

7 tendances à adopter pour transformer la banque numérique en 2024 !

by Rabia Zakir

Directrice Marketing Produit,
Sopra Banking Software

01

La montée en puissance de l'IA générative

02

Il est temps de passer d'abord au cloud

03

Donner la priorité au renforcement de la résilience, à la confiance des consommateurs et aux pratiques ESG

04

Les outils de bien-être financier sont là et vont le rester

05

La cybersécurité a toujours la cote

06

La prolifération des collaborations avec des tiers

07

L'Open Finance fait son apparition

Résumé des tendances 2023

2023 a vu les banques reprendre confiance après des efforts colossaux pour naviguer dans un climat tendu de défis géopolitiques mondiaux, tels que la guerre et la volatilité économique de 2022.

Heureusement, les craintes généralisées d'une récession imminente, prédites à la fois par les banques et les économistes, ne se sont pas concrétisées. La priorité principale des banques étant désormais de préparer l'avenir, elles doivent rétablir la confiance des consommateurs après les dommages causés par les échecs retentissants, l'augmentation des coûts d'emprunt et les risques liés à l'IA générative (genAI). (1)

En dépit des incertitudes, la majorité des banques sont restées économiquement fortes en 2023, en partie grâce aux taux d'intérêt élevés. Malheureusement, elles ont souffert d'un effondrement de la confiance au sein du secteur. (1) En ce début d'année 2024, les banques avancent plus sereinement ; bien que des incertitudes demeurent, beaucoup d'interrogations ont trouvé leurs réponses et les banques sont maintenant plus optimistes. (2) Pour aller de l'avant et rétablir la confiance des clients, elles s'efforcent actuellement d'améliorer le bien-être financier et l'expérience client, tout en renforçant leur résilience ainsi que leurs efforts en matière de durabilité et de sécurité. (1)

Une étude réalisée par SBS en 2024, estime que les banques se relèveront des revers précédents en regagnant la confiance des clients et en accroissant leurs profits. Elles pourraient également fournir des efforts de transformation importants, notamment des collaborations et des intégrations avec des tiers. La résilience et la confiance des consommateurs seront au premier plan, grâce au renforcement des chaînes d'approvisionnement et l'adoption de meilleures pratiques ESG. Les partenariats avec des tiers continuent d'être une considération principale en ce qui concerne la croissance durable, tandis que la numérisation de l'engagement des clients et l'exploration des technologies, comme l'IA générative, deviendront essentielles pour assurer l'avenir des modèles d'affaires et augmenter les revenus. (1)

Dans le rapport 2023, nous avons mis en évidence 7 tendances clés pour façonner la banque digitale et l'open banking : l'essor des services bancaires basés sur des plateformes, le passage de la créativité à la résilience en matière d'innovation, la banque durable et la responsabilité sociale des entreprises, l'explosion de la demande de fintech intégrée, la sensibilisation croissante pour le bien-être financier, la cybersécurité, et l'engouement de la génération Z.

Dans ce livre blanc, nous examinons les 7 tendances de l'année 2024 qui devraient transformer le secteur bancaire numérique et l'open banking. Bon nombre de ces tendances s'inscrivent dans la continuité de l'année précédente, et les banques ainsi que les institutions financières devraient en tirer parti pour rester à la pointe de la numérisation.

01 La montée en puissance de l'IA générative

Le plus grand consensus parmi les banquiers de détail concerne le taux d'adoption de l'IA générative dans les institutions financières. Près de 30 % des institutions financières prévoient un taux d'adoption de 50 % d'ici 2025, et 50 % d'ici 2030. En 2021, une étude a montré que près de 4 cadres sur 10 ayant participé à l'enquête pensaient qu'une consolidation de 25 % de l'IA avec les technologies existantes aurait lieu d'ici 2025. Après un examen plus approfondi, cette estimation datant du milieu de l'ère covid s'est avérée ambitieuse (2).

