

Appel à contribution

Fintech

Quels Enjeux en Sciences du Management ?

Editeurs invités

Amélie CLAUZEL (ISC Paris, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne)

Erwan LE SAOUT (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, PRISM, Labex REFI)

Les *Fintech*, contraction de *Financial Technology* (technologie financière), regroupent des entreprises qui proposent des services financiers performants à moindre coût dans une multitude de domaines. Aux côtés des services de paiement, domaine pionnier de ces start-up, on retrouve notamment des services d'assurance, de placements, de financements et de conseils patrimoniaux. Le *business model* des *Fintech* repose sur des innovations numériques et technologiques (Philippon, 2017) à même d'affecter la structure des marchés (Weill, 2019) voire de contribuer à une nouvelle structuration du marché des services financiers (Gazé et Pollin, 2019). Leur émergence n'annonce pas pour autant le déclin des acteurs traditionnels. Au contraire, ce changement peut constituer une opportunité pour les acteurs qui sauront faire preuve de proactivité dans la gestion du changement qui affectera à la fois la gestion des ressources humaines, la gestion de l'innovation, la gestion stratégique, la communication et la gestion des relations avec les différentes parties prenantes.

Le nombre croissant de technologies qui apparaissent sur le marché ont pour conséquence la proposition croissante de *Fintech* qui permet de repenser les *business model* mais aussi de pénétrer de plus nombreux marchés de niche (Ashta et Biot-Paquerot, 2018). Si la littérature à l'égard des enjeux et des perspectives liées aux *Fintech* est de plus en plus abondante (e.g. Nicoletti, 2017 ; Philippon, 2017 ; Puschmann, 2017 ; Ryu, 2018 ; Weil, 2019), de nombreuses réflexions restent encore à mener sur l'usage, le rôle ou encore les conséquences des *Fintech* sur les grandes fonctions de l'entreprise, ainsi que sur le développement de nouveaux marchés.

L'émergence des *Fintech* correspond, par ailleurs, à une tendance forte de l'économie. En effet, la transformation numérique de ces dernières décennies est notamment caractérisée par une immédiateté et une disponibilité extrêmement forte de l'information, rendues possibles par des dispositifs technologiques comme les smartphones, les tablettes, ou encore, de façon plus générale, par le développement de l'internet des objets (Nicoletti et al. 2017). Si elles ne devraient pas remettre en cause la nature de l'intermédiation financière, c'est dans ce contexte de démarche innovante, qu'en développant les *Fintech*, les entreprises s'engagent néanmoins - plus ou moins directement - dans un processus de désintermédiation. S'appuyant donc sur la technologie pour développer les activités financières (Schueffel, 2016), le développement des *Fintech* a aujourd'hui pour conséquence de nombreuses applications : big data, objets connectés, paiement par mobile, cloud, *crowdfunding*, automates, transaction boursières, robots-conseil, *blockchain*, etc. Le concept évolue si rapidement que l'information devient même facilement obsolète (Oshodin et al., 2017) ainsi, par voie de conséquence, que les connaissances relatives aux *Fintech*.

Si cette digitalisation intense influence fortement les services financiers, notamment parce que les produits financiers s'appuient essentiellement sur l'information (crédit contracté auprès de la banque, assurance) et moins sur les produits physiques, la mise en place de ces *Fintech* semble toucher l'ensemble de la chaîne de valeur. Au-delà de supports digitaux, c'est, en effet, l'ensemble des étapes et des acteurs de la chaîne de valeur qui est repensé. Les interactions physiques avec les personnels sont conséquemment de moins en moins nombreuses (automates, paiement sans contact) laissant interrogatif sur le rôle des personnels en contact de demain, des conseillers, des rencontres physiques. D'ailleurs, des études récentes permettent de noter un lien positif entre la mise en place d'une gestion des ressources humaines perçue comme étant responsable avec l'utilisation plus importante des *Fintech* et une meilleure satisfaction des employés au travail (Sanjaya et al., 2019). Ces moins nombreuses interactions sociales ont également des conséquences potentiellement nombreuses en marketing et comportement du consommateur (Clauzel et al., 2019). Une nouvelle forme d'interaction plus hybride apparaît entre les personnels et les clients, les entreprises multipliant les formes innovantes de libre-service (Nüesch et al., 2015). Les supports digitaux mobiles, par exemple, engendrent en effet de nouvelles façons d'interagir au sein d'un espace de consommation entre les différents acteurs coprésents dans l'espace (Clauzel et al., 2020).

