



UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTIMI  
DÉPARTEMENT DES SCIENCES ÉCONOMIQUES ET ADMINISTRATIVES

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À  
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTIMI  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN GESTION DES ORGANISATIONS  
(PROFIL RECHERCHE)

PAR :  
ALVEDA MANAUGUST RUTH POATHY

**LA RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES DANS LES  
NÉOBANQUES**

SOUS LA DIRECTION DE :  
PROFESSEURE MYRYAM ERTZ

EN VUE DE L'OBTENTION DU GRADE DE  
MAÎTRE ÈS SCIENCES (M. Sc.)

NOVEMBRE 2025

# RÉSUMÉ

Ce mémoire porte sur la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) dans le secteur des néobanques, un domaine émergent marqué par la digitalisation intégrale des services financiers. Les néobanques, en tant qu'acteur 100 % numérique, soulèvent des enjeux cruciaux de sécurité, de transparence, d'éthique et d'inclusion, particulièrement dans un contexte où la confiance des usagers se construit en l'absence d'interactions physiques.

L'objectif principal de cette recherche est de comprendre comment les perceptions des individus à l'égard des néobanques peuvent contribuer à l'élaboration de cadre de RNE adapté aux attentes sociétales en matière de cybersécurité, de gouvernance algorithmique, de durabilité environnementale et d'équité numérique. Pour ce faire, une méthodologie qualitative a été mobilisée, reposant sur des entretiens directifs auprès de non-utilisateurs de néobanques. L'analyse thématique inductive, conduite avec rigueur, a permis de dégager des thèmes centraux, allant de la confiance numérique à la nécessité d'une médiation humaine en passant par la transparence, l'éducation et la responsabilité psychologique.

Les résultats mettent en évidence plusieurs constats majeurs. Les participants expriment des préoccupations fortes quant à la protection des données et à la cybersécurité, perçue comme condition préalable à toute adoption, ils soulignent également l'importance d'une transparence accrue des algorithmes et d'une communication claire sur l'usage des données. L'absence des contacts humains est identifiée comme un frein significatif, renforçant les attentes en matière d'accompagnement et de pédagogie numériques. Enfin, les répondants insistent sur la nécessité pour les néobanques d'intégrer des initiatives environnementales et sociales, visibles, au-delà des discours, afin de crédibiliser leurs engagements.

Sur le plan théorique, ce mémoire contribue à enrichir la littérature en appliquant le cadre de la RNE à un intérêt encore peu exploré, celui des néobanques. Il met en lumière l'importance de prendre en compte la perception des non-utilisateurs comme levier pour développer les modèles plus inclusifs et crédibles. Sur le plan pratique, il propose des recommandations concrètes, aux néobanques, notamment : renforcer la transparence et la pédagogie sur la sécurité numérique, maintenir une présence relationnelle humaine, développer des outils d'éducation à la littératie numérique, et rendre visibles leurs engagements sociaux et environnementaux.

Ce travail présente néanmoins certaines limites, liées notamment à la taille restreinte de l'échantillon et à l'absence de triangulation méthodologique. Il ouvre ainsi la voie à de futures recherches quantitatives ou comparatives, permettant de tester la transférabilité des résultats et d'approfondir l'analyse des perceptions entre utilisateurs et non-utilisateurs.

En somme, cette étude démontre que la mise en œuvre de la RNE dans le contexte des néobanques ne peut se limiter à un cadre théorique ou réglementaire : elle doit être nourrie par les perceptions et attentes réelles des individus, afin de renforcer la confiance, la légitimité et la durabilité des services financiers numériques.

# TABLE DES MATIÈRES

## Table des matières

RÉSUMÉ.....	ii
TABLE DES MATIÈRES.....	iii
LISTE DES TABLEAUX.....	v
LISTE DES FIGURES .....	vi
LISTE DES SIGLES ET LISTE DES ABRÉVIATIONS .....	vii
DÉDICACE .....	viii
REMERCEMENTS.....	ix
AVANT-PROPOS.....	xi
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I : .....	1
REVUE DE LITTÉRATURE .....	1
1. PERCEPTIONS DES CONSOMMATEURS DES NÉOBANQUES .....	1
1.1 CONFIANCE ET CRAINTE DE L'INSÉCURITÉ NUMÉRIQUE (RISQUES PERÇUS LIES À LA CYBERSÉCURITÉ).....	15
1.2 ATTENTES DE TRANSPARENCE ET DE CONTRÔLE SUR LES DONNÉES (EXIGENCE DE CLARTÉ SUR LE TRAITEMENT DES DONNÉES PERSONNELLES).....	18
1.3 ACCESSIBILITÉ ET INCLUSION NUMÉRIQUE (DIFFICULTÉS TECHNOLOGIQUES : AGE, HANDICAP, WI-FI, LITTÉRATIE) .....	22
1.4 IMPORTANCE DU SERVICE HUMAIN DANS L'EXPÉRIENCE CLIENT (REFUS DE L'AUTOMATISATION EXCESSIVE) .....	24
1.5 RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE ET NUMÉRIQUE VERTE (FAIBLE VISIBILITÉ DES ACTIONS ÉCOLOGIQUES) .....	27
1.6 BESOIN D'ÉDUCATION ET DE LITTÉRATIE NUMÉRIQUE (NÉCESSITÉ D'INFORMATIONS PÉDAGOGIQUES) .....	30
1.7 PERCEPTION DE L'ÉTHIQUE ET DE LA RÉPUTATION (IMPORTANCE D'UN POSITIONNEMENT RESPONSABLE ET ÉQUITABLE).....	33
1.8 PERCEPTION DES DIFFÉRENCES (COMPARAISON AVEC LES BANQUES TRADITIONNELLES).....	35
1.9 TABLEAU DE SYNTHÈSE DE LA REVUE DE LITTÉRATURE .....	38
CHAPITRE 2 : .....	22
CADRE CONCEPTUEL ET THÉORIQUE .....	22
2 CADRE CONCEPTUEL ET THÉORIQUE.....	22
2.1 LA RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES .....	41

2.2	DIMENSIONS DE LA RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES .....	44
2.3	APPLICATION DE LA RNE DANS LES NÉOBANQUES .....	57
2.4	AVANTAGES ET LIMITES DE L'APPLICATION DE LA RNE AU SEIN DES NÉOBANQUES	66
CHAPITRE 3 : .....		41
MÉTHODOLOGIE .....		41
3	MÉTHODOLOGIE .....	41
3.1	POSTURE ÉPISTÉMOLOGIQUE ET APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE .....	41
3.2	STRATÉGIE DE COLLECTE DES DONNÉES .....	74
3.3	MÉTHODE D'ANALYSE DES DONNÉES.....	76
3.4	OUTIL NUMÉRIQUE UTILISÉ .....	78
3.5	CONSIDÉRATIONS ÉTHIQUES ET LIMITES MÉTHODOLOGIQUES.....	80
CHAPITRE 4 : .....		74
ANALYSE DES RÉSULTATS.....		74
4	ANALYSES DES RÉSULTATS .....	74
CHAPITRE 5.....		87
DISCUSSION DES RÉSULTATS.....		87
5	DISCUSSION DES RÉSULTATS .....	87
5.1	LIENS AVEC LES TRAVAUX SCIENTIFIQUES ANTÉRIEURS .....	87
5.2	RÉPONSES AUX QUESTIONS DE RECHERCHE.....	114
CHAPITRE 6.....		108
IMPLICATIONS.....		108
6	IMPLICATIONS .....	108
6.1	IMPLICATIONS THÉORIQUES.....	108
6.2	IMPLICATIONS MANAGÉRIALES .....	122
CHAPITRE 7.....		121
LIMITES DE LA RECHERCHE ET PERSPECTIVES .....		121
7	LIMITES DE LA RECHERCHE ET PERSPECTIVES.....	121
7.1	LIMITES DE RECHERCHE .....	121
7.2	PERSPECTIVE DE RECHERCHE .....	127
CHAPITRE 8.....		126
CONCLUSION .....		126
LISTE DES RÉFÉRENCES.....		133
ANNEXE 1 .....		136
ANNEXE 2 .....		137
ANNEXE 3 .....		178

## **LISTE DES TABLEAUX**

TABLEAU 1 : COMPARATIF .....	36
TABLEAU 2 : SYNTHÈSE DE LA REVUE DE LITTÉRATURE .....	38
TABLEAU 3 : COMPARATIF DES DIMENSIONS DE LA RNE .....	45
TABLEAU 5 : APPORTS SPÉCIFIQUES DU TERRAIN À LA LITTÉRATURE SUR LA NÉOBANQUE .....	87
TABLEAU 4 : PRÉSENTATION DES RÉSULTATS THÉORIQUES .....	136

# LISTE DES FIGURES

FIGURE 1 : MODELE VISUEL.....	65
-------------------------------	----

## **LISTE DES SIGLES ET LISTE DES ABRÉVIATIONS**

RNE : Responsabilité Numérique des Entreprises

RSE : Responsabilité Sociale des Entreprises

RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données

IA : Intelligence Artificielle

UQAC : Université du Québec à Chicoutimi

DAX : Deutscher Aktienindex (indice boursier)

API : Application Programming Interface (Interface de Programmation d'Application)

NVIVO : Logiciel d'analyse qualitative de données

VPN : Virtual Private Network (Réseau Privé Virtuel)

## DÉDICACE

À la mémoire de mes parents, partis trop tôt, mais demeurant à jamais dans mon cœur. Merci de m'avoir donné la vie et d'avoir illuminé mon chemin par votre amour éternel. Chaque page de ce mémoire est écrite pour vous rendre fiers et vous honorer, en témoignage de la gratitude et de l'amour infini que je vous porte : la mort n'arrête pas l'amour...

- ❖ À tous ceux qui, comme moi, croient que l'espérance et la persévérance peuvent transformer les épreuves en victoires ;
- ❖ À tous ceux qui, comme moi au milieu des tempêtes, choisissent malgré tout d'avancer ;
- ❖ À tous ceux qui, comme moi, croient que les larmes d'hier peuvent nourrir les victoires de demain ;
- ❖ À tous ceux qui, comme moi, face aux épreuves douloureuses, découvrent la force invisible qui les habite.

JÉSUS ou RIEN...



## REMERCEMENTS

Je tiens tout d'abord à exprimer ma profonde gratitude à Dieu, mon PAPA le plus Responsable dans les cieux. Source de ma force et de mon souffle de vie. Grâce à Lui, j'ai pu commencer et mener à terme ce mémoire, malgré un début d'année marqué par de nombreuses épreuves et embûches. Sa fidélité, Sa grâce et Son soutien indéfectible m'ont permis de garder le cap et de franchir chaque étape de ce chemin.

Je voudrais également remercier ma directrice de mémoire, une femme extraordinaire que j'ai absolument voulue comme encadreur : Professeure Myriam Ertz pour sa rigueur académique, sa disponibilité, ses retours rapides et efficaces, ses exigences bienveillantes et son accompagnement tout au long de ce travail. Ses conseils éclairés et son engagement m'ont permis de progresser, tant sur le plan scientifique que personnel. GRAND MERCI, vous êtes la meilleure pour moi.

Je remercie l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC) pour m'avoir accueillie en son sein, pour avoir accepté ma candidature et m'avoir donné la belle et grande opportunité de poursuivre mes études dans un cadre d'excellence. Grâce à cette institution, j'ai pu enrichir mes compétences et me préparer à entrer dans le monde professionnel avec des bases solides.

Grand merci à ma sœur Désirée NZAMBA qui a été d'un soutien essentiel dès le début. Qui a fait tous mes papiers pour venir au Canada, qui m'a accueillie avec amour, et a été présente aussi bien moralement que financièrement. Sans elle, ce grand rêve d'enfance n'aurait JAMAIS été possible. Je lui serai toujours reconnaissante.

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à mon grand frère Mathys, qui a accepté de se porter garant pour moi sur le plan financier lors de ma première année au Canada. Grâce à son soutien et à son sens des responsabilités, j'ai pu franchir cette étape déterminante et poursuivre mes études en toute sérénité. Sans son aide, tout cela n'aurait jamais été possible, et je lui en serai toujours reconnaissante.

Je ne peux continuer sans remercier de tout mon cœur mes parents d'amour, les parents que Dieu m'a donnés : ma maman que j'appelle affectueusement **Sukali** et mon papa que j'appelle affectueusement **Padré**. Merci pour votre soutien psychologique, physique, financier, moral... ainsi que pour tout l'amour immense que vous me témoignez au quotidien et qui nourrit ma vie. Vous êtes un pilier essentiel de ce parcours et ce mémoire est aussi le vôtre. Merci pour vos nombreux encouragements à toujours me dire que je vais y arriver malgré les épreuves et même quand je voulais tout lâcher. LOVE YOU

Ma gratitude va aussi à Noémie Fortin, une amie incroyable que j'aime énormément, pour sa présence constante et son soutien multiforme tout au long de cette année. Merci pour son appui moral, physique et même financier car sans elle je n'aurais peut-être pas pu finaliser ma recherche. Mais surtout pour son amour, sa générosité, sa considération et son authenticité qui m'ont énormément porté dans les moments les plus difficiles.

Je ne peux oublier mon Fils, mon petit frère Alverson Loyd POATHY dont la présence et disponibilité constante même à distance, ont contribué de manière précieuse à mon bien-être tout au long de ce parcours. Merci pour les sacrifices, et tous les efforts.

Je n'oublie pas mon ange gardien de Chicoutimi comme je l'appelle, Pauline Hammond pour son appui précieux, ces engagements, son soutien spirituel, moral et physique ici au

Canada, merci de m'avoir accueillie à bras ouvert et d'avoir été une présence rassurante et bienveillante.

Merci à Ansoumane KEITA, pour son aide précieuse à chaque fois. Il n'a jamais hésité à répondre présent quand j'ai toujours eu besoin de lui. Son expertise technique a été une aide inestimable dans la forme de ce mémoire. Merci ma personne sure.

Enfin je remercie toutes les personnes qui de près ou de loin ont contribué à la réalisation de ce travail, à ma vie ici au Canada, que ce soit par un mot, un geste, un soutien moral, psychologique ou physique. Si certains noms n'ont pas été mentionnés, qu'ils trouvent ici l'expression sincère de ma gratitude infinie.

À tous, que le Dieu que je prie vous bénisse abondamment pour tout cet Amour qui me laisse sans mots...

## **AVANT-PROPOS**

Ce mémoire est l'aboutissement d'un parcours académique et personnel marqué par de nombreuses découvertes. Mon intérêt pour la Responsabilité Numérique des Entreprises s'est nourri de ma curiosité face aux transformations technologiques qui bouleversent nos sociétés et nos modes de vie. Un intérêt qui a pris naissance grâce à ma professeure qui m'a fait découvrir ce sujet à travers son projet et qui s'est ensuite renforcée par ma propre curiosité. En travaillant sur le cas des néobanques, j'ai voulu comprendre comment concilier innovation numérique et exigences éthiques. Ce travail n'a pas été exempt de défis, mais il a été aussi une source d'apprentissage et de croissance. J'y ai investi non seulement des efforts académiques, mais aussi une partie de mon histoire et de mes convictions. Mon souhait est que cette recherche contribue modestement à éclairer les débats actuels sur la Responsabilité Numérique et inspire d'autres étudiants ou praticiens à poursuivre cette réflexion.

# INTRODUCTION

Depuis maintenant une décennie, le secteur bancaire est en pleine mutation accélérée, impulsée par les innovations numériques et les nouveaux acteurs qui en découlent, telle que les néobanques (Carl et Hinz, 2024; Herden et al., 2021). Celles-ci sont des établissements bancaires 100 % numériques qui offrent des services accessibles au client par une application sur smartphone sans guichets physiques (Liyanarachchi et al., 2021; Lobschat et al., 2021). Leur essor vise à maximiser l'innovation technologique, à faire évoluer le parcours client vers davantage de flux, de simplicité et de rapidité tout en réduisant le coût d'accès aux services bancaires (Carl et al., 2022; Kunz et al., 2024). Ces plateformes apparaissent en quelques années comme véritablement disruptives par rapport à la banque traditionnelle (Jones et Wynn, 2023; Kunz et Wirtz, 2024). Leur modèle d'affaires repose, sur la vitesse d'exécution, la flexibilité, et aussi sur une personnalisation des services basés sur les données collectées sur les utilisateurs (Liyanarachchi et al., 2021; Mihale-Wilson et al., 2022).

Cette révolution numérique vient toutefois soulever des questions de responsabilité. En misant sur de hautes technologies comme l'intelligence artificielle, l'automatisation, l'analyse des données, ces entreprises numériques doivent répondre aux nombreuses attentes comme la sécurité des informations (Liyanarachchi et al., 2021; Lobschat et al., 2021), la transparence des algorithmes (Kunz et Wirtz, 2024; Mihale-Wilson et al., 2022), le respect de la vie privée (Herden et al., 2021; Wirtz et al., 2022), de l'impact sur l'environnement (Bednárová et Serpeninova, 2023; Napoli, 2023), l'équité (Elliott et al., 2021; Stahl, 2024) etc.

Plusieurs travaux académiques, comme (Lobschat et al., 2021) mettent en lumière la nécessité pour les organisations digitales d'intégrer systématiquement des

questionnements éthiques, sociaux et techniques dans leur fonctionnement quotidien, afin de maintenir à la fois confiance et légitimité auprès des publics. Dans ce paysage complexe, le concept de responsabilité numérique des entreprises (RNE) est reconnu comme essentiel pour guider les pratiques sectorielles.

La RNE recouvre des systèmes complexes qui visent à réguler de façon durable l'usage des technologies par entreprises, en englobant des aspects aussi déterminants que la protection des informations personnelles, la transparence des mécanismes algorithmiques, l'accessibilité des outils digitaux ou encore la limitation des effets environnementaux liés aux infrastructures numériques (Cheng et Zhang, 2023). Toutefois, si le cadre théorique semble maîtrisé dans les approches scientifiques récentes, son application concrète aux néobanques reste à ce jour insuffisamment traitée (Carl et al., 2024).

Carl et al. (2024) mettent en avant que les citoyens formulent des attentes toujours plus précises, notamment en sécurité numérique, protection des données personnelles, transparence algorithmique ou contrôle des décisions automatisées, mais également pour les personnes concernant l'éthique, comme l'usage raisonné de l'IA et l'égalité de traitement entre usagers. Ces besoins se développent cependant face à des défis persistants dans les services financiers numériques : complexité technique des outils utilisés, logiques économiques poussant à automatiser massivement, manque de standards éthiques partagés, ainsi qu'une réelle difficulté à expliquer le fonctionnement des systèmes à des utilisateurs non-spécialistes.

Il y a toujours plusieurs aspects non étudiés, à l'exemple de la perception des néobanques par les utilisateurs. Alors que ces derniers sont au cœur de ces changements en ligne, on remarque que leurs attentes sont moins prises en compte. Vo Thai et al. (2024) mettent en

lumière cette lacune, et souligne combien il est important de saisir comment les consommateurs jugent les engagements éthiques des plateformes numériques, car leur perception joue un rôle direct sur l'attachement qu'ils développent.

Le développement rapide des néobanques, porté par la numérisation croissante des services financiers, transforme profondément ce que les utilisateurs attendent désormais des institutions bancaires. Ces acteurs innovants s'appuient sur rapidité d'exécution, souplesse d'utilisation et automatisation des processus, déployant des solutions disponibles uniquement par des interfaces digitales (Carl et Hinz, 2024; Liyanaarachchi et al., 2021). Cette approche, bien qu'attrayante pour de nombreux consommateurs, suscite néanmoins des réserves quant à la fiabilité de modèles sans agences physiques.

Les recherches sur la Responsabilité Numérique des Entreprises soulignent que les organisations digitales doivent désormais intégrer les dimensions éthiques, sociales et techniques pour préserver leur crédibilité (Cheng et Zhang, 2023; Lobschat et al., 2021). Ces aspects incluent notamment la protection des données personnelles, l'explication claire des algorithmes, l'accès pour tous, mais également la réduction des impacts environnementaux liés aux systèmes numériques (Bednárová et Serpeninova, 2023; Napoli, 2023). Bien que les études définissent ces principes de façon théorique, leur mise en pratique dans le contexte précis des néobanques reste peu explorée selon Carl et al. (2024), ce qui révèle un décalage entre théorie et réalités du terrain.

Un point méritant une attention particulière, concerne les perceptions des personnes non-utilisatrices de ces services. Ces perceptions sont pourtant reconnues comme indicateur clé pour juger efficacité et pertinence des engagements RNE adoptés par les entreprises. Comme le montrent Vo Thai et al. (2024), la manière dont les individus perçoivent les démarches éthiques influence directement leur envie d'utiliser un service, leur fidélité ou

encore le niveau de confiance accordé. Négliger ces ressentis revient à créer des politiques coupées des préoccupations réelles des personnes, mais également pour les organisations qui cherchent à améliorer leur image. Cette situation soulève des questions quant à l'adaptation concrète des concepts théoriques, particulièrement dans un secteur aussi compétitif que celui des services financiers digitaux.

La situation devient d'autant plus préoccupante que plusieurs facteurs viennent fragiliser la confiance envers les néobanques : multiplication des cyberattaques dans le secteur financier, opacité perçue des algorithmes utilisés, manque des normes éthiques partagées et difficulté à faire comprendre des systèmes complexes à un public non spécialiste (Herden et al., 2021; Wirtz et al., 2022). Pour les non-utilisateurs, ces risques prennent plus d'ampleur en raison de l'absence de contact physique avec conseiller ou agence, ce qui alimente des inquiétudes liées à la sécurité des données, la fiabilité des transactions et la transparence des services.

L'enjeu principal ne réside pas seulement dans l'application des principes de responsabilité numérique par les néobanques, mais s'étend à la manière dont ces principes sont perçus par le public. Cette compréhension permet de développer des cadres d'action plus adaptés, crédibles et en phase avec les attentes sociétales. Cette démarche apparaît essentielle pour rapprocher les recommandations théoriques existantes et l'expérience vécue par les usagers dans un environnement bancaire dématérialisé, particulièrement pour ceux qui hésitent à franchir le pas vers ces nouvelles technologies.

De ce fait, nous formulons cette question : comment les perceptions des individus à l'égard des néobanques peuvent-elles éclairer l'élaboration de cadres de responsabilité numérique des entreprises (RNE) répondant aux attentes en matière de sécurité, d'éthique et de transparence des services bancaires numériques ?

Afin de décliner cette interrogation principale et d'en explorer les différentes dimensions, plusieurs questions spécifiques ont été formulées :

- Quels sont les principaux freins et leviers perçus par les non-utilisateurs de néobanques en matière de sécurité numérique et de fiabilité des services ?
- Comment les attitudes exprimées par les individus s'articulent-elles avec de différentes dimensions de la RNE, notamment la protection des données, la responsabilité environnementale et l'inclusion numérique ?
- Dans quelle mesure les résultats obtenus convergent-ils ou divergent-ils des prescriptions académiques existantes sur la RNE dans le secteur bancaire numérique ?
- Comment les attitudes exprimées par les individus s'articulent-elles avec les différentes dimensions de la responsabilité numérique des entreprises ?
- Comment un modèle conceptuel intégrant ces différentes attentes pourrait-il contribuer à l'élaboration de recommandations opérationnelles pour les néobanques ?

L'objectif général de cette recherche est alors de comprendre comment les perceptions des individus à l'égard des néobanques peuvent contribuer à l'élaboration de cadres de Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) adaptés aux attentes sociétales en matière de sécurité, d'éthique et de transparence.

Cette démarche poursuit une double finalité. Sur le plan théorique, elle vise à combler le manque identifié dans les recherches existantes concernant la mise en œuvre pratique des principes RNE dans le secteur bancaire numérique, particulièrement pour les néobanques, en permettant de structurer des connaissances encore éparses, tout en faisant participer les institutions financières dans une réflexion partagée.



Pour atteindre l'objectif global de l'étude, plusieurs étapes complémentaires sont envisagées. Il s'agit d'abord :

- D'identifier les principaux freins et leviers perçus par les personnes non utilisatrices de néobanques, notamment concernant les aspects de sécurité numérique et de fiabilité des services, tout en faisant participer ces utilisateurs potentiels à la réflexion.

Une démarche qui permettra de comprendre comment ces perceptions se développent dans un contexte réel d'utilisation ou de méfiance.

- Analyser la manière dont ces attitudes s'articulent avec différentes dimensions de la RNE, comme protection des données personnelles ou responsabilité environnementale.

Ces éléments fondamentaux, bien que théorisés dans la littérature scientifique, nécessitent d'être mis en perspective avec les attentes concrètes des personnes interrogées. Une attention particulière sera portée aux mécanismes d'inclusion numérique, parfois négligés dans les modèles existants.

- Comparer les résultats obtenus aux prescriptions académiques, révélant à la fois les convergences et les écarts entre pratiques recommandées et besoins exprimés sur le terrain.

Cette analyse critique ouvrira des pistes pour ajuster les cadres théoriques actuels, particulièrement pour les jeunes utilisateurs, mais également pour les personnes plus âgées moins familiarisées avec ces technologies.

- Élaborer un modèle conceptuel intégrant ces différents paramètres afin de proposer des recommandations opérationnelles.

L'objectif étant de faciliter l'adoption des principes de RNE par les néobanques tout en renforçant la confiance des consommateurs, un enjeu crucial dans ce secteur en constante évolution où transparence et équité restent des attentes fortes.

Cette étude s'appuie sur une démarche interprétative de type qualitatif, visant à saisir les représentations et attentes des consommateurs face aux néobanques dans le cadre de la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE). Cette approche est reconnue comme pertinente pour explorer la complexité des perceptions individuelles, mettre en lumière les nuances des discours et comprendre les dynamiques contextuelles qui façonnent les opinions, comme le soulignent plusieurs travaux récents (Carl et al., 2022; Vo Thai et al., 2024).

Le recours à des entretiens semi-directifs se justifie par leur capacité à faire émerger des témoignages détaillés, tout en suivant des repères conceptuels liés aux dimensions clés de la RNE identifiées dans les écrits scientifiques (Kunz et Wirtz, 2024; Lobschat et al., 2021).

La constitution de l'échantillon s'est appuyée sur une logique de diversification, cherchant à intégrer des profils variés pour l'âge, la profession, la zone géographique et l'usage des outils digitaux, tout en se focalisant spécifiquement sur non-utilisateurs. Cette approche se justifie par l'objectif de comprendre les freins à l'adoption des néobanques et cerner les attentes autour de la RNE, plutôt que de comparer directement avec utilisateurs actuels (Vo Thai et al., 2024).

Les données, analysées grâce à une méthode thématique inductive citée dans Carl et al. (2024) mettent l'accent sur l'apparition des thèmes à partir des propos des participants. Les transcriptions intégrales des entretiens ont été codées manuellement dans des tableaux Excel, produisant ainsi une matrice organisée autour de huit thèmes principaux

identifiés via les répétitions dans les données. Cette approche manuelle, bien qu'exigeante, évite de recourir à d'autres logiciels et reste conforme aux normes méthodologiques reconnues en recherche qualitative (Carl et al., 2022; Cheng et Zhang, 2023). Bien que le codage manuel présente quelques limites, il est reconnu que la méthode offre une flexibilité adaptée à des projets de taille modeste. Les participants voient ainsi leurs propos organisés de façon transparente, avec des références claires entre citations et thèmes émergents.

L'approche s'est développée à travers une posture réflexive, voulant garder un équilibre entre fidélité aux données collectées et leur mise en relation avec les apports théoriques existants. Les résultats présentent un caractère exploratoire, étant moins axés sur une généralisation statistique que sur production de savoirs applicables à divers contextes. Cette démarche permet notamment de construire des connaissances transférables vers les environnements numériques bancaires, mais également pour les secteurs connexes (Liyanaarachchi et al., 2021; Stahl, 2024).

Nous inscrivons ce travail dans la continuité des recherches sur la Responsabilité Numérique des Entreprises et sur les particularités des services bancaires digitaux, avec un focus spécifique concernant les néobanques. Sur le plan théorique, nous apportons trois éléments nouveaux.

Premièrement, l'enrichissement des études sur la RNE par son application à un terrain encore peu étudié. Les travaux existants explorent surtout les technologies ou les plateformes numériques généralistes (Cheng et Zhang, 2023; Lobschat et al., 2021), mais négligent souvent les spécificités bancaires marquées par la régulation stricte, les besoins de sécurité élevés et le lien historique avec la confiance publique. En utilisant le cadre de la RNE pour étudier les perceptions des non-utilisateurs, nous permettons de clarifier

comment les aspects clés de la responsabilité numérique tels que la sécurité, transparence, équité se matérialisent dans les attentes exprimées vis-à-vis des acteurs financiers digitaux (Carl et al., 2024; Kunz et Wirtz, 2024).

Deuxièmement, il participe à éclairer le lien entre la perception de l'éthique numérique et l'adoption potentielle des innovations bancaires. Alors que les études sur l'acceptation des technologies financières se sont principalement concentrées sur les bénéfices pratiques ou la confiance dans la technique (Herden et al., 2021; Liyanaarachchi et al., 2021), cette recherche montre des éléments plus qualitatifs, comme la cohérence entre les valeurs affichées par les entreprises et leurs actions réelles, mais aussi l'importance du contact humain pour construire cette confiance (Vo Thai et al., 2024).

Enfin, ce travail répond à un manque souligné par plusieurs experts tels que Bednárová et Serpeninova (2023), et Stahl (2024), en documentant grâce à des données concrètes, comment les non-utilisateurs comprennent et classent les critères d'une RNE crédible dans le secteur bancaire. Cette démarche apporte un regard nouveau sur les blocages à l'adoption, tout en proposant des pistes pour mieux intégrer les attentes sociales dans les modèles théoriques sur la transformation numérique des services financiers. On observe notamment que l'absence de médiation humaine constitue un frein majeur pour les personnes sceptiques, particulièrement pour les seniors, mais également pour les personnes confrontées à des problèmes de littératie numérique.

Sur le plan managérial, cette analyse offre des pistes claires pour les dirigeants de néobanques, acteurs de l'innovation numérique financière, mais également pour les personnes impliquées en régulation des services bancaires en ligne.

D'abord, les données révèlent que les établissements digitaux doivent développer leur présence relationnelle, même sans agences traditionnelles. Les témoignages analysés

montrent en effet que l'impossibilité d'échanges directs fait obstacle à la confiance et majore les craintes des utilisateurs. Pour répondre à ce défi, les équipes dirigeantes peuvent créer des solutions hybrides (visioconférences avec conseillers dédiés, rencontres locales occasionnelles ou collaborations avec réseaux physiques existants), ce qui diminuerait le sentiment de distance chez les personnes intéressées. Cette approche servirait particulièrement à convertir de nouveaux prospects, mais aussi pour rassurer les clients existants (Carl et al., 2024; Vo Thai et al., 2024).

Ensuite, cette analyse met en lumière l'importance cruciale d'une communication claire concernant les politiques de cybersécurité, entendues comme l'ensemble des dispositifs technologiques visant à protéger les données personnelles et financières contre les accès non autorisés, les cyberattaques et les violations de confidentialité dans les environnements bancaires numériques (Liyanarachchi et al., 2021). Ainsi que celles relatives à la protection des données et recours à l'intelligence artificielle. Une démarche pédagogique et anticipatrice, s'appuyant sur des cas pratiques et des engagements vérifiables, permettrait de diminuer les craintes liées aux risques numériques tout en consolidant la confiance dans les solutions proposées (Kunz et Wirtz, 2024; Lobschat et al., 2021). Cette transparence se développe notamment par l'usage d'explications accessibles pour les professionnels, mais également pour les personnes directement concernées par ces enjeux.

L'incorporation des principes de responsabilité numérique dès la phase de conception des services et non comme simple réaction aux critiques est reconnue comme facteur clé. Cela implique de définir des normes internes rigoureuses en matière d'accessibilité, d'équité algorithmique et de sobriété énergétique, afin de répondre aux attentes combinées de la société et des régulateurs (Bednárová et Serpeninova, 2023; Stahl, 2024). Une telle

approche nécessite cependant un engagement continu, particulièrement pour les acteurs opérant dans des secteurs où les cadres légaux restent en évolution constante.

Les résultats soulignent enfin la nécessité de faire participer les personnes concernées dès le départ, que ce soit via groupes de discussion, tests pratiques ou démarches de création collaborative. Cette intégration favorise non seulement un meilleur ajustement des services proposés aux besoins réels, mais également pour les personnes un renforcement de la légitimité perçue et de l'engagement durable. En impliquant activement les utilisateurs dans les phases clés de développement de produits et services numériques, nous créons des dispositifs qui répondent aux attentes terrain tout en instaurant une relation de confiance, élément déterminant pour l'adoption à moyen terme.

Ce travail se développe à travers huit chapitres, organisés pour maintenir une progression cohérente entre concepts théoriques, démarche méthodologique et restitution des résultats. La structure globale est conçue pour faciliter la transition entre ces différents éléments, tout en permettant un retour critique sur les apports principaux.

Plus précisément, le premier chapitre présente la revue de littérature détaillant l'état actuel des connaissances autour des néobanques et de la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE). Cette partie utilise les sources scientifiques disponibles pour examiner les défis éthiques et technologiques, mais également les attentes des utilisateurs. L'analyse s'appuie ici sur huit thèmes clés identifiés durant la recherche, regroupés dans une matrice d'analyse thématique élaborée spécifiquement.

Le chapitre 2 expose les bases théoriques et conceptuelles de l'étude. Les théories utilisées y sont présentées, tout en définissant les dimensions de RNE retenues pour la recherche, mais également pour les contextes spécifiques des néobanques. Un modèle adapté à ce secteur particulier se développe progressivement dans ces pages.

Pour ce qui concerne la méthodologie, le troisième chapitre décrit une approche faisant participer plusieurs éléments clés. Il inclut le positionnement épistémologique, le type de recherche choisi et les stratégies d'échantillonnage. Les outils de collecte y sont détaillés, avec des techniques analytiques combinant matrices Excel (pour l'organisation thématique) et le traitement manuel des données.

Le chapitre 4 analyse les résultats obtenus à partir des informations collectées. Les principaux thèmes identifiés par l'étude inductive apparaissent clairement, soutenus par des citations marquantes des participants. Cette présentation visuelle permet de conserver fidèlement les nuances des réponses obtenues, particulièrement pour comprendre les mécanismes de perception, mais aussi pour valider les hypothèses initiales.

Le chapitre 5 examine les résultats en les confrontant aux travaux antérieurs, développant un dialogue entre données empiriques et littérature scientifique. Il met en lumière les apports spécifiques du terrain pour la compréhension des néobanques et de la RNE, apportant des réponses à la fois à question centrale et aux sous-interrogations.

Le sixième chapitre détaille les implications pratiques et conceptuelles. Sur le plan théorique, l'analyse contribue à l'avancement des modèles sur RNE tout en complexifiant les catégories existantes. Pour l'application managériale, des pistes opérationnelles sont formulées à destination des professionnels, proposant des outils concrets pour l'intégration réussie de ces principes.

Le chapitre 7 aborde les limites inhérentes à la démarche méthodologique choisie, tout en esquissant des prolongements possibles. Les contraintes liées à collecte des données et biais d'interprétation font l'objet d'une critique constructive. Des perspectives émergent ici, suggérant notamment d'élargir l'échantillon d'étude ou de croiser les méthodologies qualitatives avec des analyses quantitatives pour validation complémentaire.

Le chapitre 8 présente une conclusion générale structurée autour de plusieurs éléments clés. Il rappelle d'abord l'objectif central de la recherche, tout en résumant les principaux résultats obtenus. Il met particulièrement en avant les contributions du mémoire, en insistant sur leur portée théorique et pratique. Nous proposons également des recommandations concrètes pour les professionnels, mais également pour les institutions concernées par ces enjeux.

Ainsi, pour répondre à la question initiale et identifier clairement l'apport de cette étude, il est apparu nécessaire de concentrer la revue de littérature sur un domaine d'analyse précis et cohérent. Cette revue de littérature va se concentrer sur un seul axe : la perception des consommateurs des néobanques. Cette approche vise à combler le manque que nous avons identifié dans nos recherches, l'objectif principal est d'identifier, analyser et regrouper les études qui examinent comment les individus perçoivent les néobanques, en prêtant attention aux attitudes qu'ils expriment face à leurs services numériques, et aussi découvrir leur frein. Parmi ces obstacles, on retrouve l'absence de contact humain, les craintes liées à la sécurité ou certaines pratiques jugées obscures. Pour cette analyse, nous nous appuyons sur un ensemble de 30 articles scientifiques choisis à travers des critères établis, en privilégiant des publications récentes validées par des pairs. Nous avons plusieurs exigences : la parution entre 2020 et 2024, une adéquation directe avec les questions de responsabilité numérique dans le secteur financier, mais aussi pour les services bancaires digitaux comme les néobanques. Ces travaux, qui ont des méthodologies différentes, doivent obligatoirement aborder notre sujet.



# **CHAPITRE I :**

## **REVUE DE LITTÉRATURE**

Ce chapitre propose une revue de la littérature structurée en trois temps. Il situe d'abord les néobanques comme nouveaux acteurs bancaires entièrement numériques, puis rappelle le cadre conceptuel de la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) et de ses principales dimensions, avant d'examiner les perceptions des individus à l'égard de ces acteurs.

### **1. PERCEPTIONS DES CONSOMMATEURS DES NÉOBANQUES**

En premier lieu, il importe de replacer les néobanques dans le paysage bancaire contemporain. Celles-ci se caractérisent par une offre de service accessible quasi exclusivement via des canaux digitaux, sans réseau d'agences physiques, en s'appuyant fortement sur l'automatisation, les applications mobiles et, de plus en plus, sur l'intelligence artificielle. Elles se présentent comme des concurrents ou des compléments aux banques traditionnelles en promettant simplicité d'usage, réduction des frais et rapidité de traitement, tout en redistribuant les repères habituels de la relation bancaire. Dans ce contexte, elles apparaissent comme de nouveaux acteurs bancaires dont la légitimité dépend étroitement de la manière dont elles assument leurs responsabilités numériques.

La compréhension des néobanques par leurs utilisateurs s'avère cruciale pour saisir leur adoption progressive, leur acceptation globale et leur pérennité. Loin de se limiter à des aspects techniques, les blocages ou motivations pour utiliser ces services numériques bancaires reposent sur des attentes précises :

sécurité renforcée, éthique tangible, transparence systématique et contrôle réel. Les analyses disponibles montrent que confiance ressentie, gestion transparente des données personnelles, qualité perçue des outils et adéquation des valeurs déterminent fortement l'intention d'usage, particulièrement chez les personnes déjà engagées dans une bancarisation numérique (Carl et al., 2024; Elliott et al., 2021; Hamdallah et al., 2022; Herden et al., 2021; Lobschat et al., 2021).

Dans cette perspective, la RNE constitue le cadre conceptuel central de ce chapitre. Telle que définie dans la littérature (Carl et Hinz, 2024; Herden et al., 2021; Lobschat et al., 2021), elle recouvre notamment la gouvernance et la protection des données, la cybersécurité, la transparence algorithmique, l'inclusion numérique, les enjeux environnementaux et l'équité dans l'accès et le traitement des services financiers. Les sections qui suivent mobilisent ces différentes dimensions de la RNE pour organiser la revue des travaux portant sur les perceptions des consommateurs des néobanques afin de mieux comprendre comment se construisent les freins et les leviers d'acceptation de ces nouveaux acteurs bancaires.

## **1.1 CONFIANCE ET CRAINTE DE L'INSÉCURITÉ NUMÉRIQUE (RISQUES PERÇUS LIES À LA CYBERSÉCURITÉ)**

La cybersécurité apparaît aujourd'hui comme un élément clé de la responsabilité numérique des entreprises, particulièrement dans le secteur des néobanques où la confiance des clients s'appuie avant tout sur la protection des informations sensibles (Cheng et Zhang, 2023). Des chercheurs s'accordent à dire que les risques de fuites de données, de piratage ou d'utilisation abusive des renseignements personnels constituent désormais des préoccupations majeures pour les utilisateurs, selon plusieurs rapports récents (Herden et al., 2021; Liyanaarachchi et al., 2021; Mihale-Wilson et al., 2022).

Parallèlement, Dörr (2021) rappelle que les incidents de sécurité tels que le piratage ou les fuites massives nourrissent mécaniquement la méfiance du public. Des recherches complémentaires de (Elliott et al., 2021) montrent que les technologies émergentes comme l'intelligence artificielle, si elles sont utilisées sans précautions, augmentent les dangers de piratage ou de biais discriminatoires. Les auteurs insistent sur ce point : la sécurité numérique constitue un prérequis incontournable (Dörr, 2021) pour toute innovation responsable.

La littérature scientifique insiste aussi sur la nécessité d'agir de manière préventive face à ces défis. Filipović (2023) affirme que les craintes de surveillance ou de détournement d'informations exigent une vigilance permanente, tandis que Herden et al. (2021) notent que le cybercrime et l'exploitation illégale des données réduisent nettement la confiance, surtout dans les services financiers. De leur côté, Hamdallah et al. (2022) démontrent d'ailleurs que le sentiment de sécurité influence directement l'adoption des services bancaires en ligne, particulièrement lorsque les utilisateurs craignent de perdre l'accès à leurs comptes.

Les tensions entre innovation technologique et impératifs de protection ressortent clairement des travaux récents. Il apparaît que les entreprises doivent trouver un équilibre entre rapidité d'exécution et exigences de sûreté, car chaque incident altère durablement la perception éthique de leurs services (Hartley et al., 2024). D'autres chercheurs complètent cette vision en soulignant l'impact direct des cyberattaques sur la légitimité des institutions, notamment dans un contexte où les données clients sont parfois monétisées sans transparence. Cette réalité explique en partie les réticences persistantes face aux néobanques, surtout lorsque persiste un doute sur capacité des acteurs à anticiper les intrusions (Jones et Wynn, 2023; Kunz et al., 2024).