L'IA générative est désormais utilisée par les banques, convaincues par la croissance sans précédent du marché de la GenAI au cours des derniers mois. Mais si les banques y voient une valeur commerciale évidente, elles s'inquiètent néanmoins de la façon dont les outils d'IA générative affecteront des domaines tels que la sécurité (37 %) et le personnel bancaire dans son ensemble (30 %). Un point de vue partagé par toutes les régions, tous niveaux de maturité confondus. (1) Alors que de nombreuses institutions financières et fournisseurs continuent d'évaluer le rôle de la GenAI, les façons de la mettre en œuvre dans la production en direct se multiplient. La GenAI n'est plus considérée comme un simple défi futur, mais comme une fabuleuse opportunité des temps modernes. (5)

En 2023, la plupart des banques ont commencé à expérimenter la GenAI, et à générer de très bons résultats à grande échelle. Au cours des 12 prochains mois, nous assisterons probablement à une adoption accrue dans la plupart des organisations. Les banques les plus motivées utiliseront l'IA générative comme motif pour redéfinir l'ensemble de leurs fondations. L'impact le plus important de l'IA dans le secteur bancaire concernera probablement les revenus. Selon Forbes, en équipant les personnes chargées des ventes, du marketing et de l'interaction avec les outils liés à l'IA, les revenus pourraient augmenter de 6 % en l'espace de trois ans. (4) Accenture estime également que les banques devraient en bénéficier davantage que les autres secteurs, avec notamment une augmentation potentielle de la productivité de 20 à 30 % et une hausse des revenus de 6 %. Les banques devront non seulement donner la priorité à l'utilisation efficace du cloud et des données, mais aussi réévaluer la façon dont le travail et les talents sont gérés. Pour atteindre la croissance souhaitée, les banques devront mettre en œuvre une stratégie d'IA qui place la main-d'œuvre au centre. Cela nécessitera de nouvelles compétences, dont peu de banques disposent en nombre suffisant. En conséquence, des changements importants concernant le fonctionnement des environnements de travail doivent avoir lieu. (3)

L'IA générative affectera des domaines tels que



La sécurité



Le personnel bancaire dans son ensemble

Selon l'indice « Pulse of Change : 20x24 » d'Accenture, l'adoption de la GenAI se fait à la vitesse de l'éclair ; 87 % des cadres bancaires pensent que le niveau d'évolution sera plus élevé cette année que l'année dernière, tandis que 53 % estiment qu'ils ne sont pas entièrement préparés à un tel changement. (6) L'IA devient également de plus en plus importante dans l'interaction avec les clients et les activités administratives. Elle semble jouer un rôle clé dans le service et l'assistance à la clientèle, notamment en ce qui concerne la conformité réglementaire et la gestion des risques.

47 % des décideurs prévoient d'intégrer l'IA générative ou les grands modèles de langage (LLM), tandis que 45 % prévoient d'investir dans l'automatisation et l'optimisation des flux de travail basées sur l'IA.

Un peu moins de 50 % prévoient d'investir dans des technologies émergentes, telles que les chatbots, la réalité augmentée/virtuelle et les assistants numériques basés sur l'IA, pour engager les clients.

Les banques continuent de pousser les clients vers les canaux d'assistance automatisés plutôt que vers l'assistance humaine, mais les utilisateurs restent déçus par le service reçu des chatbots. Afin d'améliorer l'engagement des clients avec ces derniers, les banques espèrent que l'IA et les modèles LLM produiront une expérience conversationnelle plus robuste. (1)

L'IA générative n'est pas la seule technologie émergente utile, mais elle sensibilise les institutions quant à l'importance de rester compétitives grâce à ce type de technologie. Le secret de la réussite future des banques ne sera pas l'IA en elle-même, mais plutôt la manière dont elle sera utilisée au sein d'une institution. L'utilisation de la technologie par les hommes est aussi importante que la technologie elle-même, de la même façon que la mise en œuvre d'une stratégie est aussi importante que la stratégie elle-même. L'intégration de l'IA nécessite de nombreux équilibres, mais les banques qui parviendront à la maîtriser auront réussi l'année 2024 avec succès. (4)

Selon l'étude Forrester « Digital Banking's Paradigm Shift » réalisée en 2023 pour le compte de Sopra Steria, plus une banque est prête pour l'avenir, plus l'IA est susceptible d'avoir un impact sur les opérations.