Les impacts des *Fintech* en marketing sont également nombreux couvrant un large éventail de techniques et de problématiques liées à la sécurité des données, aux prestations de services financiers ou encore aux nouvelles façons d'approcher le client. Qu'est-il envisagé demain ? Comment les clients perçoivent-ils cette multiplication d'usage des *Fintech* ? Si la perception des *Fintech* par les consommateurs chinois (Chang et al., 2016) ou allemands (Stewart et Jürjens, 2018) a été étudiée, soulignant des motivations liées à la praticité et des freins liés notamment aux risques encourus, ces questionnements restent encore en suspens, notamment en France. Il pourrait s'agir d'étudier différents profils de consommateurs (adopteurs précoces vs. tardifs ; plus ou moins familiers antérieurement à l'égard de la catégorie de produit) au regard par exemple des modèles TAM (*Technology Acceptance Model*) (Chuang et al., 2016) dans l'objectif d'identifier la façon dont le consommateur est prêt, motivé ou freiné à adopter des *Fintech* puis éventuellement à le diffuser dans la sphère sociale.

D'un point de vue stratégique, les bouleversements engendrés par l'arrivée des Fintechs auraient une incidence sur les besoins en compétences et devraient induire une adaptation de l'organisation qui se manifesterait par une adaptabilité accrue (Observatoire des métiers de la banque, 2017). Dans ce contexte, les *Fintech* constitueraient alors une opportunité pour les acteurs traditionnels désireux de bénéficier de leur remarquable capacité d'innovation. Ceux-ci devront ainsi arbitrer entre la prise de participation, l'acquisition ou le partenariat.

Outre ces choix stratégiques à considérer, le terme *Fintech* se réfère - comme défini *infra* - au départ principalement aux start-ups cherchant à proposer des solutions technologiques financières innovantes et efficaces (Nicoletti et al. 2017 ; Oshodin et al., 2017). Pourtant, ces nouveaux types d'interactions concernent aujourd'hui toutes les formes d'entreprises, quelles que soient leur taille, la nature de leur offre ou encore leur localisation. À cet égard, les problématiques traitées dans ce numéro spécial pourraient également s'intéresser aux enjeux des *Fintech* au sein des pays émergents (Guérin et al., 2018). Dans ce contexte, le quotidien des consommateurs, comme les clients non bancarisés par exemple, a été transformé de façon radicale dans un temps imparti très court, offrant des sources de

financement alternatives aux entreprises et aux consommateurs, et améliorant ainsi l'accès au crédit (Claessens et al., 2018). Outre de forts enjeux à étudier le rôle des *Fintech* dans le domaine du développement durable (Le Saout, 2006) et en microfinance, il pourrait s'agir de comprendre pourquoi les banques en Asie ont plus rapidement intégré les solutions *Fintech* qu'en Afrique (Alexander et al., 2017) et d'identifier comment cela a été perçu et pris en considération par l'ensemble des parties prenantes. Plus généralement, les *Fintech* présenteraient l'avantage de toucher des populations vulnérables, isolées, et permettraient pour les entreprises d'avoir des coûts de transaction réduits et une gamme de produits plus lisible pour les individus, avec un gain de temps important pour les institutions de micro-crédit par exemple (Zvirgzdina et al., 2019). Néanmoins, les technologies financières nouvelles présentent également des faiblesses parmi lesquels on peut citer la stabilité technologique, la confidentialité et la protection des données (RGPD). C'est pourquoi, une réflexion dans le champ du droit numérique serait la bienvenue afin de savoir où en sont les réglementations à l'échelle européenne. Un regard sur la régulation se pose également à l'heure de la deuxième directive européenne sur les services de paiement qui a pour ambition non seulement de favoriser l'innovation, la concurrence et l'efficacité du marché, mais également de moderniser les services de paiement en Europe au profit des consommateurs et des entreprises.

Les propositions d'articles pourront s'inscrire alors dans l'une ou l'autre des thématiques suivantes (liste non exhaustive) :

- Business model de la finance digitale
- Crise sanitaire et *Fintech*
- Crypto-monnaie
- Cyber-sécurité
- Défis managériaux des *Fintech*
- Enjeux des *Fintech* dans les pays émergents, économie du développement
- Ethique et *Fintech*
- Financement des innovations numériques
- *Fintech* et responsabilité sociétale
- Gestion des données massives sous *Fintech*
- Gouvernance des *Fintech*
- Les Néobanques
- Les nouvelles formes de financement (ICO, Tokens,...)
- Microfinance
- Monétique et Innovation
- Nouveaux défis des grandes fonctions de l'entreprise en matière de développement de *Fintech*
- Perceptions et usages des *Fintech* par les consommateurs
- Stratégies marketing et nouvelles formes de communications à l'égard des *Fintech*
- Perceptions et usages des *Fintech* par les personnels (front office et/ou back-office)
- Intégration des *Fintech* dans les politiques de formation des salariés
- Régulation financière
- RGPD et droit numérique sous *Fintech*
- Stratégies d'innovation autour des *Fintech*
- Technologies de rupture et *Fintech*

Cet appel à contribution est ainsi ouvert à de nombreuses problématiques. Les articles seront rédigés en français ou en anglais et pourront s'intégrer parmi les sujets mentionnés ci-avant.