Cette perspective trouve écho chez Jones et Comfort (2021), dont les recherches montrent clairement que les incidents en cybersécurité conduisent à affaiblir la crédibilité des entreprises, notamment lorsque celles-ci tardent à répondre efficacement. Liyanaarachchi et al. (2021) soulignent à leur tour le rôle des attaques numériques dans l'accroissement de la méfiance, particulièrement dans le secteur bancaire où les données clients font l'objet de valorisations marchandes. Cette défiance persiste même après la résolution technique des problèmes, mettant en lumière des inquiétudes plus larges sur la gestion des risques.

Les travaux de Tóth et Blut (2024), complétés par ceux de Londono-Cardozo et Paz (2021), révèlent que la peur des failles technologiques représente un obstacle majeur au développement des néobanques, mais également pour les personnes hésitant à partager leurs informations. Cette perception négative s'explique principalement par des doutes sur l'aptitude réelle des acteurs à bloquer les intrusions malveillantes, renforcés par des incidents médiatisés impliquant des fuites de données. Les utilisateurs expriment alors une préférence marquée pour les institutions historiques, perçues comme offrant une protection plus solide malgré des innovations parfois limitées.

La plupart des recherches s'accordent désormais sur un point clé : les enjeux de cybersécurité ne représentent plus seulement une question technique, mais traduisent avant tout une rupture éthique et relationnelle dans la relation client. Vo Thai et al. (2024) ainsi que Wirtz et al. (2022) soulignent l'importance pour les néobanques de développer des systèmes de prévention faciles à comprendre, ouverts à tous et vérifiables par des tiers, ce qui contribuerait à reconstruire la confiance numérique. Ces travaux montrent qu'une communication régulière sur les actions de protection, impliquant notamment les usagers dans les processus, reste essentielle pour rassurer face aux risques (Kunz et Wirtz, 2024).

Les analyses de Merbecks (2024), Lautermann et Frick (2023) renforcent cette idée centrale. Leurs travaux mettent en avant qu'une transparence accrue lors d'incidents, combinée à une gestion active des données sensibles (comme les informations financières), forme le socle d'une légitimité éthique durable. Une approche qui demande toutefois des investissements constants en formation et outils adaptés.

En conclusion, un consensus sort de tout ce qui a été dit : la manière dont sont perçus les risques liés à la cybersécurité impacte directement la confiance numérique des utilisateurs. La RNE dans le domaine des néobanques comme ailleurs, pour répondre à ces défis exige des réponses structurées et continues, car chaque vulnérabilité détectée est interprétée comme manquement aux responsabilités. Cette dynamique fragile repose donc sur un équilibre complexe entre sécurité technique, communication claire et éthique opérationnelle au quotidien.

## **1.2 ATTENTES DE TRANSPARENCE ET DE CONTRÔLE SUR LES DONNÉES (EXIGENCE DE CLARTÉ SUR LE TRAITEMENT DES DONNÉES PERSONNELLES)**

Les études convergent massivement sur le fait que la transparence dans l'utilisation des données personnelles reste un pilier de la responsabilité numérique des entreprises (RNE), particulièrement pour les acteurs du secteur digital (Carl et Hinz, 2024; Filipović, 2023). Ce constat partagé se développe autour de plusieurs axes : clarification des méthodes de collecte, explications détaillées sur les finalités, accès simplifié aux informations et possibilité concrète pour les personnes de contrôler leurs données (Carl et al., 2024; Elliott et al., 2021). Ces attentes renforcées façonnent directement la confiance que les personnes accordent aux néobanques, lesquelles doivent répondre à des exigences croissantes de lisibilité pour justifier les pratiques numériques (Jelovac et al., 2022; Liyanaarachchi et al., 2021).

Les consommateurs cherchent avant tout des mécanismes compréhensibles, y compris dans le suivi des traitements techniques. Cette demande touche particulièrement les personnes peu familiarisées avec les enjeux informatiques, mais également pour les personnes maîtrisant ces outils. Les services proposés intègrent donc progressivement des fonctionnalités de traçabilité simplifiée et de paramétrage , une approche volontairement pédagogique soulignée par plusieurs travaux (Herden et al., 2021; Stahl, 2024).

La recherche de Bednárová et Serpeninova (2023) révèle, grâce à une analyse méthodique, une forte croissance des travaux portant sur la « transparence des données », particulièrement en relation avec le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) et les exigences légales récentes. Ces résultats font écho aux conclusions de Carl et Hinz (2024) pour qui la gestion responsable des informations personnelles se développe comme un élément central de la responsabilité numérique des entreprises, nécessitant de présenter aux usagers des détails accessibles sur les façons de recueillir, utiliser, mais aussi partager ces données. Il est reconnu que cette exigence de lisibilité, mise en avant par Carl et al. (2024) à travers une enquête terrain, s'étend également aux attentes des consommateurs. Leur étude montre en effet que les communications détaillant les buts du traitement, les catégories de données récupérées, mais également pour les personnes tierces concernées, sont perçues comme cruciales par les utilisateurs. Ces travaux soulignent une convergence claire : la clarté organisationnelle et la transparence opérationnelle se positionnent désormais comme des piliers incontournables dans les pratiques de gestion de l'information.

Les spécialistes s'accordent à souligner l'importance croissante de ces démarches dans les technologies actuelles. Cheng et Zhang (2023) ainsi que Dörr (2021) convergent pour reconnaître que la transparence ne doit pas être pensée après coup, mais comme un principe structurant intégré dès le développement technologique, garantissant une

gouvernance anticipative. Cette notion de « transparence by design » se développe également chez Filipović (2023) introduisant l'idée d'une « transparence radicale » nécessitant des échanges directs avec les utilisateurs sur l'origine et les finalités des données traitées.

La transparence est également associée à la perception de justice et d'équité dans les systèmes algorithmiques. Les décisions automatisées, lorsqu'elles sont opaques, nourrissent la méfiance et compromettent la responsabilité perçue des institutions (Elliott et al., 2021; Jones et Wynn, 2023; Kunz et Wirtz, 2024). Ils plaident ainsi pour une transparence algorithmique accessible, incluant des mécanismes explicatifs sur les processus de décision. Stahl (2024) renforce cette idée en insistant sur la mise en place de dispositifs de gouvernance algorithmique permettant aux usagers de comprendre et de contester les décisions les concernant.

Cette exigence est également liée à la forme même de la communication. Plusieurs auteurs dénoncent le caractère souvent obscur et peu intelligible des politiques de confidentialité. Ils appellent à une simplification des modalités de communication (Hartley et al., 2024; Jelovac et al., 2022). À l'instar de Lautermann et Frick (2023), qui insistent sur l'importance d'une présentation compréhensible des pratiques de traitement pour éviter l'exclusion numérique des moins familiers avec le langage technologique. Cette exigence est également liée à la forme même de la communication.

Dans cette démarche, la lisibilité des documents traitant des données personnelles reste un pilier essentiel pour renforcer la crédibilité des néobanques. D'autres travaux montrent que les politiques de confidentialité doivent être conçues de manière accessible, visant à améliorer la compréhension des utilisateurs sur l'usage et la protection de leurs informations (Liyanaarachchi et al., 2021; Vo Thai et al., 2024; Wirtz et al., 2022). Yadav

et Mishra (2022) soulignent quant à eux la nécessité d'un droit à l'information claire, un élément indispensable pour responsabiliser les acteurs numériques.

Les risques liés à un manque de transparence sont largement documentés. Les recherches de Hamdallah et al. (2022) et (Jelovac et al., 2022) révèlent, par exemple, qu'un manque de clarté dans les processus digitaux entraîne une érosion de la confiance et des doutes sur la légitimité des services. Cette méfiance s'amplifie particulièrement dans un contexte de décisions algorithmiques mal expliquées, comme le notent Suchacka (2020) et Tóth et Blut (2024), qui insistent sur l'importance de clarifier les critères d'octroi de crédit et les traitements automatisés utilisés par les banques en ligne. Les auteurs rappellent que comprendre ces mécanismes reste fondamental, mais également pour les personnes moins familières avec les technologies financières.

Enfin, des recherches récentes abordent l'aspect organisationnel et stratégique de la transparence. Merbecks (2024) et Napoli (2023) soulignent que les entreprises leaders en RNE publient des engagements précis, tout en détaillant leurs règles sur les données dans des documents officiels : ce qui est reconnu comme marqueur fort de maturité numérique. Cette démarche se développe non seulement en levier de performance, mais également pour les parties prenantes désireuses de clarté.

On note que la transparence dans l'utilisation des données personnelles ne relève plus d'obligation technique, mais devient un élément central pour la confiance et l'éthique des néobanques. La cohérence entre promesses, actions concrètes et possibilité de vérifier les usages s'impose désormais, particulièrement pour répondre aux attentes des utilisateurs comme pour rassurer les régulateurs. Les études convergent sur un point : expliquer simplement les pratiques reste indispensable face à une défiance croissante envers le secteur financier.



### **1.3 ACCESSIBILITÉ ET INCLUSION NUMÉRIQUE (DIFFICULTÉS TECHNOLOGIQUES : AGE, HANDICAP, WI-FI, LITTÉRATIE)**

La question de l'accessibilité et de l'inclusion numérique apparaît dans la littérature comme un des enjeux centraux de la RNE, notamment dans le cas des néobanques qui atténuent la question de l'interface dans la mesure où elle est l'unique voie d'accès aux services. Ce sujet se recoupe avec une diversité de barrières d'usage qui se retrouvent dans les travaux analysés : l'âge, le handicap, le manque de littératie numérique, les contraintes matérielles, les inégalités d'accès à l'Internet (connexion au Wi-Fi, équipement, etc.) nous confrontent pour certains de nos concitoyens à une inclusion numérique en échec.

Une série des auteur(e)s reconnaît que ces inégalités d'accès peuvent nuire à l'équité d'usage des services numériques, empêchant ainsi de tenir l'engagement d'un progrès inclusif (Dörr, 2021; Elliott et al., 2021; Filipović, 2023). C'est précisément sur les effets d'exclusion que, selon certains, pourraient engendrer les dispositifs digitaux, notamment pour les personnes âgées, les personnes handicapées ou les personnes sans accès satisfaisant à Internet, qu'alertent ces recherches. Elles insistent sur la nécessité de concevoir des technologies accessibles à tous dans une société où les comportements souhaitent se soustraire de l'influence des inégalités numériques.

Cette affirmation est également confirmée par les travaux de Herden et al. (2021), qui y intègrent l'inclusion numérique comme l'un des trois piliers de la RNE, en insistant sur les différences d'âge, d'éducation, de capacités, etc. Stahl (2024) renforce leurs propos en arguant de la nécessité d'une conception numérique universaliste, en raison de la diversité des usagers, qui permettrait de prendre en compte les profils vulnérables dès la

phase de développement des produits. Il préconise l'accessibilité native au détriment de l'ajustement a posteriori.

C'est néanmoins un traitement plus général que proposent par ailleurs des auteurs, qui parlent de la nécessité d'adapter les services aux différents profils d'utilisateurs, sans évoquer du tous les barrières prises dans l'âge, le handicap, la littératie comme (Carl et al., 2024; Kunz et Wirtz, 2024). On trouve le même traitement de l'inclusion chez Jones et Comfort (2021) ou chez Jelovac et al. (2022), qui portent leur regard sur la dimension éthique et conceptuelle, mais sans mise à jour des obstacles matériels.

Cependant, certaines publications vont jusqu'à enrichir cette approche en précisant la typologie des freins. Pour Lautermann et Frick (2023), il existe des inégalités liées à l'âge, au niveau de littératie numérique, à l'accessibilité des ressources matérielles ou aux types de handicap... De son côté, Suchacka (2020) défend l'importance de la diversité cognitive des utilisateurs et des utilisatrices en plaidant pour des interfaces compréhensibles, mais encore pour des systèmes qui entretiennent une relation équilibrée entre humains et technologie.

De manière similaire, Tóth et Blut (2024) ainsi que van der Merwe et Al Achkar (2022) mettent en évidence que des systèmes numériques peu accompagnés peuvent créer de nouvelles injustices algorithmiques, mettant à l'écart des usagers peu technophiles tels que les personnes vulnérables. Ces auteurs (Londono-Cardozo et Paz, 2021; Wirtz et al., 2022), évoquent également un risque d'exclusion sociale, tout en survolant la question des types de barrières.

En effet, la demande implicite d'accompagnement hybride est bien présente dans la littérature, et certains auteurs comme (Merbecks, 2024; Yadav et Mishra, 2022) ne

formulent pas nécessairement une demande de solutions techniques ; ils insistent au contraire sur la nécessité d'un ajustement des systèmes aux profils rencontrés, ce qui passe par une conception prenant en compte les questions d'accessibilité. Mais cette attente se retrouve également chez Cheng et Zhang (2023) ou Hartley et al. (2024) , qui constatent des écarts d'usage, sans toujours les inscrire dans des cheminements liés à la notion de handicap ou d'âge.

En définitive, bien que des freins à la réflexion de diversité soient présents, l'affirmation d'un consensus sur le fait que l'accessibilité et l'inclusion numériques ne sont pas plus des options, mais, à l'heure actuelle, des conditions de légitimité pour les néobanques investies dans une démarche de responsabilité numérique, émerge. Tandis que certains travaux mettent en avant des arguments éthiques, d'autres parlent des effets concrets d'exclusion. Tous favorisent cependant le chemin vers une RNE inclusive, rendant compte d'un usage hétérogène des ressources technologiques selon la diversité des capacités en présence et des profils d'usages.

#### **1.4 IMPORTANCE DU SERVICE HUMAIN DANS L'EXPÉRIENCE CLIENT (REFUS DE L'AUTOMATISATION EXCESSIVE)**

Dans la littérature sur les limites perçues de l'automatisation dans les néobanques, une tendance prédominante se vérifie : l'efficacité que les technologies numériques permettent de gagner ne peut suffire à établir l'expérience bancaire, laquelle doit impliquer une interaction qui reste humaine, c'est pourquoi dans de multiples études, les usagers attendent que non seulement la performance technique soit au rendez-vous, mais aussi une présence humaine qui rassure, surtout dans les situations à enjeux ou émotions particulières (Jones et Comfort, 2021; Wirtz et al., 2022) d'où le besoin de « contact

humain », c'est-à-dire de relation et d'empathie, malgré le besoin d'accompagnement personnalisé qui serait difficilement substituable par des interfaces automatisées.

Effectivement, Hamdallah et al. (2022) repèrent un obstacle pour bon nombre de clients, surtout ceux qui maîtrisent mal les technologies, en l'absence de conseillers humains, et affirment qu'ils craignent de ne pas pouvoir résoudre un problème urgent. Cette idée est reprise par Bednárová et Serpeninova (2023) où les auteurs disent que l'automatisation pourtant reconnue pour sa rapidité, étant aussi étrangement source de désinvestissement émotionnel, ce qui semble appauvrir la relation client.

Carl et Hinz (2024) confirment cette tendance en soulignant que, dans les services numériques bancaires, la satisfaction repose autant sur l'efficacité du système que sur la possibilité de bénéficier d'un accompagnement humain lorsque nécessaire. Le manque de support en cas de litige ou de situation non standardisée est ainsi identifié comme une source d'inconfort (Carl et al., 2022).

De multiples études soulignent par ailleurs l'importance d'une hybridation des canaux, qui allierait astucieusement automatisation et intervention humaine. (Lautermann et Frick, 2023) font apparaître la pertinence d'un modèle de service où chaque client peut choisir son niveau d'autonomie numérique en fonction de sa compétence ou de la complexité de sa demande pour interagir avec le service. Londono-Cardozo et Paz (2021) évoquent même la possibilité que l'un des axes de différenciation des néobanques puisse être précisément la possibilité d'un service personnalisé, même sur des canaux numériques.

Du côté des attentes générationnelles, Yadav et Mishra (2022) notent que les jeunes usagers, bien que plus à l'aise avec le digital, souhaitent également pouvoir accéder à des

interlocuteurs humains en cas de besoin, notamment pour les services sensibles comme les litiges ou la gestion des identités. L'enjeu est donc moins de substituer l'humain par la machine que de réinventer les formes d'interaction qui allient efficacité numérique et présence empathique.

D'autres auteurs vont plus loin en mettant en garde contre les effets négatifs d'une automatisation trop poussée. Tóth et Blut (2024) mettent en avant le risque d'un retrait du client et d'un manque de confiance si les néobanques se contentent de mécaniser la relation en ne prévoyant pas de filet humain en cas de rupture technologique ou de problème de traitement. Herden et al. (2021) soulignent qu'en cas de besoin d'explication plus profonde, l'inaccessibilité d'un interlocuteur humain suscite un sentiment d'abandon chez le client, voire de mise à l'écart, en particulier auprès de personnes en situation de vulnérabilité ou n'ayant pas l'habitude de manipuler des outils numériques.

Dans cet esprit, Lobschat et al. (2021) considèrent que le service humain doit faire partie de la RNE, l'éthique relationnelle ne pouvant être dissociée des enjeux technologiques. À l'instar de Stahl (2024) qui voit le contact humain comme condition de la légitimité des dispositifs numériques, incarnant une forme de responsabilité sociale au-delà de la seule performance fonctionnelle.

Il se dégage donc un consensus des contributions, selon lesquelles les néobanques doivent si elles veulent continuer à innover dans les technologies, également réfléchir à leur stratégie de relation client avec typiquement des modalités d'interaction humaine disponibles, de confiance, équitable. La ressource humaine ne doit pas être perçue comme un coût à réduire, mais comme un vecteur de confiance, d'inclusion et de valeur. Ce point est déterminant afin de garantir une adoption de ses services plus large, et une fidélisation durable des usagers dans un environnement bancaire de plus en plus numérisé.

## **1.5 RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE ET NUMÉRIQUE VERTE (FAIBLE VISIBILITÉ DES ACTIONS ÉCOLOGIQUES)**

Bien que l'éveil des consciences sur les enjeux environnementaux du numérique constitue une tendance appréciable, la plupart des travaux s'accordent à dire que les initiatives écologiques portées par les néobanques sont quasiment invisibles ou restées peu mises en avant. Plusieurs études insistent ainsi sur la nécessité d'une meilleure prise en considération de la durabilité environnementale dans les pratiques numériques responsables, mais concluent sur un déficit de visibilité, de traçabilité ou d'actions concrètes.

Dès leurs premiers travaux, Bednárová et Serpeninova (2023) rappellent que la consommation d'énergie des infrastructures numériques et la problématique des déchets électroniques font partie intégrante de la RNE. Or, ces dimensions sont largement non communiquées. Un constat que partagent Carl et Hinz (2024), intégrant la durabilité environnementale comme un des quatre piliers de la RNE, mais regrettant la lisibilité faible des initiatives écologiques dans les pratiques d'entreprise. Carl et al. (2024) confirment cette impression du côté des consommateurs : même si la conscience écologique progresse, les répondants ne perçoivent pas clairement les engagements environnementaux des entreprises, notamment en matière de recyclage ou d'efficacité énergétique.

De multiples travaux confortent ce constat de la faible visibilité. Carl et al. (2022) indiquent que les dimensions environnementales du numérique sont rarement prises en compte systématiquement dans les politiques RSE. De la même façon, Cheng et Zhang (2023) plaident pour une intégration stratégique des enjeux environnementaux, soulignant

qu'il convient de projeter les infrastructures digitales dans une logique écologiquement soutenable. Avec plus de dureté, Dörr (2021) souligne le silence des entreprises sur des enjeux pourtant centraux, comme la consommation des data centers ou la gestion des e-déchets, une sorte de paradoxale opacité n'enlevant rien à la nécessité de la transparence.

La nécessité de la transparence apparaît aussi comme l'une des motivations de plusieurs auteurs qui mettent également en évidence le décalage entre la théorie et le réel. Hartley et al. (2024) évoquent la pression croissante sur les entreprises pour donner à voir leur prise de responsabilité écologique, mais constatent pour l'heure une très faible perception de la portée des actions. Herden et al. (2021) partagent ce sentiment d'urgence, plaidant pour des efforts mesurables et vérifiables en matière d'optimisation énergétique, de conception durable. De la même façon, Lautermann et Frick (2023) insistent sur le fait que les infrastructures numériques engendrent une pollution largement invisibilisée. Ils recommandent une approche proactive intégrant des mesures comme l'écoconception, le recyclage et la réduction de l'empreinte carbone.

Dans un registre plus normatif, Napoli (2023), sans jamais s'y engager dans les faits, dénonce le vide de pratiques concrètes présidées alignant les conseils d'administration aux enjeux de gouvernance écologique dans la gouvernance numérique. Stahl (2024) prend la même voie en alertant sur le manque de transparence et l'opacité des engagements environnementaux, y compris et surtout dans leur mise en œuvre, alors qu'il appelle pour chaque action présentée des engagements traçables dans un cadre d'indicateurs connus permettant d'évaluer leur portée. Merbecks (2024) nous fait, quant à lui, le constat, au sein des plus grandes entreprises, notamment celles cotées dans le **DAX (Deutscher Aktienindex)**, principal indice boursier regroupant les 40 plus grandes capitalisations de la Bourse de Francfort, que l'énonciation environnementale reste

partielle et souvent imprécise. Tandis que Londono-Cardozo et Paz (2021) l’appréhendent d’une manière inédite en l’interrogeant sous l’angle de la durabilité numérique, mais sans jamais informer sur la mise en œuvre dans les faits de l’ensemble de leurs propositions.

Par ailleurs, Jones et Comfort (2021) font état d’une documentation sur les initiatives environnementales, les engagements affichés. Autrement dit, il y a un Gap entre les valeurs proclamées et des résultats mesurables. Lobschat et al. (2021) rappellent également le besoin de réduire l’empreinte écologique du numérique, mais, là encore, sans détailler les modalités. Comme Suchacka (2020) évoque les effets environnementaux du numérique (énergie consommée, déchets électroniques), tout en constatant que la visibilité de ces efforts est faible.

Enfin, certains auteurs évoquent le besoin d’une intégration plus explicite de l’environnement dans la RNE, sans toujours détailler les moyens concrets. Vo Thai et al. (2024) reconnaissent l’importance de considérer l’empreinte environnementale, mais sans mentionner des actions spécifiques. Yadav et Mishra (2022) évoquent la réduction de l’empreinte carbone comme objectif général, sans toutefois identifier des pratiques précises. Filipović (2023) et (Jelovac et al., 2022) pour leur part, mentionnent brièvement ces enjeux sans les développer.

Ainsi, si la responsabilité environnementale fait bien partie des discours autour de la RNE, la littérature montre un consensus sur le manque de visibilité des engagements écologiques réels des entreprises numériques, et en particulier des néobanques. Plusieurs auteurs appellent à des mesures concrètes, mesurables et transparentes pour restaurer la crédibilité des entreprises dans ce domaine encore trop souvent négligé.



## **1.6 BESOIN D'ÉDUCATION ET DE LITTÉRATIE NUMÉRIQUE (NÉCESSITÉ D'INFORMATIONS PÉDAGOGIQUES)**

La question de la littératie numérique émerge dans la littérature comme un levier incontournable pour garantir une adoption responsable et équitable des services bancaires numériques. Plusieurs travaux s'accordent sur le fait que les néobanques doivent jouer un rôle proactif dans l'accompagnement éducatif de leurs usagers, même si les modalités pédagogiques concrètes demeurent souvent floues.

Ainsi, Bednárová et Serpeninova (2023), accordent la priorité à accompagner un passage au numérique des entreprises qui s'avère éthique et éducatif, en insistant sur les impératifs de formation des agents. Carl et Hinz (2024), mais aussi Carl et al. (2024) rejoignent ces préoccupations à propos de la communication claire et de l'aide dans l'appropriation des outils numériques, sans donner en général les modalités ou formats d'enseignement.

De manière ressemblante, Cheng et Zhang (2023) notent que la formation préalable à la prise de conscience des enjeux technologiques constitue un préalable indispensable à l'adoption éclairée des pratiques numériques. Ils appellent à une sensibilisation effective des usagers, en adéquation avec la proposition plus concrète de Dörr (2021) pour qui il convient de disposer de documents éducatifs tels que guides, formations et tutoriels, pour un usage autonome et éclairé.

L'importance d'un effort de vulgarisation des enjeux numériques est également portée par Elliott et al. (2021), qui appellent à créer des contenus éducatifs accessibles pour renforcer la capacité critique des citoyens à l'égard de l'intelligence artificielle, puis par Filipović (2023) qui plaide pour une pédagogie de l'éthique adaptée aux enjeux algorithmiques et aux usages des données, puis par Hamdallah et al. (2022) qui associent

une meilleure compréhension des services de e-Banking à une meilleure conscience de la responsabilité numérique.

Dans cette logique, plusieurs travaux de recherche mettent en avant le rôle des dispositifs explicatifs dans la générer confiance envers les décisions technologiques, comme Hartley et al. (2024), qui défendent la nécessité d'informer les parties prenantes des logiques numériques à l'œuvre, ou de Herden et al. (2021) qui plaident pour créer des projets éducatifs autour de la sécurité, de la vie privée, des droits numériques, forcément liés. Dans cette continuité, Jelovac et al. (2022) préconisent enfin des canaux d'information clairs sur l'utilisation responsable et les droits des usagers.

L'axe pédagogique est également mobilisé par Jones et Comfort (2021) et (Jones et Wynn, 2023) qui estiment que les entreprises ont le devoir de concevoir des outils pédagogiques informatifs pour l'utilisation de l'intelligence artificielle. Cette thèse est également partagée par Kunz et Wirtz (2024), selon lesquels il faut décrire lucidement le fonctionnement de l'intelligence artificielle pour faciliter son appropriation.

L'appel à l'information accessible est d'ailleurs appuyé par Kunz et al. (2024) appelant à outiller les consommateurs pour naviguer dans des environnements technologiques de plus en plus exigeants. Lautermann et Frick (2023) mettent aussi en avant le manque de pédagogie accessible pour le grand public, plaidant pour les outils pédagogiques appropriés. Cet appel à la sensibilisation soutenu par Liyanaarachchi et al. (2021) reste cependant général puisqu'ils ne vont pas dans le sens d'efforts de sensibilisations adaptées ni d'outils pédagogiques adaptés.

L'appel à la transparence et au besoin de sensibilisation sur l'utilisation des données reste, quant à lui, une généralité qui n'évoque néanmoins pas de dispositifs pédagogiques dédiés

(Lobschat et al., 2021). Mihale-Wilson et al. (2022), évoquent la nécessité d'une explicabilité accrue, en lien avec la transparence algorithmique, contribuant du même coup, de façon plus indirecte, à la littératie numérique.

Dans le cadre de sa proposition, Stahl (2024) présente le besoin d'accès pour les citoyens à des ressources d'éducation citoyenne éclairante afin de comprendre les outils numériques qu'ils utilisent afin de participer grâce à un choix éclairé. Suchacka (2020) témoigne de cette difficulté de compréhension des systèmes numériques restituant un appel à la médiation pédagogique. Tóth et Blut (2024) poursuivent l'argumentation autour du problème de l'incompréhension des systèmes d'IA qui influencerait le choix éclairé et donc du besoin d'investir plus d'efforts explicatifs de la part des entreprises.

van der Merwe et Al Achkar (2022) soulignent que l'information doit être intelligible s'agissant des pratiques de traitement des données et Vo Thai et al. (2024) parlent de gouvernance numérique éducative pour se centrer sur les droits des citoyens et l'usage qui est fait ou pourrait être fait sur leurs données personnelles. Wirtz et al. (2022) et (Yadav et Mishra, 2022) proposent de résoudre ces problèmes par les programmes d'éducation des consommateurs produits sans qu'y soit précisée la forme de ces outils.

En somme, bien que la majorité des auteurs s'accordent sur la nécessité d'un accompagnement éducatif relatif aux services numériques, la plupart des travaux restent relativement vagues sur les formats concrets à adopter. Ce consensus assez large concernant l'impératif éducatif nous alerte sur l'attente de transparence, de responsabilisation et d'accessibilité des dispositifs numériques, condition de la responsabilité digitale des néobanques.

## **1.7 PERCEPTION DE L'ÉTHIQUE ET DE LA RÉPUTATION (IMPORTANCE D'UN POSITIONNEMENT RESPONSABLE ET ÉQUITABLE)**

La perception de l'éthique organisationnelle et de la réputation institutionnelle constitue un enjeu dans le secteur des néobanques, précisément à l'ère du numérique responsable. Plusieurs auteurs mettent en évidence que les consommateurs jugent désormais les entreprises non seulement sur leurs performances technologiques, mais aussi sur leur posture éthique, leur transparence et leur contribution sociétale.

D'entrée de jeu, l'analyse de Bednárová et Serpeninova (2023) montre que la réputation numérique ne saurait se dissocier d'un engagement éthique affiché, en matière de gestion des données et de responsabilité sociale. Les consommateurs attendent un alignement des postures, qui atteste à la fois d'une conformité réglementaire, mais également d'une mise en avant des valeurs d'équité, de respect. Ils vont dans le même sens que Carl et Hinz (2024) qui insistent sur les bonnes pratiques éthiques, qui vont peser sur la confiance des clients comme sur leur adhésion. Ils montrent que les utilisateurs semblent fortement attachés à la transparence algorithmique, en tant que gage du respect de leurs droits fondamentaux.

Cette nécessité éthique est également mise en exergue par Cheng et Zhang (2023) qui soulignent le rôle stratégique de la réputation dans l'acceptabilité des nouvelles technologies. Ainsi, un simple soupçon sur une éventuelle manipulation ou une collecte abusive de données peut porter préjudice à la marque des néobanques au long cours. À ce sujet, Dörr (2021) insistera sur la nécessité d'avoir un discours éthique clair dans la communication des entreprises pour éviter les perceptions de déshumanisation ou d'automatisation abusive.

Elliott et al. (2021) quant à eux, relèvent également l'importance des positionnements clairs par rapport aux enjeux sociétaux tels que les entreprises doivent désormais se positionner sur les dilemmes éthiques posés par les technologies qu'elles proposent. Filipović (2023) prévient contre l'utilisation de l'éthique à des fins marketing, du fait que les consommateurs deviennent sensibles à l'authenticité des engagements, sanctionnant et défiant les approches trop opportunistes. Hamdallah et al. (2022) ajoutent en effet que cette vigilance croissante cadre tout un processus d'acceptabilité des technologies, qui mènera les entreprises à abandonner une éthique opportuniste en matière de dispositifs techniques utiles à l'ensemble de leur cycle d'innovation.

En complément, Hartley et al. (2024) soulignent le lien entre réputation numérique et respect des principes de justice algorithmique, soulignant que les biais (ou discriminations) algorithmiques, réels ou perçus, compromettent la légitimité des néobanques aux yeux d'un public à la recherche de l'équité. Herden et al. (2021) font à cet égard observer que la transparence décisionnelle est au cœur de la réputation éthique des acteurs : sans expliciter les logiques qui sous-tendent leurs outils numériques, ces derniers suscitent méfiance et rejet.

Jelovac et al. (2022) affirment qu'au-delà de la qualité, la réputation se construit aussi autour de l'image de responsabilité sociale des entreprises. Les consommateurs recherchent des institutions adoptant un positionnement responsable, à la fois explicite et en phase avec des valeurs sociétales. Jones et Comfort (2021), puis Jones et Wynn (2023), montrent qu'il s'agit d'une donnée désormais centrale et incontournable dans la relation client : la perception de l'éthique constitue un critère de choix pour les usagers des services financiers numériques.

Kunz et Wirtz (2024) ajoutent une dimension supplémentaire à cette perspective en établissant que la réputation repose sur la conjonction de communications éthiques de la part des entreprises et des pratiques effectives. Un des enjeux de crédibilité pour les néobanques consiste à traduire leurs promesses éthiques en actes vérifiables Kunz et al. (2024) soulignent qu'un bon repère pour comprendre la capacité d'être tenu responsable est l'existence de mécanismes de redevabilité aperçus, en l'occurrence des audits éthiques, des chartes ou des indicateurs de ce qui est réalisé, disponibles au public.

Enfin, Lautermann et Frick (2023) concluent cette série d'analyses en rappelant aussi que la réputation éthique est relationnelle. En effet, la confiance ne se décrète pas, elle se construit au fil de justes interactions, inclusives, respectueuses et qui au fil du temps, révèlent le positionnement juste de l'entreprise, ce qui prend du temps.

Ainsi, les résultats des travaux témoignent d'une perception d'éthique et de réputation qui repose moins sur les déclarations que sur la capacité à traduire en actes les valeurs affichées de façon continue, lisible et durable. Dans un contexte où les consommateurs sont sur le qui-vive, seules l'authenticité, la transparence, la responsabilité constituent des conditions sine qua non d'un numérique légitime.

## **1.8 PERCEPTION DES DIFFÉRENCES (COMPARAISON AVEC LES BANQUES TRADITIONNELLES)**

### **Tableau comparatif**

Tableau 1 : COMPARATIF

<b>Critères de comparaison</b>	<b>Banques traditionnelles</b>	<b>Néobanques</b>
<b>Proximité humaine</b>	Forte, avec interactions physiques régulières avec des conseillers.	Faible, interactions principalement numériques et automatisées.
<b>Confiance perçue</b>	Renforcée par la présence humaine, la familiarité et la relation de long terme.	Moins forte, en raison de l'absence de contact physique.
<b>Mode d'interaction</b>	Présentiel, via agences et rendez-vous personnalisés.	Dématérialisé, via applications mobiles et services automatisés.
<b>Accessibilité émotionnelle</b>	Possibilité d'exprimer des émotions, de poser des questions, d'être écouté.	Relation perçue comme impersonnelle et standardisée.
<b>Rapidité d'usage</b>	Plus lente, nécessite des déplacements ou des horaires précis.	Très rapide, accès 24h/24, 7j/7 depuis un appareil numérique.
<b>Appropriation technologique</b>	Adaptée à des usagers moins technophiles.	Exige une certaine aisance numérique.
<b>Sens de la sécurité</b>	Lié à la présence physique, à la réputation historique de l'institution.	Conditionné par la transparence algorithmique et la cybersécurité perçue.
<b>Image d'innovation</b>	Moins innovante, mais perçue comme stable et fiable.	Innovante et moderne, mais parfois perçue comme instable ou risquée.
<b>Valeurs véhiculées</b>	Stabilité, continuité, confiance dans le temps.	Innovation, efficacité, autonomie, mais parfois au détriment du lien humain.

Les travaux de recherche portant sur la responsabilité numérique des entreprises dans le secteur bancaire, et en particulier l'étude de Liyanaarachchi et al. (2021) mettent en avant une distinction au niveau de la perception des néobanques par rapport aux banques traditionnelles. Cette étude montre que les services numériques, porteurs d'innovations, sont souvent perçus comme étant plus impersonnels et plus distants que le rapport traditionnel avec le banquier. Ce rapport traditionnel se construit souvent autour d'un contact humain direct. Les échanges avec un banquier sont souvent jugés comme plus sécurisants. L'absence de contact humain direct et le caractère automatisé des interactions développées avec des applications font souvent que certains clients ressentent à tort ou à

raison un sentiment d'isolement ou de désengagement, en dépit de l'aspect novateur du service proposé.

Les auteurs soulignent que cette absence de proximité nuit à la confiance, pourtant essentielle grâce, entre autres, à la présence physique des agents, à l'interaction humaine et aux relations de long terme entretenues. Au contraire des banques traditionnelles qui utilisent le contact physique et dont les agents sont proches des clients, les néobanques évoluent dans un contexte dématérialisé perçu comme plus froid et distant, au risque de générer un manque de confiance chez les usagers, voire d'inquiétude des usagers inquiets de l'absence de la relation humaine que certains appréhendent comme un facteur de confiance.

Loin d'agir en réaction à la critique émise par les anciens, une néobanque doit aller plus loin : son axe de communication doit tendre vers un effet d'authenticité par un retour à des usages de proximité, à la qualité du lien personnel, et au ralentissement nécessaire d'un fonctionnement trop fluide qui ne favorise ni compréhension ni appropriation des usages (Liyanaarachchi et al., 2021). Cette fois-ci, il ne s'agit pas de mettre au point un modèle traditionnel, mais un nouveau modèle de confiance qui satisferait nos attentes de proximité et de reconnaissance de soi qui ont tendance à être oubliées dans les environnements numériques.

C'est donc cette comparaison avec celles des banques traditionnelles qui rend lisible un enjeu clé de la responsabilité numérique : comment recréer des formes de confiance et de lien dans un monde dématérialisé ? Cela passe par la prise en compte des attentes émotionnelles et sociales des clients dans les gouvernances technologiques, afin justement de ne pas éliminer toute forme de relation au nom de l'efficacité numérique.



La revue de la littérature menée dans ce chapitre permet de mettre en lumière une série de préoccupations croissantes exprimées par les consommateurs à l'égard de l'environnement numérique façonné par les néobanques. L'ensemble des huit thèmes analysés souligne des attentes marquées en matière de transparence, de cybersécurité, d'inclusion numérique, mais aussi d'éthique, de soutien humain et d'engagement pédagogique. Ces attentes se traduisent par une demande de services bancaires à la fois responsables, compréhensibles et sécurisés. Ainsi, l'adoption des néobanques ne se limite pas à une question d'innovation technologique, mais repose largement sur leur capacité à instaurer une relation de confiance fondée sur la responsabilité numérique (Liyanaarachchi et al., 2021).

## 1.9 TABLEAU DE SYNTHÈSE DE LA REVUE DE LITTÉRATURE

TABLEAU 2 : SYNTHÈSE DE LA REVUE DE LITTÉRATURE

Thèmes	Attentes principales	Risques perçus	Enjeux pour la RNE	Axes d'amélioration
<b>Cybersécurité</b>	Protection des données, confiance	Piratage, fuites, surveillance	Prérequis éthique fondamental	Prévention, pédagogie, transparence
<b>Transparence des données</b>	Clarté des pratiques numériques	Opacité des traitements, incompréhension	Gouvernance informationnelle	Accessibilité, explicabilité, droit à l'information
<b>Inclusion numérique</b>	Égalité d'accès, interfaces adaptées	Exclusion sociale, fracture numérique	Justice sociale numérique	Accessibilité native, accompagnement humain
<b>Service humain</b>	Accompagnement, empathie	Automatisation froide, isolement	Relation de confiance	Hybridation humain/IA, support humain
<b>Environnement</b>	Durabilité numérique, écoconception	Greenwashing, invisibilité	RSE élargie au numérique	Traçabilité, communication environnementale
<b>Éducation numérique</b>	Compréhension, autonomisation	Incompréhension, manipulation	Littératie numérique	Supports pédagogiques, vulgarisation

<b>Éthique et réputation</b>	Valeurs affichées, cohérence	Méfiance, opportunisme	Légitimité éthique	Indicateurs éthiques, audits
<b>Comparaisons des banques</b>	Authenticité, proximité	Désengagement, impersonnalité	Réinvention du lien	Revalorisation du contact, ancrage humain

Ce cadre synthétique organise les résultats clés de la littérature autour de huit thématiques centrales. Il met en lumière, de façon transversale, les demandes des consommateurs envers les néobanques, mais aussi pour les risques perçus, les défis spécifiques concernant la RNE, et les pistes d'amélioration recensées. Un paradoxe émerge clairement : d'un côté, une attente forte pour une transformation éthique et inclusive, portant sur la transparence des pratiques et l'éducation financière, de l'autre, un décalage persistant entre les promesses des acteurs et leur application réelle. Les consommateurs, sans refuser le progrès technologique, insistent pour qu'il soit guidé par des règles de justice, de sécurité et d'accessibilité. Le tableau révèle ainsi l'urgence d'une gouvernance numérique équilibrée, où performance technique et considérations humaines se renforcent mutuellement. Ces attentes traduisent une demande de responsabilisation des acteurs, particulièrement pour lutter contre les exclusions, mais également pour les personnes vulnérables face aux pratiques algorithmiques.

Après avoir exploré la littérature portant sur les néobanques et les perceptions qu'elles suscitent chez les consommateurs, il apparaît que plusieurs attentes émergent autour de la transparence, de la sécurité des données, de la gouvernance algorithmique ou encore de l'inclusion numérique. Ces préoccupations, bien qu'abordées sous l'angle des représentations individuelles, renvoient à des enjeux plus larges de gestion éthique et responsable du numérique.

Pour analyser ces enjeux de manière structurée et cohérente, le présent mémoire mobilise le concept de **Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE)**. Cette notion, issue de

l'évolution de la responsabilité sociétale des entreprises dans un contexte de digitalisation croissante, constitue le cadre conceptuel et théorique de cette recherche. Le chapitre suivant propose ainsi de définir la RNE, d'en exposer les principales dimensions, et de préciser les fondements théoriques qui guideront l'analyse des résultats empiriques.

## **CHAPITRE 2 :**

### **CADRE CONCEPTUEL ET THÉORIQUE**

#### **2 CADRE CONCEPTUEL ET THÉORIQUE**

Dans toute recherche scientifique, le cadre conceptuel et théorique occupe une place centrale, permettant d'ancrer l'étude dans une perspective intellectuelle cohérente, de définir les concepts clés à analyser, et de guider l'interprétation des données empiriques (Paillé, 2012). Ce cadre structure la réflexion en liant les notions de la littérature à une problématique concrète, particulièrement pour les travaux qualitatifs. Il ne s'agit pas de simple compilation de théories : l'ensemble forme une grille de lecture pour comprendre, analyser et relier les dimensions du phénomène étudié, faisant participer différents niveaux d'abstraction.

