

One Week, One Tech *by Périclès* Budget Insight, Clément COEURDEUIL



Stéphane LE LANNOU

Après avoir débuté sa carrière à Londres au sein d'un éditeur de logiciel dédié au Capital Market, Stéphane a rejoint Périclès Consulting en 2006 et intervient depuis, auprès des institutions financières sur des projets de transformation de leur organisation et d'évolution de leur système d'information.



Clément COEURDEUIL

Passionné par l'entrepreneuriat et le digital, Clément a créé Budget insight avec Romain Bignon durant sa dernière année d'école à Centrale Paris. Diplômé en 2012, il assure depuis, les fonctions de CEO de cette société et s'attèle à la faire grandir.

Stéphane LE LANNOU – Bonjour et bienvenue dans cette nouvelle édition de One Week One Tech. Je suis aujourd'hui avec Clément COEURDEUIL.

Bonjour Clément,

Clément COEURDEUIL – Bonjour

Stéphane LE LANNOU – Vous êtes le CEO de Budget Insight. Tout d'abord pouvez-vous nous présenter votre société ?

Clément COEURDEUIL – Oui bien sûr. Budget Insight est une fintech que j'ai co-créé avec mon associé Romain Bignon en 2012.

Notre métier est un peu spécifique car nous avons d'abord créé une application B2C pour gérer son argent. C'était cela notre première idée.

C'était une application qui était capable de se connecter aux établissements financiers pour récupérer tous les comptes bancaires et d'assurance vie que le client pourrait détenir au sein de ses différents établissements. Derrière cette application était capable de traiter les données afin d'avoir une gestion simplifiée de son argent, comme catégoriser les transactions pour permettre de savoir ce qui a été dépensé, gérer son budget, générer des alertes.

Notre idée première était de rendre la gestion de l'argent plus simple et plus fluide.

L'application a eu du succès à son lancement par contre nous n'avions pas de business model et il était difficile de lever des fonds à cette époque.

Nous avons été approché à ce moment-là par d'autres acteurs, d'autres fintechs, qui eux avaient un business model et qui proposaient des services financiers plus complexe que la simple gestion financière, comme de l'expertise comptable ou faire du crédit. Ils nous ont dit : « nous avons besoin des données bancaires de nos utilisateurs pour pouvoir créer des services innovants, nous avons besoin de votre technologie de connexion de données bancaires »

Notre métier aujourd'hui est de mettre à disposition d'autres applications notre technologie de connexion des données bancaires pour leur permettre de créer des services financiers innovants.

Stéphane – Vous intervenez donc sur la technologie et sur la mise place en place d'API ou d'interfaces entre les services financiers et les banques.

One Week, One Tech by Périclès

Budget Insight, Clément COEURDEUIL

Clément – Oui c'est cela.

Stéphane – Pourquoi avoir créé Budget Insight ? Pourquoi vous êtes-vous lancé dans cette aventure de la création d'entreprise ?

Clément – Nous avons créé Budget Insight car nous étions certains que le digital allait amener des moyens beaucoup plus fluide et beaucoup plus simple pour gérer son argent au quotidien : pour s'y retrouver, pour comprendre, pour être mieux conseillé, pour se faire financer ses projets.

Nous considérons que gérer son argent était trop compliqué alors que cela ne devait pas l'être et que le digital allait permettre de simplifier profondément les choses, de développer des expériences clients fluides et digitales à coût limité.

Notre métier aujourd'hui est de fournir les technologies qui permettent de simplifier la gestion de l'argent dans tous ses composantes.

Stéphane – Quelle relation entretenez-vous avec les banques puisque vous prenez un peu leur place dans la gestion de la relation client ?

Clément – C'est très intéressant ce qui se passe avec mes camarades banquiers. Nous ne sommes pas un compétiteur des banques. Au contraire, nous sommes un fournisseur de technologie pour elles. 70% de mon chiffre d'affaires provient des banques et des assureurs. Donc ce sont mes amis.

Mais c'est un vrai sujet quand même car nous leur fournissons la technologie qui leur permet de changer leurs usages et de transformer leur modèle.

