



Les femmes de CGI dans le secteur bancaire

favoriser l'inclusion
financière



Les femmes de CGI dans le secteur bancaire est une série de tables rondes qui réunit des dirigeantes de toute l'entreprise pour discuter de sujets clés du domaine financier. Dans cette édition, nous explorons le thème de l'inclusion financière en compagnie de Frances Ferguson, Christina Fung, Vanessa Taddei et Isabelle Maréchal, expertes du secteur bancaire de CGI.



Quelle est votre définition de l'inclusion financière?

Frances :

L'inclusion financière correspond à l'accessibilité des produits et services financiers abordables et sécuritaires. Les personnes non bancarisées et sous-bancarisées représentent un pourcentage très élevé de la population. L'inclusion financière vise à offrir à ces personnes un accès aux services financiers dont elles ont besoin, y compris des comptes chèques et d'épargne ainsi que des services de crédit, de prêt, de paiement, de virement, d'assurance, d'investissement, etc.

Christina :

Le manque d'accessibilité est un problème plus grave que la plupart des gens ne le réalisent, et il ne touche pas que les pays et les régions en voie de développement. Il se fait ressentir dans des petites communautés du monde entier. Habituellement, ces communautés sont situées dans des régions rurales où la quantité de succursales bancaires et leurs heures d'ouverture sont restreintes, et où la connexion Internet est limitée. Les disparités sur le plan de la richesse nuisent également à l'accès aux services bancaires. Les personnes à faible revenu peuvent avoir plus de difficulté que les autres à prouver leur identité ou obtenir du crédit. Par exemple, il est souvent plus ardu pour elles de satisfaire aux normes de crédit strictes que les banques mettent en place pour se protéger. La culture et le manque de connaissances financières créent aussi des barrières.

Vanessa :

Les banques procurent une vaste gamme de services essentiels, et il est important que ces services soient accessibles à un grand éventail de consommateurs. Pour assurer cette accessibilité, les banques doivent adopter



une mentalité d'inclusion financière ainsi qu'une approche novatrice qui tient compte de la gestion des risques, de la rentabilité et des incidences à long terme. Mais ne soyons pas naïfs : les banques ne soutiennent pas l'inclusion financière exclusivement pour des raisons humanitaires. Pour elles, cette inclusion peut aussi être un levier de croissance, un facteur de différenciation par rapport à la concurrence, et une façon d'attirer davantage de consommateurs, qui tiennent de plus en plus à faire affaire avec des banques qui partagent leurs valeurs éthiques.

Isabelle :

L'inclusion financière ne se rapporte pas uniquement à l'accessibilité pour tous les segments de la population, mais aussi à la qualité, à l'abordabilité et à l'éducation. Les produits et services financiers devraient être de bonne qualité, offerts à un prix raisonnable – sans égard à la persona d'un client – et accompagnés de ressources éducatives expliquant comment en tirer parti. L'inclusion financière implique aussi de proposer une protection égale à tous les clients, tant pour leur identité et leurs données personnelles que pour leurs transactions et leur historique financier.

Comment les banques et la société dans son ensemble bénéficient-elles de l'inclusion financière?

Frances :

L'égalité sociale profite à tout le monde et est la responsabilité de tout le monde. En favorisant l'inclusion financière, les banques bénéficient d'une clientèle élargie, tandis que la société tire parti d'un développement économique accru. L'inclusion financière améliore le bien-être financier, ce qui augmente du même coup les flux de revenus et les dépenses de consommation. Plus de dollars passent par les banques et circulent dans la communauté.

Christina :

L'inclusion financière réduit également la dépendance à l'argent comptant qui, comme l'histoire le démontre, peut être un moteur de corruption, surtout dans les pays en voie de développement. Par conséquent, elle contribue à la prévention des crimes comme le dépôt de chèques frauduleux et l'évasion fiscale. Elle diminue aussi le besoin de recourir à des entreprises d'encaissement de chèques, qui facturent habituellement des frais exorbitants.

Vanessa :

Je suis fermement convaincue de l'« effet papillon » positif que peut avoir l'inclusion financière sur les banques et la société dans son ensemble, surtout sur le plan du développement économique. Un accès accru au financement, par exemple, stimule l'innovation et l'entrepreneuriat chez les groupes généralement mal desservis, comme les femmes et les minorités. Globalement, l'inclusion financière augmente la stabilité sociale et la solidité de l'économie. Il reste maintenant à déterminer comment rendre cet enjeu d'intérêt public important aussi bien aux yeux des acteurs du secteur financier que des autorités publiques.



Isabelle :

Pour les banques, l'inclusion financière crée une valeur durable qui leur permet d'attirer et de fidéliser davantage de clients. Pour l'économie, elle mène au développement de nouveaux marchés, surtout dans les pays en voie de développement, ainsi qu'à un élargissement des possibilités économiques pour tous. Elle contribue également à la réduction de la pauvreté et à la protection des personnes vulnérables. Un pourcentage élevé de la population adulte du monde n'a pas accès à des services financiers formels. Le simple fait d'avoir un compte bancaire demeure complexe pour de nombreuses personnes vulnérables. L'inclusion financière atténue ces difficultés et permet à plus de gens d'économiser, d'envoyer et de recevoir des paiements, et d'accéder au crédit. De façon globale, elle favorise l'égalité des chances en matière d'achat de biens, de génération de revenus, de gestion des risques financiers et de participation à l'économie, ce qui améliore la qualité de vie de tous.