Références Bibliographiques :

- Alexander, A. J., Shi, L., & Solomon, B. (2017). How Fintech is reaching the poor in Africa and Asia. *EMCompass*, World Bank Document (34), <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30360>
- Ashta, A., & Biot-Paquerot, G. (2018). Fintech evolution: Strategic value management issues in a fast changing industry. *Strategic Change*, 27(4), 301-311.
- Chang, Y., Wong, S. F., Lee, H., & Jeong, S. P. (2016, August). What motivates chinese consumers to adopt Fintech services: a regulatory focus theory. In *Proceedings of the 18th annual international conference on electronic commerce: e-commerce in smart connected world*, (40), 1-3.
- Chuang, L. M., Liu, C. C., & Kao, H. K. (2016). The adoption of fintech service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences*, 3(7), 1-15.
- Claessens, S., Frost, J., Turner, G., & Zhu, F. (2018, September). Fintech credit markets around the world: size, drivers and policy issues. *BIS Quarterly Review*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3288096, 29-49.
- Clauzel, A., Riché, C., & Le Hegarat, B. (2019). Quand les applications mobiles impactent l'expérience du consommateur. Le cas des visites de musées. *Marché et organisations*, (2), 73-89.
- Clauzel, A., Riché, C., Le Hegarat, B., & Zerbib, R. (2020). Co-presence and mobile apps: Technology's impact on being with others. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 37(1), 30-44.
- Gazé, P. et Pollin, J.P. (2019). Fintech et intermédiation : les éclairages de l'analyse économique, 135 (3), 207-230.
- Guérin, I., Isaurralde, M., & Sangaré, M. (2018). Faire du business pour le social ou grâce au social : l'exemple de l'inclusion financière. *Marché et organisations*, (1), 103-123.
- Le Saout, E. (2006). Finance et développement durable. *Euro-Mediterranean Economics and Finance Review*, 4, 169-204.
- Nicoletti, B. (2017). *Future of Fintech*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Nüesch, R., Alt, R., & Puschmann, T. (2015). Hybrid customer interaction. *Business & Information Systems Engineering*, 57(1), 73-78.
- Observatoire des métiers de la banque (2017). La Banque à 2020-2025 : Emploi et compétences, quelles orientations ?, *Les études de l'observatoire*, http://www.observatoire-metiers-banque.fr/mediaServe/Etude+thematique_banque_2020-2025_2.pdf?ixh=3518523048483356820.
- Oshodin, O., Molla, A., Karanasios, S., & Ong, C. E. (2017). Is Fintech a disruption or a new eco-system? An exploratory investigation of Banksr response to Fintech in Australia. In *Proceeding of Australasian Conference on Information Systems*, 1-11.
- Philippon, T. (2017). L'opportunité de la Fintech. *Revue d'économie financière*, 127 (3), 173-206.
- Puschmann, T. (2017). Fintech. *Business & Information Systems Engineering*, 59(1), 69-76.
- Ryu, H. S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541-569
- Sanjaya, N., Do, B. R., Salim, U., & Moko, W. (2019). Influence Socially Responsible Human Resource Management, Technostress Creators And Employee Satisfaction To Use Fintech (Study On Financial Institutions In Indonesia). *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 7(2), 81-94.
- Schueffel, P. (2016). Taming the beast: a scientific definition of Fintech. *Journal of Innovation Management*, 4(4), 32-54.
- Stewart, H., & Jürjens, J. (2018). Data security and consumer trust in Fintech innovation in Germany. *Information & Computer Security*, 26(1), 109-128.
- Weil, L. (2019), L'impact des Fintech sur la structure des marchés bancaires. *Revue d'économie financière*, 135 (3), 181-192.
- Zvirgzdina, R., Skadina, H., & Linina, I. (2019, April). Sustainability as an imperative component of evaluating business models in Fintech. In *International Scientific Conference „Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering“*.

Format de l'article

- Proposition d'articles entre 6000 et 8000 mots incluant les notes de bas de page, la bibliographie, les tableaux, les figures et les annexes ; voir en détail les [Instructions aux auteurs et aux directeurs de numéros](#)

Calendrier

Date limite de soumission : 16 Novembre 2020

Retour des premières évaluations : Mars/Avril 2021

Publication : n°44 – Juin 2022

Les résumés et les textes sont à envoyer aux deux adresses suivantes :

clauzel.evry@gmail.com et lesaout@univ-paris1.fr

Marché & Organisations sur Cairn :

<https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations.htm>