Pour ce travail de recherche, le cadre s'appuie sur la notion de Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE). Ce concept émergent en sciences de gestion vient de l'évolution de la responsabilité sociétale (RSE) dans un contexte technologique transformé. Il permet de saisir comment les organisations intègrent des enjeux éthiques, sociaux et environnementaux dans les usages du numérique, montrant des défis nouveaux liés aux plateformes digitales (Carl et Hinz, 2024; Lobschat et al., 2021).

La RNE est reconnue ici comme objet d'étude, mais également un cadre d'analyse structurant, permettant de saisir les perceptions des personnes face aux « néobanques ». Ces dernières, acteurs nativement digitaux, révèlent de façon marquée les défis liés à la gouvernance des données, à la transparence algorithmique, à l'inclusion technologique et à la sécurité d'informations personnelles. En cela, la RNE se développe comme prisme

central pour comprendre les attentes, réticences et représentations sociales exprimées par les non-utilisateurs.

## **2.1 LA RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES**

La Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) se développe aujourd'hui comme un cadre essentiel pour analyser les pratiques des organisations, dans un environnement transformé par le numérique (Bednárová et Serpeninova, 2023). Elle constitue une réponse aux défis liés à l'utilisation croissante des technologies digitales, tout en faisant participer les entreprises à réfléchir sur leurs obligations concernant les données, les algorithmes ou les systèmes automatisés. Si la RNE prolonge la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), mais s'en distingue par son aptitude à intégrer des enjeux propres à société numérique : traitement des informations personnelles, protection contre les cyberattaques, questions éthiques des algorithmes, inclusion digitale et pérennité des technologies. Les personnes concernées par ces sujets, particulièrement les dirigeants, mais également pour les personnes expertes, doivent prioriser ces aspects (Lobschat et al., 2021).

D'un point de vue conceptuel, la RNE se définit comme l'ensemble des actions et méthodes que les entreprises développent pour assurer un usage éthique et durable du numérique, particulièrement pour leurs partenaires et les personnes concernées (Bednárová et Serpeninova, 2023; Lobschat et al., 2021). Les organisations doivent maîtriser les conséquences sociétales liées aux technologies, en régulant les effets des outils automatisés ou de la collecte intensive de données. Les pratiques responsables incluent notamment la surveillance des impacts de l'intelligence artificielle, mais également pour les personnes exposées aux dérives algorithmiques. Des mécanismes de contrôle se développent ainsi progressivement, avec l'objectif de réduire les déséquilibres venant de l'automatisation ou des systèmes d'analyse prédictive.

Ainsi, la RNE se développe selon une approche multidimensionnelle. D'un côté elle comprend des dimensions normatives et éthiques, exigeant que les entreprises anticipent les répercussions sociales ou politiques de leurs outils numériques (Stahl, 2024), faisant participer les acteurs dans cette réflexion. De l'autre, sa dimension stratégique apparaît centrale, car elle contribue à construire la légitimité digitale des organisations, particulièrement pour la réputation et la confiance client, mais également pour les personnes cherchant à se différencier sur des marchés saturés (Carl et Hinz, 2024; Kunz et Wirtz, 2024). Cette double nature, à la fois contraignante pour les pratiques et source d'avantages concurrentiels, explique pourquoi le concept reste largement utilisé pour analyser la gouvernance numérique dans des secteurs fortement impactés par les transformations digitales.

Les recherches actuelles, notamment celles menées par Bednárová et Serpeninova (2023) dessinent une approche organisée de la RNE, reliant plusieurs aspects récurrents dans les travaux récents : transparence des usages digitaux, responsabilité des algorithmes, protection des informations (dont la confidentialité), accès aux outils numériques, durabilité écologique, ou gestion éthique des technologies. Cette démarche ne représente pas simplement un guide de bonnes pratiques, mais requiert une transformation profonde des modes de fonctionnement, ainsi qu'une culture d'entreprise tournée vers le respect du digital comme bien partagé.

Dans le cadre de cette recherche, la RNE est mobilisée comme grille d'analyse pour étudier comment les personnes non-utilisatrices perçoivent les néobanques. Ce choix tient à deux éléments structurants, développant une approche originale. D'une part, ces organisations financières présentent des défis spécifiques en responsabilité numérique, particulièrement visible du fait d'absence d'interfaces physiques, d'un recours massif aux décisions algorithmiques et d'une collecte intensive de données comportementales. Ces

caractéristiques, génératrices de questionnements éthiques, concernent directement les personnes éloignées des nouvelles technologies.

D'autre part, les attentes des consommateurs en matière de sécurité numérique et d'éthique digitale telles qu'exprimées dans la littérature spécialisée correspondent précisément aux axes centraux de la RNE. Cette adéquation, particulièrement marquée pour les publics jeunes, mais également pour les personnes méfiantes face aux innovations financières, renforce la pertinence du cadre choisi. Ces préoccupations communes traversent différents profils d'utilisateurs, tout en prenant des formes particulières selon les contextes d'usage.

Les travaux de Carl et al. (2024) révèlent que les consommateurs attachent de l'importance aux pratiques responsables dans les environnements numériques, une préférence qui façonne directement leur attitude envers les acteurs comme les néobanques. Parallèlement, Liyanaarachchi et al. (2021) mettent en lumière trois facteurs clés de défiance : vulnérabilité perçue des données, opacité algorithmique et absence de contrôle sur les systèmes automatisés. Ces éléments, en particulier pour les services financiers digitaux, mais également pour les personnes utilisant des plateformes similaires, soulignent des enjeux centraux de la RNE. Ces perceptions font écho aux dimensions fondamentales de la RNE, telles que définies par les spécialistes en management et systèmes d'information. On voit une convergence frappante entre les préoccupations des utilisateurs et les cadres théoriques, notamment sur les questions de transparence ou de gouvernance des données. Ce rapprochement donne des pistes concrètes pour les acteurs souhaitant réduire la défiance tout en développant des outils numériques socialement acceptables.

La RNE se développe aujourd'hui comme modèle conceptuel unificateur, reliant défis technologiques, questions éthiques et enjeux stratégiques. Elle rend visibles les tensions uniques des néobanques : entre innovation disruptive et besoin de régulation, automatisation croissante et impératif d'humanité, efficience technique face à la responsabilité sociétale. En s'appuyant sur ce cadre, ce mémoire explore comment les individus jugent, adoptent ou rejettent ces entités financières. Non perçues comme simples produits bancaires, mais bien comme acteurs numériques porteurs de devoirs élargis (protection des données, transparence algorithmique). Cette perspective éclaire différemment les motifs d'adhésion ou de résistance, particulièrement pour les utilisateurs sensibles aux questions éthiques, mais également pour les personnes préoccupées par l'équilibre innovation/contrôle.

## **2.2 DIMENSIONS DE LA RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES**

De nombreuses études cherchent à définir les bases de la RNE, en faisant participer à la fois des questions éthiques, techniques et environnementales. Parmi les modèles existants, celui de Lobschat et al. (2021) reste le plus largement cité, proposant quatre axes clés : responsabilité économique, sociale, environnementale et technologique. Cette approche, qui s'inspire des principes de la RSE, insiste particulièrement sur les usages contrôlés des outils numériques, la gouvernance de données et leurs effets sur la société.

Dans une approche complémentaire, Mihale-Wilson et al. (2022) présentent une classification adaptée aux systèmes d'information, en mettant l'accent sur la transparence des algorithmes, la gouvernance numérique et les politiques de cybersécurité, tout en faisant participer les comités éthiques. Carl et Hinz (2024) de leur côté, complètent ces travaux en étudiant la perception des personnes consommatrices et les implications



marketing d'une responsabilité numérique, intégrant notamment sécurité des systèmes, explicabilité des processus et inclusion des utilisateurs.

Parallèlement, Bednárová et Serpeninova (2023) identifient, à travers leur revue documentaire, quatre grands sujets récurrents : durabilité numérique, gestion des algorithmes, protection des données et questions éthiques liées aux nouvelles technologies. Il est reconnu que ces études apportent des éléments clés pour comprendre les défis techniques, mais également pour les personnes confrontées aux mutations numériques au quotidien. Les travaux cités soulignent l'importance croissante des mécanismes de contrôle, particulièrement pour les institutions, et également pour les citoyens dans leur utilisation des plateformes.

### 2.2.1 TABLEAU COMPARATIF DES DIMENSIONS DE LA RNE

TABLEAU 3 : COMPARATIF DES DIMENSIONS DE LA RNE

Auteurs et Années	Dimensions	Définitions
Lobschat et al. (2021)	Technologie, Données, Éthique, Environnement, Inclusion	Encadrer l'usage responsable des technologies ; gouvernance rigoureuse des données ; pratiques éthiques ; durabilité ; accès inclusif.
Herden et al. (2021)	Équité numérique, Confidentialité, Justice algorithmique, Écologie	Assurer un accès égal aux technologies ; protéger la vie privée ; garantir l'équité des algorithmes ; réduire l'impact environnemental.
Mihale-Wilson et al. (2022)	IA, Transparence, Gestion des risques, Alignement éthique	Développer une IA responsable ; assurer la transparence des processus ; anticiper les risques ; aligner l'innovation sur des valeurs éthiques.
Bednárová et Serpeninova (2023)	Gouvernance, Usage éthique des données, Durabilité, Parties prenantes	Mettre en place des structures de gouvernance ; utiliser les données de façon éthique ; favoriser la durabilité ; impliquer les parties prenantes.

Cheng et Zhang (2023)	Éthique technologique, Responsabilité du développement	Prendre en compte les implications éthiques des technologies ; assumer la responsabilité tout au long du cycle de développement.
Napoli (2023)	Durabilité environnementale, Protection des données, Gouvernance	Intégrer la responsabilité écologique dans le numérique ; protéger les données ; impliquer les conseils d'administration dans la supervision.
Carl et Hinz (2024)	Sécurité, Transparence, Gouvernance, Inclusion, Éthique	Protéger la vie privée et la cybersécurité ; assurer la transparence ; encadrer la gouvernance numérique ; favoriser l'inclusion ; promouvoir l'éthique dans le digital.
Kunz et Wirtz (2024)	Justice, Transparence, Inclusion, Consentement, Éthique de la personnalisation	Garantir l'équité ; expliquer les algorithmes ; favoriser l'inclusion ; obtenir un consentement éclairé ; encadrer l'éthique de la personnalisation.

La littérature consacrée à la responsabilité numérique des entreprises se caractérise par une multiplicité de concepts, de formulations et d'objectifs, ce qui rend complexe son cadrage théorique dans l'immédiat. L'établissement d'un référentiel commun nécessitait, en premier lieu, le repérage des axes structurants partagés entre principales publications scientifiques traitant du sujet.

Pour répondre à cet impératif méthodologique, une analyse comparée a été réalisée à partir d'articles clés issus de la littérature académique. Le tableau synthétise les dimensions explicitement mentionnées ou développées dans huit études représentatives, faisant apparaître pour chaque contribution les terminologies originales suivies de leurs regroupements thématiques (exemple : sécurité, gouvernance, inclusion environnementale).

Cette démarche permet d’ancrer l’identification des composantes dans des formulations existantes tout en proposant une grille de lecture unifiée. L’objectif consistait à déterminer un socle commun de dimensions récurrentes, même lorsque les approches mobilisées présentaient des divergences marquées. Ainsi se développe progressivement une base de travail combinant exhaustivité et opérationnalité, particulièrement utile pour des recherches ultérieures, mais également pour les professionnels.

L’analyse du tableau montre clairement que certaines dimensions apparaissent dans la quasi-totalité des publications examinées :

- ✓ **L’éthique**, qui englobe ici la justice algorithmique, l’explicabilité, l’usage responsable des données, est omniprésente ;
- ✓ **La gouvernance** au sens large (gestion des données, régulation, comité éthique) est systématiquement mobilisée ;
- ✓ **Les aspects technologiques** (sécurité, IA, responsable, cybersécurité, protection des données) sont aussi centraux ;
- ✓ **Les dimensions sociales**, parfois indirectement formulées (inclusion, accessibilité), sont omniprésentes ;
- ✓ **La responsabilité environnementale**, souvent moins mise en avant, est néanmoins présente, notamment sous l’angle de la durabilité, voire de la sobriété numérique.

Cinq dimensions ont été choisies pour la structuration de ce mémoire, ces dimensions étant considérées comme un socle suffisamment partagé et convergeant dans la littérature :

- ✓ **La dimension éthique**, présente dans tous les articles, est identifiée comme le pilier du numérique responsable.

- ✓ **La gouvernance numérique**, au cœur des mécanismes de régulation et de contrôle des pratiques.
- ✓ **La dimension technologique**, qui englobe des exigences de sécurité, d'algorithmes explicables et de préservation de la vie privée.
- ✓ **La dimension sociale**, qui évoque l'inclusion numérique, l'équité, et le respect des publics vulnérables.
- ✓ **La dimension environnementale**, moins systématique, mais de plus en plus mise au jour, entre autres portée par la sobriété numérique.

Ces dimensions sont reprises par la suite du mémoire pour examiner en détail leur portée dans le secteur des néobanques. Elles constituent le cadre analytique choisi pour traiter la manière dont ces institutions peuvent intégrer la RNE de manière effective et responsable.

### 2.2.2 DIMENSION ÉTHIQUE

L'éthique est sans conteste l'une des dimensions fondamentales de la responsabilité numérique des entreprises (RNE) puisqu'il s'agit des règles morales, normatives ou sociales des comportements à respecter, tout au long du cycle de vie des technologies numériques, par les organisations qui les conçoivent, déploient ou usent de leurs technologies numériques (Stahl, 2024). Il ne s'agit plus de s'interroger sur la faisabilité de ce que la technologie permet de faire, mais sur ce qu'il est légitime, juste, voire souhaitable, de faire dans un monde numérique dont les représentations sont sociales et surtout toujours en mouvements (Cheng et Zhang, 2023).

D'après Lobschat et al. (2021), l'éthique numérique doit être considérée à part intégrante de la RNE, en étant au cœur de la responsabilité des entreprises sur les effets moralement significatifs de la prise en compte des données, de l'intelligence artificielle (IA) ou des systèmes algorithmiques, apparentée ainsi à la justice algorithmique, à l'explicabilité des

décisions automatisées, ou encore, au respect du principe du consentement éclairé des utilisateurs, avec cependant l'idée que les systèmes numériques doivent être pensés dans une perspective permettant qu'ils ne reproduisent pas, voire amplifient pas, les biais sociaux.

De leur côté Carl et Hinz (2024) insistent sur la nécessité de développer une gouvernance éthique des technologies émergentes, intégrant des dispositifs de contrôle et de responsabilité à chaque maillon du cycle de vie des systèmes numériques en proie à un incessant déséquilibre entre les transactions commerciales et l'intérêt général. Les auteurs insistent sur l'importance d'une transparence algorithmique et d'une éthique de la personnalisation qui agit au besoin comme un régulateur des manipulations cachées des comportements des utilisateurs pour des raisons superflues. Cette posture rejoint les préoccupations des réflexions de Kunz et al. (2024) analysant l'éthique comme une réponse aux excès inéluctables du digital marketing alimenté par l'IA et plus particulièrement le respect des données sensibles.

D'un point de vue plus conceptuel, la position de Cheng et Zhang (2023) consiste à intégrer l'éthique dès la phase de développement technologique en instaurant une « responsabilité anticipée » s'intéressant aux futurs impacts sociotechniques. Cette position rejoint celle de Mihale-Wilson et al. (2022) qui plaident pour la responsabilisation des concepteurs et des dirigeants vis-à-vis de la problématique d'alignement des objectifs commerciaux aux valeurs sociales.

Enfin, l'éthique numérique de Herden et al. (2021) repose sur une approche de la justice numérique, considérée selon les inégalités d'accès, de traitement et de résultats engendrés par les outils technologiques. L'argumentation du collectif de recherche annonce une

éthique plus sociale, où la redevabilité et la protection des utilisateurs vulnérabilisés deviennent des principes directeurs.

D'une manière globale, la littérature pointe vers l'éthique comme une nécessité transversale, qui prend place dans toutes les autres dimensions de la RNE. Elle n'est pas une simple conformité réglementaire, mais une démarche proactive et réflexive où l'entreprise doit analyser l'impact social, moral et humain de ses innovations numériques. C'est particulièrement le cas pour les néobanques, où la confiance numérique s'associe à l'exigence de transparence, équité et honnêteté des dispositifs technologiques déployés.

### **2.2.3 DIMENSION DE GOUVERNANCE**

Le cadre de la gouvernance s'impose comme une dimension structurante de la RNE, dès lors qu'elle définit les mécanismes, structures et processus garantissant la supervision, l'encadrement et l'orientation de l'usage du numérique au sein des organisations. Dotée d'un cadre numérique, la gouvernance se déploie désormais au-delà du seul impératif de conformité légale et du contrôle interne ; elle implique l'intégration d'une pensée globale autour des valeurs, des responsabilités et des redevabilités d'une transformation digitale (Bednárová et Serpeninova, 2023; Carl et Hinz, 2024).

Selon Bednárová et Serpeninova (2023), au nombre des catégories centrales repérées dans la littérature sur la RNE (gouvernance numérique, pilotage stratégique, conseil d'administration et enjeux numériques dans les politiques de développement durable), la gouvernance doit pour eux prendre en compte l'hétérogénéité et complexité des écosystèmes numériques d'innovation, ainsi qu'un monde toujours plus interdépendant entre acteurs publics-privés-citoyens.

Au cœur de cette gouvernance se trouvent la transparence, la redevabilité et la traçabilité, comme le soulignent Carl et Hinz (2024) dans leur travail sur la conceptualisation des

activités de RNE. Ces auteurs elles-mêmes appellent à la mise en place de moyens de gouvernance éthique, notamment à travers l'appropriation de chartes internes, de comités de pilotage numérique, ou de rapports de responsabilité numérique, régulièrement publiés. Ces divers procédés permettent de rendre l'organisation responsable devant ses parties prenantes, en démontrant sa capacité à gérer les risques numériques.

D'un point de vue empirique, Napoli (2023) signale que certaines entreprises italiennes cotées en Bourse ont déjà passé à l'action, en mettant en œuvre des formes concrètes de gouvernance numérique responsable. Dans ce cadre, les conseils d'administration sont impliqués dans la gestion des enjeux environnementaux liés au numérique, mais aussi des responsables de la conformité numérique ont été nommés dans le cadre de la gouvernance d'entreprise. Ce lien entre gouvernance digitale et durabilité illustre la transversalité des responsabilités numériques et leur intégration nécessaire dans les instances.

D'autres chercheurs, comme Mihale-Wilson et al. (2022) proposent une gouvernance réflexive du numérique où il revient à l'ensemble des parties prenantes (y compris les consommateurs) de participer à la formulation et à l'évaluation des politiques numériques de l'entreprise. Cette posture vise à éviter une gouvernance descendante purement technocratique en intégrant des mécanismes d'inclusivité décisionnelle et de dialogue éthique.

Cette dimension de gouvernance est particulièrement critique dans le secteur des néobanques. En l'absence de l'agence physique ou du réseau humain traditionnel, la gouvernance numérique constitue, en effet, le principal vecteur de régulation interne, de conformité et de gestion de la confiance. Dès lors, la capacité des néobanques à établir des dispositifs de gouvernance transparents, participatifs et responsables constitue un facteur clé de légitimité et de différenciation dans un environnement hautement digitalisé.

#### **2.2.4 DIMENSION TECHNOLOGIQUE**

La dimension technologique constitue le socle technique sous-jacent à l'ensemble des pratiques RNE (responsabilité numérique des entreprises). Elle est le creuset des dispositifs, infrastructures et outils numériques investis d'enjeux éthique, juridique et organisationnel tout en constituant les vecteurs matériels de transformation inattendue. La pression de l'explosion des données, de l'intelligence artificielle, de l'automatisation de la décision et de la dématérialisation des services contraint les entreprises à redéfinir leur représentation de la technologie comme levier d'innovation au sens pleinement économique de l'expression et comme régulation et engagement responsables (Carl et Hinz, 2024; Cheng et Zhang, 2023; Lobschat et al., 2021; Napoli, 2023).

Pour Carl et Hinz (2024), les enjeux technologiques de la RNE intègrent d'abord la protection des données, la cybersécurité, la qualité algorithmique et la robustesse des systèmes. Ces auteurs insistent sur la nécessité de mettre au point des technologies capables d'assurer la confidentialité, la fiabilité et la résilience face aux menaces numériques montantes. La notion défendue par ces auteurs est bien une logique de confiance numérique, qui se fonde autant sur la sécurité technique que sur la transparence des infrastructures technologiques.

De la même manière, Lobschat et al. (2021) identifient la responsabilité technologique comme l'une des pierres angulaires de la RNE. Leur étude insiste sur la nécessité de prendre en charge, dans un cadre éthique de développement, les impacts sociaux des technologies, en intégrant les normes de conception responsable, et de limitation du risque d'usage abusif de la technologie comme principe fondateur de la conception. Ils soulignent que l'enjeu n'est pas seulement technique, mais bien sociotechnique.



Sur le registre organisationnel, Napoli (2023) s'inscrit cependant dans une exigence d'une politique de durabilité, de gestion de la consommation énergétique et de sobriété numérique appliquée aux outils numériques eux-mêmes, à leur gestion et sollicité dans la prise de décision sur les infrastructures numériques retenues, que ce soit en matière de choix de fournisseur, de data center ou de chaînes logicielles. La technologie est ainsi pensée non seulement comme un actif fonctionnel, mais aussi comme un actif à responsabilité sociale et environnementale.

Pour Cheng et Zhang (2023), la responsabilité doit interpeller dès les phases de conception et de déploiement technologique ; s'anticiper des usages, s'efforcer d'encadrer les expérimentations et de mettre en relation pratiques de développement et normes éthiques est d'autant plus une exigence croissante de la RNE. Cela permettrait de penser la technologie non plus comme une ressource à gérer, mais comme un objet de responsabilité.

Dans le cas des néobanques, la technologie prend toute sa spécificité. Ces institutions reposent quasi exclusivement sur les infrastructures numériques pour offrir des services, automatiser des échanges, traiter des données personnelles et financières. Leur capacité à argumenter la sécurité, la transparence et l'intégrité technologique de leurs plateformes constitue alors une condition de légitimation non négociable, au sein d'une clientèle éprise de confiance numérique.

### **2.2.5 DIMENSION SOCIALE**

La dimension sociale de la responsabilité numérique des entreprises (RNE) s'intéresse aux enjeux d'inclusion, d'équité, d'accessibilité et de respect des droits fondamentaux dans l'utilisation des technologies numériques. Elle renvoie aux manières dont les entreprises s'engagent à réduire les inégalités liées à la transformation numérique pour

permettre à tous, indépendamment de leur âge, de leur Sexe, de leur classe sociale, de leur culture numérique ou de leur origine géographique, de participer à la transformation numérique (Carl et Hinz, 2024; Herden et al., 2021; Kunz et Wirtz, 2024; Lobschat et al., 2021).

D'après Herden et al. (2021), la RNE ne peut s'envisager exclusivement à la lumière du numérique ou du réglementaire, mais doit facilement s'instituer sur la base d'une éthique sociale du numérique qui comprend également le numérique comme pouvant autant être facteur de progrès que facteur de fracture sociale. Ceux-ci réclament ainsi l'urgence d'un numérique équitable, notamment en rendant accessibles les services numériques aux publics fragiles, en adaptant les interfaces, en amplifiant l'accompagnement, mais aussi en veillant au respect des droits sociaux et humains dans les espaces digitaux.

Dans cette voie, Carl et Hinz (2024), évoquent le consumer empowerment comme étant la clé de la RNE. Il suppose non seulement de protéger les consommateurs contre les risques d'exploitation algorithmique ou d'orientations comportementales, mais aussi, de mettre à leur disposition des clés de compréhension, de contrôle, de personnalisation des expériences numériques. Cette responsabilisation du consommateur passe par l'introduction d'une pédagogie numérique, la simplification des politiques de confidentialité, mais également par le respect de l'individu dans son libre arbitre.

Pour leur part, Kunz et Wirtz (2024) analysent la dimension sociale de la RNE au prisme de la notion d'inclusion numérique. En effet, les entreprises doivent s'assurer que leurs pratiques numériques ne créent pas de « silences d'exclusion », notamment en cas de complexité excessive des processus, d'interface non adaptée, ou d'automatisation sans alternative humaine. Pour ces auteurs, la responsabilité sociale, dans le cadre numérique,

implique de garantir à tous un accès digne et égalitaire aux services digitaux, sous peine de discrimination directe ou indirecte.

D'un point de vue stratégique, Lobschat et al. (2021) rappellent que la RNE sociale est consubstantielle à l'enjeu de légitimité organisationnelle. Les entreprises qui sous-estiment les attentes sociales de leurs parties prenantes notamment en matière d'équité, de diversité et de traitement éthique s'exposent à un manque de confiance et à un désengagement de leurs usagers. Au contraire, les entreprises qui affichent des politiques proactives d'inclusion, de formation et d'accessibilité ont un réel et durable retour d'image.

Pour les néobanques, cette dimension sociale est d'autant plus déterminante qu'elles s'adressent à des populations parfois distantes des circuits bancaires traditionnels. Il leur revient de proposer des interfaces simplifiées, des services adaptés à tous les profils (personnes âgées, jeunes, personnes en situation de handicap, etc.) et un accompagnement humain en cas de difficulté. La dimension sociale de la RNE devient un levier stratégique pour tisser un fort lien de confiance avec des usagers potentiels réticents a priori, voire en situation de fracture numérique.

#### **2.2.6 DIMENSION ENVIRONNEMENTALE**

Pour les entreprises, la dimension environnementale de la responsabilité numérique est déterminée par les engagements, pratiques et politiques mis en œuvre par celles-ci pour réduire l'empreinte écologique du numérique et réussir une « transition numérique » compatible avec les enjeux du développement durable. Si le numérique a souvent été considéré comme immatériel, son empreinte écologique est bien tangible et plurielle : consommation énergétique des centres de données, obsolescence programmée des équipements, émissions de gaz à effet de serre liées aux solutions de cloud computing,

extraction de ressources rares pour la fabrication des terminaux (Bednárová et Serpeninova, 2023; Herden et al., 2021; Lobschat et al., 2021; Napoli, 2023).

La dimension environnementale doit être intégrée comme une composante indispensable de la RNE aux côtés de l'éthique et de la gouvernance (Lobschat et al., 2021). Ces auteurs plaident pour une conscience des coûts environnementaux du numérique et plus généralement pour l'intégration de principes de sobriété numérique au sein des stratégies des entreprises (réduction des flux de données, limitation des usages superflus, solutions d'écoconception logicielle, etc.).

Dans une optique de gouvernance, Napoli (2023) montre que certaines entreprises faisant le choix de la RNE ont mis en place des mécanismes explicites de responsabilité environnementale des technologies, notamment au sein de leurs conseils d'administration. Il s'agit alors de considérer les technologies numériques comme des entités à réguler écologiquement qui doivent impérativement intégrer la décision stratégique de l'entreprise. Cela réinscrit la durabilité digitale dans une obligation managériale et non plus dans une simple initiative de RSE.

Les auteurs Bednárová et Serpeninova (2023) à travers leur revue de la littérature qualifient pourtant de pilier du discours sur la RNE la durabilité, mais ils constatent que la dimension reste peu opérationnalisée par la suite : il semble fondamental de pouvoir disposer d'indicateurs pour pouvoir évaluer son effectivité.

Herden et al. (2021) dans cette perspective, insistent sur les effets externes environnementaux négatifs du numérique : surconsommation énergétique, fourniture de déchets électroniques, pollutions de la chaîne logistique de l'équipement numérique, etc. Pour eux, la mise en œuvre de la RNE doit être étendue à toute la chaîne de valeur technologique et s'engager, dès la sélection des fournisseurs, aux critères

environnementaux d'achat, à la conception des produits ou au mode de prestation de service.

Pour les néobanques, cette question prend une tournure stratégique croissante. Bien qu'il s'agisse d'une banque immatérielle, la néobanque mobilise des infrastructures numériques lourdes : des data centers, des infrastructures cloud, des logiciels, des terminaux. La responsabilité environnementale peut se décliner par le choix de partenaires numériques responsables, l'optimisation énergétique des applications, ou la sensibilisation des utilisateurs à la diminution de l'empreinte numérique personnelle. La durabilité numérique ne constitue dès lors pas seulement un enjeu éthique, mais également un facteur de différenciation dans un marché en fait de plus en plus sensibilisé aux enjeux écologiques.

### **2.3 APPLICATION DE LA RNE DANS LES NÉOBANQUES**

La mise en œuvre de la responsabilité numérique des entreprises (RNE) au sein des sociétés de services financiers numériques se révèle originale dans le cas des néobanques à travers leur intégration totale dans un monde digitalisé, la nature sans agences physiques de leur modèle, et l'organisation allégée, mais hautement technologique qui les caractérise, à l'ouverture générale sur un écosystème numérique en temps réel tout au long de la chaîne de valeur de la banque, à l'inverse des banques traditionnelles qui se sont, pour la plupart, saisies des technologies numériques en prolongement de leurs opérations bancaires dans la continuité d'un certain cadre institutionnel.

Dans ce contexte, les néobanques se trouvent confrontées à un triple enjeu : répondre à des exigences toujours plus fortes en matière de responsabilité numérique, conserver l'avantage concurrentiel de l'expérience client, et respecter des normes de plus en plus

contraignantes en matière égale de digital. Ce paradoxe structurel entre innovation rapide et responsabilité contrôlée constitue un enjeu stratégique (Mihale-Wilson et al., 2022).

Il est donc important d'affirmer que les néobanques doivent faire face à des contraintes de cybersécurité accrue, de gestion des données transparente et de principe éthique dans le design algorithmique (Liyanaarachchi et al., 2021). Leurs pratiques sont surveillées non seulement par les régulateurs, mais aussi par des consommateurs qui deviennent de plus en plus sensibles aux questions de vie privée, de neutralité algorithmique et d'inclusion numérique (Carl et al., 2024). Ces enjeux sont liés aux dimensions éthique, technologique, sociales et de gouvernance que nous avons précédemment développée, mais dans un cadre institutionnel où l'automatisation est souvent favorisée par rapport à l'action humaine.

En outre, l'absence d'ancrage physique laisse sans prise les néobanques pour utiliser certains leviers traditionnels de la responsabilité, tels que l'accompagnement client, la médiation sociale, la proximité territoriale... La dématérialisation les amène à concevoir des modes d'engagement responsable alternatifs, par exemple, des chartes de bonne conduite numérique, des comités d'éthique internes, ou la création de labels ou de certifications liés à la RNE.

Finalement, de nombreuses critiques se font jour au sujet des divergences entre la notation affichée et les pratiques réelles des néobanques, notamment en matière d'écoblanchiment numérique, ou de surexpositions marketing des valeurs éthiques. Cela pose la question pour ces acteurs, dès lors, d'inscrire la RNE comme un levier et pas seulement de communication d'outil ou de différenciation commerciale, mais dans une logique de transformation cohérente, les assistantes avec leur responsabilité sociale, environnementale et planétaire.

Par conséquent, faire entrer la RNE dans les néobanques ne peut se comprendre comme une simple reprise du modèle à la fois existant et traditionnellement applicable aux banques, mais nécessite une nouvelle réflexion sur la façon dont sont bâties la légitimité, sont assumé les externalités et la valeur des organisations purement digitales en un environnement complexe, interconnecté, mais évolutif (Jelovac et al., 2022).

### **2.3.1 SPÉCIFICITÉS STRUCTURELLES DES NÉOBANQUES**

Les néobanques s’opposent aux banques traditionnelles et aux fintechs hybrides par leur structure organisationnelle entièrement dématérialisée et leur architecture numérique centrée sur l’utilisateur. Leurs capacités de rester totalement dépourvues d’infrastructure physique, sauf peut-être un siège administratif ultra-minimal, leur permettent d’opter pour un modèle mobile-first, qui dédie prioritairement les services bancaires aux interfaces mobiles (Carl et al., 2024). Ce choix favorise la réactivité, l’instantanéité de l’interaction et la simplification du parcours client, et repose sur une dépendance à la technologie accrue aux modules, surtout les API ouvertes.

Ces spécificités donnent aux néobanques l’opportunité de se glisser rapidement dans des écosystèmes numériques interconnectés, en intégrant des services externes (outils de budget, d’assurance, cryptoactifs), ce qui leur confère une agilité stratégique remarquable. Toutefois, cette architecture ouverte pose également des problèmes de gouvernance des données, de sécurisation des flux, et de responsabilité partagée entre différents acteurs technologiques (Jelovac et al., 2022; Mihale-Wilson et al., 2022).

Par ailleurs, la structure interne des néobanques repose généralement sur une forte automatisation des processus, avec une utilisation prégnante de l’intelligence artificielle dans la gestion des opérations, l’analyse des comportements ou la détection des fraudes, minimisant souvent la place de l’humain dans la relation bancaire, avec des enjeux

importants en matière d'inclusion numérique et d'éthique algorithmique (Herden et al., 2021).

De ce fait, les caractéristiques structurelles des néobanques que constituent leur immatérialité, leur logique API-centric, leur mobile-first attitude constituent autant d'éléments qui vont conditionner les modalités d'intégration de la RNE, dans la mesure où ils ouvrent des champs des possibles d'action distincts de ceux qui relèvent des institutions financières traditionnelles. Leur architecture technologique est un levier d'innovation à plus d'un titre, mais en même temps la place d'un terrain de fragilité, où la responsabilité numérique n'a pas à être conçue comme une simple possibilité d'intégration ex post, mais comme un principe de conception qui doit s'imposer dès l'émergence de nouveaux besoins.

### **2.3.2 DÉFIS D'INTÉGRATION DE LA RNE DANS LES NÉOBANQUES**

La mise en place de la responsabilité numérique des entreprises dans les néobanques repose, comme on vient de le développer, sur des contraintes opérationnelles et stratégiques, sans que l'on puisse en faire une simple transposition des principes appliqués aux banques traditionnelles. En raison de leur nature même, hautement digitales, les néobanques évoluent dans un environnement technologique très agile, mais souvent peu en phase avec les besoins de transparence, de redevabilité et de contrôle requis par une RNE des plus rigoureuses.

On peut identifier un certain nombre de nouveaux défis à ce stade. D'abord, comme on l'a déjà mentionné, la nature même des néobanques les amènerait à innover rapidement pour mieux se défendre dans le secteur concurrentiel où elles évoluent, souvent en intégrant de nouveaux outils algorithmiques, parfois au péril de l'audibilité intégrale vers laquelle elles devraient tendre (Carl et Hinz, 2024). Un espace de tension pourrait alors



particulièrement s'installer entre vitesse d'innovation et respect des pratiques responsables, en particulier dans les domaines des biais algorithmiques, de la neutralisation de l'ensemble des données à caractère sensible, ou de la transparence sur les critères d'élaboration des décisions.

D'abord, la partie ascendante des profits des néobanques est fondée sur la monétisation des données utilisateurs. Cela représente une source de risques renforcés concernant la sécurité, la confidentialité et l'éthique de la gestion de l'information. Seule une disposition explicite encadrant le consentement, la portabilité et l'attribution des responsabilités algorithmiques, leur usage ne devrait pas se contenter d'un cadre éthique peu contraignant, ils devraient prévaloir dans le cas de l'appropriation des données d'un client par une entité tierce (Liyanaarachchi et al., 2021) si l'information tenait la promesse d'une banque plus éthique.

De plus, l'environnement réglementaire dans lequel évoluent les néobanques n'est pas nécessairement propice à leur fonctionnement. Non seulement elles sont tributaires des API ouvertes, des partenaires externes, mais la mise en œuvre de politiques de responsabilité numérique claires demeure complexe en raison de la porosité des frontières entre les différents acteurs (Jelovac et al., 2022). En cas de transgression des exigences éthiques, de violation des données, la question de l'assignation des responsabilités reste floue dans les configurations où différents prestataires techniques sont engagés dans le parcours client.

Les néobanques doivent faire face à une préoccupation sociétale croissante pour l'éthique et la responsabilité, en termes notamment de demande de transparence, d'inclusivité, et de respect de valeurs sociales dans la conception des services. Or, en dépit d'une position éthique souvent affichée au niveau de la communication, certaines néobanques peinent à

mettre en relation leurs engagements affichés avec des actions concrètes et mesurables (Carl et Hinz, 2024), exposant au risque de réputation d’être dans une situation dissonante.

Ces enjeux ne sont pas seulement techniques ou réglementaires, mais avant tout stratégiques. Ils nécessitent que les néobanques aient une vision intégrée de la RNE qui traverse les silos fonctionnels et irrigue l’ensemble de la chaîne de valeur numérique, de la conception des services à la relation client et à la reddition de comptes.

### **2.3.3 IMPACTS DES SPÉCIFICITÉS DES NÉOBANQUES SUR L’APPLICATION DES DIMENSIONS DE LA RNE**

Les particularités structurelles et fonctionnelles des néobanques telles que l’absence de guichets physiques, une architecture mobile-first, une forte dépendance aux API ouvertes, une automatisation des processus... soulèvent des enjeux particuliers en matière d’application des cinq dimensions de la responsabilité numérique des entreprises. Dans quelle mesure ces caractéristiques imposent-elles une adaptation du modèle conceptuel retenu ou renforcent telle ou telle dimension par rapport à d’autres, nous paraît une question pertinente à aborder dans cette section.

#### **✓ DIMENSION ÉTHIQUE**

Contrairement à un monde où tout est automatisé et où les comportements des utilisateurs sont analysés, la dimension éthique se révèle particulièrement centrale dans un monde automatisé et tourné vers les données. Utiliser l’IA pour gérer les opérations, recommander des produits financiers ou détecter des fraudes questionne la transparence des algorithmes, l’équité des recommandations automatiques et la prise de décision automatisée (Carl et Hinz, 2024; Herden et al., 2021), ne pas proposer de solutions humaines en cas de litige algorithmique lorsque c’est un robot qui détermine une action

dans le cadre d'une relation commerciale automatique renforce le risque d'injustice perçue par le client par rapport à un service plus traditionnel où l'humain peut reprendre la main, ce qui fait que l'éthique ne peut pas être considérée comme une simple dimension parmi d'autres, mais s'impose comme une condition de la légitimité de l'algorithme.

#### ✓ **DIMENSION DE GOUVERNANCE**

Les modalités de mise en œuvre de l'économie numérique sont à repenser. En effet, les néobanques coopèrent généralement avec un nombre important et varié (fournisseurs d'infrastructures cloud, API de services d'un nombre varié de prestataires, agrégateurs financiers), les responsabilités sont davantage partagées (Jelovac et al., 2022). Une gouvernance claire, traçable et responsable des données et des processus devient donc plus complexe. En conséquence, la gouvernance de la RNE ne peut désormais plus reposer uniquement sur une politique interne à l'institution, mais doit être fondée sur une coordination multiacteurs et la mise en place de mécanismes de conformité partagée.

#### ✓ **DIMENSION TECHNOLOGIQUE**

L'aspect technologique, au cœur de l'ensemble des dispositifs RNE, est tout particulièrement important pour les néobanques. L'adossement à des systèmes numériques natifs (cloud, API, plateformes de smartphones, etc.) les rend vulnérables aux survenances des cyberrisques, mais également à la dissonance entre nouvelle technologie et responsabilité (Liyanaarachchi et al., 2021). La logique des cycles de développement courts (devOps) tend à promouvoir l'urgence au détriment de la solide assise éthique et sociale des technologies mises en œuvre. Il est donc impératif de faire entrer dans l'ajustement des systèmes informatiques des dimensions éthiques dès la phase de conception technologique (digital ethics by design).

#### ✓ **DIMENSION SOCIALE**

La dimension sociale est souvent oubliée dans le discours sur les néobanques. Or, l'absence d'agences physiques et la mise au pas de l'ensemble des interactions peuvent contribuer à aggraver l'exclusion numérique, y compris pour les publics les plus en difficulté ou moins technophiles. Les néobanques doivent articuler des mécanismes d'inclusion numérique, qu'il s'agisse de l'accessibilité mobile, de la simplicité, de la convivialité, des interfaces ou d'une forme de support humain alternatif, pour s'assurer que leurs services ne sont pas aggravants de nouvelles inégalités (Carl et al., 2024).