En parallèle nous fournissons aussi notre technologie à des fintechs qui l'utilisent de façon beaucoup plus rapide, beaucoup simple et avec des services qui sont moins intégrés. Nous fournissons donc leurs compétiteurs qui sont parfois en avance sur le marché car ils n'ont pas tout un historique à gérer.

Donc ils nous adorent car nous les aidons à se transformer et ils nous détestent car nous sommes le levier pour faire entrer de nouveaux acteurs sur leur marché.

C'est une espèce d'amour/haine avec nos clients banquiers qui est incroyable.

Quand nous travaillions avec eux, ils nous demandent d'aller chercher toujours plus de données, d'être dans un monde toujours plus ouvert et d'interconnecter toujours plus de services. Puis quand nous discutons avec les régulateurs et que nous entendons ce que les banquiers disent de nous, c'est incroyable ! Ils essaient de tout fermer, de tout bloquer. Il y a une espèce de schizophrénie importante de la part du monde bancaire sur les technologies et les usages qui ont été créés alors que ces usages ont parfois été créés avec eux.

Stéphane – Comment vous différenciez-vous par rapport à la concurrence ? Linxo, Bankin' ou Gérermescomptes.com ?

Clément – Ces acteurs ont un positionnement fortement B2C, ils sont arrivés un peu plus tôt sur le marché par rapport à nous et ils ont voulu créer une marque, ils ont voulu créer un usage directement auprès de l'utilisateur final. Ce n'est pas du tout le positionnement de Budget insight. Je ne gagne pas d'argent en B2C, j'ai quelques dizaines de milliers d'utilisateurs mais c'est surtout pour moi un moyen de montrer ce que nous savons faire et de tester nos usages et nos technologies pour ensuite vendre nos technologies à d'autres acteurs.

Stéphane – C'est une vitrine ?

Clément – Exactement c'est une vitrine alors que pour eux, c'est un vrai métier, ils créent une communauté, ils créent un modèle économique. Ils ont des partenaires avec lesquels ils développent ce modèle économique basé sur le traitement des données de leurs utilisateurs. Donc ils ont une approche différente de la nôtre.

Ces acteurs pourraient même être mes clients.

One Week, One Tech by Périclès

Budget Insight, Clément COEURDEUIL

Nous pourrions leur fournir la technologie d'agrégation. Aujourd'hui ils ont choisi d'intégrer cette technologie car elle est stratégique pour eux mais ce n'est qu'une brique de leur métier alors que pour nous, c'est notre métier de fournir cette technologie à d'autres. Sur cette partie-là nous nous différencions profondément car nous agrégeons aussi les factures ainsi que le détail du patrimoine de façon beaucoup plus fine que ce qu'ils peuvent faire aujourd'hui.

Nous sommes aussi dans d'autres pays par rapport à eux comme le Luxembourg ou la Belgique. Nous avons une stratégie beaucoup plus technologie, beaucoup plus centrée sur les API et de fournir nos technologies à d'autres acteurs.

Nous sommes aussi très opportunistes : eux écoutent leurs utilisateurs tandis que nous nous écoutons nos clients.

Ils ont un positionnement très différent du nôtre.

Stéphane – Justement pour rebondir là-dessus et sur la notion de marketplace ou de hub de services financiers. Quel est votre avis sur le sujet ? Pensez-vous que tout va s'imbriquer les uns avec les autres ?

Clément – Oui, je le pense.

Le monde est en train de changer pour moi et le banquier a eu l'impression de réussir avec ce qu'on appelle le « One Stop shop », on arrive et on a tout. On rentre dans un silo. Par contre on est un peu coincé, c'est quand même dur de sortir de chez son banquier et il arrive à nous faire souscrire à tous les services. Je pense que ce monde-là est terminé. Pourquoi ? Parce qu'à vouloir tout faire, on fait tout mal et pour être excellent sur quelque chose, il faut se concentrer dessus, il faut vraiment investir du temps, de l'énergie, avoir une vision et aussi un peu d'argent, bien sûr pour réussir.

Pour moi l'avenir n'est plus à avoir quelque chose qui fait tout car on risque de ne pas être excellent. On voit avec Uber, Airbnb ou Amazon : pour être leader, pour prendre le marché, on n'a plus le droit d'être moyen, il faut être excellent. Et pour être excellent, il faut être focus. Or, les besoins de l'utilisateur final sont multiples.