62 %
pour les pionniers

51 %
pour les explorateurs

02 Il est temps de passer d'abord au cloud

Au départ, c'est le secteur des technologies de l'information qui a poussé les banques à adopter le cloud. Les avantages en matière de sécurité, associés à la flexibilité des coûts et aux options d'évolutivité, ont conduit les banques à commencer à migrer les applications les moins cruciales vers le cloud. En fait, en 2022, environ 15 % des charges de travail moyennes des banques ont migré vers le cloud, contre 8 % l'année précédente. (3)

Les banques réalisent aujourd'hui la valeur contenue dans l'infrastructure cloud, lorsqu'il s'agit de libérer la valeur de l'IA, des données, ainsi que des technologies émergentes. Le cloud ne sert plus seulement à stocker, mais représente un changement radical vers une approche "cloud-first", pour transformer une organisation afin d'obtenir plus de flexibilité et de rapidité. À ce titre, les organisations sont contraintes de se restructurer et de réexaminer leurs processus, leurs rôles, les compétences requises et leur culture d'entreprise. (3)

À mesure que les avantages commerciaux de l'informatique deviendront évidents, il est clair qu'un plus grand nombre de chefs d'entreprise plaideront en faveur d'une migration poussée vers le cloud. Ainsi, un nombre croissant de banques modifieront leur modèle opérationnel historique pour se conformer aux principes du cloud. Cela impliquera une intégration transparente des environnements sur site et cloud, indispensable pour la conformité réglementaire, telle que **DORA** en Europe. (3)

D'ici fin 2024, les banques passées au cloud connaîtront des changements majeurs en devenant plus résilientes et en s'adaptant à différents environnements. Les exigences de l'IA en matière de calcul et d'exploitation des données font du cloud une nécessité en 2024. Bien que la majorité des banques n'aient pas encore entièrement basculées vers le cloud, des avancées significatives ont été faites au cours des trois dernières années (4).



75 %

Selon le rapport 2024 Retail Banking Trends and Priorities de Jim Marous, **on s'attend à ce que plus de 75 % des applications bancaires d'entreprise finissent par migrer vers le cloud.** (2)

03

Donner la priorité au renforcement de la résilience, à la confiance des consommateurs et aux pratiques ESG

Regagner la confiance des consommateurs est **la première priorité des banques** après les faillites retentissantes du Crédit Suisse et de SVB.

Il est important de noter que 32 % des décideurs estiment que ces faillites ont considérablement entamé la confiance des consommateurs.

Un ressenti aggravé par l'impact à long terme des taux d'intérêt élevés. C'est pourquoi les banques veulent accroître la résilience (25 %) et la durabilité (33 %) depuis 2023. En parallèle, la création de pratiques ESG robustes et conformes connaît une forte croissance (33 % par rapport à l'année dernière). En fait, 40 % des répondants en Amérique latine et 39 % de ceux de l'APAC estiment qu'il s'agit d'une priorité essentielle pour leur banque. 43 % d'entre eux ont augmenté leur investissement dans l'utilisation d'éléments ESG, dans le but de mettre en valeur leurs propres produits et services et surpasser la concurrence. (1)

Jusqu'à présent, les banques avaient concentré leurs efforts sur la fidélisation de leur clientèle et sur le bon déroulement des opérations. Mais cette année, les banques cherchent à augmenter leurs revenus, ce qui signifie que leur clientèle doit s'élargir. La confiance des clients reste donc au premier plan des considérations stratégiques des banques pour 2024 : afin d'attirer de nouveaux clients, les banques doivent regagner leur confiance après quelques années difficiles. (1) Pour ce faire, elles donnent la priorité au renforcement de la résilience, à la confiance des consommateurs et aux pratiques ESG. Quoique distinctes, ces initiatives sont intrinsèquement connectées. Accentuer la résilience renforce la

confiance des clients et démontre la capacité de la banque à relever efficacement les défis. De même, donner la priorité aux pratiques ESG permet non seulement de répondre aux valeurs des consommateurs, mais aussi de contribuer à la résilience à long terme, ainsi qu'à l'avantage concurrentiel de la banque concernée.