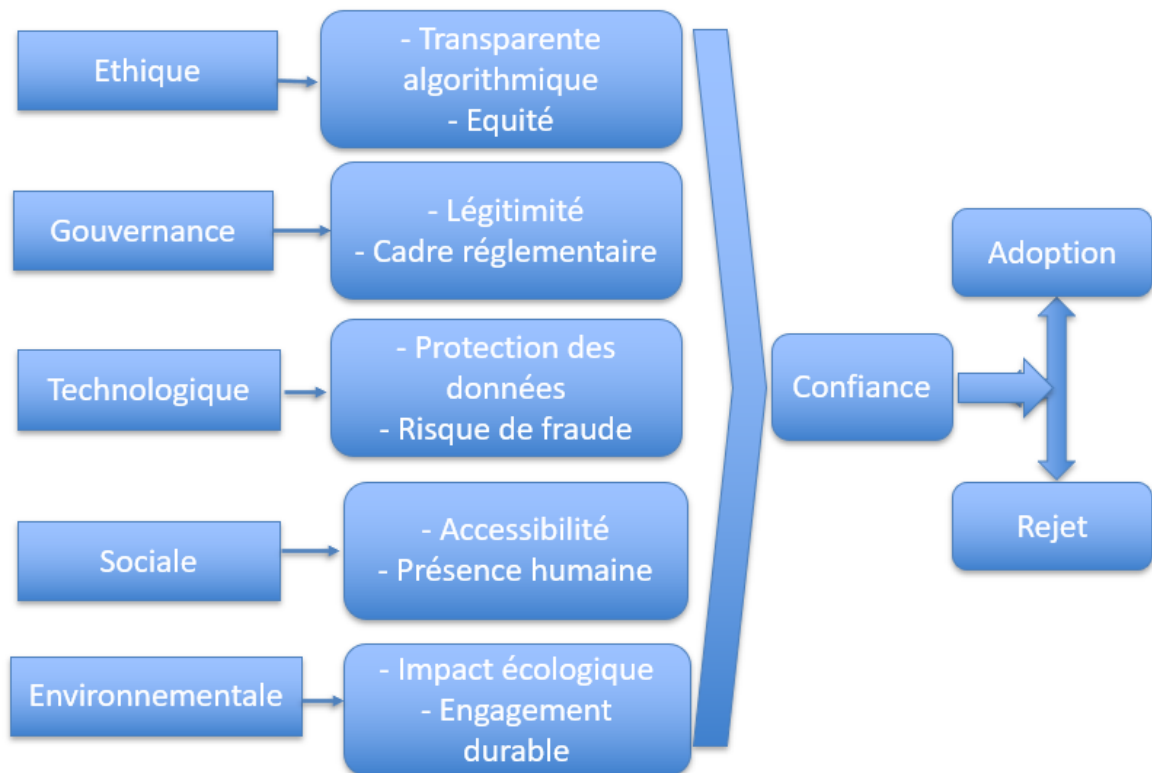
### ✓ **DIMENSION ENVIRONNEMENTALE**

Pour conclure, peut-on dire que la dimension environnementale, si elle apparaît parfois comme un argument marketing des néobanques, reste souvent floue dans sa mise en pratique. Si l'absence de points de contact physiques semble réduire l'empreinte écologique, elle est, paradoxalement, compensée par une intensification des usages numériques, une dépendance plus forte aux datacenters de l'écosystème numérique, et un grand usage énergétique des modalités techniques cloud (Napoli, 2023). Il devient donc nécessaire de distinguer les réelles prises de position des effets d'affichage, et d'élargir les indicateurs de sobriété numérique.

Les néobanques, du fait de leur architecture technologique spécifique, n'épousent pas uniformément les cinq dimensions de la RNE. Certaines dimensions, notamment l'éthique, la gouvernance et la technologie deviennent particulièrement sensibles dans ce contexte. D'autres en revanche, comme la dimension sociale ou environnementale, requièrent des ajustements dans leur inventivité et leur crédibilité pour être directement mises en œuvre.

### 2.3.4 SCHÉMA CONCEPTUEL

FIGURE 1 : MODELE VISUEL



Le schéma ci-dessus présente le modèle conceptuel mobilisé dans ce mémoire pour analyser la Responsabilité Numérique des Entreprises dans le contexte des néobanques. Les cinq dimensions retenues de la RNE (éthique, gouvernance, technologique, sociale et environnementale), sont chacune associées à des perceptions spécifiques chez les non-utilisateurs : la dimension éthique renvoie à la transparence algorithmique et à l'équité , la gouvernance à la légitimité perçue et à la clarté du cadre réglementaire , la dimension technologique à la protection des données et aux risques de fraude , la dimension sociale à l'accessibilité des services et à la présence humaine, et la dimension environnementale à l'impact écologique et à l'engagement durable affiché par des néobanques.

L'ensemble de ces perceptions contribue à structurer le niveau de confiance numérique accordé aux néobanques. Lorsque les perceptions associées aux différentes dimensions de la RNE sont jugées favorables (par exemple une gouvernance claire, une technologie

sécurisée, une relation sociale accessible et un engagement environnemental crédible), la confiance tend à se renforcer et à favoriser l'adoption des néobanques. À l'inverse, les perceptions négatives ou incertaines fragilisent la confiance et alimentent des attitudes de rejet. Ce modèle conceptuel joue ainsi un rôle de boussole : il articule les dimensions théoriques de la RNE et les perceptions des non-utilisateurs, et éclaire le cheminement qui conduit à l'adoption ou au refus des services néo-bancaires.

## **2.4 AVANTAGES ET LIMITES DE L'APPLICATION DE LA RNE AU SEIN DES NÉOBANQUES**

### **2.4.1 AVANTAGES DE LA RNE AU SEIN DES NÉOBANQUES**

Au cœur d'un environnement bancaire en pleine mutation, intégrer la responsabilité numérique des entreprises dans les modèles opérationnels des néobanques est un puissant levier stratégique à plusieurs niveaux. Les néobanques, à l'opposé des banques traditionnelles, reposent sur une infrastructure totalement numérique, entièrement automatisée, reposant sur un traitement intensif des données, et une interface client quasi totalement dématérialisée qui polarise le rapport client- entreprise et aiguissent avec acuité les attentes en matière de sécurité, d'éthique et de confiance (Liyanaarachchi et al., 2021). La RNE est bien une réponse au nouveau rapport relationnel, à cette nouvelle technique de fonctionnement et à la nouvelle régulation de ce modèle bancaire émergé en rupture avec le passé.

L'une des plus courantes appréciations dans la littérature est la confiance numérique des clients. Dans un environnement désintermédié, voire algorithmique, où l'interaction humaine cède sa place à des algorithmes et des interfaces, la providence d'une néobanque à prouver qu'elle agit de manière responsable au numérique et devient une condition de légitimité. Carl et Hinz (2024) soulignent que les engagements des néobanques concernant l'éthique des données, la transparence des algorithmes et la cybersécurité sont

des éléments structurants de la confiance es usagers. Ce besoin est particulièrement présent chez les jeunes utilisateurs technophiles, mais soucieux que les droits numériques soient respectés. L'adhésion à des principes de RNE permet ainsi de pallier le déficit de confiance, souvent lié à l'absence de structure physique (Carl et al., 2024).

En second lieu la RNE apparaît comme un avantage concurrentiel différenciant dans un marché bancaire très homogénéisé technologiquement. Les technologies de base des néobanques sont pratiquement identiques (applications mobiles, API ouvertes, *Cloud Computing*) et même les innovations fonctionnelles sont difficiles à mettre en avant dans l'univers des applications. La signature d'un engagement explicite en faveur de la responsabilité numérique permet aux néobanques de positionner leur offre sur de fortes valeurs sociétales comme la protection des données personnelles, la sobriété numérique ou l'accès inclusif. Mihale-Wilson et al. (2022) attestent que les néobanques ayant formalisé une stratégie de RNE sont perçues de manière plus positive par les consommateurs à propos du discours éthique tenu par la banque et la réalité des pratiques numériques mises en œuvre. Cela constitue un atout réputationnel durable dans un secteur où la confiance est indispensable là où la solvabilité des clients est toujours aléatoire.

De plus, la RNE peut servir les enjeux de résilience réglementaire des néobanques. En effet, ces dernières évoluent dans un cadre légal de plus en plus complexe, marqué par l'entrée en vigueur de réglementations en matière de protection des données (RGPD), de gouvernance de l'intelligence artificielle, ou de transparence des services financiers numériques. Jelovac et al. (2022) affirment que les néobanques qui structurent leurs gouvernements en intégrant la RNE notamment au travers de l'adoption de politiques internes sur l'usage éthique des technologies ou de la production de rapports de transparence seront plus à même d'anticiper et d'intégrer les régulations nouvelles. Cette

posture proactive limitera les risques de non-conformité, protégera des sanctions, et affichera une image responsable vis-à-vis des parties prenantes institutionnelles.

En dernier lieu, et d'un point de vue stratégique, la RNE favorise l'innovation responsable en incluant dans le processus de conception numérique (digital ethics by design) les enjeux éthiques, sociaux et environnementaux afin que les néobanques puissent développer des solutions qui répondent à la fois aux besoins des clients et aux enjeux de durabilité (Hartley et al., 2024). Cela permet de réduire non seulement les risques techniques et réputationnels, mais aussi d'explorer de nouveaux relais de croissance, à l'exemple du ciblage de la clientèle sensible à la justice numérique, à l'inclusion bancaire ou à l'écoconception des services numériques.

#### **2.4.2 LIMITES DE L'APPLICATION DE LA RNE AU SEIN DES NÉOBANQUES**

Malgré les opportunités indéniables ouvertes par la RNE pour les néobanques, son adoption effective peut se heurter à des limitations structurelles et opérationnelles. Ces limitations, non seulement freinent la compréhension du concept, mais également son opérationnalisation concrète et sa réception par les acteurs impliqués.

Un premier obstacle repose sur la substantielle faible standardisation des pratiques, et l'absence de cadres normatifs spécifiquement dédiés aux néobanques. Tout comme les soulignent Mihale-Wilson et al. (2022), la RNE est encore un concept relativement peu mature, et en cours de structuration, provoquant une très grande hétérogénéité des approches des établissements financiers digitaux. Certaines néobanques peuvent ainsi revendiquer des engagements de responsabilité numérique, sans qu'il existe de référentiel normatif permettant d'en vérifier la cohérence ou l'impact réel. Or, cela a pour effet de



compromettre la comparabilité entre acteurs et la rigoureuse évaluation de leurs engagements.

Ensuite, les néobanques sont exposées à un risque de décalage entre discours et pratiques, qui se voit en particulier dans les stratégies de communication éthique. Carl et Hinz (2024) observent que certaines institutions affichent fièrement des valeurs fortes autour de la transparence, de la durabilité numérique, de l'inclusion, tout en faisant preuve, dans la réalité de leurs pratiques professionnelles, d'un manque d'intégration des principes énoncés en objectifs réels de leurs processus technologiques. Ce phénomène qualifié aussi d'ailleurs d'écoblanchiment numérique (ou digital greenwashing), fragilise la crédibilité des engagements et met en lumière, dans certains cas, l'incapacité des organisations à les concrétiser, alimentant ainsi une méfiance croissante de la part des consommateurs les plus avertis.

En outre, la mise en œuvre de la RNE se heurte souvent à des tensions internes inhérentes à l'agilité organisationnelle des néobanques. Ces dernières en effet sont par essence, des entreprises agiles, orientées plus dans un souci d'accélération du pouvoir d'innovation, et d'une capacité de réponse rapide aux attentes du marché. Or, l'instauration d'une gouvernance numérique responsable s'accompagne de mécanismes de contrôle, d'auditabilité, et de redevabilité qui peuvent éventuellement contrarier la culture de flexibilité (Liyanaarachchi et al., 2021) ou faire subir au sein de l'entreprise une tension entre circuit d'exécution des performances numériques, et circuit d'exécution des valeurs éthiques.

Finalement, les auteurs comme Jelovac et al. (2022) pointent l'absence d'indicateurs spécifiques pour rendre tangibles les retours sur les actions de RNE. Bien que les indicateurs de performance financière ou de satisfaction client traditionnelle soient bien

ancrés, ceux relatifs à la responsabilité numérique restent vagues ou trop qualitatifs ; leur manque de matérialisation limite les possibilités de pilotage stratégique de la RNE et en restreint son inclusion dans les tableaux de bord élaborés par les néobanques.

Pour conclure, même si les néobanques semblent un terreau propice pour la mise en œuvre de la RNE, celles-ci souffrent de limites non négligeables. Elles doivent conduire à une redéfinition des référentiels, à une clarification des indicateurs d'évaluation et à une pleine intégration des principes éthiques au sein du processus d'innovation digitale.

Ce chapitre nous a permis de poser une solide assise conceptuelle et théorique autour de la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE), notamment dans le cadre des services financiers numériques offerts par les néobanques, grâce à une revue de littérature largement tournée vers des travaux scientifiques récents. Ainsi, nous avons permis de cerner la notion de RNE en explicitant ses cinq dimensions clairement identifiées (éthique, gouvernance, technologique, sociale et environnementale) qui, émergées d'une analyse croisée des travaux de la littérature spécialisée, constitueront un cadre d'analyse pour évaluer les pratiques numériques des néobanques dans un environnement marqué par une forte innovation technologique et des attentes sociétales en matière de responsabilité.

Ensuite, la délimitation conceptuelle des cinq dimensions centrales de la RNE a révélé, dans le corpus des travaux en miroir, leur richesse et leur variété. La mise en réseau et croisée des champs des publications issues des bibliographies retenues a permis de dégager un noyau commun des pratiques et des principes sans dégager un cadre unique ou universel. De même, la comparaison des articles de la revue des littératures des différentes disciplines, combinées à la visualisation des enjeux partagés, ont permis d'enliser certaines préoccupations entre champs des savoirs, à l'image de la transparence

algorithmique, de la justice numérique, des pratiques éthiques et responsables de nos rapports avec nos données ou de l'impact environnemental de l'écologie numérique.

Le secteur néobanque se distingue également à cet égard. En effet, les caractéristiques structurelles des néobanques (absence de réseau physique et dépendance à certaines API notamment) influencent la mise en œuvre de la responsabilité numérique. D'une part, la technologie peut s'avérer être un avantage concurrentiel dans la mesure où elle permet d'améliorer la performance économique et technique des néobanques, d'autre part, cette technologie peut également faire peser des tensions sur la performance économique et éthique de celles-ci. La responsabilité numérique peut également faire figure de facteur de confiance d'un point de vue de l'image de marque, en ce sens qu'elle pourrait être un levier d'innovation et de différenciation. La responsabilité numérique reste cependant limitée par le risque de dissonance communicationnelle entre le dire et le faire soulevé par l'absence de référentiels normatifs sectoriels, et par la difficulté pratique à évaluer l'impact concret de la pratique.

En somme, nous avons mis en exergue les enrichissements conceptuels et les zones de recherche encore peu investies. Peu d'études empiriques se sont centrées spécifiquement sur les manières dont les consommateurs perçoivent les néobanques dans le cadre de la RNE, très peu ont mis en confrontation les intentions de ces acteurs avec la réalité des pratiques que les usagers sont en mesure de vivre. De plus, la question de l'adaptabilité des dimensions de la RNE aux environnements néo-bancaires mériterait d'être davantage investiguée.

Cela correspond à la démarche du chapitre suivant. Il se propose ainsi, capitalisant sur les constats établis dans cette synthèse théorique, de présenter la démarche méthodologique adoptée pour explorer empiriquement les enjeux identifiés. Ce chapitre se penchera sur

la posture épistémologique, les modalités de recueil des données ainsi que les critères d'analyse sur la façon dont les consommateurs perçoivent, attendent et expriment de possibles réserves dans leurs rapports à la responsabilité numérique des néobanques.

## **CHAPITRE 3 :**

### **MÉTHODOLOGIE**

#### **3 MÉTHODOLOGIE**

##### **3.1 POSTURE ÉPISTÉMOLOGIQUE ET APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE**

Cette présente recherche prend place dans une posture épistémologique interprétative qui sous-tend une construction sociale de la réalité par le biais des interactions et significations que les individus confèrent à leurs expériences (Carl et Hinz, 2024). En se plaçant dans ce cadre, l'objectif n'est donc pas de rechercher des lois générales applicables à tous les cas des organisations numériques, mais de saisir plus profondément la manière dont vont se percevoir, s'interpréter et se donner sens les pratiques numériques des néobanques en matière de responsabilités.

L'interprétativiste, comme approche, est particulièrement adapté à l'étude de la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) dans la mesure où, étant encore en construction dans la littérature scientifique, elle fait l'objet de modalités différentes en fonction des contextes, des acteurs, des perceptions ou des intérêts en jeu (Bednárová et Serpeninova, 2023). Ce n'est pas une réalité unique, objectivable, mais un ensemble de pratiques, et de représentations en relation, des rapports à instaurer tant entre les utilisateurs que les techniques numériques et les institutions financières (Lobschat et al., 2021).

Dans ce cadre, le recours à une méthodologie qualitative s'impose, car elle permet d'appréhender la complexité des attentes, des motivations et des freins des non-utilisateurs des néobanques, à l'aune des enjeux de la RNE. L'objectif est de ne pas se

contenter d'un quantitatif, mais de comprendre directement la pluralité des significations sociales qui lui sont données à partir des discours recueillis (Kunz et Wirtz, 2024). De cette manière, il est possible de porter un regard critique sur les divergences entre les valeurs préconisées par les entreprises financières numériques et les expériences escomptées et vécues par les usagers potentiels.

### **3.2 STRATÉGIE DE COLLECTE DES DONNÉES**

La collecte de données repose sur une démarche qualitative qui vise à explorer les représentations sociales et attentes des non-utilisateurs de néobanques en matière de RNE. Cibler cette population est un moyen de saisir les freins, motivations et conditions d'adhésion à des services de bancarisation numérique à l'heure où la RNE est une condition de légitimité et de différenciation (Carl et Hinz, 2024). Les non-utilisateurs sont une catégorie stratégique : leur potentiel d'adoption doit pouvoir bénéficier d'un niveau suffisant de confiance, de lisibilité des pratiques numériques et de perception éthique (Vo Thai et al., 2024).

Les participants sont exclusivement des personnes de 18 ans et plus, habitant le Canada et n'ayant jamais souscrit aux services d'une néobanque. Le critère de non-utilisation a été vérifié lors du recrutement effectué par l'intermédiaire d'une agence de recherche marketing mandatée pour identifier des répondants qui correspondent au profil recherché.

Une recherche de profils sociodémographiques variés (genre, âge, position professionnelle, familiarité numérique) a été menée pour couvrir un large éventail de perceptions (Herden et al., 2021). L'échantillon final se compose de 20 personnes. Il comprend des étudiants universitaires, retraités, enseignants, ainsi que des travailleurs issus de divers secteurs tels que la communication, l'administration et d'autres services. Cette diversité de profils avait pour objectif d'interroger une pluralité d'expériences et de

représentations autour de la RNE dans le secteur bancaire. La phase de collecte de donnée a été arrêtée lors de l'atteinte du point de saturation théorique.

Le dispositif de collecte a été construit autour de deux formats complémentaires. D'une part, quinze entretiens individuels semi-directifs d'une durée comprise entre 1 heure et 1 heure 30, ont été fait pour explorer dans un cadre intimiste une grande place à la libre expression individuelle, pour s'engager dans une exploration approfondie des représentations, expériences de relation bancaire ou croyances associées à la responsabilité numérique. D'autre part, on a réalisé un entretien de groupe, réunissant cinq participants et d'une durée de 2 heures 30 à 3 heures, pour s'orienter vers une dynamique d'interaction collective optimale pour mettre à jour des convergences, tensions ou divergences de points de vue, afin de mieux cerner certaines thématiques à partir des échanges croisés des répondants.

Les entretiens ont été réalisés à partir d'un guide d'animation préalablement structuré, afin d'assurer l'exploration systématique des thématiques d'intérêt tout en conservant la flexibilité nécessaire aux approches interprétatives. Le guide est organisé en plusieurs sections progressives partant des usages bancaires généraux, pour se diriger vers les perceptions des néobanques, les critères de confiance dans les services numériques, puis les perceptions des engagements responsables des nouveaux acteurs financiers. Une section particulière est dédiée à l'examen des cinq dimensions de la RNE (éthique, technologique, gouvernance, sociale et environnementale) (Bednárová et Serpeninova, 2023; Lobschat et al., 2021) , tout en faisant appel à l'avis subjectif des participants sur leur pertinence, leur visibilité et leur crédibilité. Une activité brise-glace a été intégrée en début d'entretien afin de poser un climat de confiance, de diminuer l'effet de l'observation et d'obtenir un engagement actif des répondants.

Les modalités d'enregistrement ont été rigoureusement encadrées par un protocole éthique validé par le comité d'éthique de la recherche de l'UQAC (certificat n° 2022-1083). Tous les participants ont donné leur consentement libre, éclairé et écrit, après avoir été informés des objectifs de la recherche, des conditions de participation, des possibilités de se retirer à tout moment et des mesures mises en place pour assurer leur confidentialité. Les enregistrements audios ont été effectués au moyen de dispositifs sécurisés et les fichiers ont été stockés sur des espaces protégés, accessibles uniquement au chercheur. L'ensemble des transcriptions a ensuite été anonymisé afin de garantir l'intégrité éthique du traitement des données. Ces matériaux textuels servent de base à l'analyse thématique présentée dans la section suivante.

### **3.3 MÉTHODE D'ANALYSE DES DONNÉES**

Dans le respect de la posture interprétative adoptée dans le cadre de cette recherche, l'analyse des données est basée sur une approche thématique inductive, méthode particulièrement pertinente pour appréhender la manière dont les participants construisent leur sens à partir de leur propre discours (Carl et Hinz, 2024; Lobschat et al., 2021). Cette approche permet d'identifier des régularités, des oppositions et des configurations de sens au sein des propos recueillis, sans recourir à une grille d'analyse a priori, afin de conserver au maximum l'ancrage des données dans l'empirique et le contextuel (Bednárová et Serpeninova, 2023). L'objectif d'une telle approche est d'appréhender comment les non-utilisateurs de néobanques envisagent les engagements numériques des institutions financières et comment ils articulent leurs représentations aux cinq dimensions de la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) mobilisées dans notre cadre conceptuel (Herden et al., 2021).

Le processus analytique s'est articulé en plusieurs étapes disciplinées. Tout d'abord, tous les entretiens ont fait l'objet d'une retranscription intégrale, suivie d'une relecture



itérative en vue de s'immerger totalement dans la donnée et de se familiariser avec le corpus (Kunz et Wirtz, 2024). Il a ensuite été procédé à une phase de codage ouvert, consistant à étiqueter sémantiquement les extraits de discours significatifs sans aucun a priori théorique, sur la seule base des formulations des participants (Elliott et al., 2021), étape qui a permis de cartographier une première série de thèmes émergents, liés à des problématiques telles que la sécurité, la transparence, la perception de l'éthique ou la confiance en les technologies bancaires numériques (Liyanarachchi et al., 2021).

Dans un second temps a été menée l'opération de regroupement thématique consistant à structurer dans des catégories plus larges regroupant les codes initiaux et les axes d'analyse. Cette structuration a été opérée dans la confrontation des extraits de discours, mais également en les rapportant aux dimensions conceptuelles de la RNE (Bednárová et Serpeninova, 2023; Lobschat et al., 2021). Ce travail a permis d'extraire suffisamment d'éléments révélateurs des attentes explicites et implicites des non-utilisateurs envers les néobanques, mais également de leurs zones de doute, de tensions internes et de conditions jugées essentielles pour projeter un avenir serein en tant qu'adhérent à ces nouveaux banquiers (Vo Thai et al., 2024).

Une attention particulière a été accordée aux relations entre les catégories dans le cadre de l'analyse, notamment la manière dont la perception d'un engagement environnemental peut renforcer ou fragiliser la confiance globalement accordée à une néobanque au travers d'éléments significatifs pour le consommateur, en fonction de l'impression de cohérence qu'il perçoit entre discours marketing et pratiques numériques (Napoli, 2023). Cette interprétation transversale nous place en position de dégager des typologies de représentations et des nœuds de sens mettant en lumière des dynamiques sociales à l'œuvre dans les rapports au numérique bancaire.

Durant l'ensemble de ce parcours analytique, des mémos ont été rédigés pour consigner les réflexions de la chercheuse, les hésitations d'interprétation, l'esquisse de quelques hypothèses... ce qui est préconisé dans les recherches qualitatives, pour construire une démarche réflexive qui permette d'augmenter la traçabilité de l'analyse et d'assumer la part de subjectivité qui compose toute approche interprétative (Herden et al., 2021). L'ensemble de notre analyse n'a cessé d'être porté par notre recherche constante de rigueur, de cohérence et de justesse aux discours des participants, dans un cadre de production de connaissance ancrée dans l'expérience vécue et socialement située des individus (Carl et Hinz, 2024).

### **3.4 OUTIL NUMÉRIQUE UTILISÉ**

Pour cette recherche, une analyse thématique au préalable a été réalisée avec Microsoft Excel. L'utilisation d'Excel a permis de construire manuellement une matrice détaillée, facilitant ainsi un contact direct et continu avec les données, qui est devenue la colonne vertébrale de ce travail. Cette matrice a permis de classifier et de hiérarchiser les informations des trente articles retenus, selon huit thèmes, définis dans le cadre conceptuel. Chaque thème a été ensuite décliné en sous-catégories, facilitant la mise en évidence des idées clés de chaque article que l'on a ensuite pu mettre en regard les unes des autres.

Dans la continuité du travail amorcé avec Excel, l'analyse qualitative a été approfondie au moyen du logiciel Nvivo, qui a permis de structurer de manière systématique et transparente les différentes étapes du processus de codification. L'ensemble des transcriptions des non-utilisateurs a d'abord été soumis à un codage ouvert directement dans Nvivo : chaque segment de discussion jugé pertinent a été isolé puis associé à un nœud initial représentant une idée, une perception ou une récurrence thématique émergente. Ces premiers nœuds traduisaient, entre autres, des éléments tels que la peur

du piratage, le manque de transparence, la méfiance envers les applications bancaires, l'importance accordée au contrôle des données personnel, ou encore le besoin d'une meilleure compréhension des fonctions numériques proposées par les néobanques. À ce stade, l'objectif était de rester au plus proche des formulations des participants afin de rendre compte fidèlement de la diversité et de la nuance de leur représentation.

Une seconde étape de codification axiale a ensuite été réalisée afin d'organiser ces nœuds initiaux en catégories plus larges. NVivo a permis d'établir des relations entre les différents codes, de repérer les cooccurrences, et de structurer progressivement l'ensemble sous la forme des nœuds hiérarchisés. Les nœuds parents regroupaient ainsi des catégories conceptuelles majeures, tandis que les nœuds d'enfants en précisaient les sous-dimensions. Par exemple, un nœud parent tel que « Confiance, sécurité et protection des données » regroupait plusieurs nœuds d'enfants liés à la peur du piratage, au manque de contrôle sur les données, à la crainte de surveillance ou encore à la faible transparence perçue des pratiques numériques. Cette structuration hiérarchique a également concerné des catégories telles que l'éthique et la gouvernance, l'accessibilité et la qualité de service, la littératie numérique ou encore les perceptions liées à l'engagement social ou environnemental des acteurs bancaires numériques. Ce processus de regroupement a permis de rendre compte des dynamiques internes aux discours, en identifiant les conditions, tensions, points d'opposition ou cohérences internes qui traversent les représentations des non-utilisateurs.

Une troisième étape, correspondant au codage sélectif, a enfin permis d'identifier les catégories centrales structurant l'ensemble du corpus. Les différents regroupements issus du codage axial ont été consolidés en un ensemble cohérent des thèmes finaux, représentant les dimensions les plus saillantes des perceptions des non-utilisateurs face aux néobanques. Des thèmes majeurs ont émergé de cette démarche : la confiance ; la

sécurité et la protection des données ; l'éthique ; la transparence et la gouvernance ; l'accessibilité ; la qualité des services ; la perception de la responsabilité numérique des entreprises ; la sensibilisation et la littératie numérique ; l'engagement social et la responsabilité communautaire ; et enfin la responsabilité environnementale et l'innovation. Ces thèmes correspondent à la synthèse des catégories identifiées, tout en s'alignant sur les dimensions conceptuelles de la RNE mobilisées dans le cadre théorique.

Tout au long du processus, NVivo a également produit un journal d'audit détaillé retraçant chaque action effectuée dans le logiciel : création, suppression ou réorganisation des nœuds, déplacement des segments codés, ajouts de mémos analytiques, ajustements successifs des catégories ou vérification des relations entre codes. Ce journal constitue un élément essentiel de traçabilité et de rigueur méthodologique, permettant de documenter précisément la progression de l'analyse et d'assurer la reproductibilité et la transparence du cheminement analytique. L'intégration conjointe des nœuds hiérarchisés, des mémos et du journal d'audit permet ainsi de démontrer la manière explicite comment les codes ouverts ont été transformés en catégories, puis consolidés en thèmes, offrant une compréhension robuste et fidèle des représentations des non-utilisateurs face aux enjeux de responsabilité numérique dans le secteur des néobanques.

### **3.5 CONSIDÉRATIONS ÉTHIQUES ET LIMITES MÉTHODOLOGIQUES**

Le respect des principes éthiques a constitué le fondement de la démarche méthodologique de la recherche, tant sur le plan des exigences de l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC) que selon les standards de recherche en sciences sociales (Bednárová et Serpeninova, 2023; Carl et al., 2022). Dans un contexte de risque associé à la prise de parole à propos des enjeux sensibles comme la protection des données

personnelles, les surveillances numériques ou la confiance vis-à-vis des institutions financières, des dispositifs spécifiques ont été mis en place pour protéger les participants, appeler à une parole libre et garantir la qualité des processus.

Avant toute démarche de recueil de données, tous les participants à l'étude ont été informés des objectifs de la recherche, de la nature des informations collectées et du type de traitement qui leur serait réservé. Un formulaire de consentement libre et éclairé a été remis à chaque participant. Il précisait le caractère volontaire de leur participation, qu'ils peuvent retirer à tout moment sans justification, et les dispositifs garantissant la confidentialité et l'anonymat (Carl et Hinz, 2024). Par ailleurs, les enregistrements ont été stockés, sécurisés, chiffrés et accessibles uniquement aux chercheurs, conformément aux préconisations relatives à la gouvernance responsable des données (Lobschat et al., 2021).

Une attention particulière a été portée à la posture réflexive du chercheur et à la manière dont ses propres représentations, valeurs ou expériences pouvaient influencer le processus de collecte et d'interprétation des données. Cet effort a été entretenu tout au long de la démarche, notamment grâce à la rédaction d'un journal de bord méthodologique et à des échanges réguliers avec certains collègues et la directrice de mémoire, dans l'objectif de limiter les biais d'interprétation potentielle et d'exercer la lecture du discours des participants la plus fidèle possible, comme le souhaitent Kunz et al. (2024) dans le cadre des études qualitatives centrées sur la perception d'enjeux numériques.

Concernant les limites méthodologiques de la recherche, plusieurs remarques doivent être faites. D'abord, en choisissant d'étudier des non-utilisateurs de néobanques, nous avons fait le choix d'explorer une perspective encore peu traitée (Carl et al., 2022), au risque d'en restreindre la portée de généralisation des résultats. En effet, les perceptions qui ont

été recueillies, à travers des entretiens individuels, sont avant tout des représentations subjectives, qui ne font donc pas figure de représentativité de l'ensemble de la population (Kunz et al., 2024). D'autre part, le format qualitatif, permettant de développer une compréhension fine et nuancée des expériences des enquêtes, ne permet cependant pas d'évaluer statistiquement l'ampleur des phénomènes observés dans les perceptions. Enfin, si des efforts ont été réalisés pour diversifier les profils de recrutement (âge, sexe, niveau d'éducation, rapport au numérique), le recrutement a cependant pu être tributaire de certains biais contextuels ou logistiques, notamment en lien avec la disponibilité des participants ou leur aisance à verbaliser leurs représentations (Bednárová et Serpeninova, 2023).

Ces différentes limites n'invalident pas les résultats obtenus, mais plaident pour une interprétation plus nuancée et sans précipitation en vue d'une éventuelle généralisation. Elles permettent également d'envisager de possibles améliorations pour de prochaines recherches qui pourraient, tout à la fois mobiliser une méthode mixte, comparer des utilisateurs du système étudié avec ceux de néobanques, voire utiliser une approche longitudinale pour examiner l'évolution des perceptions dans le temps (Lobschat et al., 2021).

### **3.6 POSITIONNEMENT DU CHERCHEUR ET BIAIS POTENTIELS**

Dans le cadre de cette étude interprétative portant sur la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) dans les néobanques, la posture réflexive de la chercheuse a constitué un élément méthodologique central, conformément aux recommandations en recherche qualitative (Bednárová et Serpeninova, 2023; Carl et Hinz, 2024). Consciente que toute étude qualitative est inévitablement influencée par la subjectivité de celle ou celui qui la conduit, la chercheuse a maintenu une vigilance constante quant à sa propre position, ses

valeurs, ses expériences et les interprétations qu'elle pourrait en tirer. Cette attention réflexive visait à reconnaître, limiter et documenter les biais d'interprétation susceptibles de se manifester à différents moments de la recherche, qu'il s'agisse de la formulation des questions d'entretien, des interactions avec les participants ou du processus d'analyse des données (Kunz et al., 2024).

Pour assurer le soutien approprié, un journal de bord méthodologique a été tenu tout au long du processus de recherche. Celui-ci a permis, pour ce qui est de façon informelle, de noter les impressions, de justifier les choix analytiques, de suivre les ajustements au fil de la recherche du guide d'entretien, des dilemmes éthiques, voire interprétatifs. Ce type d'auto-analyse a facilité le recul et a contribué à la transparence acquise des décisions méthodologiques (Lobschat et al., 2021). La chercheuse a aussi mis à profit avec plusieurs autres collègues engagés dans des projets similaires la possibilité de croiser les regards, d'enrichir les débats critiques des choix d'analyse et d'objectiver à la marge les interprétations (Carl et al., 2022).

L'encadrement méthodologique proposé par la directrice de mémoire a également eu un impact décisif. Par ses retours, questionnements et soutiens, elle a permis à la chercheuse d'identifier les zones d'ambiguïté, de réexaminer certaines interprétations, et de renforcer les liens entre les données empiriques et le cadre conceptuel mobilisé. Cette supervision a contribué à une objectivation plus forte de l'analyse et, ainsi, à éloigner les risques d'interprétations hâtives.

Ainsi, il ne s'agit pas d'éliminer la subjectivité inhérente à la recherche qualitative, mais bien de la convoquer comme un choix réflexif, un atout critique plutôt qu'un handicap méthodologique. En appréhendant son influence sur le processus, en documentant ses

positions, en confrontant ses analyses à d'autres points de vue, la chercheuse a tenté de garantir rigueur interprétative et fidélité aux propos des enquêtes (Carl et Hinz, 2024).

### **3.7 LIMITES DE LA DÉMARCHE ET PISTES D'AMÉLIORATION**

Cette recherche qualitative, comme l'ensemble des recherches qualitatives, est limitée, ce qui doit être reconnu avec transparence pour bien évaluer la portée des résultats exposés ici et envisager les pistes d'amélioration pour des travaux futurs. La recherche souffre de limites selon le terrain, les choix méthodologiques, et les conditions d'analyse.

Dans un premier temps, quand bien même la dimension de l'échantillon, jugée suffisante pour atteindre une saturation des données dans le cadre d'une démarche interprétative, n'est pas en mesure de servir de socle pour une généralisation statistique des résultats au reste de la population, elle a été orientée ici sur quinze non-utilisateurs de néobanques en entretiens individuels, complétés par un entretien de groupe avec cinq autres participants, pour valoriser la diversité des points de vue au risque de compromettre une profondeur d'analyse. Ainsi cela limite la représentativité et ne permet pas forcément des variables sociodémographiques comme le revenu ou statut migratoire (Kunz et al., 2024).

En plus, le champ adopté par cette recherche est uniquement centré sur les non-utilisateurs de néobanques. Cet arbitrage s'explique par le but particulier d'identifier les freins à l'adoption et les attentes non satisfaites à l'égard de la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE). Il rend toutefois impossible de confronter ces représentations avec celles des utilisateurs présents, ce qui aurait permis de mieux identifier délais et convergences dans la représentation de la RNE.

Cette recherche repose sur des données déclaratives et uniquement sur des entretiens semi-directifs. Certes, cette méthode est propice à saisir quatre représentations subjectives (Lobschat et al., 2021), mais elle peut être affectée par un biais de désirabilité sociale :



des participants peuvent avoir donné des réponses qu'ils jugent socialement acceptables sur la thématique de l'éthique, de la protection des données personnelles ou des pratiques environnementales en particulier. Ce biais, bien qu'atténué par l'adoption d'une posture non jugeante et d'un cadre d'entretien bienveillant, demeure difficile à annuler (Carl et al., 2022).

En outre, l'approche n'a pas permis d'analyser les dispositifs numériques eux-mêmes (interfaces d'applications, conditions générales d'utilisation, formalisation des politiques de confidentialité) alors que de multiples travaux montrent que l'étude des outils numériques et de leurs conditions d'usage permet d'affiner plus précisément le croisement entre discours des institutions et pratiques effectives des acteurs dans la mise en œuvre de la RNE (Carl et Hinz, 2024; Cheng et Zhang, 2023). Or, cette absence a pour conséquence de priver l'analyse d'une triangulation susceptible d'étayer au mieux les perceptions et les réalités observables.

Ces limites ouvrent des pistes d'amélioration possibles pour des recherches à venir. D'une part, une étude comparative entre les usages et les non-usages des néobanques apporterait une meilleure compréhension des configurations de mobilisation des usages numériques en matière de services financiers et d'autre part, un suivi longitudinal permettrait d'analyser dans le temps l'évolution des perceptions associées aux néobanques, à l'aune de l'évolution de l'innovation technologique, du cadre réglementaire, et des stratégies de RNE déployées par les acteurs bancaires (Bednárová et Serpeninova, 2023). Enfin, une analyse documentaire et technique des différents dispositifs numériques (sites web, applications, formalisation des politiques de responsabilité numérique) offrirait une vision plus complète du thème et permettrait d'accroître la validité des résultats (Carl et al., 2024).

## **CHAPITRE 4 :**

### **ANALYSE DES RÉSULTATS**

#### **4 ANALYSES DES RÉSULTATS**

Pour cette étude, vingt personnes ont participé à des entretiens combinant quinze sessions individuelles semi-guidées et une discussion collective réunissant cinq participants. Tous les profils recrutés se définissent comme non-utilisateurs de « néobanques », un statut vérifié dès la phase de sélection grâce à des questions identifiant l'absence totale d'usage antérieur de services bancaires exclusivement numériques. Cette condition restrictive s'appuie sur une définition précise qui est l'absence de recours à toute interface physique pour les opérations financières.

Les échanges se sont déroulés à distance (visioconférence) et une en présentielle, adaptant au contexte géographique couvrant cinq provinces canadiennes. Ce mode opératoire favorise notamment l'inclusion de personnes résidant au Québec, en Ontario, en Alberta, mais également pour les personnes du Nouveau-Brunswick et de Colombie-Britannique. La diversité des territoires représentés permet d'explorer des réalités régionales contrastées, particulièrement pour l'accès aux technologies, les comportements bancaires courants ou les perceptions concernant la gestion des données numériques.

La population interrogée se caractérise par une hétérogénéité socioprofessionnelle significative, favorisant une appréhension diversifiée des représentations. Parmi les métiers représentés, nous retrouvons des étudiants en domaines universitaires variés (administration, finance ou science politique), des professionnels de santé comme infirmiers, mais également des assistants sociaux et enseignants du primaire au secon

daire. Cette variété s'étend aux entrepreneurs indépendants, chauffeurs de transport urbain, agents administratifs et mère au foyer, complétée par des enseignants expérimentés, une technicienne spécialisée en recherche et travailleurs du secteur communication.

L'âge des répondants s'étend de 18 à 80 ans, une tranche qui permet d'examiner les perceptions selon leur rapport générationnel aux technologies numériques. Si certaines personnes manifestent une aisance marquée avec ces outils, d'autres font état d'une relation plus réservée, parfois méfiante, particulièrement face à l'absence d'interactions humaines dans les services proposés par les néobanques.

Il en ressort que la majorité des personnes interrogées utilisent couramment des plateformes digitales pour diverses activités quotidiennes (achats en ligne, démarches administratives, réseaux sociaux), ce qui invalide l'idée d'une fracture numérique généralisée. Leur méfiance envers les néobanques relève plutôt de préoccupations spécifiques : questions sur sécurité des données, manque de visibilité des algorithmes, personnalisation jugée intrusive, mais également pour les personnes un cadre éthique perçu comme peu définissable. Ces réticences ciblées coexistent avec une pratique régulière du numérique dans d'autres secteurs, soulignant la complexité des choix d'adoption technologiques.

En définitive, cette pluralité de profils géographiques, professionnels, générationnels et technologiques représente un levier d'analyse puissant. Elle permet de saisir les façons variées dont les néobanques sont perçues socialement, tout en éclairant les attentes particulières exprimées par non-utilisateurs concernant les engagements numériques. Les données montrent qu'il est essentiel de tenir compte de ces différences, particulièrement pour les populations éloignées du numérique, mais également pour les personnes déjà

familiarisées avec ces outils. L'étude révèle enfin une demande forte en transparence opérationnelle, aspect qui reste un point critique pour le développement sectoriel.

#### **4.1 PRÉSENTATION DES RÉSULTATS THÉMATIQUES**

Cette section présente les résultats émanant de l'analyse thématique des données collectées. Le codage des données, mis en œuvre avec le logiciel NVivo, a permis de rapprocher l'ensemble des informations collectées autour de plusieurs thèmes émergents en relation avec à la responsabilité numérique des entreprises, et la perception des néobanques. Ces thèmes, élaborés à partir du cadre conceptuel et précisés lors de l'analyse, donnent lieu à une lecture transversale des discours tenus par les participants et permettent d'identifier les principaux éléments suscitant adhésion, réticence et véritables attentes. La présentation qui suit s'attache successivement à chacun des thèmes tout en montrant comment ils rendent compte des préoccupations des répondants face aux enjeux de la confiance, de la transparence, de la sécurité, de l'accessibilité, ainsi que de la responsabilité sociale et environnementale.