Comment les banques peuvent-elles faire progresser l'inclusion financière?

Frances :

L'offre de produits et services abordables et accessibles est la première étape. Pour ce faire, elles doivent évaluer les besoins des personnes non bancarisées et sous-bancarisées, comme les personnes à faible revenu, les gens présentant des besoins particuliers, les criminels condamnés, etc. Souvent, ces personnes n'ont pas accès aux produits et services financiers que les autres tiennent pour acquis, tels que les comptes chèques gratuits, l'encaissement gratuit de chèques, et les cartes prépayées. La deuxième étape consiste à améliorer l'accès aux guichets automatiques sans frais, qui ne sont habituellement pas situés dans les communautés où vivent ces personnes. Troisièmement, les banques peuvent promouvoir la culture financière en offrant des ressources éducatives sur des principes de base comme l'équilibrage d'un budget, l'épargne et l'investissement.

Christina :

Les banques peuvent faire progresser l'inclusion financière en établissant des partenariats. Elles peuvent par exemple collaborer avec des organisations communautaires pour promouvoir la culture financière par l'entremise de programmes éducatifs. Elles peuvent également coopérer avec les organismes gouvernementaux pour assouplir les réglementations qui nuisent à l'inclusion financière et pour créer des incitations fiscales qui la favorisent. En outre, elles peuvent former des partenariats avec des entreprises de technologies financières, des sociétés émettrices de cartes de crédit et d'autres fournisseurs de services financiers pour proposer des produits et services uniques et spécialement adaptés aux besoins des groupes mal desservis.



Vanessa :

Pour faire de l'inclusion financière une réalité, il faut accroître l'accès aux produits et services financiers, sans égard au risque pays, au risque de crédit, au risque du client ni à aucun autre type de risque financier. Les acteurs du secteur financier sont tenus d'évaluer, de déclarer et de garantir ces risques. L'inclusion financière exige donc une gestion adéquate de ces risques et la collaboration des entreprises financières, des autorités gouvernementales et des organismes de réglementation. Elle nécessite également la collecte d'une plus grande quantité de données sur les consommateurs et une protection accrue de ces données.

Isabelle :

L'inclusion financière requiert un investissement considérable. Les banques sont déjà soumises à certaines obligations axées sur l'inclusion, comme d'assurer l'accessibilité de leurs produits et services pour les personnes handicapées. Cependant, les actions des autorités gouvernementales et les fonds qu'elles attribuent ne suffisent pas à atteindre une inclusion financière totale. Ce sont plutôt les banques qui doivent prendre l'initiative de créer, d'exécuter et d'appuyer davantage de projets d'inclusion financière. Elles peuvent notamment intégrer l'inclusion financière à leur énoncé de mission, s'engager à présenter de façon régulière et transparente les progrès et les résultats de leurs efforts d'inclusion financière, et communiquer leurs programmes de manière plus dynamique.

Quel rôle la technologie peut-elle jouer pour soutenir l'inclusion financière?



Frances :

La technologie mobile est la clé. Dans l'avenir, tous les paiements seront effectués à partir d'appareils mobiles. La technologie des puces est également essentielle. Aujourd'hui, les cartes dotées d'une technologie de puce avancée peuvent avoir plusieurs usages. Elles peuvent par exemple servir à recevoir et déposer une paie, à payer un billet d'autobus, ou à recevoir des bons alimentaires ou d'autres prestations gouvernementales. Ces cartes à puce multifonctionnelles sont capables de compartimer plusieurs types et sources de données. C'est la première fois qu'une seule et même carte peut donner accès à la fois à un compte bancaire et à différentes prestations. Nous sommes en train de délaissier progressivement les services en succursale pour adopter exclusivement les transactions mobiles.

Christina :

La technologie nous donne accès aux paiements électroniques, aux canaux numériques, aux services mobiles et à de nouvelles façons de consommer des produits et services sans recourir à une succursale. En outre, grâce aux progrès technologiques, nous pouvons mettre sur pied des banques qui sont entièrement numériques ou qui comptent un nombre limité de succursales. Les coûts d'exploitation des succursales bancaires sont élevés, surtout dans les petites communautés. Les technologies, telles que l'informatique en nuage, peuvent contribuer à la réduction de ces coûts d'exploitation. De plus, en misant sur l'innovation technologique, nous pouvons trouver des façons créatives de mieux desservir les personnes non bancarisées et sous-bancarisées. Ces personnes adoptent habituellement les services mobiles moins rapidement et vivent souvent dans des régions où la connexion Internet est limitée, mais la plupart ont une télévision. Serait-il possible de leur permettre d'accéder à des services bancaires à partir de leur télévision?