Les banques ont également donné la priorité à l'utilisation de fournisseurs multiples (en hausse de 23 % par rapport à l'année précédente). Le but était de contrecarrer la dépendance à l'égard d'un seul fournisseur. Cet objectif a été atteint pendant la pandémie, lorsque la perturbation des chaînes d'approvisionnement a mis en évidence les faiblesses des banques. Les réseaux d'approvisionnement collaboratifs ainsi que les modèles d'entreprise sont des aspects clés de cette stratégie d'adaptation et de résilience pour l'avenir. Les objectifs immédiats à court terme pour les banques comprennent donc la fortification des chaînes d'approvisionnement pour renforcer leur résilience, ainsi que la mise en place de pratiques environnementales, de durabilité et de gouvernance (ESG) complètes et conformes. (1)

↗
25%

Les banques se concentrent aussi sur l'amélioration de la résilience opérationnelle, afin de mieux gérer les changements inattendus du marché (en hausse de 25 %)

04 Les outils de bien-être financier sont là et vont le rester

Il n'est pas facile pour les consommateurs d'assumer à la fois la pression financière persistante et une inflation élevée. En conséquence, les banques mettent davantage l'accent sur des services de bien-être financier, tels que des analyses de vulnérabilité financière pour protéger les clients contre les préjudices (64 %) et des outils de gestion pour les aider à gérer eux-mêmes leurs finances (63 %). L'objectif du fait de promouvoir le bien-être du consommateur est de créer une nouvelle valeur ajoutée, qui renforce la fidélité et la confiance en assurant la pérennité des revenus. (1) Pour de nombreuses banques, le bien-être des clients remplacera la richesse au cours de l'année à venir. Plutôt que d'acquérir la plus grande part de leur portefeuille, les banques les plus tournées vers l'avenir s'efforceront d'améliorer la vie de leurs clients, ce qui signifie également améliorer leur bien-être financier, en leur fournissant des conseils numériques holistiques et une orientation financière personnalisée. (2) Les résultats de l'étude Forrester « Digital Banking's Paradigm Shift » réalisée en 2023 pour le compte de Sopra Steria nous amènent à la conclusion suivante :

Plus une banque est mature et prête pour l'avenir, plus l'accent est mis sur le bien-être financier des clients.

Les pionniers, quant à eux, sont plus susceptibles de se concentrer sur des initiatives à long terme visant à éduquer les individus sur la manière d'améliorer leur culture financière, plutôt que de fournir simplement des outils. (1)



05

La cybersécurité a toujours la cote

En ce qui concerne la cybersécurité, les banques passeront d'un point de vue préventif à un point de vue résilient.

Le recours à l'intelligence artificielle a lancé les pirates informatiques et les banques dans une sorte de course aux armements cybernétiques. La sécurité reste donc une priorité absolue pour le secteur bancaire, en raison des grandes quantités de données sensibles sur les clients et les transactions qui sont traitées. L'infrastructure informatique des banques reste donc une cible privilégiée pour les cybercriminels qui cherchent à gagner de l'argent. (7) Heureusement, tout comme les technologies telles que l'IA sont utilisées par les cyberattaquants, les banques peuvent utiliser ces mêmes technologies pour lutter contre la cybercriminalité. Il n'est pas surprenant que le secteur financier se classe au deuxième rang des coûts de cybersécurité les plus élevés, chaque violation coûtant environ 5,9 millions de dollars. Il est donc primordial de redoubler d'efforts en matière de cybersécurité, non seulement pour protéger les données sensibles des clients, mais aussi pour éviter des coûts financiers importants. (13)

Outre l'inflation et les taux d'intérêt élevés, les banques européennes doivent continuer à opérer dans un environnement économique difficile, avec divers éléments qui échappent largement à leur contrôle ; les résultats des élections, la guerre continue et les troubles au Moyen-Orient contribuent à accroître la volatilité. Il n'est pas surprenant que 82 % des chargés de clientèle estiment que les risques géopolitiques ne feront qu'augmenter cette année. (8)