- **ATTENTE EN MATIÈRE DE SERVICES BANCAIRES**

Les participants expriment avant tout des attentes fortes en matière de réactivité et d'accompagnement humain dans leur relation bancaire. L'idée que « quelqu'un » soit disponible rapidement, en cas de problème ou de besoin d'information, revient de manière récurrente. Cette disponibilité est perçue comme un gage de sécurité et de confiance, contrastant avec la froideur d'un chatbot où l'impersonnalité d'une foire aux questions en ligne. Comme le souligne un répondant :

*« Une réponse rapide en cas de besoin, vous savez, parfois, il arrive que vous ayez besoin d'aide, vous avez besoin d'assistance, quelle qu'elle soit. Je pense donc qu'une assistance*

*rapide est importante. Oui pouvoir contacter quelqu'un rapidement, je dirais que c'est important ».*

Derrière ces propos, on décèle une recherche de proximité qui dépasse la simple efficacité fonctionnelle : les répondants veulent sentir qu'ils comptent pour leur institution que leur problème sera pris au sérieux et résolu par une personne compétente. Cette attente prend une résonance particulière dans un contexte où les scandales financiers et les fraudes sont fréquents. Certains participants, ayant vécu des expériences douloureuses avec des institutions traditionnelles, associent la qualité du service non seulement à la rapidité, mais aussi à la capacité de protection et de réparation en cas d'incident. L'un d'eux explique ainsi :

*« Personnellement, j'étais chez Desjardins quand il y a eu cette grosse affaire, je ne sais pas si vous en avez entendu parler, mais il s'agissait d'une fraude importante. J'ai été pris dans cette affaire de fraude donc il est très important pour moi que la banque propose une sécurité en matière de confidentialité. »*

Ces témoignages illustrent que les attentes des non-utilisateurs ne se limitent pas à l'accès à une offre complète (comptes, prêts, hypothèques). Ils portent avant tout sur la dimension relationnelle et protectrice du service bancaire. Plus qu'une simple transaction, les participants recherchent une expérience où la confiance et la sécurité émotionnelle sont centrales.

Ces résultats révèlent que les attentes exprimées en matière de services bancaires relèvent moins d'une simple préférence pratique que d'un mécanisme central de construction de la confiance numérique. Cette importance accordée au contact humain confirme les travaux de Carl et Hinz (2024) pour qui la confiance dans les services digitaux demeure

profondément relationnels, même lorsque l'interface est technologique. Elle nuance également la littérature sur l'adoption du numérique, qui souligne souvent la supériorité perçue de la rapidité technologique : ici, les non-utilisateurs montrent que la sécurité émotionnelle et relationnelle prime sur la performance. Ce besoin d'accompagnement renvoie directement à la dimension sociale et technologique de la RNE (Herden et al., 2021), dans laquelle les entreprises doivent garantir non seulement la fiabilité des systèmes, mais également la qualité humaine de l'expérience utilisateur. Le lien que les répondants établissent entre réactivité humaine et sentiment de protection illustre enfin un mécanisme identifiable : plus la relation bancaire est perçue comme impersonnelle, plus la méfiance technologique augmente, ce qui confirme que la confiance numérique repose sur une articulation étroite entre supports techniques et présence humaine.

- **RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES**

Lorsqu'ils sont invités à s'exprimer sur la responsabilité numérique des entreprises, les participants manifestent une connaissance limitée, parfois confuse du concept. Plusieurs admettent ne pas savoir précisément de quoi il s'agit, ou le confondent avec la responsabilité sociale des entreprises. Comme le dit un répondant :

*« J'ai entendu parler de la responsabilité sociale des entreprises, est-ce que c'est autre chose ? ».*

Cette méconnaissance témoigne du caractère encore émergent et peu vulgarisé de la notion de RNE dans l'espace public.

Cependant, au-delà de cette méconnaissance, certains participants proposent des définitions intuitives, souvent centrées sur les dimensions éthiques et de protection des données. Pour eux, la RNE renvoie à la capacité des entreprises à se comporter.

*« De manière éthique dans un environnement numérique », à « protéger les informations personnelles », ou encore à « utiliser les algorithmes de façon responsable ».*

Ces représentations traduisent une attente implicite : que les institutions financières fassent preuve de transparence et de bonne foi dans leurs pratiques numériques.

Cette diversité de perceptions illustre à la fois la nécessité d'une pédagogie accrue autour de la RNE et la sensibilité croissante des usagers aux enjeux numériques. Même lorsqu'ils ne maîtrisent pas le concept, les participants identifient spontanément des dimensions essentielles (gouvernance des données, cybersécurité, inclusion, environnement). En ce sens, leurs propos révèlent un besoin de clarté et de régulation : les entreprises ne devraient pas être responsables seulement devant leurs actionnaires, mais aussi devant le public, comme l'exprime un participant soulignant l'importance d'un cadre de responsabilité élargi.

Ainsi, l'analyse montre que la RNE reste un concept flou pour les non-utilisateurs des néobanques, mais qu'elle résonne intuitivement avec leurs préoccupations quotidiennes : se protéger des abus, comprendre l'usage de leurs données et pouvoir faire confiance aux acteurs financiers numériques. Ces représentations mettent en évidence la difficulté, déjà soulignée par Bednárová et Serpeninova (2023), de diffuser clairement le concept de responsabilité numérique auprès du grand public. Le fait que les participants confondent parfois RNE et RSE confirme que la RNE demeure un concept émergent et encore peu institutionnalisé. Toutefois, l'intuition qu'ils ont des enjeux de transparence, d'éthique, de protection des données rejoint les dimensions identifiées dans la littérature (Herden et al., 2021; Lobschat et al., 2021), ce qui montre que les préoccupations citoyennes convergent naturellement vers les piliers théoriques de la RNE. Ce résultat met en évidence un mécanisme intéressant : même sans connaître la notion, les participants identifient les

risques et obligations numériques que la littérature attribue aux entreprises. Cela suggère un déficit de pédagogie organisationnelle, mais aussi un potentiel d'alignement entre attente citoyenne et cadre conceptuel. La méconnaissance exprimée confirme également que la communication institutionnelle est un levier essentiel de légitimation digital (Carl et al., 2024), renforçant l'idée que la RNE doit devenir un langage partagé entre entreprises et publics.

- **ASSISTANCE CLIENTÈLE**

Les propos des répondants mettent en lumière une attente forte vis-à-vis de la qualité du service client, particulièrement dans un contexte où les néobanques n'ont pas d'agences physiques. L'expérience d'assistance constitue pour eux un facteur déterminant de confiance et d'adhésion. Plusieurs insistent sur la nécessité d'un service réactif et personnalisé, même à distance. Comme l'explique un participant :

*« Cela dépend de la manière dont cela est fait. Si c'est l'IA et que ça ne fonctionne pas, cela peut devenir frustrant pour le client. Cela peut alors poser problème. Je comprends que l'IA puisse être utilisée au début pour trier les demandes ».*

Cette remarque illustre bien la tension entre efficacité technologique et besoin de contact humain.

Pour certains, un service client efficace peut compenser l'absence d'une présence physique. La réactivité devient alors un substitut à la proximité territoriale comme le formule un répondant :

*« Oui, je pense. On le voit avec la filiale qui est associée à Vidéotron. Ils ont toujours un service à la clientèle assez réactif. Donc oui, c'est vrai qu'il n'y a pas d'espace physique, mais il faut être très réactif. Oui, cela peut compenser en même temps, je peux dire ».*



Cependant, cette compensation reste perçue comme fragile : d'autres continuent de privilégier les banques traditionnelles, estimant qu'elles contribuent à l'économie locale et garantissent un lien social que les néobanques ne peuvent offrir.

Les effets du service client sur la confiance apparaissent également déterminants. La possibilité de s'adresser à une personne réelle inspire un sentiment de sécurité et de continuité. Des participants notent ainsi que :

*« Eh bien, la possibilité de parler à nouveau à une personne réelle serait le seul avantage réel que je vois à une agence physique : en cas de problème ou de question, il est très difficile de se débarrasser de quelqu'un qui est là en personne pour répondre à une question. En ligne, vous pouvez immédiatement mettre fin à la conversation. Vous pouvez fermer le chat ».*

*« Parce que je sais que même si je rencontre un problème, quelqu'un sera là pour m'aider et le résoudre avec moi. Je n'hésite donc pas à les rejoindre, car je sais que nous pourrions surmonter les obstacles si nécessaire ».*

*« Eh bien, dans le sens où si je me trouve dans une situation difficile et que j'ai besoin de conseils, que je dois changer quelque chose. Et puis, je n'ai pas besoin de passer trois heures au téléphone avant de faire affaire avec quelqu'un ou d'aller sur un chat en ligne. Mais par exemple, si je n'ai plus accès à Internet, cela devient plus compliqué. Je pense donc qu'il serait préférable d'avoir accès à un service client plus fiable. Voilà, c'est tout, cela améliorerait la confiance que j'ai dans cette institution ».*

Derrière ces propos, on retrouve une quête de relation humaine durable, où le client n'est pas réduit à un ticket ou à une conversation interrompue en ligne, mais reconnu comme

un interlocuteur digne d'attention. L'analyse révèle donc une ambivalence : si un service client réactif peut renforcer la confiance et réduire la distance avec la néobanque, il ne suffit pas à dissiper les craintes liées à l'absence d'agences physiques. L'expérience relationnelle reste centrale, et la confiance ne peut être pleinement consolidée sans la garantie d'un contact humain accessible et fiable.

L'importance accordée à l'assistance client s'inscrit pleinement dans la littérature sur la confiance numérique. Les travaux de Kunz et Wirtz (2024) montrent que, dans les services bancaires digitaux, le soutien humain reste un déterminant majeur de la confiance, précisément parce qu'il compense l'incertitude technologique perçue. Les résultats confirment ce mécanisme : en l'absence d'un interlocuteur humain, les non-utilisateurs renforcent leur perception de vulnérabilité. Ce constat dialogue directement avec la dimension sociale et technologique de la RNE, qui rappelle que la responsabilité des néobanques consiste aussi à garantir une interaction accessible, équitable et adaptée à la diversité des utilisateurs (Herden et al., 2021). La tension entre efficacité technologique et besoin d'humanité identifiée dans les résultats, nuance les travaux de Lobschat et al. (2021), en montrant que la digitalisation n'est acceptée que lorsqu'elle s'accompagne d'une forme de continuité relationnelle. Ainsi, la confiance ne se construit pas uniquement autour de la performance numérique, mais autour de la capacité à maintenir une présence humaine fiable malgré l'absence de guichets physiques.

- **SÉCURITÉ DES DONNÉES**

La sécurité des données apparaît comme une préoccupation centrale pour les répondants, qu'il s'agisse de banques traditionnelles ou de néobanques. Tous reconnaissent que, dans un monde où « *tout est désormais en ligne* », la cybersécurité est devenue un enjeu incontournable. Certains évoquent l'importance du facteur humain dans les failles

possibles, rappelant que les erreurs internes peuvent être aussi risquées que les attaques externes. Comme le dit un participant :

*« Eh bien, je suis sensible à cet aspect, je veux dire, je comprends qu'il y ait des erreurs humaines. Il y a toutes sortes de facteurs qui entrent en jeu dans la cybersécurité. Le facteur humain, le facteur technologique... tout est en jeu ».*

Au-delà de ce constat, les témoignages révèlent une perception mitigée. D'une part, plusieurs estiment que les risques sont les mêmes pour toutes les institutions financières, puisque l'ensemble du secteur fonctionne aujourd'hui avec des systèmes numériques. D'autre part, une inquiétude persiste à l'égard des néobanques, perçues comme moins transparentes ou moins bien encadrées légalement. Cette incertitude alimente une prudence marquée :

*« Je ne sais pas si c'est le cas pour les néobanques, et à moins de faire des recherches approfondies pour savoir si elles sont soumises aux mêmes normes de sécurité, cela resterait une source d'inquiétude ».*

Les participants associent également la sécurité à une responsabilité de protection et de réparation. Ils attendent que leur institution bancaire les couvre en cas de fraude, comme cela est déjà le cas pour certaines cartes de crédit. Cette attente traduit un besoin de réassurance face à un environnement numérique perçu comme vulnérable. Plusieurs soulignent aussi l'importance d'une communication claire et proactive sur les pratiques de sécurité. L'idée que la banque explique ce qu'elle fait avec les données, comment elles sont stockées et protégées, est vue comme essentielle pour instaurer la confiance. Un participant va jusqu'à suggérer que les institutions devraient « *démystifier leurs processus* » pour rendre visibles les mécanismes de protection.

La sécurité de données constitue un socle incontournable de confiance, mais elle reste perçue comme insuffisamment garantie par les néobanques. Les non-utilisateurs interrogés se montrent particulièrement attentifs aux preuves tangibles de sécurité et à la transparence des mesures mises en place. Sans ces garanties explicites, la crainte d'exposer des informations sensibles demeure un frein majeur à l'adoption.

La forte préoccupation pour la sécurité des données confirme le rôle central de la dimension technologique de la RNE, dans laquelle la cybersécurité constitue un pilier essentiel. Le fait que les participants associent les néobanques à un risque accru, nuance les travaux de Carl et Hinz (2024), qui estiment que les technologies de sécurité avancées tendent à réduire la méfiance. Dans cette étude, au contraire, la perception des risques persiste malgré l'expérience numérique quotidienne des participants. Ce contraste révèle un mécanisme déterminant : la méfiance ne découle pas uniquement des risques réels, mais du manque de lisibilité des pratiques de protection. Ces résultats rejoignent les analyses de Liyanaarachchi et al. (2021), pour qui la vulnérabilité perçue naît d'une combinaison entre faible littératie numérique et manque de transparence organisationnelle. Les demandes de communication claire sur les pratiques de sécurité illustrent précisément ce besoin de rendre visibles les mécanismes techniques pour instaurer la confiance. Ainsi, la sécurité n'est pas seulement une compétence technique : elle devient une obligation de transparence inscrite au cœur de la RNE.

- **CULTURE NUMÉRIQUE HABITUDE ET OUTILS PÉDAGOGIQUES**

Les participants décrivent des rapports variés aux outils numériques, qui influencent directement leur perception des néobanques. Pour certains, l'usage du numérique facilite la gestion financière au quotidien, notamment grâce à des applications claires et accessibles. Un répondant illustre cette aisance en expliquant : « *Avec Koho, c'était*

*vraiment facile de s'y mettre »*. Des propos qui traduisent une vision positive où la technologie peut simplifier la relation bancaire, à condition que les interfaces soient intuitives et adaptées.

Cependant, d'autres soulignent les limites de cette accessibilité, notamment pour les personnes moins familières avec les outils numériques. L'un d'eux remarque que les néobanques « *s'adressent surtout aux jeunes* », laissant entendre que les générations moins à l'aise avec internet risquent d'être exclues. Cette remarque met en évidence un risque d'inégalités numérique, où la littératie technologique devient un facteur discriminant dans l'accès aux services financiers.

Au-delà des usages, les participants expriment des attentes précises en matière de supports pédagogiques. Plusieurs insistent sur l'importance des vidéos explicatives, de tutoriels ou de guides visuels pour accompagner la prise en main des plateformes. Un participant note par exemple :

*« Même avoir un tutoriel expliquant exactement comment utiliser l'application serait très utile, une sorte de visite guidée, en quelque sorte, de leur plateforme numérique, permettant de voir précisément comment effectuer des opérations bancaires en ligne. Je pense que cela inspirerait beaucoup de confiance aux utilisateurs potentiels, car ils auraient alors un guide ou un modèle à suivre, plutôt que d'avoir à se débrouiller seuls »*.

Ces demandes révèlent une volonté de se former de façon autonome, mais guidée, afin de réduire l'incertitude et d'accroître la confiance envers un système bancaire purement numérique. Ainsi, la culture numérique joue un rôle partagé : elle peut être un levier d'adhésion pour ceux qui maîtrisent les outils, mais elle représente aussi un obstacle

majeur d'inclusion pour ceux qui n'ont pas les compétences ou les ressources nécessaires. Les néobanques, en misant sur les solutions pédagogiques adaptées, ont donc l'opportunité de transformer cette barrière en vecteur de confiance et d'appropriation.

Les résultats montrent que la littératie numérique constitue un facteur clé d'inclusion dans les services bancaires digitaux. Ce constat rejoint les travaux de Herden et al. (2021), qui identifient l'inclusion numérique comme une dimension fondamentale de la RNE. Les participants plus à l'aise avec les outils numériques expriment une confiance accrue confirmant le lien entre compétences technologiques et réduction de la vulnérabilité perçue (Liyanaarachchi et al., 2021). À l'inverse, les répondants moins familiers révèlent un mécanisme d'auto-exclusion : faible littératie, crainte technologique, rejet du service. Ce mécanisme nuance les travaux optimistes sur l'adoption des néobanques et montre que l'innovation peut renforcer les inégalités si elle n'est pas accompagnée de type pédagogique adapté. Les demandes de tutoriels et de démonstrations confirment que la RNE doit intégrer une responsabilité pédagogique, ce que soulignent également Carl et Mihale-Wilson (2023) en insistant sur la nécessité de soutenir l'autonomie numérique des utilisateurs.

- **IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES NÉOBANQUES**

La question de l'impact environnemental suscite des réactions partagées parmi les répondants. Certains perçoivent les néobanques comme un moyen de réduire certains gaspillages liés à l'absence de locaux physiques, estimant que cela limite la consommation de ressources matérielles et les déplacements. Un participant souligne par exemple : « *le fait que nous n'ayons plus de bureaux physiques limite un peu le gaspillage* ». Ce qui

traduit une représentation pragmatique : en supprimant la dimension matérielle, les néobanques pourraient contribuer indirectement à un modèle plus durable.

Cependant, cette perception positive est nuancée par des inquiétudes autour de la consommation énergétique massive des infrastructures numériques. Plusieurs évoquent l'impact des centres de données, décrits comme gourmands en énergie et générant beaucoup de chaleur. La durabilité des néobanques est ainsi conditionnée à leur capacité à gérer cette empreinte invisible. Comme l'exprime un répondant :

*« Si je savais que Tangerine menait une campagne pour montrer ce qu'ils font pour réduire la consommation d'énergie de leurs serveurs, cela contribuerait probablement beaucoup à instaurer la confiance ».*

Au-delà des constats, les participants formulent des attentes concrètes vis-à-vis des néobanques. Ils souhaiteraient des initiatives de recyclage des équipements électroniques, des campagnes transparentes sur la consommation énergétique, ou encore des engagements clairs en faveur des énergies renouvelables. L'un d'eux imagine même :

*« Je pense que s'ils montraient délibérément qu'ils s'engagent en faveur des énergies renouvelables, par exemple en s'alimentant ou en s'associant avec des fournisseurs d'énergie qui utilisent l'énergie solaire, hydraulique ou éolienne, s'ils étaient transparents sur la manière dont ils s'approvisionnent en énergie, s'ils indiquaient clairement qu'ils ne recourent pas aux centrales à charbon, par exemple, je pense que cela contribuerait grandement à instaurer la confiance. Je pense que cela serait un excellent moyen de montrer aux consommateurs qu'ils ne sont pas en train de se faire avoir par une entreprise qui se moque de la santé de ses employés ou de l'environnement ».*

Une attente qui révèle un besoin d'action tangible et de communication explicite pour légitimer l'engagement écologique. Ainsi, l'impact environnemental apparaît comme un enjeu encore secondaire dans les discours, mais qui peut devenir un critère différenciateur de confiance si les néobanques réussissent à démontrer et à rendre visibles leurs efforts. L'absence de transparence sur ces questions risque, à l'inverse, d'entretenir le scepticisme et d'affaiblir leur crédibilité.

Les perceptions recueillies révèlent une conception ambivalente de l'impact environnemental des néobanques. D'un côté l'absence de guichets physiques est perçue comme un levier potentiel de réduction des ressources, ce qui s'aligne avec les travaux de Napoli (2023) sur la digitalisation responsable. Les inquiétudes liées aux infrastructures informatiques confirment que la dimension environnementale de la RNE ne peut être dissociée de la consommation énergétique numérique. Cette ambivalence met en évidence un mécanisme clé : les utilisateurs évaluent la durabilité non pas sur les promesses des institutions, mais sur la capacité à rendre visibles et crédibles les engagements écologiques. Les demandes de transparence sur les serveurs, les énergies renouvelables et la consommation énergétique vont dans le sens des recommandations de Herden et al. (2021), qui insistent sur la nécessité pour les entreprises numériques de communiquer explicitement leurs efforts environnementaux. Ainsi, l'impact écologique devient une dimension émergente de la confiance numérique.

- **DIMENSIONS ÉTHIQUES : TRANSPARENCE ALGORITHMIQUE ET ÉQUITÉ**

La dimension éthique des néobanques occupe une place importante dans les préoccupations exprimées par les répondants, même si elle reste parfois difficile à définir



de manière précise. Les participants associent cette dimension principalement à la transparence des algorithmes et à la garantie d'équité dans les services financiers.

Pour plusieurs, comprendre comment fonctionnent les systèmes de détection de fraude ou d'octroi de services est essentiel pour accorder leur confiance. Certains vont jusqu'à réclamer une ouverture totale des codes afin de lever toute ambiguïté. Comme l'affirme un participant :

*« Il devrait être open source. Qu'il soit ouvert. Le code source devrait être ouvert afin que les informaticiens indépendants puissent voir toutes informations et cessent de faire la demande ».*

Derrière cette demande, se profile un besoin de démystifier les processus numériques, perçus comme opaques et potentiellement sources de discrimination.

Les témoignages révèlent aussi une inquiétude quant aux biais discriminatoires des algorithmes. Plusieurs participants craignent que des critères implicites (âge, origine, éthique, orientation sexuelle...) puissent influencer l'accès à certains services financiers.

Un répondant illustre cette crainte en évoquant :

*« Ces systèmes sont racistes, sexistes, homophobes à cause des données avec lesquelles ils s'entraînent. Nous devons nous assurer que cela ne se produise pas, pas seulement dire oui. ».*

Ce qui montre une méfiance face aux technologies jugées encore immatures pour garantir une équité réelle. Mis à part la transparence technique, l'attente porte aussi sur une approche éthique globale. Certains associent la RNE à la nécessité de protéger les économies et le quotidien des clients, en mettant en avant une pratique responsable et inclusive.

*« Je me sentirais également plus en confiance si l'entreprise faisait preuve d'une pratique éthique, comme la promotion de l'inclusion numérique et l'utilisation responsable de l'IA »*, souligne un répondant.

En somme, les participants considèrent l'éthique comme un pilier de la confiance numérique, mais ils doutent encore de la capacité des néobanques à en faire une réalité. Les Propos recueillis révèlent une double attente : d'une part, la transparence accrue sur le fonctionnement des algorithmes et, d'autre part, les garanties concrètes d'équité afin que les services financiers demeurent accessibles et non discriminatoires. Sans ces assurances la méfiance persiste et constitue un frein majeur à l'adhésion.

Les inquiétudes exprimées autour des algorithmes confirment les analyses de Stahl (2024) et Kunz et Wirtz (2024), selon lesquelles l'éthique algorithmique constitue un enjeu central de la RNE. Les préoccupations concernant les biais, la discrimination et l'opacité montrent que la confiance dans les technologies financières ne repose pas uniquement sur la performance, mais sur la justice perçue des mécanismes numériques. Les demandes d'open source et de transparence traduisent un besoin d'auditabilité déjà identifiée par Jones et Wynn (2023). Ce résultat met en lumière un mécanisme fondamental c'est-à-dire plus les processus numériques sont invisibles, plus la suspicion de discrimination augmente. Ce qui souligne que la dimension éthique de la RNE doit s'étendre au-delà de la conformité technologique, pour inclure l'équité, l'inclusion et la lisibilité des décisions automatisées. Une attente qui rejoint la littérature en soulignant le rôle des entreprises dans la réduction des biais algorithmiques et la construction d'une confiance équitable dans les services digitalisés.

- **PERCEPTIONS ET ADOPTION DES NÉOBANQUES**

Les participants expriment une perception nuancée des néobanques, marquée à la fois par la curiosité et par la méfiance. Pour plusieurs, ces institutions représentent une nouveauté intrigante, mais difficile à appréhender pleinement. Certains en ont entendu parler par des proches, des vidéos YouTube ou encore lors d'événements promotionnels, mais peu disposent d'une expérience directe. Voici ce que disent quelques répondants :

*« Je n'ai pas d'expérience personnelle avec elle, mais quand j'ai entendu ce terme il y a quelques années, je me souviens avoir fait des recherches à ce sujet. Pour bien comprendre de quoi il s'agissait. Car avec un nom pareil, on pourrait presque penser qu'il s'agit d'une arnaque, à l'époque, cela m'avait beaucoup intéressé. Je crois que Tangerine était la banque qui apparaissait le plus souvent dans mes recherches. Mais je crois comprendre qu'il en existe désormais plusieurs au Canada ».*

*« Ils proviennent d'événements auxquels j'ai participé et où je les ai découverts. De nombreux stands pour promouvoir la néo-finance proposaient des cartes, il y en avait beaucoup, et sur certaines entreprises, j'ai vu un petit autocollant indiquant « néo ». Je me suis également renseigné parce que ça m'intéressait. À un moment donné, ça m'a intrigué, alors je suis allé sur Internet pour me renseigner ».*

*« Je pense que c'est sur YouTube, sur l'un des réseaux sociaux, dans une vidéo où l'on parle des différentes cartes de crédit disponibles. C'est là que j'en ai entendu parler ».*

On peut voir une prise de connaissance indirecte, où l'image des néobanques se construit davantage par l'information extérieure que par l'usage concret. Dans l'ensemble, les néobanques sont perçues comme des banques entièrement numériques, sans guichets physiques, parfois associés à des frais moindres et à une plus grande accessibilité

technique. Toutefois, cette caractéristique suscite aussi des inquiétudes : l'absence d'agence physique alimente un sentiment d'insécurité, renforcé par la peur de ne pas pouvoir obtenir d'aide en cas de problème. Un répondant insiste ainsi :

*« Non jamais parce que moi le contact avec la personne est important, surtout si j'ai des questions c'est important de pouvoir appeler. C'est aussi un peu l'inconnu. Parce que je suis habitué aux banques traditionnelles, j'ai vu mes parents fréquenter les banques traditionnelles. Même si aujourd'hui je fais beaucoup de choses en ligne, je sais que si j'ai besoin de parler à quelqu'un, j'ai une personne associée à mon nom que je peux contacter directement. Cela me rassure un peu ».*

La dimension relationnelle apparaît donc une fois encore comme un frein majeur à l'adoption. Les critères d'ouverture d'un compte révèlent une préoccupation constante pour la sécurité et la réglementation. Certains interrogés doutent de la solidité juridique des néobanques et de leur capacité à offrir les mêmes garanties que les institutions traditionnelles. L'absence de cadre légal clair est perçue comme un obstacle, tandis que le lien avec une banque traditionnelle constitue au contraire, un facteur de confiance.

*« Il doit être lié à une banque solide au Canada »*, résume un participant. Ce qui montre une volonté d'ancrer l'innovation numérique dans une continuité institutionnelle rassurante.

Enfin, les discours laissent entrevoir une curiosité prudente : certains participants se disent ouverts à l'idée d'essayer une néobanque, mais seulement si la transparence, la sécurité et la confiance sont garanties. D'autres rejettent catégoriquement l'idée, estimant qu'une banque sans existence physique ne peut pas constituer une option viable. L'adoption éventuelle dépend donc moins des avantages technologiques ou financiers que

de la capacité des néobanques à instaurer une relation de confiance équivalente, voire supérieure, à celle des banques traditionnelles.

Ces résultats permettent d'identifier dans quelle mesure les différentes dimensions de la responsabilité numérique des entreprises sont conçues dans le cadre des néobanques. La section suivante discute ces résultats en les rapportant aux travaux scientifiques antérieurs, dans le but d'en préciser l'apport à la compréhension de la responsabilité numérique dans le cadre de la banque numérique.

Cette perception ambivalente des néobanques confirme les travaux de Carl et Mihale-Wilson (2023), pour qui la confiance numérique est façonnée par l'équilibre entre curiosité technologique et prudence face aux risques. Les résultats montrent que les non-utilisateurs évaluent les néobanques non pas sur la base de leurs avantages fonctionnels, mais sur leur capacité à offrir des garanties institutionnelles comparables aux banques traditionnelles. Ce constat nuance les travaux qui présentent les néobanques comme spontanément attractives grâce à leur flexibilité technologique : ici, la culture bancaire traditionnelle demeure un référent de sécurité. Le lien que les participants établissent entre légitimité et cadre réglementaire confirme l'importance de la gouvernance numérique, une dimension essentielle de la RNE. La prudence exprimée montre que l'adoption dépend moins de la technologie elle-même que de la manière dont l'institution est perçue comme responsable, transparente et stable. Ainsi, la méfiance n'est pas un rejet de l'innovation, mais la conséquence d'une asymétrie informationnelle persistante entre l'entreprise numérique et l'utilisateur.

En résumé, le chapitre 4 a présenté de façon descriptive, les principales attentes, craintes et perceptions des non-utilisateurs vis-à-vis des néobanques, le chapitre suivant, va au-delà de cette restitution empirique en mettant en dialogue les résultats avec la littérature

scientifique pour dégager la portée théorique et améliorer la compréhension de la Responsabilité Numérique dans le domaine bancaire numérique.

## **CHAPITRE 5**

### **DISCUSSION DES RÉSULTATS**

#### **5 DISCUSSION DES RÉSULTATS**

##### **5.1 LIENS AVEC LES TRAVAUX SCIENTIFIQUES ANTÉRIEURS**

###### **5.1.1 APPORTS SPÉCIFIQUES DU TERRAIN À LA LITTÉRATURE SUR LA NÉOBANQUE**

Les observations recueillies auprès des non-utilisateurs de néobanques révèlent un ensemble d'attentes et préoccupations vis-à-vis de ce modèle bancaire. Comme préconisé dans l'approche méthodologique, ces éléments se développent à partir d'un codage émergent qui fait apparaître plusieurs dimensions clés. Le tableau synthétique présenté joue ici un rôle intégrateur : il met en relation visuelle les grands thèmes identifiés avec leurs sous-composantes.

*TABLEAU 4 : APPORTS SPÉCIFIQUES DU TERRAIN À LA LITTÉRATURE SUR LA NÉOBANQUE*

Thèmes émergents	Sous-thèmes
Attentes en matière de services bancaires	Rapidité de l'assistance ; accès à un interlocuteur humain.
Assistante clientèle	Service réactif ; présence humaine vs IA ; impact sur la confiance.
Sécurité et protection des données	Cybersécurité ; protection contre la fraude ; confidentialité.
Transparence et communication sur la sécurité	Clarté sur l'usage de données ; communication proactive ; transparence algorithmique.
Culture numérique et éducation	Habitudes financières numériques ; outils pédagogiques ; tutoriels explicatifs.
Impact environnemental et durabilité	Réductions des déchets électroniques ; empreintes carbone ; énergie durable.
Dimensions éthiques et équité	Transparence algorithmique ; équité dans les services financiers, prévention de la discrimination.
Accessibilité et inclusion	Personnes âgées/Handicapées ; accès limité aux technologies ; réduction des inégalités numériques.
Gouvernance et réglementation	Confiance liée à la réglementation ; surveillance légale, gouvernance des données.
Responsabilité sociale	Développement communautaire ; équité et diversité ; investissement social.

L'étude révèle des contributions distinctes apportées par les données terrain à la littérature sur les néobanques. Elle montre d'abord que les attentes en matière de services bancaires et d'assistance clientèle soulignent l'importance cruciale accordée à la réactivité et à la présence d'interlocuteur humain, éléments confirmant des tendances récentes. Ces observations prolongent les travaux de Liyanaarachchi et al. (2021), qui avaient identifié la sécurisation des données comme priorité dans le secteur bancaire numérique, mais également pour les personnes ayant moins exploré l'aspect relationnel.



Les répondants mettent en avant que la confiance se construit à la fois sur des protections technologiques et un suivi adapté aux besoins, élargissant ainsi la compréhension des dynamiques client-néobanque. Ils soulignent que cette dualité, bien que sous-estimée dans les recherches antérieures, façonne désormais les critères de choix des utilisateurs. Une dimension confirmée par la récurrence des témoignages demandant à la fois innovation digitale et écoute individualisée.

La protection des informations et la cybersécurité sont considérées comme des éléments essentiels d'adhésion, confirmant les travaux de Hamdallah et al. (2022) sur l'importance du soutien institutionnel et de la sécurisation des données pour construire une confiance numérique. Cependant, les recherches menées montrent que la clarté des démarches et d'information régulière en prévention des risques s'avère aussi influente que les solutions techniques. Ils stipulent que ces aspects, parfois négligés, jouent un rôle capital pour les utilisateurs comme pour les organisations. La transparence opérationnelle, faisant participer activement les parties prenantes, se développe progressivement comme complément nécessaire aux protocoles classiques. Cette approche holistique permet notamment de répondre aux attentes des personnes concernées, mais également pour les personnes souhaitant une vision globale des enjeux de sécurité.

Un aspect central porte sur les compétences digitales ou encore la culture numérique et les méthodes d'apprentissage. Si les études existantes présentent généralement les néobanques comme naturellement adaptées aux jeunes clients connectés (Liyanarachchi et al., 2021), les résultats obtenus révèlent que les formations en ligne, les tutoriels pratiques et les supports pédagogiques apparaissent essentiels pour limiter les inégalités d'accès et faciliter leur utilisation au quotidien. Cette analyse s'aligne avec les travaux de Vo Thai et al. (2024), mettant en avant la nécessité d'impliquer activement les acteurs

clés, mais également pour les personnes, tout en valorisant les compétences internes afin d'améliorer l'impact des structures engagées.

Par ailleurs, les aspects environnementaux et éthiques, bien que rarement abordés dans les études sur les néobanques, émergent nettement dans les discours des personnes non utilisatrices. Certaines personnes interrogées associent l'absence d'agences physiques à une baisse de l'empreinte carbone, tout en soulignant le besoin de politiques plus transparentes concernant le recyclage des appareils électroniques et les énergies renouvelables. Ces préoccupations prolongent les travaux de Stahl (2024) et Napoli (2023), qui démontrent que la responsabilité numérique doit inclure la durabilité environnementale dans sa gouvernance. Ces attentes se développent particulièrement pour les utilisateurs sensibles à l'écologie, mais également pour les personnes souhaitant une plus grande clarté dans les engagements concrets des acteurs financiers.

Enfin, la gouvernance, le cadre réglementaire et la responsabilité sociale des acteurs financiers restent des attentes majeures. Les non-utilisateurs expriment des réticences face aux règles légales et aux protections proposées par les néobanques, un doute qui complexifie l'image d'innovation fréquemment associée à ce domaine. Ces observations rejoignent les travaux de Jelovac et al. (2022), pour qui la transparence numérique et la RNE apparaissent comme des facteurs clés de confiance, mais élargissent leur analyse en nécessitant une surveillance légale reconnue et systématique. Il est notable que cette exigence dépasse les simples recommandations techniques, s'imposant progressivement comme condition essentielle pour l'adoption à grande échelle des services financiers dématérialisés.

En définitive, les recherches menées enrichissent les travaux sur les néobanques en validant des éléments connus (sécurité, confiance, efficacité), mais apportent aussi des

nuances inédites, mettant en lumière l'humain, le besoin d'éducation numérique, les attentes environnementales et sociales, ainsi que l'impact de la réglementation. Ces résultats révèlent une perception marquée chez les non-utilisateurs, tiraillés entre l'attrait pour l'innovation technologique et le besoin d'assurances solides concernant la confiance, la transparence et l'équité. Cette dynamique conduit à poser des bases pour une analyse plus large, qui sera développée dans la partie suivante consacrée aux contributions du terrain sur la Responsabilité Numérique des Entreprises.

### **5.1.2 APPORTS SPÉCIFIQUES DU TERRAIN À LA LITTÉRATURE SUR LA RNE**

Les résultats issus du terrain viennent enrichir la littérature sur la RNE, en exposant des visions qui contrastent entre les définitions académiques et la compréhension par les non-utilisateurs de néobanques. Alors que nombre de travaux scientifiques mettent en valeur une conceptualisation des dimensions constitutives de la RNE tels que : la gouvernance des données, la cybersécurité, l'inclusion numérique, l'équité algorithmique, durabilité environnementale et transparence (Carl et Hinz, 2024; Cheng et Zhang, 2023; Lobschat et al., 2021). Les témoignages recueillis illustrent plutôt la méconnaissance d'un concept souvent amalgamé à celui de responsabilité sociale des entreprises. Cette méconnaissance corroborerait ainsi les constats de Bednárová et Serpeninova (2023) qui considèrent que la RNE représenterait encore un champ théorique en cours d'élaboration, fort éloignés des pratiques qui sont celles du grand public.

L'un des apports terrain concerne la demande de vulgarisation et de pédagogie autour de la RNE. Les répondants insistent sur la nécessité de définitions simples, d'un discours accessible, de dispositifs de communication qui rendent concrets les engagements numériques. Si l'analyse de Herden et al. (2021) a bien raison de circonscrire la RNE dans la sphère d'une stratégie globale, elle est davantage entachée d'une méfiance à

l'égard d'une perception citoyenne, qui est un motif de doute. Le terrain démontre que la capacité des institutions à convertir leurs engagements numériques en actes tangibles, intelligibles et intelligents constitue un enjeu de confiance et qu'une bonne distance à ces questions rejoint indirectement l'analyse de Vo Thai et al. (2024) qui souligne l'importance de l'intégration des parties prenantes et du capital humain dans le processus de dématérialisation de la RNE.

La cybersécurité, la gouvernance des données apparaissent indiscutablement comme des priorités. Les entretiens montrent que l'exigence d'une protection contre la fraude et les abus de données est souvent posée, que la sécurité ne s'associe jamais sans une gouvernance précise et assumée. Nos interlocuteurs le soulignent et rejoignent sur ce point les conclusions de Jelovac et al. (2022) qui font vivre la gouvernance numérique comme un prérequis de la confiance digitale, en assurant que les dispositifs techniques ne peuvent être dissociés des dispositifs institutionnels. D'ailleurs, Hamdallah et al. (2022) montrent que le soutien organisationnel perçu joue un rôle médiateur dans le lien entre les services numériques et la confiance dans la RNE confirmée par le travail de terrain qui affirme que si l'on veut offrir un service, il faut penser sécurité et responsabilité ensemble en matière de traitement des données, ce que démontre les attentes des usagers qu'ils soulèvent ici formellement.

Les résultats mettent aussi en lumière l'enjeu de la transparence algorithmique, mais également de l'équité. Les répondants manifestent leurs préoccupations sur le caractère opaque des algorithmes et les risques de biais discriminatoires, confirmant les travaux de Jones et Wynn (2023) et Wirtz et al. (2022) qui prônent un encadrement éthique de l'IA. Le terrain permet toutefois d'étendre ces constats, et le constat du refus des non-utilisateurs ne se limite pas à une demande de transparence technique, mais s'accompagne d'une exigence de garanties concrètes sur l'équité dans les conditions d'accès aux

services financiers. Une exigence qui fait écho aux travaux de Tóth et Blut (2024) qui mettent en avant des repères éthiques dans l'usage de l'IA, ou à ceux Elliott et al. (2021) qui considèrent la RNE comme devant concourir à une société numérique équitable et inclusive.

Dans un registre différent, l'analyse de la dimension environnementale de la RNE apparaît souvent sous-explorée en finance. Pourtant, si les travaux récents mettent en exergue la question de la durabilité à intégrer dans la gouvernance numérique (Napoli, 2023; Stahl, 2024), les discours du terrain expriment que les attentes écologiques s'affirment de plus en plus. Les participants au tour de table associent bien la dématérialisation bancaire à la réduction de l'empreinte carbone de la banque, mais ils réclament également qu'une plus grande attention soit accordée à la transparence sur le recyclage des équipements électroniques et à l'utilisation des énergies renouvelables ou durables. Or ces enjeux sont rarement pris en considération dans l'analyse des néobanques. De ce fait, la RNE semble devoir impérativement dépasser un strict souci de l'orientation vers la donnée en intégrant une réflexion d'ensemble sur l'impact écologique des techniques numériques.

Pourtant, les résultats révèlent une attente très forte en matière de gouvernance et de réglementation alors que la littérature considère la RNE comme un bouquet de bonnes pratiques volontaires (Londono-Cardozo et Paz, 2021; Mihale-Wilson et al., 2022), et que les répondants sollicitent une surveillance légale et systématique, une condition jugée nécessaire pour établir une confiance durable dans les services numériques. On peut constater ici une articulation complémentaire avec les analyses de Jelovac et al. (2022) qui montrent que la confiance digitale ne peut être fondée uniquement sur l'autorégulation des organisations, mais qu'elle impose un cadre institutionnel clair et contraignant.

Pour synthétiser, les contributions du terrain à l'état de la RNE rejoignent trois apports principaux :

- La reconnaissance d'une dissonance entre le cadre théorique établi par les chercheurs, et les grilles de perceptions pratiquées par les citoyens ;
- L'exigence de rendre la RNE pragmatique et intelligible par des efforts de pédagogie et de lisibilité/information ;
- L'activation forte des dimensions environnementale, sociale, institutionnelle comme conditions de la confiance.

Ces résultats enrichissent la littérature encore en construction, pour rappeler que la RNE ne peut être crédible que quand elle articule rigueur technique, équité sociale, viabilité environnementale et régulation politique.

En effet, l'exploration des données collectées révèle que le champ ne sert pas seulement à valider les cadres conceptuels de la RNE de la littérature, mais plutôt à les rassembler autour d'attentes d'ores et déjà concrètes, citoyennes et pragmatiques. Ce travail de mise en dialogue entre la recherche académique et les perceptions sociales prépare la transition vers la prochaine section, qui offre une réponse synthétique aux questions de recherche en les confrontant à l'ensemble des résultats.

## **5.2 RÉPONSES AUX QUESTIONS DE RECHERCHE**

### **5.2.1 RÉPONSE SYNTHÉTIQUE À LA QUESTION PRINCIPALE**

La question centrale de cette recherche est : comment les perceptions des individus à l'égard des néobanques peuvent-elles éclairer l'élaboration de cadres de responsabilité numérique des entreprises (RNE) répondant aux attentes en matière de sécurité, d'éthique et de transparence des services bancaires numériques ?

