

News release FOR IMMEDIATE RELEASE

Contact: Amber Rousse
Title: Officer Marketing & Communication
Tel: +352 (0) 451 452 361
Email: lupress@deloitte.lu

Are Luxembourg's banks prepared for the new world of banking?

Comprehensive Deloitte study finds an industry on the cusp of a potentially major shake-up driven by regulatory, environmental, and technological pressure.

Luxembourg, 12 April 2018: Luxembourg's financial sectors could be set for a shake-up as customer preferences are evolving and the market position of banks is changing. Moreover, digital-first regulations like the revised Payment Services Directive (PSD2) will remove barriers between national markets and allow new entrants with stronger digital competencies to challenge incumbents for market share.

This and other findings about the digital capabilities and readiness of EMEA's banking sector were the result of Deloitte's EMEA Digital Banking Maturity Study, a comprehensive analysis of the digital competencies and market situation in 38 countries, encompassing 238 banks and 10 FinTechs.

What makes a digital champion?

A team of 136 "mystery shoppers" opened current accounts and evaluated each bank's internet and mobile banking channels to map their offering against 826 functionalities. In parallel, a customer survey was conducted, of more than 8,000 clients of banks in the same 38 countries, to understand customer needs and preferences for each market, and to be able to map each bank's functionality against consumer expectation in their market. These were supplemented by an evaluation of mobile user experience (UX) by customers according to the User Experience Questionnaire (UEQ) framework.

Status quo no longer an option for Luxembourg banks

Despite some pressure on the banking market, the digital maturity of Luxembourg banks is still lower than the European average, being classified as a "digital adopter" instead of

About Deloitte

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms, and their related entities. DTTL (also referred to as "Deloitte Global") and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte is a leading global provider of audit & assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax and related services. Our network of member firms in more than 150 countries serves four out of five Fortune Global 500® companies. Learn how Deloitte's approximately 264,000 people make an impact that matters at www.deloitte.com.

About Deloitte in Luxembourg

In Luxembourg, Deloitte consists of 100 partners and over 2,200 employees and is amongst the leading professional service providers on the market. For over 65 years, Deloitte has delivered high added-value services to national and international clients. Our multidisciplinary teams consist of specialists from different sectors and guarantee harmonized quality services to our clients in their field. Deloitte General Services, société à responsabilité limitée, is an affiliate of the Luxembourg member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, one of the world's leading networks of professional services firms.

leading the way. Many still have not addressed the digitization pressures from customers and competitors.

“With a rather homogenous digital offering, and solid day-to-day banking functionalities, banks in Luxembourg still have room for development to deliver a complete digital banking customer experience. We encourage the local players to review their digital strategies in order to keep up with the rising appetite of digital consumers,” says Pascal Martino, Partner and Banking Leader at Deloitte Luxembourg.

How to prepare for the future

Both banking incumbents and FinTechs will need to answer two key questions as they prepare for the future: What role do they want to play beyond their traditional/core business? What role do they want to play in the emerging post-PSD2 Open Banking/Beyond Banking ecosystem?

Ronan Vander Elst, Partner at Deloitte Digital Luxembourg provides a solution. *“Banks need to get the full picture for their market positioning so they can understand their next course of action. Whether they should be spending their time and resources on excelling end-to-end on selected customer journeys or only on part of them will determine their future market positions.”*

Learn more about the EMEA Digital Banking Maturity Survey results here:

<https://www2.deloitte.com/lu/digital-banking-maturity>

About the study

Deloitte member firms across EMEA joined efforts to conduct the most comprehensive and objective assessment of financial institutions' digital maturity in order to separate the true digital champions from the smart followers, adopters, and digital latecomers.

To answer what makes a “digital champion,” the study measured financial institutions' performance across three critical areas:

- 1) Functionality review of each of the 248 financial institutions across 38 countries. A team of 136 “mystery shoppers” opened current accounts and evaluated each bank's internet and mobile banking channels to map their offering against 826 functionalities.
- 2) Customer survey of more than 8,000 clients of banks in the same 38 countries to understand customer needs and preferences for each market, and to be able to map each bank's functionality against consumer expectation in their market.
- 3) User experience (UX) evaluation of mobile banking by customers according to the User Experience Questionnaire (UEQ) framework to supplement the above.