Donc comment fait-on pour être excellent et répondre à tous ? Pour moi la réponse est d'arriver à interconnecter les services pour avoir l'expérience client la plus simple et la satisfaisante possible.

Stéphane – Et vous, vous positionnez sur l'interface entre les différents services, c'est bien cela ?

Clément – Exactement, mon métier initial était l'agrégation, d'ailleurs aujourd'hui nous sommes clairement leader sur le B2B car nous n'avons fait que cela contrairement à Bankin' et Linxo qui ont fait du B2B et du B2C. Nous sommes les meilleurs car nous nous sommes concentrés sur l'agrégation.

Maintenant je me rends compte qu'il y a ce besoin d'interconnexion entre les services et donc nous allons devenir les meilleurs sur la connexion des services. C'est vraiment cela notre métier en plus de l'agrégation.

Stéphane – Budget insight a été créé en 2012. C'est à dire il y a 5 ans, c'est un cap 5 ans pour une société. Où en êtes-vous de votre développement actuellement par rapport à ce que vous espériez au départ ?

Clément – Je suis plutôt satisfait, cela tourne plutôt bien pour nous. Nous avons environ 30 collaborateurs, nous sommes rentables, nous nous sommes débrouillés tout seuls avec de la dette et de la marge clients. Nous n'avons pas levé de fonds au final.

Nous prévoyons de faire 2 millions de chiffre d'affaires cette année. Notre chiffre d'affaires a doublé tous les ans depuis 3 ans.

Cela fonctionne plutôt bien, je suis content de l'aventure. Nous avons une équipe qui s'éclate, nous avons un boulot qui est passionnant. Nous avons une croissance qui est assez forte. Je n'ai pas à me plaindre.

Maintenant il y a de gros défis sur demain.

One Week, One Tech *by Périclès*

Budget Insight, Clément COEURDEUIL

En premier, la structuration de l'entreprise puisque quand on passe à 25/30, il y a un cap. Forcément nous, les associés, nous sommes moins en contact avec les salariés. Il y a donc un travail à faire sur comment on transmet la vision, comment on transmet les valeurs. C'est un travail important sur lequel je travaille actuellement avec mon associé Romain Bignon.

Il y a aussi la structuration pour demain, nous faisons les investissements nécessaires afin de gérer notre croissance et faire face au défi du marché qui est la réglementation. Aujourd'hui cela tourne bien mais est-ce que la réglementation nous permettra de faire notre travail correctement demain ? Ce n'est pas sûr. C'est un vrai sujet. Le tiers de mon temps est de faire des actions et du lobbying auprès des régulateurs pour leur faire comprendre ce que nous faisons, comment nous le faisons et ce qui fera que nous pourrions travailler ou non.

Et enfin bien sûr continuer à satisfaire nos clients, puisqu'on ne gagne que quand on a un client heureux. Cela fait partie de nos valeurs fondamentales : Des clients heureux, un modèle rentable, des collaborateurs heureux.

Stéphane – Vous êtes une société de 30 personnes, votre société a été créée il y a 5 ans. Vous considérez-vous toujours comme une startup ?

Clément – C'est très amusant car un de mes collaborateurs a déclaré à mon CTO (Chief technology officer) qu'avant Budget insight, il n'avait jamais travaillé dans une grosse boîte. Cela nous a fait sourire car nous ne nous considérons pas du tout comme une grosse boîte.

Nous sommes une startup et nous continuerons toujours à l'être, dans l'esprit en tout cas. Nous sommes devenus une petite PME mais nous restons une startup car pour moi, la startup est essentiellement liée à l'hyper croissance et à la vision. Ce n'est pas une question de taille.

Nous resterons une startup encore un moment mais c'est vrai que nous avons passé un cap, et même nos collaborateurs le voient, nous sommes passés dans une phase de structuration de notre croissance et un développement de l'entreprise par rapport à nos tout début.

Stéphane – Quelles sont les valeurs de votre entreprise pour maintenir le lien avec vos nouveaux collaborateurs ?

Clément – Dans une startup, le lien entre l'équipe et les fondateurs est très fort, mais c'est un lien qui a tendance à se distendre avec le temps.

Ce qui maintient la cohésion de la société et qui permet de transférer la vision, ce sont les valeurs justement.