Les résultats indiquent que les perceptions des non-utilisateurs jouent un rôle clé dans la compréhension des conditions d'acceptabilité de la responsabilité numérique dans le secteur financier. Les entretiens montrent que la confiance des individus repose dans le cadre de cette relation sur trois dimensions de natures différentes, mais indissociables : la sécurité numérique, la transparence des pratiques et l'équité perçue. Ces éléments, déjà identifiés sous une forme théorique dans les écrits de la littérature sur la RNE (Cheng et Zhang, 2023; Lobschat et al., 2021), prennent ici un tour concret et pragmatique en fonction des attentes exprimées par les participants.

Tout d'abord, il ressort des discours que la protection des données et la sécurité des informations ne relèvent pas que de la technique, mais plutôt de critères d'adhésion cruciaux pour les répondants, qui réclament des garanties explicites sur la confidentialité et la protection contre la fraude. Cela rejoint les constats de Hamdallah et al. (2022) selon lesquels la sécurité numérique est un socle incontournable de la confiance. Mais l'étude de terrain montre aussi qu'en plus de la sécurité des informations attendue, ce sont des mécanismes formalisés de responsabilité des acteurs de la banque en cas de problème qui sont attendus, ce qui élargit ainsi le cadre conceptuel actuel.

De plus, l'exigence de transparence et de clarté des pratiques numériques émerge comme une aspiration forte. Les participants considèrent aujourd'hui que l'usage des algorithmes, la gestion des données personnelles et, plus généralement, l'explication des conditions d'attribution des services financiers doivent s'accompagner d'une information accessible. Cette exigence n'embrasse pas seulement le degré de prescription technique qu'a l'habitude d'exprimer les chercheurs Tóth et Blut (2024) et Wirtz et al. (2022), mais relève désormais d'une approche pédagogique et de communication. Le constat des individus montre que la transparence ne devrait pas être simplement déclarative, mais doit aussi relever de l'appropriation possible par ses destinataires.

Troisièmement, ce travail manifeste une attente forte sur les enjeux éthiques et d'équité. Plusieurs enquêtes lient la responsabilité numérique à des enjeux de justice dans le traitement des clients, d'égalité d'accès et d'absence de discrimination dans le recours aux décisions automatisées. Ces résultats confirment les résultats de Elliott et al. (2021) et Herden et al. (2021) sur le rôle central de l'équité dans la construction de la confiance numérique. Cependant, le terrain révèle que celle-ci est indissociable d'un contact humain minimal jugé indispensable pour résoudre des problèmes complexes et pour humaniser la relation bancaire, ce qui nuance les approches strictement digitales souvent mises en avant dans la littérature.

Finalement, la perception que l'on a des individus intègre de plus en plus dans les réflexions que les recherches sur les néobanques propulsent rarement une dimension environnementale et sociale. Les participants associent la légitimité des acteurs financiers en proportionnement avec leurs capacités à réduire leur empreinte numérique et à prouver leur engagement fait à des libertés accordées sur des mesures tangibles de durabilité. Ces résultats prolongent par ailleurs les analyses de Napoli (2023) en démontrant que les consommateurs lient dorénavant la RNE à la capacité de gouverner globalement, éthiquement, un environnement environnemental.

En fin de compte, cette recherche nous confirme que les perceptions des individus ne se réduisent pas à leurs craintes concernant les technologies, mais constituent bien un véritable référentiel citoyen pour élaborer la RNE. En effet, les non-utilisateurs attendent des néobanques qu'elles conçoivent des dispositifs intégrateurs de sécurité, de transparence, d'équité et de durabilité, tout comme ils veulent que ces engagements soient rendus effectifs par des pratiques explicites et accessibles. Ces résultats soulignent que la RNE ne peut être pensée comme un concept abstrait : elle se construit sur les perceptions



et les attentes sociétales pour accroître la confiance et légitimer l'innovation numérique dans le secteur bancaire.

### **5.2.2 RÉPONSE SYNTHÉTIQUE AUX QUESTIONS DE RECHERCHE SPÉCIFIQUES**

- **Quels sont les principaux freins et leviers perçus par les non-utilisateurs de néobanques en matière de sécurité numérique et de fiabilité des services ?**

Les résultats révèlent que la cybersécurité constitue le frein majeur identifié par les non-utilisateurs. La peur des fraudes, du vol de données et de l'absence de garanties comparables à celles des banques traditionnelles est récurrente. Ces inquiétudes rejoignent des analyses de Hamdallah et al. (2022) et Liyanaarachchi et al. (2021) qui montrent que la confiance numérique dépend d'une protection robuste des données et d'un soutien institutionnel clair. Toutefois, le terrain nuance ces travaux en soulignant que les leviers d'adhésion résident autant dans la réactivité du service client et la présence d'un interlocuteur humain que dans les solutions techniques de sécurité. La sécurité est donc comprise comme un dispositif à la fois technologique et relationnel.

- **Comment les attitudes exprimées par les individus s'articulent-elles avec de différentes dimensions de la RNE, notamment la protection des données, la responsabilité environnementale et l'inclusion numérique ?**

La mise en relation des perceptions et des dimensions de la RNE est manifeste. La protection des données étant considérée comme une condition minimum, et confirmant le caractère central de cette dimension dans les travaux de Cheng et Zhang (2023) et Lobschat et al. (2021), alors même que pour les participants à l'étude estiment que la

réduction de l’empreinte carbone semble directement associée à l’absence d’agences physiques avec, tout en insistant sur la nécessité d’engagements à prendre en termes de recyclage et de sobriété énergétique, là encore dans l’esprit de Napoli (2023) et de Stahl (2024). En ce qu’elle rend inaccessibles les dispositifs numériques pour les personnes âgées ou moins à l’aise avec les technologies, l’inclusion apparaît également comme une dimension clef, et ce malgré un certain nombre de travaux théoriques sur le sujet, mais qui ne sont guère mis en relation avec le quotidien. Celle-ci montre, à établir ainsi les différentes perceptions, l’amplitude du cadre conceptuel dans lequel celles-ci s’inscrivent, à savoir les notions de sécurité, environnement et inclusion d’une seule voix.

- **Dans quelle mesure les résultats obtenus convergent-ils ou divergent-ils des prescriptions académiques existantes sur la RNE dans le secteur bancaire numérique ?**

Les résultats vont dans la bonne direction par rapport aux préconisations académiques : la sécurité des données (Hamdallah et al., 2022), la transparence algorithmique (Kunz et Wirtz, 2024) et l’équité (Herden et al., 2021) sont bien perçues comme des dimensions essentielles de la confiance. En revanche, le terrain présente des grilles de lecture différentes. En effet, alors que la littérature met l’accent sur des solutions techniques (outils, algorithmes), les répondants plébiscitent plutôt l’appui pédagogique (tutoriels, vidéo, campagnes d’information) et un minimum de contact humain comme étant complémentaires aux dispositifs numériques. Cette nuance indique une divergence entre le monde académique, qui privilégie une approche par l’innovation technologique d’une part, normative de l’autre, et les attentes sociales, qui va de l’expérience vécue à l’intelligibilité du dispositif.

- **Comment un modèle conceptuel intégrant ces différentes attentes pourrait-il contribuer à l'élaboration de recommandations opérationnelles pour les néobanques ?**

La prise en compte des attentes identifiées permet d'esquisser un modèle conceptuel à partir duquel la RNE s'élabore autour de quatre piliers compatibles et complémentaires : la sécurité numérique à la fois comprise comme une protection technique et une garantie institutionnelle, la transparence pédagogique sur la gestion des données et des algorithmes, l'équité et l'inclusion de l'accès aux services et du traitement des clients, la durabilité environnementale des infrastructures numériques. Ce modèle articule à la fois apports théoriques et perceptions citoyennes, en fournissant une base d'opérations pour des préconisations à l'attention des néobanques. Il ouvre ainsi à l'élaboration de pratiques hybrides combinant innovation digitale et garanties humaines, contribuant à légitimer un secteur en mutation tout en renforçant la confiance.

## **CHAPITRE 6**

### **IMPLICATIONS**

#### **6 IMPLICATIONS**

##### **6.1 IMPLICATIONS THÉORIQUES**

Les résultats de cette recherche apportent des contributions significatives aux champs universitaires de la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) et des néobanques.

Avant tout, cette recherche participe à l'enrichissement d'une littérature sur la RNE en introduisant un domaine pas très exploité : celui des néobanques. Alors que la plupart des travaux existants appliquent la RNE dans un cadre général, à de grandes entreprises numériques ou à divers secteurs (Cheng et Zhang, 2023; Lobschat et al., 2021) ici, on met en avant les spécificités du secteur bancaire digital. On montre que les dispositifs de sécurité, de transparence et d'équité, largement discutés dans les ouvrages de référence, deviennent à la fois opérationnels et contestés, à partir de l'expérience des non-utilisateurs. Cette relation entre un cadre de référence conceptuel large et un terrain de recherche sectorielle spécifique permet d'enrichir l'appréhension académique de la RNE.

De plus, l'article répond à un manque identifié dans la littérature sur les néobanques. Les études précédentes ont plutôt centré leur regard sur l'expérience client des utilisateurs actuels (Carl et Hinz, 2024; Kunz et Wirtz, 2024) et a priori sur les enjeux liés à l'innovation technologique. En revanche, l'angle d'attaque du présent papier

consiste à poser la question des non-utilisateurs et à mettre à jour des freins psychologiques, des enjeux éthiques, des attentes inédites, ce qui se double d'une prolongation des articles déjà existants et d'une ouverture sur des pistes inédites pour comprendre les conditions d'adoption des services financiers digitaux.

En outre, cette recherche met au jour une perception sociale de la RNE existentielle en tant que réelle catégorie d'analyse. Les résultats indiquent que les individus ne circonscrivent pas la RNE à un ensemble de mécanismes techniques (cybersécurité), mais l'articulent également avec des dimensions éthiques (équité, inclusion), pédagogiques (éducation numérique, tutoriels) et environnementales (réduction de l'empreinte écologique, recyclage des infrastructures). Un élargissement conceptuel qui viendrait enrichir la littérature théorique d'une vision holistique de la RNE pour les services bancaires numériques.

Pour finir, cette recherche contribue à réfléchir à la mise en perspective théorique des théories normatives par rapport à la perception citoyenne. Elle fait apparaître, en remobilisant les attentes de l'agent dans l'analyse de la RNE, la pertinence d'une approche réflexive et contextualisée, en accord avec les travaux de Vo Thai et al. (2024) sur la place centrale de la perception dans l'évaluation de l'éthique numérique. La RNE ne peut être envisagée comme un écheveau statique de normes définies par des chercheurs ou des institutions ; elle doit bien plutôt se penser comme un processus de construction sociale, fruit des représentations de ses futurs usagers.

En somme, cette recherche fait un apport à la littérature dans le champ de la stratégie en tant que champ d'analyse pour les néobanques puisqu'elle étend ses dimensions au-delà

du côté technique et qu'elle rééquilibre le rapport dialogique entre modèles théoriques et attentes citoyennes.

## **6.2 IMPLICATIONS MANAGÉRIALES**

Cette recherche va au-delà de sa portée théorique et participe à produire des recommandations pratiques destinées aux dirigeants et praticiens des néobanques. Les résultats suggèrent plusieurs pistes d'action pour intégrer la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) dans la stratégie et les pratiques de l'entreprise, en vue de répondre aux attentes des consommateurs et garantir la confiance.

D'abord, les données montrent que la sécurité numérique doit être perçue comme une promesse relationnelle, et non pas seulement technique. Les non-utilisateurs affirment avoir besoin de garanties en cas de fraude ou de perte de données. Pour les néobanques, cela signifie plutôt investir dans des moyens de protection efficaces, mais surtout faire preuve de transparence concernant les modalités de prise en charge des incidents. Cela implique de porter la responsabilité à l'attention des clients potentiels et de les rassurer quant à la continuité et à la fiabilité du service.

Ensuite, la transparence apparaît comme un levier d'adhésion. Les participants affirment que la gestion des données, le fonctionnement des algorithmes et les critères d'attribution des services financiers doivent être rendus compréhensibles aux usagers. Les néobanques pourraient réussir si elles investissaient dans une communication pédagogique au moyen de tutoriels, ou à travers des campagnes de sensibilisation pour réduire l'opacité perçue et humaniser leurs services digitaux.

De plus, les résultats révèlent que l'inclusion et l'équité doivent être placées au cœur de la démarche de RNE. Les difficultés rencontrées par les personnes âgées ou moins familières du numérique témoignent de la nécessité d'arbitrer entre des solutions hybrides (conseillers accessibles par visioconférence ou partenariats avec des réseaux de proximité déjà existants). Par ailleurs, la lutte contre les biais algorithmiques et la mise en œuvre de politiques explicites de non-discrimination devraient renforcer la légitimité des néobanques auprès d'un public plus large.

En outre, les perceptions recueillies font apparaître la responsabilité environnementale comme un possible biais de différenciation. En effet, les non-utilisateurs établissent spontanément un lien de synergie entre l'absence d'agences physiques et le contexte environnemental, mais s'attendent par ailleurs à des éléments de preuve attestant d'un engagement dans cette voie : recyclage des équipements numériques, utilisation d'énergies renouvelables dans les data centers. Communiquer avec transparence sur ces initiatives constituerait un avantage comparatif et crédibiliserait la promesse éthique des néobanques.

Enfin, cette étude montre que les néobanques doivent abandonner une approche unilatérale pour considérer leurs parties prenantes comme partenaires de création et de co-conception. En intégrant les usagers dans le processus de création et d'amélioration des services (sondages, tests utilisateurs, groupes de discussion), la RNE apparaît comme une pratique centrale pour calibrer l'offre des néobanques aux attentes effectivement manifestées sur le marché. En associant les clients potentiels à leur choix stratégique, celles-ci pourront lever le verrou de la légitimité et établir une relation de confiance durable.

En conclusion, les résultats de la recherche soulignent que la RNE ne doit pas être perçue comme une obligation externe, mais comme un levier stratégique des néobanques, qui, en combinant sécurité, transparence, inclusion et durabilité, pourront autant satisfaire des exigences sociétales que renforcer leur position sur le marché bancaire numérique hautement concurrentiel.

La discussion des résultats a ainsi permis de confronter les perceptions recueillies à des cadres théoriques connus pour répondre aux questions de recherche. Le chapitre 6 prolonge également cette analyse en traduisant ces constats en implications théoriques et managériales, destinées à éclairer à la fois les travaux futurs sur la RNE et les décisions stratégiques des néobanques.



## **CHAPITRE 7**

### **LIMITES DE LA RECHERCHE ET PERSPECTIVES**

#### **7 LIMITES DE LA RECHERCHE ET PERSPECTIVES**

##### **7.1 LIMITES DE RECHERCHE**

Comme tout travail de recherche, cette étude comporte certaines limites qu'il convient de reconnaître afin de situer correctement la portée des résultats et d'éviter des généralisations hâtives. Ces limites concernent principalement l'échantillon, la méthodologie, le champ d'analyse et la temporalité du projet.

Premièrement, la taille et la composition de l'échantillon constituent une contrainte notable. L'étude a porté sur un nombre limité de participants tous les non-utilisateurs des néobanques. Ce choix méthodologique se justifie par la volonté de comprendre les freins à l'adoption et de donner la parole à une population encore peu étudiée. Toutefois, il réduit la possibilité de généraliser les résultats à l'ensemble des consommateurs. Des profils d'utilisateurs actuels auraient pu apporter une vision comparative, enrichissant ainsi l'analyse.

Deuxièmement, la méthodologie qualitative retenue présente à la fois des avantages et des limites. Le recours aux entretiens semi-directifs et à une analyse thématique inductive réalisée à l'aide du logiciel Nvivo a permis de mettre en évidence la richesse et la complexité des représentations des participants. Cet outil a renforcé la rigueur et la transparence du processus en facilitant la catégorisation des verbatims et la traçabilité des thèmes. Toutefois l'absence de triangulation avec des méthodes quantitatives limite la portée statistique des résultats et ne permet pas de valider empiriquement la prégnance

des thèmes identifiés. Comme le rappelle Carl et al. (2022), ce type d'approche qualitative, bien qu'adaptée à l'exploration en profondeur des perceptions, demeure exposée à des interprétations divergentes inhérentes au rôle actif du chercheur dans le processus analytique.

Troisièmement, le contexte géographique et culturel de l'étude constitue une autre limite. Les entretiens ont été menés au Canada et les perceptions recueillies reflètent des représentations situées dans cet environnement particulier marqué par un système bancaire fortement institutionnalisé et dominé par de grands acteurs traditionnels. Les résultats ne peuvent donc être transmis et posés automatiquement à d'autres contextes notamment européens ou asiatiques où l'essor des nouvelles banques est plus avancé et/ou la régularité présente des spécificités différentes (Merbecks, 2024; Vo Thai et al., 2024).

Quatrièmement, une limite importante réside dans la temporalité de la recherche. Le secteur bancaire numérique évolue à une vitesse rapide : l'introduction de nouvelles réglementations, l'émergence d'innovations technologique (Ex. IA générative), ou encore des scandales liés à la cybersécurité peuvent transformer les perceptions des individus en très peu de temps. Les résultats présentés ici doivent donc être compris comme une photographie à un moment donné, et non comme une vérité immuable.

Enfin, la portée exploratoire de l'étude doit être soulignée. L'objectif était de mieux comprendre les perceptions des non-utilisateurs, et non de produire un modèle universel. Si cette posture est cohérente avec la méthodologie qualitative adoptée, elle implique que les résultats sont davantage transférables à d'autres contextes que véritablement généralisables, ce qui rejoint les limites classiques de la recherche qualitative (Cheng et Zhang, 2023).

## **7.2 PERSPECTIVE DE RECHERCHE**

Ces limites ouvrent la voie à plusieurs perspectives de recherche qui visent à approfondir et élargir l'analyse de la responsabilité numérique des entreprises dans le contexte des néobanques.

Tout d'abord, il serait pertinent de compléter cette étude par des recherches quantitatives à grande échelle afin de tester la robustesse statistique des résultats obtenus. Des questionnaires administrés à un large échantillon permettraient de mesurer l'importance relative de chaque facteur identifié (sécurité, transparence, inclusion, responsabilité environnementale) dans la perception des néobanques. Une telle démarche renforcerait la validité externe des conclusions et permettrait de hiérarchiser les attentes des consommateurs.

Par la suite, de futures recherches pourraient comparer les perspectives entre utilisateurs et non-utilisateurs. Une telle approche permettrait d'identifier les écarts entre attentes externes et expériences vécues. Elle éclairerait également la manière dont les principes de la RNE sont perçus différemment selon le degré d'exposition au service numérique rejoignant les constats de Vo Thai et al. (2024) sur le rôle central de l'expérience vécue dans l'évaluation de l'éthique numérique.

Troisièmement des études longitudinales offriraient un apport significatif. Observer l'évolution des perceptions dans le temps, en tenant compte des changements technologiques des nouvelles pratiques organisationnelles et des ajustements réglementaires, permettrait de comprendre comment la confiance ou la méfiance vis-à-vis des néobanques se construit et se transforme. Cela contribuerait à combler le manque actuel d'analyse dynamique dont la littérature sur la RNE (Stahl, 2024).

Quatrièmement, des recherches comparatives entre différents contextes nationaux et culturels seraient particulièrement éclairantes. Les perceptions des consommateurs ne sont pas homogènes et dépendent fortement des environnements sociaux, politiques et réglementaires (Merbecks, 2024). Étudier plusieurs pays en parallèle permettrait de comprendre comment les contextes institutionnels variaient et influencent la réception de la RNE dans le secteur bancaire digital.

Cinquièmement, des études futures pourraient explorer plus spécifiquement le rôle des conseils d'administration, des régulateurs et des acteurs publics dans l'intégration de la RNE dans les néobanques. Alors que la littérature actuelle insiste sur l'importance de la gouvernance numérique (Jelovac et al., 2022; Napoli, 2023), peu de travaux empiriques analysent comment ces acteurs arbitrent entre exigences éthiques, contrainte économique et pression concurrentielle.

Enfin, il serait intéressant de s'intéresser davantage aux impacts sociaux et environnementaux de la numérisation bancaire, deux dimensions encore peu abordées. Les résultats de cette recherche ont montré que les non-utilisateurs attendent des engagements plus forts en matière d'éducation numérique et de durabilité. Explorer ces aspects pourrait contribuer à élargir le cadre conceptuel de la RNE et renforcer sa pertinence pour les services financiers digitaux (Bednárová et Serpeninova, 2023).

En définitive, ce chapitre met en évidence que, si cette recherche présente certaines limites inhérentes à sa méthodologie et à son champ d'analyse, elle ouvre également des perspectives riches pour la recherche future. Les résultats obtenus constituent une première étape importante vers une meilleure compréhension de la manière dont les perceptions sociales peuvent éclairer l'élaboration de cadres de la RNE adaptés aux néobanques. Les travaux à venir auront la responsabilité d'approfondir, de comparer et

d'élargir ces constats, afin de renforcer la légitimité scientifique et pratique de la RNE dans un secteur bancaire en pleine transformation.

## **CHAPITRE 8**

### **CONCLUSION**

L'objectif de ce mémoire était d'examiner comment les perceptions des individus à l'égard des néobanques peuvent éclairer l'élaboration des cadres de Responsabilité Numérique des Entreprises répondant aux attentes en matière de sécurité, de transparence et d'éthique. En donnant la parole à des non- utilisateurs, cette recherche a permis de mettre en évidence des freins, des inquiétudes, mais aussi des attentes qui conditionnent l'adoption ou le rejet des services financiers entièrement numériques. Elle répond ainsi à un manque identifié dans la littérature, où les perceptions des usagers potentiels sont encore peu étudiées alors qu'elles constituent un indicateur essentiel de l'acceptabilité sociale des innovations bancaires.

Les résultats de l'étude mettent en lumière plusieurs constats majeurs. Tout d'abord, la sécurité numérique et la protection de l'identité apparaissent comme des critères déterminants de confiance. L'absence de guichet physique, propre aux néobanques, est perçue par de nombreux répondants comme un facteur de vulnérabilité qui nécessite des garanties plus fortes que celles offertes par les banques traditionnelles.

Ensuite, la transparence algorithmique est apparue comme une attente centrale. Les participants souhaitent mieux comprendre comment fonctionnent les algorithmes, quelles données sont collectées, qui a accès et à quelles fins elles sont utilisées. Le développement des technologies responsables constitue également une dimension clé : les répondants ne limitent pas leurs attentes à la cybersécurité, mais expriment aussi des besoins liés à

l'ergonomie, à l'accessibilité et aux impacts environnementaux des infrastructures numériques.

Enfin la confiance reste fortement conditionnée par la démonstration d'engagements concrets, que ce soit à travers des épreuves visibles d'investissement en sécurité ou par la présence de conseillers humains capables d'investir en cas de problème.

Ce mémoire apporte plusieurs contributions. Sur le plan théorique, il enrichit la littérature en appliquant le concept de RNE à un terrain encore peu exploré, celui des néobanques. Il montre que la RNE ne doit pas être comprise uniquement comme un cadre technique, mais comme une construction sociale, façonnée par les représentations et attentes des usagers.

Sur le plan empirique, il fournit des données inédites sur les perceptions des non-utilisateurs, en identifiant à la fois les freins à l'adoption (sécurité, opacité algorithmique, manque de contact humain) et les leviers potentiels (communication transparente, pédagogie, initiative sociale et écologique).

Sur le plan pratique, il propose des recommandations directement inspirées des discours des participants permettant aux néobanques d'adapter leurs stratégies aux préoccupations citoyennes.

Comme tout travail de recherche, cette recherche présente des limites. La taille restreinte de l'échantillon réduit la portée généralisable des résultats. De plus, le recours exclusif à une méthodologie qualitative, bien qu'approfondie grâce à l'utilisation de NVivo, ne permet pas de valider statistiquement les thèmes identifiés. Le contexte géographique, centré sur le Canada, limite également l'application universelle des résultats, les perceptions pouvant varier dans d'autres contextes réglementaires et culturels. Enfin, la temporalité de l'étude doit être soulignée : les services bancaires numériques évoluent très

rapidement, et les représentations recueillies pourraient changer au gré des innovations ou des incidents de cybersécurité.

À partir des témoignages recueillis, plusieurs recommandations pratiques peuvent être formulées pour les néobanques. Les participants insistent d'abord sur la nécessité de renforcer la réglementation et la protection institutionnelle, en offrant des garanties comparables à celles des banques traditionnelles, notamment par des audits réguliers et les procédures rigoureuses de vérification d'identité.

Ensuite les attentes en matière de transparence algorithmique apparaissent cruciales : il s'agit de rendre accessibles au grand public le fonctionnement des systèmes de détection des fraudes et de collecte des données, en clarifiant qui y a accès et dans quel but les non-utilisateurs expriment également un besoin de technologie responsable et accessible, par exemple à travers des applications ergonomiques, personnalisables et disponibles sur plusieurs plateformes.

Le développement d'initiatives écologiques est également recommandé, notamment via le recyclage des équipements numériques et l'utilisation d'énergies renouvelables pour les centres de données.

Les participants suggèrent aussi d'atténuer les risques liés à l'isolement numérique en proposant des outils pédagogiques et des dispositifs pour renforcer la littératie numérique tout en limitant la dépendance aux écrans.

En outre, la mise en place d'initiatives sociales et communautaires telles que des dons à des associations locales où le financement de programmes éducatifs est perçu comme un moyen concret de renforcer la confiance et la légitimité des néobanques.

Enfin cette recherche ouvre plusieurs pistes pour de futurs travaux académiques. Des études quantitatives à grande échelle pourraient compléter ce travail en mesurant la



représentativité des résultats. Des recherches comparatives entre utilisateurs et non-utilisateurs permettraient de mettre en évidence les écarts entre attentes externes et expériences vécues. Des études longitudinales pourraient suivre l'évolution des perceptions dans le temps, notamment face aux innovations technologiques et aux nouvelles régulations. Enfin des comparaisons internationales offriraient un éclairage sur la manière dont les contextes culturels et institutionnels influencent la réception de la RNE dans les services financiers numériques.

En définitive, ce mémoire contribue à mieux comprendre les conditions sociales et éthiques d'acceptation des néobanques. Il démontre que la Responsabilité Numérique des Entreprises, loin d'être un simple ensemble de prescriptions techniques, doit intégrer les perceptions des citoyens pour devenir un cadre crédible et opérationnel. Les résultats obtenus montrent que l'avenir des néobanques dépendra de leur capacité à conjuguer innovation technologique et responsabilité sociale, en articulant sécurité, transparence, inclusion et durabilité.

# LISTE DES RÉFÉRENCES

- Bednářová, M., & Serpeninova, Y. (2023). Corporate digital responsibility: bibliometric landscape—chronological literature review. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 23(29), 1-18.
- Carl, K. V., & Hinz, O. (2024). What we already know about corporate digital responsibility in IS research: A review and conceptualization of potential CDR activities. *Electronic Markets*, 34(1), 27.
- Carl, K. V., Mihale-Wilson, C., Zibuschka, J., & Hinz, O. (2024). A consumer perspective on Corporate Digital Responsibility: an empirical evaluation of consumer preferences. *Journal of business economics*, 94(7), 979-1024.
- Carl, K. V., Zilcher, T., & Hinz, O. (2022). Corporate Digital Responsibility and the current Corporate Social Responsibility standard: An analysis of applicability. Open Identity Summit 2022,
- Cheng, C., & Zhang, M. (2023). Conceptualizing corporate digital responsibility: a digital technology development perspective. *Sustainability*, 15(3), 2319.
- Dörr, S. (2021). Know-how! New corporate responsibility for the digital society. *Corporate Digital Responsibility: Managing Corporate Responsibility and Sustainability in the Digital Age*, 1-52.
- Elliott, K., Price, R., Shaw, P., Spiliotopoulos, T., Ng, M., Coopamootoo, K., & Van Moorsel, A. (2021). Towards an equitable digital society: artificial intelligence (AI) and corporate digital responsibility (CDR). *Society*, 58(3), 179-188.
- Filipović, A. (2023). Corporate digital responsibility. In A. a. S. Briggie, Edward (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of responsibility* (pp. 419-430). Routledge.
- Hamdallah, M. E., Srouji, A. F., & Al-Ibbini, O. A. (2022). does perceived organizational support have a mediating role in directing the relationship between E-banking and corporate digital responsibility? In *Digital economy, business analytics, and big data analytics applications* (pp. 615-631). Springer.
- Hartley, N., Kunz, W., & Tarbit, J. (2024). The corporate digital responsibility (CDR) calculus: How and why organizations reconcile digital and ethical trade-offs for growth. *Organizational Dynamics*, 53(2), 101056.
- Herden, C. J., Alliu, E., Cakici, A., Cormier, T., Deguelle, C., Gambhir, S., Griffiths, C., Gupta, S., Kamani, S. R., & Kiratli, Y.-S. (2021). "Corporate Digital Responsibility" New corporate responsibilities in the digital age. Sustainability Management Forum | NachhaltigkeitsManagementForum,
- Jelovac, D., Ljubojević, Č., & Ljubojević, L. (2022). HPC in business: the impact of corporate digital responsibility on building digital trust and responsible corporate digital governance. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 24(6), 485-497.

- Jones, P., & Comfort, D. (2021). Corporate digital responsibility in the hospitality industry. *Athens Journal of Tourism*, 8(1), 9-18.
- Jones, P., & Wynn, M. G. (2023). Artificial intelligence and corporate digital responsibility. *Journal of Artificial Intelligence, Machine Learning and Data Science*, 1(2), 50-58.
- Kunz, W., Wirtz, J., Hartley, N., & Tarbit, J. (2024). The Importance of Corporate Digital Responsibility in a Digital Service World. In *The Impact of Digitalization on Current Marketing Strategies* (pp. 183-193). Emerald Publishing Limited.
- Kunz, W. H., & Wirtz, J. (2024). Corporate digital responsibility (CDR) in the age of AI: implications for interactive marketing. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 18(1), 31-37.
- Lautermann, C., & Frick, V. (2023). Corporate Digital Responsibility. *Schriftenreihe des IÖW*, 227, 23.
- Liyanaarachchi, G., Deshpande, S., & Weaven, S. (2021). Market-oriented corporate digital responsibility to manage data vulnerability in online banking. *International Journal of Bank Marketing*, 39(4), 571-591.
- Lobschat, L., Mueller, B., Eggers, F., Brandimarte, L., Diefenbach, S., Kroschke, M., & Wirtz, J. (2021). Corporate digital responsibility. *Journal of Business Research*, 122, 875-888.
- Londono-Cardozo, J.-C., JOSÉ, & Paz, M. P. D. (2021). Corporate digital responsibility: Foundations and considerations for its development. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 22(6), eRAMD210088.
- Merbecks, U. (2024). Corporate digital responsibility (CDR) in Germany: background and first empirical evidence from DAX 30 companies in 2020. *Journal of business economics*, 94(7), 1025-1049.
- Mihale-Wilson, C., Hinz, O., van der Aalst, W., & Weinhardt, C. (2022). Corporate digital responsibility: Relevance and opportunities for business and information systems engineering. *Business & Information Systems Engineering*, 64(2), 127-132.
- Napoli, F. (2023). Corporate digital responsibility: A board of directors may encourage the environmentally responsible use of digital technology and data: Empirical evidence from Italian publicly listed companies. *Sustainability*, 15(3), 2539.
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2012). L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales <https://doi.org/Paillé>, P., & Mucchielli, A. (2021). L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales-5e éd. Armand Colin.
- Stahl, B. C. (2024). From corporate digital responsibility to responsible digital ecosystems. *Sustainability*, 16(12), 4972.
- Suchacka, M. (2020). Corporate digital responsibility-A new dimension of the human-Technology relations. *System Safety: Human-Technical Facility-Environment*, 2(1).
- Tóth, Z., & Blut, M. (2024). Ethical compass: The need for Corporate Digital Responsibility in the use of Artificial Intelligence in financial services. *Organizational Dynamics*, 53(2), 101041.

- van der Merwe, J., & Al Achkar, Z. (2022). Data responsibility, corporate social responsibility, and corporate digital responsibility. *Data & Policy*, 4, e12.
- Vo Thai, H. C., Hue, T. H. H., Chen, P. f., & Tran, M. L. (2024). Unraveling the influence of human capital and stakeholder engagement on corporate digital responsibility: Implications for firm performance in Southeast Asia enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(3), 1934-1958.
- Wirtz, J., Tarbit, J., Hartley, N., & Kunz, W. (2022). Corporate digital responsibility: Dealing with ethical, privacy and fairness challenges of AI. *Journal of AI, Robotics & Workplace Automation*, 1(4), 325-328.
- Yadav, S. S. K., & Mishra, G. (2022). Corporate Digital Responsibility: Perspectives till date and the way ahead. 2022 5th International Conference on Contemporary Computing and Informatics (IC3I),

## ANNEXE 1

Ce **mémoire** a fait l'objet d'une certification éthique. Le numéro du certificat est : **2025-1881.**

TABLEAU 5 : PRÉSENTATION DES RÉSULTATS THÉORIQUES

Noms	Fichiers	Références	Verbatims
<b>Non-utilisateurs</b>	0	0	
<b>Attentes en matière de services bancaires</b>	13	13	<p>« En général, je m'attends à cela. Une réponse rapide en cas de besoin. Vous savez, parfois, il arrive que vous ayez besoin d'aide. Vous avez besoin d'assistance, quelle qu'elle soit. Je pense donc qu'une assistance rapide est importante. Oui, pouvoir contacter quelqu'un rapidement, je dirais que c'est important. »</p> <p>« En ce qui concerne les services financiers, tout, depuis les services les plus basiques comme les comptes courants ou les comptes d'épargne jusqu'à... Je suppose que vous connaissez les services hypothécaires ou les prêts automobiles, tous les services habituels en matière de service à la clientèle. J'espère que la banque</p> <p>Auprès de laquelle je me suis inscrit disposera d'une personne à qui m'adresser en cas de problème ou de question, quelqu'un qui saura m'aider. Plutôt que d'avoir recours à un chatbot IA ou à une section FAQ en ligne. Je suis sûr que cela peut être utile. Mais j'imagine que si quelque chose tournait vraiment mal, il serait plus rassurant d'avoir affaire à quelqu'un qui a des réponses définitives et le pouvoir d'agir, plutôt que de simplement discuter avec un chatbot en ligne. »</p> <p>« Je pense qu'aujourd'hui, il s'agit principalement de titres.</p>

			<p>Personnellement, j'étais chez Desjardins quand il y a eu cette grosse affaire, je ne sais pas si vous en avez entendu parler, mais il s'agissait d'une fraude importante.</p> <p>J'ai été pris dans cette affaire, donc il est très important pour moi que la banque propose une sécurité en matière de confidentialité.</p> <p>Je veux qu'elle protège les informations sur ses clients, car il y a beaucoup de fraudes de nos jours, comme les virements interactifs et tout ce genre de choses.</p> <p>Je pense donc qu'il est important d'être protégé par les services bancaires.</p> <p>Comme ça, si jamais vous êtes victime d'une fraude sur votre compte bancaire, vous ne serez pas responsable.</p> <p>Je sais que certaines banques offrent une protection, donc aucune responsabilité.</p> <p>Si jamais vous êtes victime d'une fraude sur votre carte de crédit pour quelque chose que vous n'avez pas fait, vous n'aurez pas à rembourser les frais.</p> <p>Je pense donc que c'est l'une des choses les plus importantes pour moi.</p> <p>»</p>
--	--	--	--

<b>Responsabilité numérique des entreprises</b>	0	0	
Sensibilisation à la RNE	14	17	<p>« Je parlerais plutôt de manipulation intellectuelle. Bon, attention, mais cela nécessite des mécanismes, pas des mécanismes volontaires, mais des mécanismes juridiques pour contrôler les personnes qui sont responsables devant le public, pas seulement devant les actionnaires, mais devant le public. »</p> <p>« Je ne pense pas, très vaguement. Je ne saurais vous dire ce que c'est. »</p> <p>« J'ai entendu parler de la responsabilité sociale des entreprises, est-ce que c'est autre chose ? »</p>
Définition de RNE	13	13	<p>« Eh bien, rien qu'à partir du titre, je suppose qu'il s'agit de se comporter de manière éthique dans un environnement numérique. Donc, encore une fois, agir de bonne foi plutôt que de mentir et essayer d'agir dans l'intérêt du client, si nous parlons d'une entreprise ».</p> <p>« Je pense que la responsabilité numérique des entreprises réside dans le fait qu'elles se conforment à l'éthique des données, dans le sens où elles veillent à ce que vos données soient protégées et utilisées de manière éthique, et j'allais ajouter cela aussi.</p> <p>Il ne s'agit pas de l'utilisation d'algorithmes, car de nombreuses entreprises utilisent des algorithmes. Peu importe le type d'impôt que paie leur entreprise. Mais je pense que c'est le minimum, je dirais le type de données, puis l'utilisation des algorithmes. »</p>
<b>Assistance clientèle</b>	0	0	
Impact d'un service client réactif plutôt que d'une agence physique	12	17	« Cela dépend de la manière dont cela est fait. Si c'est l'IA et que ça ne fonctionne pas, cela peut devenir frustrant pour le client.

