Big Data peut donner envie au consommateur d'aimer à nouveau sa banque [en ligne] Les echos.fr : Paris, 2014. <http://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-100127-le-big-data-peut-donner-envie-au-consommateur-daimer-a-nouveau-sa-banque-1012679.php> (consulté le 10/07/2014)

5 Communiqué de presse : Stratégie actualisée du groupe KBC: devenir la référence en matière de bancassurance. KBC : Bruxelles, 2014. [en ligne] <https://www.kbc.com/MISC/D9e01/~F/~KBCCOM/~BZIZTPN/BZJ0B04/> (consulté le 10/07/2014)

## 4. Trois niveaux d'usage

Les exemples cités dans cette analyse mènent à la réflexion qu'il existe trois types d'usage de ces big data. On pourrait ainsi distinguer, du moins controversé au plus controversé :

- 1 un usage interne : comme le boulanger d'antan, mais grâce à des techniques plus poussées, le banquier sait mieux conseiller son client.
- 2 un usage externe vers des partenaires commerciaux : par le biais d'un changement de conditions, le banquier laisse ses partenaires commerciaux proposer des produits et services à ses clients identifiés par l'analyse du big data comme potentiellement intéressés.
- 3 un usage externe vers des tierces parties : la banque vend les informations sur ses clients afin que des parties externes suggèrent leurs biens et services.

Si ces différents types d'usage peuvent plaire à certains consommateurs, ce n'est pas le cas pour la plupart. De plus, les manières de mettre en place ses usages de données sont aussi à surveiller : faire des changements dans les termes et conditions peut rester vague pour des clients. En revanche, faire signer un document à un client expliquant l'usage qui sera fait de ses données est clairement plus direct et transparent.

## 5. Conclusions

Les réglementations sur la vie privée, les intentions des banques à utiliser les données massives en leur possession et la perception des clients sur la question ne sont pas actuellement en harmonie. ING l'a d'ailleurs appris à ses dépens par le tollé qui a éclaté lorsqu'elle a voulu utiliser son *big data* à des fins commerciales. Pour légiférer en la matière, il sera nécessaire pour les banques ou autres entités commerciales, de consulter les différentes parties prenantes, soit les clients, les commissions sur la vie privée et les organisations de consommateurs. En attendant, une transparence totale des banques par rapport à leurs intentions et leurs usages concernant ces données massives est de mise pour ne pas tomber dans les travers imaginés dans le livre 1984.

*Bernard Bayot  
juillet 2014*

*Si vous le souhaitez, vous pouvez nous contacter pour organiser avec votre groupe ou organisation une animation autour d'une ou plusieurs de ces analyses.*

*Cette analyse s'intègre dans une des 3 thématiques traitées par le Réseau Financité, à savoir :*

***Finance et société :***

*Cette thématique s'intéresse à la finance comme moyen pour atteindre des objectifs d'intérêt général plutôt que la satisfaction d'intérêts particuliers et notamment rencontrer ainsi les défis sociaux et environnementaux de l'heure.*

***Finance et individu :***

*Cette thématique analyse la manière dont la finance peut atteindre l'objectif d'assurer à chacun, par l'intermédiaire de prestataires « classiques », l'accès et l'utilisation de services et produits financiers adaptés à ses besoins pour mener une vie sociale normale dans la société à laquelle il appartient.*

***Finance et proximité :***

*Cette thématique se penche sur la finance comme moyen de favoriser la création de réseaux d'échanges locaux, de resserrer les liens entre producteurs et consommateurs et de soutenir financièrement les initiatives au niveau local.*

Depuis 1987, des associations, des citoyens et des acteurs sociaux se rassemblent au sein du Réseau Financité pour développer et promouvoir la finance responsable et solidaire.

Le Réseau Financité est reconnu par la Communauté française pour son travail d'éducation permanente.