Nous sommes rendus compte que nous passons moins de temps avec les équipes et qu'elles ne nous connaissent beaucoup moins. Il y a les dix premiers, le noyau dur, avec qui nous avons travaillé et qui nous connaissent très bien et c'est eux maintenant qui transmettent la vision mais cela se dilue forcément un peu.

Du coup, nous nous sommes dits : Nous devons travailler sur nos valeurs pour que quand de nouveaux collaborateurs arrivent, ils sachent qui nous sommes, ce que nous voulons vivre et ce que nous sommes en train de faire.

Nous avons défini 10 valeurs, 3 principales qui sont absolument fondamentales et 7 autres que nous avons co-créé avec l'équipe.

Voici les 3 principales :

En premier, des clients heureux d'abord et avant tout. Il n'y a pas d'entreprises pérennes aujourd'hui sans client heureux. Des entreprises comme Amazon ou Google l'ont prouvé, le client et l'utilisateur passent en premier.

Deuxièmement, de la rentabilité. C'est fondamental, notamment pour nous car nous n'avons pas levé de fonds. Quand le client est heureux, nous devons être rentables sinon nous ne pouvons pas vivre.

One Week, One Tech *by Périclès* Budget Insight, Clément COEURDEUIL

Troisièmement des collaborateurs heureux.

Des clients heureux, de la rentabilité et des collaborateurs heureux, nous pensons que c'est le trépied sur lequel se développe Budget insight et qui nous permet pour l'instant d'obtenir la croissance que nous avons.

Stéphane – Quels sont les métiers qui sont présents maintenant chez Budget insight ?

Clément – Aujourd'hui nous avons diversifié l'équipe. Comme nous avons grandi, les fonctions support ont émergées. Avant, tout le monde faisait un peu de tout, nous sommes maintenant obligés de nous structurer avec la croissance.

Néanmoins pour moi l'essence reste, c'est-à-dire nous sommes une entreprise qui est essentiellement technologique, nous sommes une boîte de développement avec tous les bons et les mauvais côtés qui vont avec. C'est une boîte d'ingénieurs informatique mais des ingénieurs qui créent un produit qui a une valeur pour les clients. Il y a également l'autre face de la pièce qui est le Business Développement et donc l'équipe commerciale.

A l'origine, c'était Romain et moi. Romain s'occupait de la partie technologique, c'est lui qui il avait la vision technologique et moi je prenais en charge la partie commerciale et je faisais le lien avec le besoin client. Les fonctions des 2 associés fondateurs sont restées et sont au cœur de la structure aujourd'hui.

Chez Budget Insight, il y a beaucoup de développeurs de très bon niveau avec une ambiance de développeurs. On fait la fête, on joue à des jeux vidéo, on a un babyfoot. Nous avons créé une vraie communauté. Il y a une très bonne ambiance au sein de l'équipe.

Commerciaux et développeurs sont les 2 aspects clés. Ensuite nous avons les fonctions support qui ont commencé à se développer. Nous allons continuer à recruter sur ces fonctions. Nous prévoyons d'embaucher une personne aux ressources humaines, une autre personne pour prendre en charge l'administratif et enfin quelqu'un pour s'occuper de la conformité. Avec la réglementation qui entre bientôt en application, la conformité est un aspect obligatoire dans notre métier aujourd'hui.

Stéphane – Que vous apporte le label Finance innovation ?

Clément – Finance innovation avait un objectif très ambitieux qui commence à être atteint. L'objectif était de faire dialoguer l'ensemble des acteurs de ce monde des fintechs sur un marché de la finance qui est déjà un marché structuré. C'est un grand succès aujourd'hui car il y avait une vraie vision au début et une véritable envie de faire grandir ces acteurs.

Finance innovation participe clairement à la puissance des fintechs en France et à l'international.

Ce que Finance innovation apporte à Budget Insight, c'est un réseau d'acteurs avec lesquels nous pouvons travailler, c'est aussi des points de contacts avec les régulateurs, avec des investisseurs et avec nos concurrents pour nous permettre de nous organiser et d'affronter les lobbyings qui sont en face de nous.

C'est un vrai moyen de s'organiser, de dialoguer, de créer de la visibilité auprès des institutions.