			<p>Cela peut alors poser problème.</p> <p>Je comprends que l'IA puisse être utilisée au début pour trier les demandes.</p> <p>Un peu comme pour un appel, puis ensuite, il faut avoir la bonne personne, mais en même temps, cela ne doit pas être perçu ou ressenti comme un problème par le client, qui a l'impression que son problème est pris en compte.</p> <p>Il finira par être blessé par une personne ou un numéro de ticket.</p> <p>Quelque chose que je peux suivre et que l'agent doit peut-être identifier.</p> <p>Il y a un historique quelque part.</p> <p>Si je tombe sur un autre agent, il connaîtra peut-être la conversation que j'ai eue avec mon interlocuteur précédent grâce à une sorte d'historique.</p> <p>Disponible pour le client ou l'entreprise »</p> <p>« Oui, je pense. On le voit avec la filiale qui est associée à Vidéotron. Ils ont toujours un service à la clientèle assez réactif. Donc oui, c'est vrai qu'il n'y a pas d'espace physique, mais il faut être très réactif. Oui, cela peut compenser en même temps, si je peux dire. »</p> <p>« Je serais plus enclin à confier mon argent à une banque physique, car je sais qu'elle emploie des personnes, des personnes qui travaillent dans les agences physiques de cette banque, des personnes de la région. Cela stimule l'économie, contrairement à ce qui se passe lorsque l'on donne son argent à une néobanque, tout simplement. Elles sont décentralisées. Eh bien, je ne sais pas exactement où mon argent est investi là-bas. »</p>
Effets perçus du service client sur l'amélioration de la confiance	11	12	<p>« Eh bien, la possibilité de parler à nouveau à une personne réelle serait le seul avantage réel que je vois à une agence physique : en cas de problème</p>



			<p>ou de question, il est très difficile de se débarrasser de quelqu'un qui est là en personne pour répondre à une question.</p> <p>En ligne, vous pouvez immédiatement mettre fin à la conversation. Vous pouvez fermer le chat en sachant qu'il y a des personnes dévouées qui resteront disponibles jusqu'à ce que le problème soit résolu. Cela représenterait une baisse considérable. »</p> <p>« Parce que je sais que même si je rencontre un problème, quelqu'un sera là pour m'aider et le résoudre avec moi.</p> <p>Je n'hésite donc pas à les rejoindre, car je sais que nous pourrions surmonter les obstacles si nécessaire. »</p> <p>« Eh bien, dans le sens où si je me trouve dans une situation difficile et que j'ai besoin de conseils, que je dois changer quelque chose.</p> <p>Et puis, je n'ai pas besoin de passer trois heures au téléphone avant de faire affaire avec quelqu'un ou d'aller sur un chat en ligne. Mais par exemple, si je n'ai plus accès à Internet, cela devient plus compliqué. Je pense donc qu'il serait préférable d'avoir accès à un service client plus fiable. Voilà, c'est tout, cela améliorerait la confiance que j'ai dans cette institution. »</p>
<b>Sécurité des données</b>	0	0	
Influence de la cybersécurité sur la banque Numérique	12	12	<p>« Eh bien, je suis sensible à cet aspect, je veux dire.</p> <p>Je comprends qu'il y ait des erreurs humaines.</p> <p>Il y a toutes sortes de facteurs qui entrent en jeu dans la cybersécurité. Le facteur humain est-il le facteur technologique ? Tout est donc en jeu. Mais je ne pense pas qu'il y ait de différence entre une banque en ligne</p>

			<p>et une banque traditionnelle, car tout est en ligne de nos jours. Donc. Non.C'est important. »</p> <p>« Je dirais oui, maintenant que vous me posez la question, mais est-ce que j'y ai vraiment réfléchi ? J'ai fait un choix conscient en choisissant ma banque. Non, c'était simplement la plus accessible, c'était celle qui était là. Mais en fait, oui, c'est un plus. Vous savez, tout se fait en ligne, tout est sur Internet et nous sommes connectés partout, donc c'est la cybersécurité qui reste un aspect auquel je prête attention. »</p> <p>« Non, je pense que c'est vraiment quelque chose de vaste. C'est vraiment quelque chose de mondial. C'est davantage une question de confiance et de sécurité en général, qu'il s'agisse de la sécurité des données ou des informations personnelles. »</p>
Perception de la sécurité des données	12	20	<p>« En fait, chaque fois qu'une banque qui répond aux exigences légales rencontre un problème, elle a mis de côté des montants pour effectuer les remboursements. Je ne crois pas et je ne ferais pas confiance à des personnes qui opèrent dans un système bancaire qui n'est pas reconnu, qui n'est pas authentifié. Pour pouvoir bénéficier de la même sécurité. »</p> <p>« Eh bien, je pense que ce serait la même chose, car même les banques traditionnelles ont un système en ligne. Je pense donc que tout le monde peut être visé. Je ne suis pas sûr de répondre correctement à la question, mais je dirais tout de même que c'est uniquement pour des raisons de sécurité. En ce qui concerne les menaces de sécurité en ligne, je pense que c'est la</p>

			<p>même chose, qu'il s'agisse d'une banque en ligne ou d'une banque traditionnelle, car tout le monde utilise désormais des applications mobiles pour accéder à son compte bancaire.</p> <p>Donc, s'ils ont des mesures de sécurité encore plus strictes, pourquoi pas? Mais ils doivent aussi le prouver par des faits, par exemple en s'assurant que c'est vraiment sûr. Donc.</p> <p>Cela ne me pose pas de problème, car nous utilisons tous Internet de toute façon. »</p> <p>« C'est un domaine dans lequel je serais probablement un peu plus prudent, car je ne connais pas les exigences légales auxquelles sont soumises les banques traditionnelles en matière de protection des informations des consommateurs. Bien sûr, leur réputation en dépend, elles n'ont donc pas le choix. Elles doivent être en mesure de protéger les informations des consommateurs, et cette obligation est très strictement appliquée.</p> <p>Je ne sais tout simplement pas si c'est le cas pour les néobanques, et à moins de faire des recherches approfondies pour savoir si elles sont soumises aux mêmes normes de sécurité, cela resterait une source d'inquiétude. »</p>
Préoccupations personnelles concernant l'utilisation des données	12	23	<p>« Je ne mettrai là que ce que je mets au casino, ce que je peux perdre et ce qui ne me dérange pas de perdre. Je ne m'occupe pas d'argent, ce qui est important. Il y a 10 dollars dans le coffre-fort que j'achèterais gratuitement avec, je les mettrais peut-être là, mais je ne mettrais pas d'argent qui est important pour moi. »</p> <p>« Les données volées peuvent provenir de sources externes, mais dans de nombreux cas, elles sont internes. Il est donc important de s'assurer que les employés savent à</p>

			<p>quoi ils ont accès et à quoi ils n'ont pas accès.</p> <p>Les limites d'accès de chaque personne doivent être clairement définies.</p> <p>Certains problèmes peuvent être internes. »</p> <p>« Euh, comme je viens de le dire, je pense que c'est peut-être parce que tout se passe à 100 % en ligne, il y a peut-être un peu plus de risques. Vous me connaissez, par exemple, j'utilise un VPN au travail.</p> <p>Nous utilisons également une double authentification VPN pour plus de sécurité, mais si vous allez sur différents sites web, je sais qu'il y a des fraudes.</p> <p>Parfois, il s'agit d'un faux site web de la vraie entreprise, et si vous cliquez sur le mauvais lien, vous arrivez sur une page où ils vous demandent de saisir vos informations personnelles. Je pense donc que cela pourrait poser problème. »</p>
Transparence et communication sur la sécurité des données	13	29	<p>« Je devrais savoir quelles données me font souvent avancer, mais nous ne le savons pas. Ils vont chercher. Ils ont des robots qui vont chercher sur Internet, qui vont chercher sur le web, qui vont chercher dans les fichiers gouvernementaux, qui vont jouer ici. Nous ne savons même pas quelles données cela concerne. Pour avoir cela, pour déborder, cela, nous ne l'avons pas, il semble. Surtout, savoir que cela vient de quelqu'un, pour pouvoir le dire.</p> <p>Par exemple, votre orientation sexuelle, nous n'avons pas pour objectif de l'adhérer, nous ne l'avons pas, mais en réalité, ils l'ont même s'ils disent qu'ils ne l'ont pas, c'est que cela devrait vraiment être ainsi pour parler, que cela soit reconnu, indépendamment, par le monde universitaire, par le gouvernement, etc. »</p>

			<p>« Je pense que si vous envisagez de faire appel aux services d'une néobanque, cela devrait être mentionné dans le courriel de présentation ou dans les informations fournies.</p> <p>Personnellement, je préférerais que cela soit clairement indiqué dès le départ plutôt que d'avoir à le chercher moi-même, simplement parce que c'est très important dans un environnement numérique et qu'il semble y avoir presque chaque semaine une nouvelle affaire de violation des données d'une entreprise.</p> <p>Vous savez, des millions de personnes ont vu leurs données divulguées à pratiquement n'importe qui.</p> <p>Je pense donc que cela doit être clairement indiqué si l'on veut faire du bon travail. »</p> <p>« Eh bien, je suppose que cela rejoint en quelque sorte votre question sur l'algorithme. S'ils pouvaient démystifier le processus et montrer clairement qu'ils ne peuvent pas utiliser une personne réelle, mais doivent recourir à une personne fictive, par exemple.</p> <p>Mais s'ils pouvaient réellement montrer, par exemple, « voici quand nous demandons cette donnée, voici exactement où elle est enregistrée dans notre système.</p> <p>Et voici la raison pour laquelle nous avons posé cette question.</p> <p>Je pense donc que s'ils étaient capables de montrer comment fonctionnent leurs processus, ce qu'ils font réellement avec les données.</p> <p>Encore une fois, je ne connais aucune banque qui le fasse, mais ce serait une première étape très intéressante. »</p>
<b>Culture numérique</b>	0	0	

Effets sur les habitudes de gestion financière	11	11	<p>« Je pense que l'assistance est là si vous en avez besoin. Si vous rencontrez un problème, vous pouvez appeler le service client et vous savez qu'ils sont disponibles et qu'ils vous aideront du mieux qu'ils peuvent. »</p> <p>« C'est une bonne question. Je n'ai pas fait suffisamment de recherches sur ces banques pour savoir si elles offrent un soutien adéquat. Mais j'aime à penser que, pour l'instant, elles s'adressent surtout aux jeunes. Les jeunes adultes pour faire affaire avec eux, pour utiliser leurs services. Je pense donc que cette offre s'adresse avant tout à cette tranche d'âge, et que l'on pourrait dire que le soutien proposé n'est pas suffisant pour satisfaire les personnes qui sont un peu moins à l'aise avec Internet. »</p> <p>« Hum, c'est mon avis personnel. Par exemple, avec Coho, c'était vraiment facile de s'y mettre. Je ne sais pas si toutes les nouvelles banques font ça, mais je pense que vous voyez ce que je veux dire, je ne sais pas comment le dire en anglais, mais si c'est comme une section dans l'application où vous pouvez obtenir des conseils et, par exemple, où trouver le total de ma carte de crédit ou quelque chose comme ça ? Vous pouvez donc y aller. Ce sont des questions et vous trouvez les informations que vous cherchez. »</p>
Outils pédagogiques préférés	13	17	<p>« Vidéos explicatives sur Internet, campagnes de formation, nous pouvons parler du sujet. Comment cela fonctionne. Une sorte de campagne d'information. »</p> <p>« Une autre question intéressante. Je ne sais pas si certains le font, mais même avoir un tutoriel expliquant exactement comment utiliser l'application serait très utile.</p>

			<p>Une sorte de visite guidée, en quelque sorte, de leur plateforme numérique, permettant de voir précisément comment effectuer des opérations bancaires en ligne.</p> <p>Je pense que cela inspirerait beaucoup de confiance aux utilisateurs potentiels, car ils auraient alors un guide ou un modèle à suivre, plutôt que d'avoir à se débrouiller seuls. »</p> <p>« Je veux dire, je peux imaginer qu'une capture d'écran d'une vidéo YouTube puisse être très utile. Personnellement, j'aime bien ça dans mon travail.</p> <p>J'apprécie beaucoup les documents qui contiennent des captures d'écran montrant exactement ce que je suis censé faire. Mais je pense que tout type d'exemple visuel de ce genre serait extrêmement utile. »</p>
<b>Impact environnemental des néobanques</b>	0	0	
Connaissance des programmes de recyclage	7	8	<p>« Eh bien, je pense que le fait que nous n'ayons plus de bureau physique limite un peu le gaspillage physique de ces banques. Ensuite, oui, je pense que c'est le recyclage des équipements, vous savez, il peut y avoir, je ne sais pas, un programme de recyclage des équipements. Les apporter au centre écologique. Peu importe, cela ne pose pas de problème de gérer les déchets des personnes qui travaillent pour ces banques à domicile, cela n'a pas d'importance. Maintenant, je le sais. »</p> <p>« En gros, ils devraient avoir certains points ou certains endroits désignés où ils pourraient... Euh...</p> <p>Comment ces déchets électroniques sont-ils recyclés, comme une collecte, où les gens peuvent simplement déposer les objets dont ils n'ont plus besoin, plutôt que de les jeter ?</p> <p>Je ne sais pas, c'est juste une idée. »</p>

			<p>« C'est une bonne chose que ces entreprises s'intéressent à la manière dont les déchets électroniques sont traités et qu'elles le fassent d'une manière qui ne soit pas, euh, nocive pour l'environnement, par exemple en assurant leur élimination ou même leur recyclage, oui. »</p>
Rôle dans la réduction des déchets électroniques	10	12	<p>« Pour faire le lien avec la question précédente, si Anil Bank lançait une campagne publicitaire expliquant comment</p> <p>Voici exactement ce que nous faisons avec nos serveurs lorsqu'ils arrivent en fin de vie.</p> <p>Voici les initiatives de recyclage que nous mettons en place.</p> <p>Voici exactement ce qu'ils deviennent.</p> <p>Ou voici comment les pièces sont réutilisées. S'ils pouvaient réellement montrer physiquement ce qu'il advient de leur équipement lorsqu'il arrive en fin de vie. Encore une fois, je pense que ce serait très intelligent de leur part de montrer qu'ils font tout leur possible pour avoir le moins d'impact possible. »</p> <p>« Eh bien, ils doivent absolument veiller à minimiser les déchets électroniques générés par leurs activités et faire tout leur possible, tant pour eux-mêmes que pour leurs clients. »</p> <p>« Peut-être, avoir leur propre installation où ils recyclent tout où essayer de trouver un moyen de recycler ces déchets électroniques.</p> <p>Par exemple, s'il s'agit de piles ou d'objets similaires, ils pourraient peut-être établir un partenariat avec une entreprise afin de ne pas tout jeter à la poubelle, mais plutôt recycler les voitures et les remettre en état, pourquoi pas réinitialiser les voitures</p>



			<p>et leur trouver une autre utilité par la suite ?</p> <p>Le but étant de ne pas simplement les jeter à la poubelle. »</p>
Initiatives écologiques pour la banque numérique	12	13	<p>« Une chose m'est venue à l'esprit. Comme peut-être avoir un centre de données.</p> <p>Rafrâichir. Naturellement, comme s'il se trouvait dans un environnement froid ou s'il était équipé de panneaux solaires ? Ou je veux dire, je ne suis pas sûr que les panneaux solaires couvraient toute l'énergie nécessaire, mais au moins cela contribuerait, même si ce n'est que 5 %, ce serait toujours quelque chose.</p> <p>Pour contribuer.</p> <p>Pour faire fonctionner ce centre de données d'une manière qui soit efficace, c'est ce à quoi je pense. »</p> <p>« Donc, en oubliant le fait que, comme je l'ai dit, ils n'ont pas besoin de bâtiments physiques. Si je savais cela, reprenons l'exemple de Tangerine. S'ils menaient une campagne pour montrer ce qu'ils font pour réduire la consommation d'énergie de leurs serveurs, cela contribuerait probablement beaucoup à instaurer la confiance, car la seule chose physique qu'ils ont, ce sont des champs et des champs de serveurs.</p> <p>Et je pense que les gens comprendraient que c'est une chose, mais que la consommation d'énergie est une autre chose, et que la consommation d'énergie est quelque chose que l'on peut mesurer et réduire.</p> <p>»</p> <p>« Je pense qu'il faut tout rationaliser pour s'assurer qu'il n'y ait pas de doublons.</p> <p>Tout ce qui peut être fait avec moins de puissance de traitement doit l'être.</p> <p>Je ne sais pas vraiment comment cela fonctionne en arrière-plan, mais je</p>

			pense que c'est vrai. C'est comme ça chez moi, oui. »
Impact d'une communication transparente sur la consommation d'énergie	13	16	<p>« Il y a d'autres choses intéressantes à faire dans la vie plutôt que de stimuler des systèmes qui nous causeront des problèmes climatiques. Apprenez comment cela fonctionne afin de mieux en rendre compte. »</p> <p>« Je pense que oui, absolument. Il y a des banques avec lesquelles je sais que je ne ferai jamais affaire, simplement parce qu'elles soutiennent, par exemple, l'exploration pétrolière. Votre question est en quelque sorte l'inverse de cela, vous voyez ? Je fais appel à leurs services. S'ils ont fait quelque chose de positif plutôt que de m'éviter à cause d'un aspect négatif, mais selon le même principe, je pense que la réponse est oui. Si je savais que c'est ainsi qu'ils fonctionnent par défaut, alors oui, je pense que ce serait tentant. »</p> <p>« Hum, personnellement, je pense que ce serait un bonus supplémentaire, quelque chose qui, si je le voyais, me donnerait envie de dire « oh ». Ils font du bon travail, mais globalement, pour moi, cela n'influencerait pas beaucoup ma décision. Cependant, je suis sûr que pour d'autres personnes, cela pourrait être un élément important qui influencerait leur décision. »</p>
Perception des efforts de réduction de l'empreinte carbone	14	26	<p>« Actuellement, cela augmente énormément, énormément, c'est énorme. Et il faut en parler à chaque fois que vous l'utilisez, l'utilisation des services électroniques a des répercussions écologiques très graves. Nous n'avons malheureusement pas réussi à réduire cela avec les systèmes électroniques, ce n'est pas vrai. Maintenant, nous avons simplifié les</p>

			<p>choses en termes de temps, nous avons accéléré le processus. »</p> <p>« Le fait de ne pas avoir d'emplacement physique signifie également que les gens n'ont pas besoin de se rendre physiquement sur place, ce qui leur permet de gagner du temps et de réduire leurs émissions de carbone, mais l'utilisation d'un ordinateur et d'un centre de données consomme également de l'énergie. Je veux dire, beaucoup de gens en sont conscients, alors peut-être. Oh, il n'y a pas de 00, mais il faut réduire autant que possible. Certaines tâches très gourmandes en énergie. Sans essayer de compromettre le F. CC du système. Je pense donc qu'il faut trouver un équilibre entre les deux, sans aller dans les extrêmes, comme ne pas mettre un système trop puissant. Les centres de données et tout ça, mais sans être trop faible non plus. Il s'agit simplement de trouver le juste milieu où l'on fait de son mieux. Pour cela, je dirais aussi que cela pourrait être récompensé. »</p> <p>« Eh bien, je pense que c'est simplement grâce à leur existence en tant que plateforme en ligne. Je veux dire par là qu'il n'y a pas de bâtiment à chauffer, pas de trajet pour se rendre au travail pour leur personnel, je suppose.<sup>3</sup> Cela fait déjà quelque chose, mais même s'ils devaient le faire, car il est évident que le traitement des données sur des champs de serveurs consomme énormément d'énergie et génère beaucoup de chaleur. Sachant cela, s'ils devaient faire de la publicité sur le fait qu'ils ont mis en place un système de récupération de chaleur ou sur les mesures qu'ils prennent pour atténuer cet aspect de</p>
--	--	--	--

			leur activité, je pense que ce serait très intelligent de leur part. »
Efforts en matière d'énergie durable	11	12	<p>« Je dirais qu'il faut étudier les possibilités, investir dans l'éducation et la recherche afin de réduire l'impact écologique. Utiliser leurs profits pour étudier comment réduire l'impact écologique.</p> <p>Qu'ils prennent leur argent pour aller à l'encontre de leur propre système. Maintenant, je le sais, j'en suis très conscient. »</p> <p>« Je pense que s'ils montraient délibérément qu'ils s'engagent en faveur des énergies renouvelables, par exemple en s'alimentant ou en s'associant avec des fournisseurs d'énergie qui utilisent l'énergie solaire, hydraulique ou éolienne, s'ils étaient transparents sur la manière dont ils s'approvisionnent en énergie, s'ils indiquaient clairement qu'ils ne recourent pas aux centrales à charbon, par exemple, je pense que cela contribuerait grandement à instaurer la confiance.</p> <p>Je pense que cela serait un excellent moyen de montrer aux consommateurs qu'ils ne sont pas en train de se faire avoir, qu'ils ne sont pas en train de se faire avoir par une entreprise qui se moque de la santé de ses employés ou de l'environnement.</p> <p>»</p> <p>« Il pourrait s'agir de développer des systèmes informatiques ou des systèmes de gestion basés sur le cloud qui soient beaucoup moins énergivores et moins polluants que les systèmes qui existent actuellement. Ou encore de faire affaire avec des sociétés de gestion INFO Nuagées qui proposent des systèmes beaucoup moins polluants que ceux qui existent actuellement. Et j'ajouterais même que cela pourrait également</p>

			compenser leurs émissions de gaz à effet de serre. »
<b>Dimensions éthiques</b>	0	0	
Impact de la transparence algorithmique sur la confiance	14	19	<p>« Il devrait être open source. Qu'il soit ouvert. Le code source devrait être ouvert afin que les informaticiens indépendants puissent voir toute information et cessent de faire la demande. Qui se dit que ce n'est pas ça, que ce n'est pas bien, que ce ne devrait pas être un code source fermé et confidentiel, qu'on ne peut pas prendre ce qu'il y a derrière, que cela doit être ouvert, qu'il y a des informaticiens. »</p> <p>« Eh bien, encore une fois, parce qu'elles sont entièrement numériques. Je pense que cela doit être clairement indiqué dès le départ, par exemple si une personne souhaite utiliser une néobanque, elle doit savoir comment fonctionne le logiciel et comment les fraudes sont signalées. J'ai des amis et des membres de ma famille qui ont eu des problèmes avec leur banque traditionnelle. Avec leur banque, leurs cartes ont été bloquées sans qu'ils sachent pourquoi. Ils ont dû passer une douzaine d'appels téléphoniques pour comprendre ce qui s'était passé. Pour une néobanque, il est donc probablement très important que les gens comprennent comment fonctionne la détection des fraudes. Comment fonctionne la détection des fraudes ? Qu'est-ce qui est pris en compte ? Il s'agit de la détection des fraudes et de ce qui se passe en cas de violation légitime. »</p> <p>« Je pense que oui. C'est beaucoup plus intéressant pour un client qui utilise une néobanque. Parce que là, vous savez, il y a beaucoup d'informations personnelles, en</p>

			<p>particulier celles dont nous ne connaissons pas vraiment la nature, et ensuite, ces algorithmes utilisent ces informations pour vous proposer des services ou des produits plus personnalisés. Et à l'heure actuelle, ce n'est pas tant la collecte d'informations qui pose problème, mais plutôt qui a accès à ces informations. Je pense que le meilleur moyen de réduire la consommation d'alcool est de faire confiance aux gens plutôt qu'à ces banques. »</p> <p>« La gestion des données, oui, les frais aussi. Oui, les frais bancaires, c'est sûr. Les algorithmes, je dirais non, parce que c'est tellement compliqué, il n'y a pas beaucoup de gens qui savent exactement ce que c'est. Et vous savez, nous allons parler à toutes les personnes âgées qui ont des difficultés à utiliser Internet. Je ne pense pas que ce soit en leur parlant d'algorithmes que nous allons améliorer leur confiance à cet égard. »</p>
Impact de l'approche éthique	12	14	<p>« Oh oui. Je veux dire, dès qu'il s'agit du gagne-pain et des économies des gens, il faut renforcer le cadre éthique et s'assurer que les gens connaissent notre éthique. Et voici ce que nous faisons pour les protéger. Oui, ça va de soi. Oui. »</p> <p>« Oui, encore une fois, je ne pense pas que ce soit le critère numéro un que les gens prennent en compte lorsqu'ils font appel à des services financiers. Mais non, les gens veulent surtout savoir si leur argent sera bien géré, si leurs informations personnelles seront protégées en cas de fraude, s'ils seront protégés eux-mêmes. C'est pourquoi je pense que les autres aspects ne sont pas très importants pour le grand public par rapport à leur département financier. Oui, ils pourraient être un</p>

			<p>facteur clé dans l'amélioration des nouvelles banques, et le plus important serait la réduction de l'empreinte carbone.</p> <p>Comme je l'ai déjà mentionné. »</p> <p>« Je me sentirais également plus en confiance si l'entreprise faisait preuve d'une pratique éthique, comme la promotion de l'inclusion numérique et l'utilisation responsable de l'IA telle que nous la connaissons aujourd'hui, ce à quoi nous faisons référence actuellement, peut-être quelque chose comme, disons, la responsabilité numérique des entreprises, si c'est ce que vous recherchez. »</p>
Garanties d'équité dans les services financiers	9	10	<p>« Les critères ne sont pas ceux que j'ai mentionnés précédemment, ils doivent être objectifs, nous devons vraiment juger si cela doit être arrêté. Nous ne devrions même pas tenir compte du don ou de la personne sur la photo pour donner l'origine de l'adresse. Nous ne devrions pas avoir ces informations sur la personne pour la juger. Elle devrait être jugée de manière anonyme, uniquement sur la base d'informations financières. En réalité, le système qui effectue ces analyses sur le patient ou non ne devrait pas avoir accès à la photo. La race, l'orientation sexuelle, tout cela, lorsqu'on accède uniquement aux données financières de la personne, alors le jugement pourrait par exemple choisir un prêt ou accorder une ligne de crédit ou même ouvrir un compte sans penser uniquement à cela et à un certain accès au test, car c'est souvent ce qui fait que même pour les appartements, nous pensons que cela n'a rien à voir avec les rapports de cette personne qui attaque parce qu'elle veut arriver au niveau de manager.</p> <p>Les systèmes qui étudient les différences, pour vérifier des comptes, peu importe, ne devraient pas avoir</p>

			<p>accès à des informations humaines ou financières. »</p> <p>« Eh bien, peut-être s'agit-il de mettre en place une politique d'équité, de diversité et d'inclusion.</p> <p>Cela pourrait aider que cela se fasse au niveau de l'emploi, puis au niveau de la clientèle, car cela garantit que tout le monde peut accéder à leurs services, que nous ne faisons pas de discrimination. »</p>
Prévention de la discrimination algorithmique	13	13	<p>« Il faudrait que ce soit les données avec lesquelles ils s'entraînent, tout cela, par exemple, nous pouvons arrêter les grands artificiels et tout ça. Si vous lui demandez de dessiner un gangster, un membre d'un gang de rue, il va automatiquement le dessiner en noir.</p> <p>Ces systèmes sont racistes, sexistes, homophobes à cause des données avec lesquelles ils s'entraînent. Nous devons nous assurer que cela ne se produise pas, pas seulement dire oui. Par exemple, si nous oublions quand je mourrai que oui, peut-être que cette personne... Que la mort de l'intelligence artificielle fasse de vous un gangster, cela pourrait être un plan. Pour l'instant, ce n'est pas le cas, car ces systèmes s'entraînent sur des données qui sont racistes, qui sont vraiment faibles, qui sont sexistes, qui sont n'importe quoi. Tout cela crée de la discrimination, par exemple.</p> <p>Analyser le profil de la personne, pas seulement son rapport de solvabilité, mais par exemple, cette personne va voir, nous allons obtenir des points, nous voyons cette personne qui ne poste pas sur les réseaux sociaux, vous pouvez retirer des points. Nous allons voir que cette personne n'a rien d'un tel pays. Nous allons retirer des points. Les systèmes ne devraient pas faire cela, car c'est exactement ce qu'est la discrimination »</p>



			<p>« Vous voyez, c'est intéressant d'aborder cette question sans avoir de connaissances en informatique, car, comme moi, je ne sais pas, par exemple, pour reprendre l'exemple de Google, je n'ai aucune idée du type de données que l'algorithme de Google prend en compte lorsqu'il propose, vous savez, ceci ou cela à une personne.</p> <p>Est-ce qu'il mesure l'âge ?</p> <p>Est-ce qu'il mesure l'origine ethnique ?</p> <p>Je n'en ai aucune idée, donc j'espère que non.</p> <p>Et encore une fois, c'est juste croire que les néobanques agissent de bonne foi.</p> <p>J'espère que leurs algorithmes ne sont pas discriminatoires, même s'ils le sont.</p> <p>Mesurer des données sur l'âge, le sexe biologique, l'origine ethnique.</p> <p>J'espère que cela n'entre pas en ligne de compte dans le calcul des offres de services, car si c'était le cas, cela ferait mauvaise impression. »</p> <p>« C'est ça, c'est assez difficile à cause des algorithmes obscurs. Le virtuel, c'est quelque chose. Ce sont souvent des restes de vie. Vous savez, ces algorithmes ont du mal à ne pas faire de discrimination. Je pense donc qu'il faudrait développer des algorithmes plus sensibles à ces questions, ou faire un travail de compactage, trouver des algorithmes plus sensibles à ce niveau. Je pense que c'est difficile parce que les algorithmes comme l'intelligence artificielle ne sont pas encore très performants au point de ne pas faire de discrimination entre le plagiat et autre chose. »</p>
<b>Disposition à tester les néobanques à l'avenir</b>	12	15	<p>« Non, je ne voudrais pas avoir une néobanque, car vous savez, j'aime toujours avoir la certitude de pouvoir résoudre les problèmes en personne,</p>

			<p>directement sur place, dans ma ville, pour me sentir en sécurité. »</p> <p>« Je dirais oui, car dans mon esprit, c'est plutôt relatif. Nous l'avons constaté lors de l'affaire Desjardins, où il n'y avait pas tant de personnes qui avaient eu de mauvaises expériences, même si cela concernait une seule banque physique. »</p> <p>« Je n'irai jamais dans ce que vous appelez une néobanque, une banque qui n'existe pas physiquement, qui n'a aucune reconnaissance officielle, je n'irai pas là-bas. »</p>
<b>Perception générale des néobanques</b>	0	0	
Sources d'information	12	13	<p>« Ils proviennent d'événements auxquels j'ai participé et où je les ai découverts.</p> <p>Des wraps comme il y en avait l'année dernière et il y a quelques années. De nombreux stands pour promouvoir la néo-finance proposaient des cartes, il y en avait beaucoup, et sur certaines entreprises, j'ai vu un petit autocollant indiquant « néo ». Je me suis également renseigné parce que ça m'intéressait.</p> <p>À un moment donné, ça m'a intrigué, alors je suis allé sur Internet pour me renseigner. »</p> <p>« Je pense que c'est sur YouTube, sur l'un des réseaux sociaux, dans une vidéo où l'on parle des différentes cartes de crédit disponibles.</p> <p>C'est là que j'en ai entendu parler.</p> <p>C'est à peu près tout. »</p> <p>« En gros, disons simplement que mes recherches sur Internet sont basées sur mes propres intérêts. Je n'aime pas que des membres de ma famille ou des amis utilisent des néobanques.</p> <p>Comme je l'ai dit, je n'ai pas d'expérience personnelle avec elles,</p>

			<p>mais quand j'ai entendu ce terme il y a quelques années, je me souviens avoir fait des recherches à ce sujet.</p> <p>Pour bien comprendre de quoi il s'agissait.</p> <p>Car avec un nom pareil, on pourrait presque penser qu'il s'agit d'une arnaque, comme une néobanque. À l'époque, cela m'avait beaucoup intéressé. Je crois que Tangerine était la banque qui apparaissait le plus souvent dans mes recherches.</p> <p>Mais je crois comprendre qu'il en existe désormais plusieurs au Canada, sans parler des États-Unis. »</p>
Connaissance des néobanques	14	20	<p>« Tangerine est l'une des seules que je connaisse. Je crois qu'elle est affiliée à Scotia, si je ne me trompe pas. »</p> <p>« Koho »</p> <p>« Mon père m'en a parlé, car en gros, c'est un moyen d'améliorer rapidement son crédit. Il existe peu de moyens d'améliorer son crédit, et comme cela se fait en ligne, j'utilise ce service, tout comme le reste de ma famille. »</p>
Exploration des néobanques sans ouverture de compte	14	16	<p>« Non, jamais. Parce que pour moi, le contact avec la personne, si j'ai besoin et si j'ai des questions, c'est important de pouvoir appeler. Parler à quelqu'un est très important pour moi, surtout si j'ai des questions. C'est aussi un peu l'inconnu. Parce que je suis habitué aux banques traditionnelles, j'ai vu mes parents fréquenter les banques traditionnelles. Même si aujourd'hui je fais beaucoup de choses en ligne, je sais que si j'ai besoin de parler à quelqu'un, j'ai une personne associée à mon nom que je peux contacter directement. Cela me rassure un peu. »</p> <p>« Oui, j'ai recherché certaines des différentes offres qu'ils proposent et</p>

			<p>j'envisage de souscrire à l'une d'entre elles, mais je ne l'ai pas encore fait. »</p> <p>« Euh, comme je l'ai dit, je pense que Koho est une nouvelle banque. Je ne suis pas sûr. C'est vrai ? Mais j'ai reçu une offre pour une carte de crédit et pour ouvrir un compte. J'ai donc vérifié les détails pour voir comment cela fonctionnait. Et euh, pour voir, par exemple, les frais et si cela pouvait m'aider à améliorer mon score de crédit. »</p>
Perception des néobanques	14	24	<p>« Les néobanques sont de nouvelles institutions financières qui utilisent de nouvelles méthodes. Elles sont vraiment très numériques, elles n'ont pas d'emplacement physique et sont donc entièrement numériques. »</p> <p>« C'est une nouvelle façon de travailler au niveau bancaire. Ce n'est pas une néobanque, le banquier est le même. C'est Desjardins ou Scotia. Scotia est une banque, l'une des huit banques reconnues au Canada. Elle a peut-être des méthodes différentes des autres, mais c'est avant tout une marque. Donc, pour moi, le terme « néo » n'est pas très approprié dans tous les cas. »</p> <p>« Ce qui me vient à l'esprit, c'est une banque entièrement numérique qui n'a pas d'agence physique. Je pense aussi qu'il y a peut-être des frais moins élevés, car, bien sûr, ils ont moins de coûts, mais peut-être aussi qu'ils sont plus difficiles à joindre, je n'en ai pas fait l'expérience, mais je dirais que c'est peut-être plus difficile à joindre, car il n'y a pas d'agence physique où se rendre. Il n'y a qu'un aspect numérique. »</p>
Perception des aspects clés des néobanques	13	14	<p>« Ils offriraient un meilleur taux d'intérêt, disons que tout d'abord, je ne sais même pas s'ils en offrent.</p>

			<p>Comme les CPG, par exemple, les CPG qui ont un taux d'intérêt comme avec un CELI, vous pouvez faire un CPG dans un compte CELI...</p> <p>Offrent-ils ces services en plus des services bancaires habituels ? C'est ce qui m'intéresse et ce que je regarde aussi : les frais, les frais mensuels.</p> <p>Y a-t-il des limites ?</p> <p>Les virements ou...</p> <p>Comparés à ceux d'une banque classique.</p> <p>Je me demande juste s'ils le font.</p> <p>Sont-ils assurés par la SADC ? »</p> <p>« Eh bien, je pense que je pourrais donner une réponse positive et une réponse négative.</p> <p>La réponse positive serait probablement la facilité d'utilisation et l'omniprésence de l'utilisation, car bien sûr, tant que vous êtes connecté à un appareil, vous avez accès à leur plateforme en ligne. La réponse négative, et cela a peut-être changé, mais quand j'ai découvert cette entreprise, c'était le fait que Neobanque n'est pas réglementé par la loi fédérale sur les banques.</p> <p>Encore une fois, ce n'est pas que j'ai déjà eu un problème avec ma banque personnellement, mais...</p> <p>Quand on pense au fait que le mot « hypothèque » signifie littéralement « dette mortelle ». On parle de l'épargne d'une vie, ce n'est pas quelque chose avec lequel je voudrais jouer.</p> <p>Je sais que beaucoup de néobanques s'associent à une banque traditionnelle réglementée pour offrir leurs services, mais le fait qu'elles ne soient pas réglementées est pour moi un inconvénient. »</p> <p>« Je dois mentionner la sécurité des informations. La fiabilité du service dans le sens où, en cas de problème, vous pouvez joindre quelqu'un qui peut vous aider à le résoudre. »</p>
--	--	--	--

<b>Gouvernance, transparence et réglementation</b>	0	0	
Facteurs de confiance dans la gestion des données	10	13	<p>« Oui, je pense que la transparence renforcerait ma confiance. Et voir ce qu'ils font, par exemple comment ils gèrent les données, parce que s'ils enregistrent vos informations, je veux être sûr qu'ils ne les vendent pas ou n'en font pas un autre usage. Et que ces informations sont en sécurité. »</p> <p>« Le certificat ou tout autre document nécessaire pour garantir la conformité à la norme la plus stricte est fourni. »</p> <p>« Savoir que ces mesures de protection sont en place. Savoir qu'elles sont légalement applicables et, pour revenir à mon exigence concernant la nécessité pour les gens de savoir qu'il s'agit d'un autre expert ou d'une équipe d'experts dont la seule tâche est la gestion des données, et non pas simplement la responsabilité d'un guichetier en ligne, par exemple. Il faut que ce soit quelqu'un dont c'est le mode de fonctionnement. C'est leur raison d'être : être le responsable de la sécurité des informations. »</p>
Améliorer la gouvernance des données pour protéger les utilisateurs	12	12	<p>« Il ne s'agit pas de gouvernance des données, mais bien de gouvernance, point final. La gouvernance l'exige. Soyez transparent, c'est ce qui permet de gagner de l'argent. Qui prend les décisions, comment cela a-t-il été géré ? Cela s'appelle la gouvernance, point final. Ensuite, la gouvernance des données intervient dans le système. Mais vous devez d'abord savoir comment la mettre en œuvre et ce qu'elle apporte, s'il y a un profit et un investissement. »</p> <p>« Je pense qu'il est important d'avoir les bonnes personnes dans l'entreprise</p>

			<p>afin qu'elles puissent travailler là-dessus et s'assurer qu'elles protègent les gens, qu'elles s'adaptent à l'intelligence artificielle.</p> <p>Parfois, on se dit qu'on va laisser tout faire par la technologie, mais je pense qu'il est vraiment important d'avoir des humains derrière. »</p> <p>« Il s'agit simplement du même type de réglementation.</p> <p>Ainsi, il existe au moins une garantie: si la banque ne fait pas ce qu'elle doit faire, il existe une sorte de surveillance réglementaire.</p> <p>Une surveillance afin que vous sachiez que tout est toujours fait correctement et dans les règles. »</p>
Principaux défis réglementaires	12	14	<p>« Les citoyens peuvent débattre du contenu et de la réglementation, car il s'agit d'un sujet qui relève des lois, des discussions au Parlement, des partis politiques, etc., mais ils doivent d'abord accepter d'être réglementés. »</p> <p>« Le fait qu'il y en ait à nouveau, c'est tout ce que je sais, mais le fait qu'il n'y en ait pas, c'est parce qu'ils n'existent pas en tant qu'entité nommée dans la loi sur la Banque fédérale.</p> <p>C'est le point de départ pour entrer dans ce cadre juridique, car sans cela, que peut-on faire d'autre ? À mon avis, ils doivent donc être intégrés dans ce cadre réglementaire. »</p> <p>« Il faut comprendre qu'elles font des affaires avec des paradis fiscaux ou autres. Il faudrait donc clarifier leurs intérêts financiers. Et aussi le fait que notre argent est ingéré. Je pense que l'un des principaux défis serait la transparence. »</p>
Amélioration de la compatibilité des services	13	14	<p>« Les clients comme nous apprécient-ils les améliorations technologiques apportées aux services bancaires ? Si c'est le cas, je répondrais oui.</p>

			<p>Que l'on appelle cela « néobanque » ou autrement, cela m'importe peu. Et tant mieux s'il y a des mathématiciens, des informaticiens et des techniciens bancaires qui améliorent le système. Nous ne sommes pas contre les améliorations, nous voulons simplement qu'elles soient mises en œuvre dans un contexte sécurisé. »</p> <p>« Je suppose qu'il faut regarder ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Prenons l'exemple des applications. Je sais que l'application bancaire que j'utilise pour la banque avec laquelle je travaille est assez simple. En fait, j'aime beaucoup sa facilité d'utilisation. J'ai des amis qui sont clients d'autres banques et qui trouvent leurs applications tout simplement horribles. Ils me racontent les difficultés qu'ils rencontrent pour accéder à certaines informations ou pour payer une facture, par exemple. Je pense qu'il faut simplement observer ce qui fonctionne. Quelles sont les applications qui ont reçu de bonnes critiques et essayé de s'en inspirer pour créer les siennes »</p> <p>« Je pense qu'il faut simplement s'assurer qu'ils développent leurs applications sur le plan technologique afin qu'elles soient compatibles et que les données puissent être transférées sans trop de difficultés. »</p>
<b>Accessibilité des néobanques</b>	0	0	
Accessibilité aux personnes âgées ou handicapées	14	21	<p>« Vous savez, ce n'est pas pour les personnes âgées ou handicapées, ce n'est pas pour aller travailler. Il faut appeler quelqu'un, vous pouvez vous rendre dans une agence, car il y a encore des notions complexes à expliquer. Je paie moi-même ma mère pour essayer de tout expliquer. Je serais perdue au bout de deux minutes là-bas. »</p>



			<p>« Pour la génération plus âgée, cela peut être difficile à adopter. Je comprends tout à fait que cela puisse poser problème à mes parents, mais.</p> <p>En même temps, ils ont appris et se sont adaptés, même avec les banques traditionnelles, pour effectuer certaines opérations en ligne.</p> <p>Donc oui, je pense que cela concerne davantage les personnes âgées ou toute personne qui n'est pas à l'aise avec les ordinateurs ou Internet.</p> <p>Oui, qui n'est pas à l'aise. Qui n'est pas à l'aise pour utiliser un téléphone ou un ordinateur pour naviguer sur Internet. »</p> <p>« Cela peut poser problème aux personnes âgées, car elles ne sont pas habituées à cela, mais en même temps, même avec les banques traditionnelles, elles se sont habituées à utiliser des applications.</p> <p>Je ne pense donc pas que ce soit une mauvaise transition, tant qu'elles sont à l'aise avec les nouvelles technologies, car il existe désormais des solutions adaptées aux personnes handicapées.</p> <p>Il existe des applications qui lisent l'écran, même pour les personnes aveugles ou dans des situations similaires. Il faut s'assurer que ces applications fonctionnent bien et les tester avec des personnes handicapées pour vérifier qu'elles sont faciles à utiliser ou qu'elles peuvent être améliorées.</p> <p>Je pense que ce serait le meilleur retour d'expérience à avoir. »</p>
Accessibilité perçue des services des néobanques	12	20	<p>« Non, ce n'est pas accessible parce qu'il faut déjà avoir accès à un ordinateur ou à un téléphone, peu importe. C'était déjà correct. C'est ce concept qui coûte cher, qui n'est pas fourni par le gouvernement. »</p>

			<p>« Il faut déjà avoir accès à un ordinateur ou à un téléphone portable, il faut avoir un abonnement Internet ou un forfait mobile, ce qui n'est pas à la portée de tout le monde, sinon il faut aller à la bibliothèque, ce qui n'est pas sûr. »</p> <p>« En théorie, cela est peut-être accessible à 99 % de la population mondiale, car nous sommes désormais tellement connectés numériquement que tant que vous disposez d'une connexion Internet, vous avez accès à une néobanque. Donc, en termes d'accessibilité brute, je pense qu'elle est assez élevée en termes d'accessibilité perçue. J'imagine que si l'on examine les données démographiques des clients des néobanques, je parierais que ce sont probablement des milléniaux comme moi, la génération Z. J'imagine que ce sont probablement des personnes plus jeunes, simplement parce qu'elles sont à l'aise avec le numérique. L'idée même d'un paysage numérique »</p>
Réduire les inégalités en matière d'accès aux technologies	14	15	<p>« Faites comme les autres banques pour ouvrir des succursales. Pour rendre vos services accessibles à tous. Je pense qu'ils doivent d'abord investir pour se faire connaître. Il faut que ce soit en lien avec une banque solide au Canada. La deuxième chose, c'est qu'ils doivent utiliser une pratique transparente, pas seulement pour la forme, mais pour que toute personne qui pose des questions obtienne une réponse appropriée, et que cette réponse soit connue, légale, OK. Ensuite, il devra créer un lien de confiance avec les gens. En évitant de leur faire du tort. En les laissant faire leur travail, en leur promettant des choses impossibles ou en oubliant des choses importantes, devrions-nous dire. »</p>

			<p>« Comme je l'ai mentionné plus tôt, je suis allé à certains stands où ils font la promotion de leurs services. Je ne me souviens pas avoir vu quelqu'un me dire : « OK. Laissez-moi vous montrer comment cela fonctionne réellement sur un ordinateur ou un téléphone », peut-être que quelque chose comme ça pourrait être utile pour certaines personnes qui sont intéressées de voir comment cela fonctionne ou... »</p> <p>« À part distribuer des ordinateurs portables, je ne vois pas vraiment ce qu'ils pourraient faire. Je suppose que cela pourrait être un outil marketing intéressant. Vraiment. Vous savez, créer un compte et recevoir une tablette, par exemple. Je ne sais pas si certains le font déjà. C'est juste une idée qui me vient comme ça, mais surtout parce qu'ils sont entièrement numériques. Je veux dire, ça met les gens dans une situation difficile : s'ils n'ont pas d'appareil, une néobanque est par définition hors de leur portée. »</p>
<b>Critères d'ouverture d'un compte néobancaire</b>	13	13	<p>« Je pense que c'est la sécurité et la responsabilité de sa gestion. Même dans des banques comme la Banque Nationale, qui appartient à un certain nombre de personnes, qui sont actionnaires, ils répondent une fois par an, ils ont des réunions ? Ils ont des actionnaires qui posent des questions, ils ont des rapports écrits. J'ai besoin de cela, cela s'est avéré élémentaire, il faut cette sécurité pour pouvoir investir. »</p> <p>« Nous avons déjà abordé bon nombre des questions relatives à la sécurité. J'aimerais savoir quels types de protections sont en place. Et comme je l'ai mentionné, j'aimerais avoir l'assurance que si jamais un problème survient, non pas que je pense que ce</p>