Alors que de plus en plus de banques s'orientent vers les services en ligne, la sécurité numérique devient primordiale pour protéger, à la fois, les biens des consommateurs et ceux des entreprises. Cette technologie ouvre des portes mais attire aussi l'attention de cybercriminels mal intentionnés, qui cherchent à tirer profit des quantités considérables de données clients que les banques sauvegardent. Les banques ont non seulement pour mission de gérer ces attaques, mais aussi de s'y préparer avant qu'elles ne se produisent. Après tout, la meilleure défense est une bonne attaque. (9) Selon les experts de Kaspersky, les institutions financières doivent renforcer leurs défenses en 2024, car les développements de l'IA et l'automatisation accrue les rendent plus vulnérables aux cybercrimes. Les principales alertes à surveiller à leurs yeux ? "Les cyberattaques, l'exploitation des systèmes de paiement direct, la résurgence des trojans (chevaux de Troie) bancaires brésiliens et l'augmentation des paquets backdoorés en source ouverte". (10)

En conséquence, des startups émergent et proposent des protocoles de sécurité et une gestion de la conformité des données, spécialement conçus pour aider les systèmes bancaires à sauvegarder les données sensibles. Des outils de cryptage, des logiciels anti-piratage et la détection des fraudes par l'IA sont également utilisés pour réduire le risque de violation des données, tout en prévenant l'usurpation d'identité et les escroqueries par hameçonnage. (7)

SELON UN RÉCENT COMMUNIQUÉ DE PRESSE D'EY

82 % des responsables européens de la gestion des risques estiment que le plus grand risque pour leur entreprise en 2024 est la cybersécurité



71 % d'entre eux ayant des craintes spécifiques concernant la cyberguerre provoquée par les tensions géopolitiques

06 La prolifération des collaborations avec des tiers

Grâce aux collaborations avec les fintechs, les petites institutions financières peuvent désormais utiliser les API et le cloud computing pour accéder à des technologies innovantes, auparavant hors de portée. Cela signifie que des services récents peuvent être déployés plus rapidement qu'avec les grandes banques. (5)

Il est clair que les banques continueront à s'appuyer sur des tiers pour faire progresser les écosystèmes nécessaires à leur croissance. La collaboration restera donc un axe d'investissement majeur, que ce soit par l'utilisation de solutions cloud et XaaS ou d'écosystèmes tiers. Au même titre que le fait de digitaliser l'engagement des clients et d'examiner les technologies émergentes comme l'IA générative, afin d'assurer la pérennité des modèles d'entreprise et d'augmenter les revenus.

Selon l'étude Forrester « Digital Banking's Paradigm Shift », **74 % des banques estiment que les modèles commerciaux collaboratifs sont la clé de la réussite de leur future stratégie commerciale.**

Plus les banques sont à un stade de développement avancé, plus elles ont tendance à partager ce point de vue. Nous constatons que près de la moitié (48 %) des répondants investissent d'ailleurs dans de meilleures API pour se connecter avec leurs partenaires, tandis que 46 % améliorent les plateformes et les systèmes orientés client ; 45 % favorisent la monétisation de l'open banking et 45 % tirent parti de leurs propres places de marché. (1)

Les banques modernes plébiscitent de plus en plus les collaborations : 29% des banques en 2023 prévoient de développer leurs propres capacités sans faire appel à un tiers, mais cette année, seulement 20% envisagent cette option. En faisant appel à des tiers, les banques en sont devenues elles-mêmes. Le soutien de tiers est le plus fort dans la gestion de prêts, l'agrégation de comptes, ainsi que la planification et la gestion financière. (1) Il est important de noter que de nombreux fournisseurs tiers sont tout simplement mieux adaptés pour fournir des services spécifiques, car ils peuvent utiliser leurs ressources pour se spécialiser - ce qui permet aux banques de se concentrer sur ce qu'elles savent faire, principalement l'aspect financier. Par exemple, les tiers sont généralement mieux à même d'offrir des analyses avancées aux institutions financières, ce qui leur permet d'obtenir des informations plus riches et de mieux se positionner. Non seulement en tant que fournisseurs de transactions, mais aussi en tant que conseillers clients. (12)