Stéphane – La nouvelle directive DSP2 entre en application en Janvier 2018. Qu'est-ce que cette réglementation va changer pour vous ?

Clément – Cela va tout changer. C'est fondamental.

Elle a déjà apporté énormément. Les banques ne voulaient pas acheter notre technologie il y a 2 ans car elles ne savaient pas comment se positionner vis-à-vis de la réglementation. Elles voyaient bien qu'en terme d'usages, c'étaient très intéressants mais en terme réglementaire, elles ne savaient pas comment se positionner. Hors pour les banques, la réglementation est quelque chose de fondamental, cela gouverne leurs choix stratégiques.

One Week, One Tech *by Périclès*

Budget Insight, Clément COEURDEUIL

DSP2 a totalement ouvert le marché de la Banque. Nous nous sommes engouffrés là-dedans et nous avons cartonné. Cette directive a rassuré les banquiers sur l'avenir des usages que portaient nos technologies.

Par contre la directive DSP2 donne un cadre réglementaire qui est beaucoup plus petit par rapport à ce que font nos technologies. Mais de toute façon la réglementation est toujours en retard sur les usages et l'innovation. Elle ouvre le marché mais elle le restreint aussi dans le sens où elle définit des limites à ce que nous pouvons faire.

Le risque, selon moi, est de ne plus avoir accès à certaines données et d'avoir des usages qui se retrouvent bloquer sous couvert d'augmenter le niveau de sécurité. Cela se comprend, mais il faut trouver le bon curseur entre comment je garde un niveau de sécurité acceptable et comment je peux continuer à accéder à la donnée et faire mon métier.

Tous ces enjeux-là sont fondamentaux. Ils sont traités par des parlementaires et des régulateurs qui sont certes très brillants mais qui ne connaissent pas notre métier. Donc il faut leur expliquer comment cela fonctionne et ce qu'on peut faire. Il faut aussi leur montrer à quel point nous changeons les choses et à quel point les banques en face, parfois, soit n'ont pas forcément une parfaite connaissance de ce que nous faisons, soit ne sont pas très objectives sur la façon de présenter nos technologies.

Stéphane – Cette directive offre un cadre européen. Avez-vous prévu de vous développer à l'international ? est-ce déjà le cas ?

Clément – Oui, nous sommes obligés de nous développer en Europe, nous ne pourrions pas rester un acteur local puisque la DSP2 ouvre le marché Européen et, de fait, les besoins sur nos métiers sont internationaux

Dès que nous nous adressons à un marché, par exemple la gestion du Patrimoine, sur lequel nous sommes clairement leader en France sur l'agrégation, nous sommes obligés d'être à l'international sinon nous ne pouvons pas fonctionner.

Nous avons ouvert une filiale au Luxembourg qui devra être notre portail vers l'international. Nous avons déjà des clients au Luxembourg et au Pays-Bas. Nous allons peut-être en avoir en Afrique du Nord. Nous sommes aussi en train de voir si nous pourrions aussi en avoir au Portugal.

Donc de toute façon nous serons à l'international, c'est certain maintenant il y a des complexités liées à l'international qui sont très fortes et qu'il faut gérer. Nous allons investir dans ce sens.

Nous allons continuer à être très opportunistes, nous sommes en autofinancement donc ce sont nos clients qui définiront où ils veulent aller et comment nous allons le faire donc nous allons les aider à y arriver.

Stéphane – En terme de partenariat, vous vous êtes associés avec Swisslife pour créer LaFinbox. Que vous apporte ce partenariat ?

Clément – C'était une grande opportunité pour nous, déjà de comprendre le marché de la gestion de patrimoine et donc tout un volet de nos services. Avant de travailler avec Swisslife, je ne savais pas ce qu'était une unité de compte et je n'avais jamais boursicoté.

Swisslife, c'est un client qui nous a dit : « Il y a un sujet sur la gestion de patrimoine, et vos technologies peuvent faire levier sur ce marché »

Ce partenariat nous a permis de monter en compétences sur ce marché de la gestion de patrimoine et d'adapter nos technologies en conséquence. Aujourd'hui nous sommes leader sur l'agrégation de la gestion du patrimoine en France.

Stéphane – Quels nouveaux services prévoyez-vous de développer dans les prochains mois ?