			<p>sera le cas, mais si jamais un problème survient, qu'elles sont les voies à suivre pour tenter de le résoudre ? »</p> <p>« Je vais vérifier s'il y a des frais pour ouvrir un compte bancaire. Je vais également me renseigner sur leur niveau de sécurité, s'ils ont déjà eu des incidents de sécurité par le passé et quelles garanties ils offrent en cas d'incident. Est-il difficile de récupérer son argent ou est-ce que cela est pris en charge ? »</p>
<b>Impact des néobanques sur la réduction du stress financier</b>	13	14	<p>« Le stress financier, c'est la banque, car il n'y a aucune garantie, ce n'est pas sûr, tout repose sur un plan. Si j'ai tout mon argent, il est là-bas. Je suis encore plus stressé., sérieusement, vous savez, ce n'est pas le stress de perdre de l'argent, mais c'est aussi le fait de savoir que vous avez affaire à des gens du même genre. Je ne pense pas que ce soit du bien-être, c'est plutôt du malheur. »</p> <p>« Peut-être en fournissant. Pour les personnes qui s'intéressent à leurs finances, à leurs données de consommation, à ce qu'elles consomment, et peut-être en les aidant ? En leur permettant d'être un peu plus avisées financièrement sur ce qui rentre et ce qui sort. Cela pourrait les aider. Oui, parce que beaucoup de gens ne semblent pas très bien gérer leurs finances, donc. Cela pourrait être quelque chose qui pourrait les aider et leur montrer que ce système est peut-être un système qui peut les aider. »</p> <p>« Ils pourraient leur offrir une tranquillité d'esprit s'ils savent que leur argent est en sécurité chez eux, et ensuite, s'ils obtiennent une sorte de récompense en échange de leur offre,</p>

			c'est quelque chose que quelqu'un pourrait prendre en compte dans son budget avec des remises en argent ou des récompenses ou ce genre de choses. »
<b>Facteurs motivants pour essayer les néobanques</b>	9	11	<p>« Il serait très important de connaître précisément le montant de leurs frais réduits. J'aimerais voir le compte courant que j'ai. Il n'y a pas de frais mensuels tant que vous maintenez un solde minimum de x euros. Donc, si j'apprenais qu'une néobanque proposait exactement la même chose, c'est-à-dire un compte sans frais, mais sans solde minimum, cela serait très intéressant. »</p> <p>« S'ils font preuve d'une certaine transparence, ne serait-ce que pour m'informer sur les réglementations et les dispositifs de sécurité qu'ils ont mis en place, cela pourrait influencer ma décision. »</p> <p>« Eh bien, le fait que la protection de mes informations personnelles soit garantie, le fait que j'ai également la garantie d'avoir accès au service client. Le fait que vous puissiez me proposer cela, en me disant que la néobanque a un partenariat avec un établissement financier, afin que je puisse avoir accès à des services en personne si j'en ai besoin. »</p>
<b>Néobanque vs banque traditionnelle</b>	0	0	
Différences clés	14	19	<p>« Je pense que c'est principalement l'offre de services qui diffère. Comme je vous le disais, les néobanques offrent clairement moins de services, donc je pense que c'est principalement cela. »</p> <p>« Moi d'après ce que j'ai compris, elles sont moins coûteuses à utiliser, car</p>

			<p>elles n'ont tout simplement pas à payer de locaux ni de personnel pour les agences.</p> <p>C'est donc l'un des aspects les plus attrayants, d'après ce que je sais, qui attire les gens, car leurs taux d'utilisation sont plus faibles et leurs frais bancaires sont moins élevés, voire inexistants.</p> <p>Je pense que cela constitue un argument de poids en faveur de leur utilisation. »</p> <p>« Je pense que les banques traditionnelles offrent des services physiques, elles ont donc un lieu où vous pouvez vous rendre, vous asseoir et discuté avec quelqu'un en face à face.</p> <p>Et je pense que les nouvelles banques et les petites banques en ligne, grâce à leurs applications, vous permettent également de parler à des gens en ligne, mais en réalité via des SMS ou des messages. »</p>
Perception d'une meilleure offre de garantie par les banques traditionnelles	13	17	<p>« Eh bien, ils sont là depuis plus longtemps.</p> <p>Depuis longtemps, je dirais même très longtemps.</p> <p>Ils ont donc certainement plus d'expérience.</p> <p>Cela ne veut pas dire que les nouveaux acteurs ne peuvent pas y arriver, mais le temps joue clairement un rôle ici.</p> <p>En leur faveur, comme pour les entreprises traditionnelles. Et ils ont aussi ces emplacements physiques et ces actifs physiques.</p> <p>Donc, parfois, je ne sais pas trop.</p> <p>Je me trompe peut-être, mais parfois, ils possèdent peut-être des actifs, des actifs physiques.</p> <p>Cela peut être une sécurité dont je ne suis pas sûr.</p> <p>Ces banques en ligne ont-elles construit ou possèdent-elles cela ? »</p> <p>« Oui, jusqu'à présent.</p>

			<p>Une banque physique traditionnelle, comme leur offre, offre une meilleure garantie, car elle est présente sur le marché depuis beaucoup plus longtemps et s'est bien établie.</p> <p>Oui.</p> <p>Pendant cette période dans le pays, les banques néo ont fait leur apparition, tout comme ce concept, qui est tout nouveau.</p> <p>Hum, je ne sais pas vraiment comment les actifs sont protégés pour les consommateurs, pour les personnes qui ouvrent un compte. »</p> <p>« Pour être honnête avec vous, personnellement, cela n'a pas vraiment d'importance.</p> <p>Mais si je dois choisir, je dirais.</p> <p>Une néobanque comme celle que vous connaissez peut-être, qui dispose d'une agence physique. Ainsi, si quelque chose arrive, plutôt que d'avoir à appeler quelqu'un, je peux m'y rendre.</p> <p>Mais je pense que c'est la même chose. »</p>
<p><b>Préoccupations perçues qui dissuadent d'utiliser les néobanques</b></p>	15	42	<p>« Je trouve votre comparaison très pertinente. Oui, c'est exactement cela : nous vivons dans un système. J'ai vécu aux États-Unis, et je me souviens quand j'ai rouvert un compte là-bas, au coin de la rue. La banque locale à l'autre coin de la rue, vous n'avez aucune confiance dans le système bancaire américain parce que je savais qu'il y avait des banques à l'autre coin de la rue, elles n'avaient pas d'autre banque, elles n'étaient rattachées à personne et elles n'avaient de comptes à rendre à personne.</p> <p>Je n'aurais jamais investi d'argent.</p> <p>Tout d'abord, je n'ai pas investi, mais même si je l'avais fait, je n'aurais pas investi dans cette banque au coin de la rue alors que je fais confiance à Desjardins. Même si j'avais des problèmes, je peux investir un peu. Je vais le mettre là-bas.</p>

			<p>Ils paient mon assurance. Je peux, je suis membre de cette coopérative, juste une banque, c'est un système bancaire coopératif. C'est solide. Nous sommes 6 000 000 de propriétaires.</p> <p>Ensuite, l'argent nous revient. »</p> <p>« J'ai l'impression que le principal risque réside dans le fait que la néobanque ferme ses portes et compare tout cela, c'est comme si c'était le gros risque. J'imagine donc qu'il existe également des risques en termes de surveillance.</p> <p>Les néobanques sont plus faciles à frauder. Si j'imagine les principaux risques. »</p> <p>« Je prends vraiment au sérieux toutes les données fiables, mais surtout le fait de pouvoir parler à quelqu'un lorsque nous avons un problème, de pouvoir aller à la banque juste à côté. Il y a des gens à qui je peux m'adresser si j'ai un problème, je peux aller leur poser des questions. Même si c'est une banque traditionnelle. Même après plusieurs années d'existence, on a toujours besoin de quelqu'un. Même s'il y avait une nouvelle banque traditionnelle dans la rue, ce serait comme les néobanques, on n'irait probablement pas y aller parce qu'elles n'ont pas d'histoire, elles n'ont pas d'antécédents. On ne sait pas qui sont ces gens. Tout cela, c'est parce que ça existe depuis longtemps. »</p>
<b>Avantages de l'interopérabilité des services</b>	12	13	<p>« Vous devez pouvoir y avoir accès, car votre argent est dans une banque. Elles doivent être affiliées à une autre banque. Ces banques devraient avoir des accords avec d'autres banques réelles afin que les utilisateurs aient accès à des services qu'elles ne peuvent pas offrir en raison de leur infrastructure purement virtuelle, si elles n'ont pas d'autre choix que de signer ces accords. »</p>



			<p>« Je pense qu'il y a au moins une perception de stabilité dans le fait qu'une néobanque soit associée à une banque plus traditionnelle, car même si la néobanque elle-même n'est pas régie par la loi bancaire, le fait qu'elle offre des services à partir d'une institution qui l'est, à mon avis, contribuerait au moins à pallier en partie ce manque perçu de stabilité et de surveillance. »</p> <p>« Eh bien, je pense que cela serait vraiment utile, car beaucoup de gens ont affaire à différentes institutions. Ainsi, en veillant à ce que tout fonctionne de manière fluide, si vous souhaitez transférer quelque chose d'une institution à l'autre ou si vous avez des clients, cela vous éviterait bien des maux de tête, car c'est évidemment mieux pour le client. »</p> <p>« Je vous souhaite de savoir si les néobanques que vous utilisez, par exemple, s'associent à une autre institution financière pour utiliser les mêmes systèmes informatiques ou le même système d'information cloud. Eh bien, si cela pouvait être bénéfique pour les clients, car cela prouverait que ces banques ont gagné en confiance et que nous pouvons leur faire confiance puisque notre argent est bien géré, je pense que ce serait une bonne chose. Il s'agirait d'unir nos forces avec d'autres institutions financières afin que ce soient nos banques qui échangent des données de manière sécurisée entre ces deux institutions financières. »</p>
<b>Responsabilité sociale</b>	0	0	
Rôle dans le développement communautaire	12	15	« Nous avons évidemment cela dans le domaine de la sécurité, dans les organisations communautaires, par exemple dans la région de l'UQAC, où il existe des bourses d'études, ce sont

			<p>donc là les moteurs. Les nouvelles banques pourraient donc également offrir des bourses aux étudiants. »</p> <p>« Eh bien, promouvoir les entreprises locales serait une mesure importante. Promouvoir et récompenser davantage les dépenses effectuées auprès des entreprises locales plutôt que celles effectuées auprès de grandes entreprises dont vous savez qu'elles ne font que de la promotion peut avoir un impact social. Cela a certainement un impact social dans ce sens. »</p> <p>« S'ils étaient en mesure de démontrer qu'ils investissent dans les communautés, ce qui serait intéressant, car ils n'ont pas réellement de succursales physiques. Ce ne serait donc pas comme si votre succursale locale réalisait cet investissement dans votre communauté locale, mais s'ils le faisaient. Par exemple, en fournissant quelque chose aux écoles ou aux hôpitaux, s'ils étaient en mesure de démontrer qu'ils ont ce type d'impact sur les fondements sociaux de la société, sur des choses que nous considérons comme acquises, comme les soins de santé. L'éducation pourrait en fait être très efficace, je pense. »</p>
Perception de la responsabilité sociale	9	9	<p>« Ils pourraient probablement faire comme toutes les autres entreprises qui ont des initiatives similaires, c'est-à-dire réinvestir leur argent dans la communauté pour soutenir des associations à but non lucratif, organiser des festivités ou d'autres événements. »</p> <p>« Je pense que ce serait soit d'investir dans la communauté, que ce soit à travers différents programmes ou même en veillant à ce que les clients</p>

			<p>ne soient pas victimes de discrimination, y compris les employés. Je pense également à la mise en place d'un programme d'équité et de diversité, afin de garantir la qualité de leurs produits.</p> <p>De plus, en menant des enquêtes auprès des clients ou des groupes de discussion, pour être efficace même lorsque vous n'avez pas besoin de le dire, vous savez quand vous appelez que quelqu'un répond, et ensuite vous savez.</p> <p>Enfin, essayer de créer des emplois dans de nombreux domaines, créer des emplois également dans la communauté. »</p> <p>« Tout le monde doit être traité équitablement. Euh, équitablement. Et il ne devrait pas y avoir de partialité entre les clients, comme l'égalité. Peut-être qu'un système d'égalité devrait être mis en place afin que la banque puisse être socialement responsable et traiter tout le monde équitablement. »</p>
Confiance dans les néobanques soutenues par une banque traditionnelle	1	4	<p>« Il faudrait qu'il y ait une garantie d'une banque reconnue qui dise : « D'accord, il y a cette entreprise qui offre des services numériques, mais nous, par exemple, la Banque Nationale, Desjardins, ne garantissons pas vraiment que tout est correct. Si vous avez des problèmes, nous vous rembourserons. » Peut-être que je le ferais. Mais s'il n'y a pas de garantie d'une banque reconnue, je ne ferais pas d'histoire, j'aurais trop peur de perdre. »</p> <p>« Il doit être lié à une banque solide au Canada. »</p>
<b>Intégration des utilisateurs dans l'évolution des services</b>	0	0	

Implication des clients dans les décisions	1	13	<p>« Ces banques n'intégreront jamais leurs clients. Je n'y crois pas. Les seuls qui intègrent leurs clients, c'est Desjardins, quand on est membre. Il n'y a pas d'autre moyen. À moins d'acheter des actions pour assister aux assemblées. Peut-être. D'accord, donc si c'est un peu comme une coopérative de crédit ou quelque chose comme ça, où vous avez le droit de vote, vous avez votre mot à dire dans certaines décisions.</p> <p>En général, ce sont plutôt les actionnaires qui ont davantage leur mot à dire, mais oui, peut-être que la mise en œuvre.</p> <p>Un certain aspect de l'activité pourrait être soumis au vote des membres.</p> <p>Pourquoi pas ?</p> <p>Je veux dire, on pourrait essayer. »</p> <p>« Eh bien, comme pour tout autre service, je suppose que je serais curieux de voir ce qu'une néobanque propose en matière d'engagement client et, par exemple, si j'achetais des actions chez Tangerine, à quoi ressemblerait une assemblée générale des actionnaires ? Serait-ce simplement une visioconférence où les gens seraient informés des résultats du trimestre ? Ou écouterait-ils réellement un client et apporteraient-ils des changements en fonction des commentaires reçus ?</p> <p>Une visioconférence Zoom où les gens sont informés des résultats du dernier trimestre ?</p> <p>Où est-ce qu'ils écouterait réellement les clients et apporteraient des changements en fonction des commentaires qu'ils reçoivent ?</p> <p>Encore une fois, n'étant pas client d'une néobanque, je ne sais pas.</p> <p>Quel genre de processus ont-ils mis en place pour cela ?</p> <p>Mais j'espère au moins qu'ils sont engagés. »</p>
--	---	----	---

			<p>« Hum, peut-être leur permettre, hum, leur permettre de s'exprimer. Je connais certaines entreprises. Par exemple, si vous avez des remarques, des préoccupations. Vous voulez faire un commentaire ou quelque chose comme ça ? Vous pouvez toujours les contacter, car il y a un service dans l'entreprise qui est là pour permettre aux gens de donner leur avis ou, si vous avez des problèmes ou des suggestions sur la façon dont ils pourraient changer ou faire les choses, vous pouvez en parler à quelqu'un. Je pense donc que c'est un bon moyen pour les gens d'exprimer leur opinion sur la façon dont l'entreprise devrait ou ne devrait pas faire les choses. »</p>
Méthodes de participation des clients	8	8	<p>« Les sondages seraient probablement la solution la plus simple, pour des raisons de rapidité et de commodité, et pour avoir une idée générale. Mais je pense qu'il y a un intérêt à le faire. Encore une fois, si quelqu'un de la direction de la néobanque prenait le temps de s'asseoir et d'écouter les clients, je pense que cela pourrait déboucher sur beaucoup de choses positives. Cela prendrait évidemment beaucoup plus de temps, mais je pense qu'entre les deux, les sondages pour obtenir des informations générales, mais aussi L'engagement direct avec les clients, même si c'est par webcam, pourrait constituer un bon compromis. Je le souhaite. »</p> <p>« Eh bien, cela peut être des votes sur les taux d'intérêt des cartes de crédit. Enfin, pas sur les cartes de crédit, mais sur les taux d'arrivée des comptes d'épargne, les votes au niveau des primes que nous accordons chaque année. Je pense que c'est ce que cela signifie de demander aux clients de voter ou de participer à des sondages, cela pourrait être une option. »</p>

			<p>« Hmm, je pense que les discussions de groupe leur apporteront la meilleure forme de retour d'information.</p> <p>Ce sera plus spécifique et aussi, lorsque vous recrutez des personnes pour le groupe, nous pouvons recruter des personnes de différentes catégories démographiques.</p> <p>Je pense que ce sera, hum, ce sera la meilleure solution à mon avis. »</p>
--	--	--	--

## **ANNEXE 2**

### *GUIDE D'ANIMATION EN GROUPE*

### **GUIDE D'ANIMATION PRÉLIMINAIRE POUR ENTRETIEN DE GROUPE POUR LES NON-UTILISATEURS**

**Durée de la séance : 180 minutes (3 heures)**

#### **Plan de séance**

- 1. Introduction et brise-glace : 20 minutes**
- 2. Discussion principale Partie 1 : 70 minutes**
- 3. Pause : 10-15 minutes**
- 4. Discussion principale Partie 2 : 70 minutes**
- 5. Mot de la fin : 10 minutes**

#### **INTRODUCTION (10 minutes)**

Bonjour à tous et bienvenue.

Avant tout, nous souhaitons vous remercier chaleureusement pour votre participation à cette discussion. Votre présence est essentielle pour nous aider à mieux comprendre les perceptions et les attentes des consommateurs vis-à-vis des néobanques, et plus particulièrement des néobanques.

L'objectif de cet entretien est d'explorer vos opinions, préoccupations et attentes à l'égard des néobanques, en mettant en lumière les raisons qui freinent leur adoption. Nous cherchons également à voir si certains éléments, comme la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE), pourraient influencer votre perception et renforcer votre confiance envers ces services bancaires 100 % numériques.

Cet échange est libre et informel, il ne s'agit pas d'un test ni d'un jugement, mais bien d'un partage d'expériences et de ressentis. Nous sommes ici pour écouter votre avis, sans chercher de "bonne" ou de "mauvaise" réponse.

- Je suis Poathy Alveda, étudiante à la maîtrise en gestion des organisations à l'Université du Québec à Chicoutimi.
- L'équipe de recherche se compose de moi-même, de mon collègue Job sous la supervision de Prof. Dr. Myriam Ertz.
- Cette recherche est couverte par le certificat éthique numéro 2025-1881. Toutes vos déclarations demeureront confidentielles et votre anonymat sera préservé.

- Toutes vos réponses resteront anonymes et confidentielles et seront utilisées uniquement à des fins académiques.
- Vous pouvez interrompre la discussion à tout moment, demander des précisions ou mettre fin à votre participation sans justification.

Enfin, je vous rappelle que votre participation à ce groupe de discussion vous donnera droit à une carte-cadeau d'une valeur de 50\$, et celle-ci vous sera remise plus tard à la fin de la discussion. Notez que vous conservez le droit à l'obtention de cette compensation advenant le cas où vous mettriez fin à l'entretien avant la fin des discussions.

Me permettez-vous d'enregistrer l'entretien numériquement et de prendre des notes ?

*[Consigner le consentement dans le FIC verbal OU écrit OU électronique pour chaque participant. Remettre une copie aux participants dans l'immédiat si verbal ou écrit, ou suite à l'entretien si électronique]*

Avez-vous des questions avant de commencer ?

**Alveda :**

- **Confidentialité :** Pour respecter la confidentialité, ce dont nous discutons ici reste ici.
- **Faire preuve de respect :** il est important de laisser chacun s'exprimer à tour de rôle, d'écouter attentivement et de respecter les points de vue des uns et des autres.
- **Se retirer :** vous êtes libre de vous retirer de cette discussion à tout moment si vous le souhaitez, sans aucun préjugé ou justification de votre part.
- **Participation :** J'encourage tout le monde à partager, mais il est normal de passer votre tour si vous ne pensez pas être en mesure de contribuer à la discussion.
- **Dialogue ouvert :** N'hésitez pas à vous appuyer sur les commentaires des autres ou à présenter de nouvelles idées.
- **Modalités :** Il y aura un total de sujets sur lesquels nous allons discuter. Ces sujets sont répartis en deux parties de discussion.
- **Prise de notes :** Vous pouvez noter votre idée et toutes les questions que vous pourriez avoir et les poser aux autres participants.

**Activité brise-glace (10 minutes) :**

**Alveda :** Commençons maintenant à faire plus ample connaissance. Veuillez partager votre nom, votre occupation principale ainsi que votre lieu de résidence.

**Alveda :** Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit lorsque vous entendez néobanque ?

- Pourriez-vous en citer quelques-unes ?

**DISCUSSION PRINCIPALE PARTIE 1 (70 minutes)**

**Thème 1 : Perceptions et barrières à l'adoption des néobanques**



1. Avez-vous déjà envisagé d'ouvrir un compte dans une néobanque ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
2. Quelles sont, selon vous, les principales différences entre une néobanque et une banque traditionnelle ?
3. Quels éléments vous freinent dans l'utilisation d'une néobanque ?
  - Le manque d'interaction avec un conseiller bancaire vous freine-t-il dans votre utilisation d'une néobanque ?
  - À quel point l'absence d'agence physique est-elle un frein pour vous
4. Que pensez-vous des mesures appliquées par les néobanques pour gérer et protéger les données des utilisateurs ?
5. Selon vous, quels sont les risques de l'utilisation des néobanques ?

### **Thème 2 : La confiance dans les services bancaires en ligne**

6. Quels sont les critères qui vous inspirent le plus confiance dans une banque ?
7. Avez-vous déjà été confronté(e) à une fraude bancaire ou à un incident de cybersécurité ? Si oui, expliquez
  - cela influence-t-il votre perception des néobanques ?
8. Quelles garanties aimeriez-vous voir avant d'envisager l'ouverture d'un compte dans une néobanque ?

**Pause : 10-15 minutes**

### **DISCUSSION PRINCIPALE PARTIE 2 (70 minutes)**

#### **La Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) et ses dimensions**

9. Avez-vous déjà entendu parler de la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) ?

Comment définissez-vous ce concept en lien avec les services financiers ?

### **Thème 3 : Dimension Sociale : Impact du numérique sur les individus et les communautés**

#### **Inclusion numérique**

10. Dans quelle mesure les néobanques sont-elles accessibles pour tous (personnes avec peu de compétences numériques) ?
  - Qu'est-ce que les néobanques pourraient faire de plus pour réduire les inégalités d'accès aux technologies ?

#### **Bien-être numérique**

11. Dans quelle mesure les néobanques influencent-elles le bien-être des utilisateurs, notamment en matière de stress financier ?

- Comment les néobanques pourraient-elles mieux accompagner leurs clients pour limiter les effets négatifs comme l'isolement numérique ou l'addiction aux services en ligne ?

### **Protection des données personnelles**

12. Comment décririez-vous la manière dont votre néobanque vous informe et protège vos données personnelles ?
- Quelles mesures spécifiques pourraient être mises en place pour renforcer la protection des données personnelles des clients ?

### **Accessibilité numérique**

13. Comment percevez-vous l'accessibilité des néobanques pour les personnes âgées ou en situation de handicap ?
- Comment les néobanques pourraient-elles améliorer l'ergonomie et l'accessibilité de leurs services numériques ?

### **Littératie numérique**

14. Dans quelle mesure les utilisateurs des néobanques bénéficient-ils d'un accompagnement suffisant pour comprendre et utiliser efficacement les services des néobanques ?
- Quels types de formations ou d'outils pédagogiques pourraient faciliter l'usage des néobanques pour tous ?

## **Thème 4 : Dimension environnementale : Impact écologique du numérique**

### **Empreinte carbone des TIC**

15. Comment les néobanques peuvent-elles contribuer à la réduction de l'empreinte carbone du secteur financier ?
- Quelles initiatives écologiques pourraient être mises en place pour limiter l'impact des services bancaires numériques ?

### **Gestion des déchets électroniques**

16. Que pensez-vous du rôle des néobanques dans la réduction des déchets électroniques liés aux usages numériques ?
- Quels types de programmes de recyclage ou d'incitation à la réduction des équipements physiques pourraient être efficaces ?

### **Consommation responsable énergétique**

17. Quels efforts les néobanques devraient-elles entreprendre pour rendre leur consommation énergétique plus durable ?
- Une communication plus transparente sur la consommation énergétique des néobanques influencerait-elle vos choix en tant que client ?

## **Thème 5 : Dimension éthique : Justice, transparence et responsabilité des technologies**

## **Transparence algorithmique**

18. Dans quelle mesure la transparence des processus algorithmiques (ex. octroi de crédits, détection des fraudes) influence-t-elle la confiance des clients envers les néobanques ?
- Quelles informations supplémentaires sur les critères utilisés par les algorithmes seraient nécessaires pour garantir plus de transparence ?

## **Équité et non-discrimination**

19. Comment les néobanques peuvent-elles s'assurer que leurs algorithmes ne créent pas de discrimination entre différents types de clients ?
- Quelles garanties devraient être mises en place pour assurer l'équité dans les services financiers numériques ?

## **Acquisition et interprétation des données**

20. Quels sont les principaux risques perçus concernant l'utilisation des données personnelles par les néobanques ?
- Comment les néobanques pourraient-elles améliorer la transparence et la communication sur l'usage des données clients ?

## **Responsabilité des entreprises**

21. Comment les néobanques peuvent-elles renforcer leur engagement en matière de responsabilité sociale ?
- Quelles initiatives concrètes pourraient démontrer leur engagement en faveur d'un usage responsable des technologies ?

## **Thème 6 : Dimension économique et Gouvernance : Responsabilité économique et cadre réglementaire**

### **Responsabilité envers la société**

22. Quel rôle les néobanques peuvent-elles jouer dans le développement économique et social des communautés ?
- Quelles actions spécifiques pourraient-elles entreprendre pour maximiser leur impact social positif ?

### **Gouvernance des données**

23. Comment la gouvernance des données dans les néobanques pourrait-elle être améliorée pour mieux protéger les utilisateurs ?
- Quels aspects de la gestion des données influencent le plus votre perception de fiabilité des néobanques ?

## **Réglementation et conformité**

24. Quels sont, selon vous, les principaux défis réglementaires que les néobanques doivent relever ?

- Quelles réglementations supplémentaires seraient, selon vous, nécessaires pour assurer un cadre plus fiable pour les néobanques ?

### **Participation des parties prenantes**

25. Comment les clients des néobanques pourraient-ils être davantage impliqués dans les décisions et la gouvernance de ces entreprises ?

- Quelles formes de participation (ex. consultations, votes) seraient pertinentes pour intégrer les clients dans la gouvernance des néobanques ?

## **Thème 7 : Dimension technologique : Responsabilité des entreprises dans la conception et l'usage des technologies**

### **Production des technologies responsables**

26. Comment les néobanques peuvent-elles garantir que leurs technologies sont développées de manière responsable et durable ?

- Quelles initiatives de production technologique responsable vous sembleraient les plus pertinentes pour une néobanque ?

### **Interopérabilité et équité des produits**

27. Dans quelle mesure l'interopérabilité entre les services des néobanques et ceux des autres institutions financières pourrait-elle bénéficier aux utilisateurs ?

- Comment les néobanques pourraient-elles améliorer la compatibilité de leurs services avec d'autres plateformes financières ?

## **5. MOT DE LA FIN (10 MINUTES)**

### **Résumé et évaluation (1 minute)**

**Alveda** : Merci à toutes et à tous pour votre participation et pour avoir partagé vos idées et opinions précieuses aujourd'hui. Vos points de vue nous permettront de mieux comprendre les perceptions et attentes des consommateurs vis-à-vis des néobanques, ainsi que les freins et opportunités liées à leur adoption.

### **Réflexions finales (9 minutes)**

**Alveda** : Avant de conclure, y a-t-il des réflexions ou suggestions finales que vous aimeriez partager ? Une dernière pensée sur les néobanques ou sur tout autre élément que nous avons abordé ?

*(Laisser un temps libre pour que les participants puissent s'exprimer.)*

### **Conclusion**

**Alveda** : Au nom de toute l'équipe de recherche, je tiens à vous remercier pour votre temps, votre coopération et votre implication dans cette discussion.

- Vos commentaires et retours d'expérience sont essentiels pour enrichir cette recherche et pourront aider à façonner l'évolution des services bancaires numériques.
- Si vous avez des éléments supplémentaires à partager après cette discussion, n'hésitez pas à me contacter.
- Je vais vous accompagner vers la sortie, et si vous me le permettez, je garderai quelque chose à noter au cas où vous souhaiteriez ajouter une réflexion de dernière minute.

**Merci encore à tous et bonne journée/soirée.**

## ANNEXE 3

### GUIDE D'ENTRETIEN INDIVIDUEL

#### GUIDE D'ENTRETIEN PRÉLIMINAIRE POUR LES NON-UTILISATEURS

**Durée de la séance :** 1H30 minutes

#### **Plan de séance**

1. **Introduction et brise-glace :** 10 minutes
2. **Partie 1 :** 25 minutes
3. **Pause :** 10 minutes
4. **Partie 2 :** 15 minutes
5. **Mot de la fin :** 10 minutes

#### **INTRODUCTION (5 minutes)**

Bonjour à tous et bienvenue.

Avant tout, nous souhaitons vous remercier chaleureusement pour votre participation à cette discussion. Votre présence est essentielle pour nous aider à mieux comprendre les perceptions et les attentes des consommateurs vis-à-vis des fintechs, et plus particulièrement des néobanques.

L'objectif de cet entretien est d'explorer vos opinions, préoccupations et attentes à l'égard des néobanques, en mettant en lumière les raisons qui freinent leur adoption. Nous cherchons également à voir si certains éléments, comme la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE), pourraient influencer votre perception et renforcer votre confiance envers ces services bancaires 100 % numériques.

Cet échange est libre et informel, il ne s'agit pas d'un test ni d'un jugement, mais bien d'un partage d'expériences et de ressentis. Nous sommes ici pour écouter votre avis, sans chercher de "bonne" ou de "mauvaise" réponse.

- Je suis Poathy Alveda, étudiante à la maîtrise en gestion des organisations à l'Université du Québec à Chicoutimi.
- L'équipe de recherche se compose de moi-même, de mon collègue Job sous la supervision de Prof. Dr. Myriam Ertz.
- Cette recherche est couverte par le certificat éthique numéro 2025-1881. Toutes vos déclarations demeureront confidentielles et votre anonymat sera préservé.
- Toutes vos réponses resteront anonymes et confidentielles et seront utilisées uniquement à des fins académiques.
- Vous pouvez interrompre la discussion à tout moment, demander des précisions ou mettre fin à votre participation sans justification.

Enfin, je vous rappelle que votre participation à ce groupe de discussion vous donnera droit à une carte-cadeau d'une valeur de 50\$, et celle-ci vous sera remise à la fin des discussions. Notez que vous conservez le droit à l'obtention de cette compensation advenant le cas où vous mettriez fin à l'entretien avant la fin des discussions.

Me permettez-vous d'enregistrer l'entretien numériquement et de prendre des notes ?

*[Consigner le consentement dans le FIC verbal OU écrit OU électronique pour chaque participant. Remettre une copie aux participants dans l'immédiat si verbal ou écrit, ou suite à l'entretien si électronique]*

Avez-vous des questions avant de commencer ?

**Alveda :**

- **Confidentialité :** Pour respecter la confidentialité, ce dont nous discutons ici reste ici.
- **Se retirer :** vous êtes libre de vous retirer de cette discussion à tout moment si vous le souhaitez, sans aucun préjugé ou justification de votre part.
- **Modalités :** Il y aura un total de sujets sur lesquels nous allons discuter. Ces sujets sont répartis en deux parties de discussion.
- **Prise de notes :** Vous pouvez noter votre idée et toutes les questions que vous pourriez avoir et les poser.

**Activité brise-glace (5 minutes) :**

**Alveda :** Commençons maintenant à faire plus ample connaissance. Veuillez partager votre nom, votre occupation principale ainsi que votre lieu de résidence.

**Alveda :** Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit lorsque vous entendez néobanque ?

**PARTIE 1 : Questions générales sur les néobanques (25 minutes)**

1. **Avez-vous déjà entendu parler des néobanques ? Si oui, qu'en savez-vous ?**
  - D'où proviennent vos informations sur ces services (médias, amis, publicité) ?
  - Avez-vous déjà exploré une offre néobanque sans aller jusqu'à l'ouverture d'un compte ?
2. **D'après vous, quel est l'aspect le plus important dans l'utilisation d'une néobanque ?**
  - Qu'attendez-vous d'un service bancaire en général ?
  - Selon vous, qu'est-ce qui distingue une néobanque d'une banque traditionnelle ?
3. **Quels sont les éléments qui vous freinent à utiliser une néobanque ?**
  - Est-ce un manque de confiance, un manque de besoin, ou autre chose ?
  - Avez-vous des craintes spécifiques (sécurité, transparence, accessibilité) ?

**4. Comment percevez-vous la sécurité des informations personnelles et financières dans les néobanques ?**

- Selon vous, les banques traditionnelles offrent-elles de meilleures garanties ?
- La cybersécurité et la protection des données influencent-elles votre perception ?

**5. Si vous deviez ouvrir un compte dans une néobanque, quels critères seraient déterminants ?**

- Quelles garanties aimeriez-vous voir mises en place ?
- Un service client disponible et réactif pourrait-il compenser l'absence d'agences physiques ?

**PARTIE 2 : La Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) et ses dimensions (20 minutes)**

**6. Avez-vous déjà entendu parler de la Responsabilité Numérique des Entreprises (RNE) ?**

- Comment définissez-vous ce concept en lien avec les services financiers ?

**❖ Dimension Sociale : Impact du numérique sur les individus et les communautés**

**Inclusion numérique**

**7. Dans quelle mesure les néobanques sont-elles accessibles pour tous (Ex : personnes avec peu de compétences numériques) ?**

- Qu'est-ce que les néobanques pourraient faire de plus pour réduire les inégalités d'accès aux technologies ?

**Bien-être numérique**

**8. Dans quelle mesure les néobanques influencent-elles le bien-être des utilisateurs, notamment en matière de stress financier ?**

- Comment les néobanques pourraient-elles mieux accompagner leurs clients pour limiter les effets négatifs comme l'isolement numérique ou l'addiction aux services en ligne ?

**Protection des données personnelles**

**9. Comment décririez-vous la manière dont votre néobanque vous informe et protège vos données personnelles ?**

- Quelles mesures spécifiques pourraient être mises en place pour renforcer la protection des données personnelles des clients ?

**Accessibilité numérique**

**10. Comment percevez-vous l'accessibilité des néobanques pour les personnes âgées ou en situation de handicap ?**



- Comment les néobanques pourraient-elles améliorer l'ergonomie et l'accessibilité de leurs services numériques ?

### **Littératie numérique**

11. Dans quelle mesure les utilisateurs des néobanques bénéficient-ils d'un accompagnement suffisant pour comprendre et utiliser efficacement les services des néobanques ?
- Quels types de formations ou d'outils pédagogiques pourraient faciliter l'usage des néobanques pour tous ?

### **❖ Dimension environnementale : Impact écologique du numérique**

#### **Empreinte carbone des TIC**

12. Comment les néobanques peuvent-elles contribuer à la réduction de l'empreinte carbone du secteur financier ?
- Quelles initiatives écologiques pourraient être mises en place pour limiter l'impact des services bancaires numériques ?

#### **Gestion des déchets électroniques**

13. Que pensez-vous du rôle des néobanques dans la réduction des déchets électroniques liés aux usages numériques ?
- Quels types de programmes de recyclage ou d'incitation à la réduction des équipements physiques pourraient être efficaces ?

#### **Consommation responsable énergétique**

14. Quels efforts les néobanques devraient-elles entreprendre pour rendre leur consommation énergétique plus durable ?
- Une communication plus transparente sur la consommation énergétique des néobanques influencerait-elle vos choix en tant que client ?

### **❖ Dimension éthique : Justice, transparence et responsabilité des technologies**

#### **Transparence algorithmique**

15. Dans quelle mesure la transparence des processus algorithmiques (ex. octroi de crédits, détection des fraudes) influence-t-elle la confiance des clients envers les néobanques ?
- Quelles informations supplémentaires sur les critères utilisés par les algorithmes seraient nécessaires pour garantir plus de transparence ?

#### **Équité et non-discrimination**

16. Comment les néobanques peuvent-elles s'assurer que leurs algorithmes ne créent pas de discrimination entre différents types de clients ?

- Quelles garanties devraient être mises en place pour assurer l'équité dans les services financiers numériques ?

### **Acquisition et interprétation des données**

17. Quels sont les principaux risques perçus concernant l'utilisation des données personnelles par les néobanques ?
- Comment les néobanques pourraient-elles améliorer la transparence et la communication sur l'usage des données clients ?

### **Responsabilité des entreprises**

18. Comment les néobanques peuvent-elles renforcer leur engagement en matière de responsabilité sociale ?
- Quelles initiatives concrètes pourraient démontrer leur engagement en faveur d'un usage responsable des technologies ?

### **❖ Dimension économique et Gouvernance : Responsabilité économique et cadre réglementaire**

#### **Responsabilité envers la société**

19. Quel rôle les néobanques peuvent-elles jouer dans le développement économique et social des communautés ?
- Quelles actions spécifiques pourraient-elles entreprendre pour maximiser leur impact social positif ?

#### **Gouvernance des données**

20. Comment la gouvernance des données dans les néobanques pourrait-elle être améliorée pour mieux protéger les utilisateurs ?
- Quels aspects de la gestion des données influencent le plus votre perception de fiabilité des néobanques ?

#### **Réglementation et conformité**

21. Quels sont, selon vous, les principaux défis réglementaires que les néobanques doivent relever ?
- Quelles réglementations supplémentaires seraient, selon vous, nécessaires pour assurer un cadre plus fiable pour les néobanques ?

#### **Participation des parties prenantes**

22. Comment les clients des néobanques pourraient-ils être davantage impliqués dans les décisions et la gouvernance de ces entreprises ?
- Quelles formes de participation (ex. consultations, votes) seraient pertinentes pour intégrer les clients dans la gouvernance des néobanques ?

❖ **Dimension technologique : Responsabilité des entreprises dans la conception et l'usage des technologies**

**Production des technologies responsable**

23. Comment les néobanques peuvent-elles garantir que leurs technologies sont développées de manière responsable et durable ?
- Quelles initiatives de production technologique responsable vous sembleraient les plus pertinentes pour une néobanque ?

**Interopérabilité et équité des produits**

24. Dans quelle mesure l'interopérabilité entre les services des néobanques et ceux des autres institutions financières pourrait-elle bénéficier aux utilisateurs ?
- Comment les néobanques pourraient-elles améliorer la compatibilité de leurs services avec d'autres plateformes financières ?

**PAUSE 10 MINUTES**

**PARTIE 3 : Intentions et améliorations possibles (15 minutes)**

11. **Dans quelle mesure seriez-vous prêt(e) à essayer une néobanque dans le futur ?**
- Quels éléments pourraient vous convaincre d'essayer ce type de service ?
12. **Quelles mesures de sécurité pourraient améliorer votre confiance envers les néobanques ?**
- Vérifications d'identité plus strictes ?
  - Assurance et remboursement en cas de fraude ?
13. **Quelles recommandations donneriez-vous aux néobanques pour gagner la confiance des consommateurs ?**
- Pensez-vous qu'une transparence accrue sur les frais, les algorithmes et la gestion des données pourraient améliorer la confiance des utilisateurs ?
  - En quoi une meilleure assistance client (ex. chat en direct, service téléphonique, accompagnement personnalisé) pourrait-elle renforcer votre confiance envers une néobanque ?
  - Selon vous, une approche plus éthique et responsable (ex. respect des normes de protection des données, inclusion sociale, impact écologique réduit) pourrait-elle être un facteur clé pour améliorer l'image des néobanques ?

**MOT DE LA FIN (5 MINUTES)**

**Alveda** : Merci à toutes et à tous pour votre participation et pour avoir partagé vos idées et opinions précieuses aujourd'hui. Vos points de vue nous permettront de mieux comprendre les perceptions et attentes des consommateurs vis-à-vis des néobanques, ainsi que les freins et opportunités liées à leur adoption.

## **Réflexions finales**

**Alveda** : Avant de conclure, y a-t-il des réflexions ou suggestions finales que vous aimeriez partager ? Une dernière pensée sur les néobanques ou sur tout autre élément que nous avons abordé ?

*(Laisser un temps libre pour que le participant s'exprime.)*

## **Conclusion**

**Alveda** : Au nom de toute l'équipe de recherche, je tiens à vous remercier pour votre temps, votre coopération et votre implication dans cette discussion.

- Vos commentaires et retours d'expérience sont essentiels pour enrichir cette recherche et pourront aider à façonner l'évolution des services bancaires numériques.
- Si vous avez des éléments supplémentaires à partager après cette discussion, n'hésitez pas à me contacter.
- Je vais vous accompagner vers la sortie, et si vous me le permettez, je garderai quelque chose à noter au cas où vous souhaiteriez ajouter une réflexion de dernière minute.

**Merci encore à tous et bonne journée/soirée.**