

Diffusion de l'Internet et transformation de l'industrie bancaire européenne: la « commoditization »

Résumé:

La déréglementation du marché bancaire associée à une propagation rapide et massive des nouvelles technologies de l'information a transformé l'industrie bancaire poussant à la fois les banques en place aussi bien que les nouveaux entrants à se faire concurrence suivant de nouveaux critères, de nouvelles stratégies. Internet semble favoriser la mise en place d'un important processus de « commoditization ». Ce travail de recherche consiste en une analyse des effets de la diffusion de l'Internet sur l'évolution des structures, des comportements et de l'organisation de l'industrie bancaire. La première partie de la thèse présente le premier facteur conduisant cette diffusion, le développement d'une nouvelle innovation financière dite la « banque Internet ». Cette première partie étudie le contexte mais aussi l'impact et les limites de cette innovation. La deuxième partie de la thèse examine les effets du deuxième facteur, les « shopbots », sur l'évolution de l'offre et de la demande bancaire. L'analyse des effets d'une utilisation fréquente des « shopbots » (par les Internauts) sur les possibilités de développement d'un processus de « commoditization » de cette industrie est au centre de notre problématique. Cette analyse empirique étudie la réaction des acteurs bancaires européens à travers un examen des stratégies bancaires d'appropriation et de protection des rentes. Ces transformations sont au cœur des problématiques d'économie industrielle, elles sont le résultat d'une importante diffusion technologique dans un marché déréglementé.

Mots clés: Internet, industrie bancaire, diffusion, commoditization, différenciation, Europe.

Internet diffusion and the “commoditization” of European banking industry

Abstract:

In USA as in Europe, Internet banking is gaining a significant number of customers. Banking deregulation associated with a rapid diffusion of technology is favor to the development of an important process: “banking commoditization”. This phenomena is transforming banking industry, pushing “click and mortar” and “only click” banks to compete on a new criteria.

The present thesis focuses on the effects of the Internet on the transformation of banking competition, structures and organization. The first part deals with the first factor driving this diffusion phenomenon, the “internet banking”. It studies the context of development.

The second part is about the second factor, the “shopbots”, it analyze the transformations resulting from this diffusion. Consumers using “shopbots” can contribute to a re-organization of banking sector essentially to a development of a “commoditization” process. European Internet banks looking for an appropriation of the Internet value develop new strategies, which affect the organization of banking sector. The exam of these transformations is one of the central issues of industrial organization; it’s the results of an important technological diffusion in a deregulated market.

Keys words: Internet, banking industry, Europe, commoditization, differentiation.