Les banques font largement confiance aux fournisseurs de services de conseil en expérience client (50 %), aux fournisseurs de logiciels (48 %) et aux fournisseurs de services de conseil en technologie/intégration (47 %). Elles commencent à considérer les modèles commerciaux collaboratifs comme une nécessité lorsqu'elles cherchent à augmenter leurs investissements dans les API et les portails de développeurs. Il est important pour les banques d'identifier les compétences qu'elles devraient acquérir via des tiers et celles qui sont mieux gérées en interne. (11)

07

L'Open Finance fait son apparition

Les banques sont prêtes pour l'Open Finance, entièrement préparées à capitaliser sur les opportunités de croissance. On reconnaît maintenant que les modèles commerciaux collaboratifs sont cruciaux pour le succès à venir des banques, notamment en investissant davantage dans les API et les portails de développeurs. Cela permet aux services B2B Open Banking de générer plus de revenus. À l'heure actuelle, les banques prêtes à adopter l'Open Finance ont augmenté de 30 % en seulement un an, représentant désormais plus d'une banque sur quatre en 2024. Seules 14 % d'entre elles n'ont pas encore entamé leur parcours Open Finance. (1)

Des modèles de distribution de plus en plus sophistiqués sont adoptés pour les services d'Open Banking. Néanmoins, les places de marché renforcent leur position, en particulier pour les services d'identité numérique. L'ouverture de compte est l'un des principaux moteurs de revenus, tant pour le B2C que pour le B2B ; 76% s'attendent à ce que le B2B soit moteur de l'augmentation des revenus, tandis que 54% pensent que le B2C en est la clé. (1)

Les banques ont encore du mal à gérer la désintermédiation au sein de l'écosystème financier ; un peu moins d'une banque sur quatre est tout à fait d'accord pour le dire. Bien que les banques soient convaincues de l'utilité de l'Open Finance, elles hésitent encore entre recourir à une collaboration ou choisir leur propre plateforme. (1) Quoi qu'il en soit, il est clair que les partenaires de la chaîne de valeur permettent d'obtenir des résultats plus rapides et plus personnalisés : la collaboration composable donne aux banques la possibilité, pour elles comme pour leurs clients, de prendre part à une expérience positive et transparente. (2)

L'ouverture de compte est l'un des principaux moteurs de revenus, tant pour le B2C que pour le B2B. (1)

76 %

s'attendent à ce que le B2B soit moteur de l'augmentation des revenus

54 %

pensent que le B2C en est la clé

Conclusion

7 tendances sont à adopter pour transformer la banque digitale en 2024 : l'IA générative, le passage au cloud, le renforcement de la résilience, la reconstruction de la confiance des consommateurs et la mise en place des pratiques ESG, les outils de bien-être financier, la cybersécurité, la collaboration avec les tiers et l'Open Finance. Êtes-vous prêt à vous aussi embrasser ces tendances clés ?

Sopra Banking Software a développé une gamme de [solutions logicielles innovantes](#) pour tous les types de banques cherchant à accélérer leur transformation numérique en 2024. Fondé sur une solution bancaire API-first, notre logiciel peut être personnalisé en fonction des besoins spécifiques de chaque banque, tout en offrant une expérience omnicanale et une expérience client transparente sur plusieurs plateformes, y compris les applications mobiles, web et les besoins en agence.

En s'associant à un acteur expérimenté comme Sopra Banking Software, les banques bénéficient de notre large éventail de connaissances et d'expertises pour assurer le succès continu de leurs transformations numériques.