Clément – Nous avons beaucoup d'ambitions et beaucoup d'envies.

One Week, One Tech by Périclès Budget Insight, Clément COEURDEUIL

Aujourd'hui nous sommes essentiellement sur l'agrégation bancaire, nous avons lancé une session de développement sur les paiements qui va vraiment changer la donne. A l'avenir, 90% des interactions d'un utilisateur avec sa banque pourra être réalisées avec un acteur tiers qui utiliserait nos technologies.

Bien sûr l'agrégation de factures est un sujet important que nous avons déjà lancé et qui fonctionne très bien.

Nous prévoyons aussi de créer cette couche d'orchestration qui permet de connecter d'autres acteurs. Nous n'allons pas nécessairement créer un robo-advisor nous-même mais nous prévoyons de connecter des robot advisors à une plateforme qui pourra l'installer auprès d'autres acteurs afin qu'ils puissent avoir les meilleurs experts et les meilleurs services possibles.

Le dernier sujet qui est le plus important, c'est notre volonté de ne pas trop se diluer dans les services. Nous en faisons déjà beaucoup. Je veux permettre à mes clients d'avoir les meilleures technologies donc nous n'allons pas créer nous-même des services sinon nous deviendrions moins bon, notamment en agrégation ou en initiation de paiement.

Donc notre métier demain c'est l'agrégation bancaire, l'initiation de paiements, l'agrégation de factures et cette couche d'orchestration qui va venir connecter d'autres acteurs.

Stéphane – Dans 5 ans comment vous vous projetez ? C'est un temps long pour une fintech comme vous

Clément – 5 ans c'est très compliqué. J'aimerais que notre chiffre d'affaires double encore tous les ans sur les 5 prochaines années et qu'il soit plus de 50 millions d'Euros dans 5 ans, le tout réalisé en autofinancement.

Alors 50 millions de chiffre d'affaires, cela signifie plus de 500 collaborateurs. Bien sûr nous serons forcés d'être présents dans plusieurs pays car pour 50 millions de chiffre d'affaires, la France sera un peu petite pour faire tout ce que nous aurons envie de faire.

Stéphane – Clément COEURDEUIL, merci pour cette interview et à bientôt pour une prochaine session de One Week One Tech par Finance Innovation et Périclès.

Clément – Merci Stéphane !

Le regard de Périclès

Time to Market ★★★★★

Qualifier l'adéquation entre l'innovation et la maturité du marché

Budget Insight est un des acteurs leaders sur le marché de l'agrégation de données bancaires en B2B. Ils sont très bien positionnés pour profiter de la transformation du secteur bancaire qui est en train de débiter. De nombreux acteurs adoptent leur technologie pour proposer des services financiers innovants aux particuliers et aux entreprises.

Nature de l'innovation : ★★★★★

Qualifier le niveau d'ingéniosité de l'innovation proposée

Budget insight simplifie la gestion de son argent en permettant de catégoriser ses recettes et ses dépenses, de consolider les données en provenance de plusieurs établissements bancaires, de suivre un budget ou entre autres d'avoir un solde prévisionnel fin de mois. Côté entreprises, Budget insight leur facilite la vie en récupérant leurs flux bancaires et les factures de leurs fournisseurs, ce qui leur permet ainsi d'avoir une vision consolidée de leur trésorerie et d'alimenter directement leur outil comptable.

Maturité de l'innovation : ★★★★★

Qualifier l'état d'avancement du projet (outils marketing, outils informatiques, capacité à se déployer...)

Budget insight comme ses principaux concurrents a été créé il y a plus de 5 ans. Si les débuts ont été timides, les services d'agrégation de données bancaires sont maintenant largement utilisés. Plus de 2 millions de personnes les ont déjà adoptés. Ils sont aussi utilisés par de nombreuses entreprises.

Positionnement à l'international : ★★★★★

Qualifier le positionnement actuel et potentiel à l'international

Budget Insight souhaite se développer à l'international et a justement ouvert une filiale au Luxembourg qui a vocation à servir cette ambition. L'entrée en application de la Directive DSP2 (Directive de Services de Paiement) le 13 Janvier 2018 offre un cadre réglementaire européen et un statut aux acteurs comme Budget insight, ce qui va faciliter leur développement en Europe.