Vanessa :

La technologie joue un rôle central dans la stimulation de l'inclusion financière. Elle facilite l'accès aux renseignements sur les clients, renforce les contrôles et prend en charge le calcul des risques. Elle permet également aux acteurs non traditionnels de pénétrer le marché des services financiers et de créer de nouveaux produits et services pour les consommateurs. La pandémie a incontestablement accéléré l'utilisation de la technologie et la transformation numérique des entreprises. Cette accélération devrait entraîner une démocratisation de l'accès aux produits et services tant à l'échelle locale que mondiale.

Isabelle :

La technologie permet d'offrir aux clients un accès facile et efficace aux services bancaires. La transformation numérique, par exemple, permet à tous d'accéder à leurs comptes par l'entremise de sites Web et d'applications mobiles, ce qui augmente le taux de disponibilité et l'orientation client. Cependant, environ 50 % des gens ne savent pas comment utiliser ces services numériques, et nombreux sont ceux qui craignent les risques de fraude. Nous pouvons surmonter le premier défi en mettant l'accent sur l'accessibilité numérique et le parcours client, et le deuxième, en renforçant la sécurité, particulièrement sur les plateformes mobiles. La technologie contribue également à l'amélioration de l'efficacité opérationnelle, et aide ainsi les banques à rejoindre plus de clients, à élargir les fonctions en libre-service, à automatiser les processus et à accroître la sécurité.

Biographies



Christina Fung :

Christina est vice-présidente principale, services-conseils au sein du secteur bancaire de Toronto de CGI. Elle y dirige les initiatives de transformation organisationnelle et technologique des banques, travaille en étroite collaboration avec des hauts dirigeants d'entreprises clientes pour élaborer des stratégies d'affaires et en TI, et met en œuvre des feuilles de route complexes et des solutions technologiques novatrices qui produisent la valeur et les résultats escomptés. Chez CGI, Christina a assumé divers rôles clés, dont responsable de la prestation de services et responsable de comptes. Elle occupe actuellement le poste de responsable de produits, gestion de patrimoine et marchés des capitaux.



Frances Ferguson :

Frances est vice-présidente, services-conseils et responsable du secteur bancaire de l'est des États-Unis de CGI. Forte de plus de 20 ans d'expérience et de son leadership en stratégie, en opérations et en technologies d'entreprise, Frances aide ses clients à améliorer leur performance et leurs activités financières et à réaliser des changements transformationnels, dont la numérisation. Frances a occupé des postes de direction dans le secteur bancaire et possède des connaissances dans des domaines tels que les marchés des capitaux, les transactions bancaires et les services bancaires privés. Frances détient une maîtrise en administration des affaires, avec spécialité en gestion financière et stratégique, de la Wharton Business School de l'Université de Pennsylvanie. Elle est détentrice d'une maîtrise du Massachusetts Institute of Technology (MIT) et d'un diplôme de premier cycle de l'Université du Michigan. Frances a également obtenu diverses certifications en intelligence artificielle et en technologies liées à la chaîne de blocs du MIT.



Isabelle Marechal :

Isabelle contribue au succès de ses clients depuis 25 ans. Après ses études en ingénierie à l'École centrale de Marseille, elle a entamé sa carrière dans le domaine du développement des affaires auprès d'entreprises et de comptes de grande envergure, puis a rapidement acquis de l'expérience sur le marché financier en travaillant dans des salles de marchés à Paris. Elle a ensuite fondé sa propre entreprise prospère de services et de services-conseils spécialisés en finance de marché. Elle s'est ultérieurement jointe à Unilog, puis à CGI, et elle dirige aujourd'hui les activités du secteur des finances de l'unité d'affaires Grand Ouest de CGI à titre de directrice de comptes.



Vanessa Taddei :

Comptant plus de 20 années d'expérience en finance chez CGI, Vanessa établit des relations à long terme avec des clients des services bancaires de détail et des banques d'investissement. Elle travaille à Montréal, Canada, à la tête du développement et de la gestion de comptes partenaires stratégiques. Elle réalise également d'importants projets de transformation et de services applicatifs en mode délégué. Avant son arrivée chez CGI, Vanessa a travaillé une dizaine d'années pour Unilog et Logica en Europe, acquérant une connaissance en profondeur du secteur bancaire européen. À titre de partenaire principale de clients, elle est experte dans la prestation de services de bout en bout de CGI, que ce soit les services-conseils stratégiques, l'intégration de systèmes ou les services d'infrastructure.



À propos de CGI

Allier savoir et faire

Fondée en 1976, CGI est l'une des plus importantes entreprises de services-conseils en TI et en management au monde.

Nous sommes guidés par les faits et axés sur les résultats afin d'accélérer le rendement de vos investissements. À partir de centaines de sites à l'échelle mondiale, nous offrons des services-conseils complets, adaptables et durables en TI et en management. Ces services s'appuient sur des analyses mondiales et sont mis en œuvre à l'échelle locale.

Pour plus d'informations

Visitez cgi.com/banking

Écrivez-nous à banking.transformed@cgi.com.