Sources

1. Digital Banking's Paradigm Shift: With Future Readiness Back On Track, Banks Switch Focus To Trust, Resilience, And AI . (2023). A COMMISSIONED STUDY CONDUCTED BY FORRESTER CONSULTING ON BEHALF OF SOPRA STERIA.
2. 2024 Retail Banking Trends and Priorities. (2024). DBR Media LLC, Jim Marous,
3. Accenture. (2024). Banking on AI Banking Top 10 Trends for 2024. <https://doi.org/https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/industry/banking/document/Accenture-Banking-Top-10-Trends-2024.pdf#zoom=40>
4. Abbott, M. (2024, January 18). The top 10 banking trends for 2024 – The Age of AI. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/michaelabbott/2024/01/16/the-top-10-banking-trends-for-2024--the-age-of-ai/?sh=49c943494510>
5. 2024 Retail Banking Trends and Priorities. (2024). DBR Media LLC, Jim Marous,
6. Accenture pulse of change 2024 index. (2023). <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/accenture-com/document-2/Accenture-Pulse-of-Change-2024-Index-Executive-Summary.pdf>
7. Kumma Mani, S. (2023, September 26). Top 10 Banking Innovations amp; Trends in 2024. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/top-10-banking-innovations-amp-trends-2024-sivaprakash-kumma-mani/>
8. Press Release: Cybersecurity remains the top risk for European banks, as heightened geopolitics increases the perceived threat of cyber warfare. EY . (2024b, February 6). https://www.ey.com/en_gl/news/2024/02/cybersecurity-remains-the-top-risk-for-european-banks-as-heightened-geopolitics-increases-the-perceived-threat-of-cyber-warfare
9. The State of Cybersecurity in Banking 2024. epam. (2024, February 6). <https://anywhere.epam.com/business/cyber-security-in-banking>
10. Financial cybersecurity landscape in 2024: Banking trojans, rise of affiliate groups, attacks on Direct Payment Systems. ZAWYA. (2023, November 22). <https://www.zawya.com/en/press-release/research-and-studies/financial-cybersecurity-landscape-in-2024-banking-trojans-rise-of-affiliate-groups-attacks-on-direct-payment-systems-xsl36raa>
11. Redshaw, P. (2023). Banking and Investment Services: 2024 CIO Agenda Insights and Data. Gartner.
12. Albertazzi, D. (2024). Top 10 Trends in Retail Banking & Payments, 2024. Datos Insights.
13. Rebeuf, X. (2024). Cybersecurity in banking: Safeguarding the future. Sopra Banking Software. <https://doi.org/https://www.soprabanking.com/insights/cybersecurity-banking-safeguarding-future/>



Sopra Banking Software est le partenaire privilégié de plus de 1 500 institutions financières dans le monde. La richesse de nos solutions, notre force de conviction et notre passion pour l'innovation, nous permettent d'accompagner nos clients au quotidien et dans leurs projets futurs, ainsi que dans leurs objectifs d'inclusion financière.

Nos clients, basés dans plus de 80 pays à travers le monde, bénéficient chaque jour de nos technologies et logiciels, ainsi que de l'expertise de nos 5 000 collaborateurs. Sopra Banking Software est une filiale du groupe Sopra Steria, leader européen du conseil, des services numériques et de l'édition de logiciels. Avec plus de 56 000 collaborateurs, le groupe Sopra Steria a réalisé un chiffre d'affaires de 5,8 milliards d'euros en 2023.

Pour savoir comment nous pouvons vous aider à créer des stratégies de transformation numérique à la pointe du marché :

→ www.soprabanking.com

✉ hello@soprabanking.com

Rabia Zakir

**Directrice Marketing Produit,
Sopra Banking Software**

Rabia est une professionnelle chevronnée du marketing qui possède plus de 10 ans d'expérience dans divers secteurs et zones géographiques. Actuellement chez SBS en tant que directrice du marketing produit, elle a précédemment occupé des postes de direction au sein du groupe Westpac et de FlexiGroup Limited en Australie, développant des stratégies de marketing percutantes et dirigeant des programmes de marketing client, de simplification et de remédiation. Rabia excelle dans la conduite d'initiatives centrées sur la clientèle, la gestion du cycle de vie des produits et le lancement de campagnes marketing innovantes.