VERSION FRANCAISE**Les banques luxembourgeoises sont-elles prêtes pour le nouveau monde bancaire ?**

Selon une étude approfondie de Deloitte, la pression réglementaire, environnementale et technologique devrait imposer un bouleversement majeur au secteur bancaire.

Luxembourg, le 12 avril 2018 : L'évolution des préférences des clients et de la position de marché bancaire pourrait déstabiliser les secteurs financiers du Luxembourg. En outre, les réglementations qui donnent la priorité au numérique, telles que la directive révisée sur les services de paiement (PSD2), vont lever les barrières entre marchés nationaux et permettre aux nouveaux venus plus compétents dans le domaine du numérique de défier les détenteurs actuels de parts de marché.

Ceci et d'autres conclusions sur la préparation et les capacités numériques du secteur bancaire de la région EMEA, sont les résultats de l'EMEA Digital Banking Maturity Survey, qui analyse de façon exhaustive les compétences numériques et la situation de marché de 238 banques et 10 fintechs dans 38 pays.

Qu'est-ce qui définit un champion numérique ?

Une équipe de 136 « clients mystère » a ouvert des comptes courants et évalué les services bancaires en ligne et mobiles de chaque banque pour cartographier leur offre en fonction de 826 fonctionnalités. Parallèlement, une enquête auprès de 8 000 clients de banques des mêmes 38 pays a été réalisée pour comprendre leurs besoins et préférences sur chaque marché, afin de cartographier les fonctionnalités de chaque banque en fonction des attentes des consommateurs de son marché. Une évaluation de l'expérience d'utilisateur (UX) de services bancaires mobiles par les clients eux-mêmes à l'aide du Questionnaire d'expérience d'utilisateur (UEQ) a complété les résultats de cette enquête.

Les banques luxembourgeoises ne peuvent plus se contenter du statu quo

En dépit d'une certaine tension sur le marché bancaire, la maturité numérique des banques luxembourgeoises reste inférieure à la moyenne européenne et l'on peut les classer parmi les « suiveurs » plutôt que parmi les meneurs en la matière. Nombre d'entre elles n'ont pas encore réagi à la pression en faveur du numérique exercée par les clients et les concurrents.

« Compte tenu de l'homogénéité de leur offre numérique et de la robustesse de leurs fonctionnalités bancaires courantes, les banques luxembourgeoises ont une marge de développement pour offrir à leurs clients une expérience bancaire numérique complète. Nous

encourageons les acteurs locaux à revoir leurs stratégies numériques afin de satisfaire l'appétit croissant des consommateurs numériques », explique Pascal Martino, Partner et Banking leader chez Deloitte Luxembourg.

Comment se préparer au futur

Les banques en place et les fintechs vont devoir répondre à deux questions essentielles pour se préparer à l'avenir : Quelle place veulent-elles occuper au-delà de leur activité traditionnelle/principale ? Quel rôle veulent-elles jouer dans le nouvel écosystème post-PSD2 de la banque ouverte/banque étendue ?

Ronan Vander Elst, Partner chez Deloitte Digital Luxembourg, propose une solution : *« Les banques doivent avoir une vision globale de leur positionnement de marché pour définir leur ligne de conduite. Ce positionnement sera déterminé par leur volonté de consacrer leur temps et leurs ressources à l'excellence sur des parcours de clients sélectionnés de bout en bout ou partiellement.*

Pour en savoir plus sur les résultats de l'EMEA Digital Banking Maturity Survey, rendez-vous sur : <https://www2.deloitte.com/lu/digital-banking-maturity>

À propos de l'étude

Les sociétés membres de Deloitte de la région EMEA ont collaboré pour réaliser l'évaluation la plus complète et objective de la maturité numérique des établissements financiers afin de distinguer les authentiques champions numériques des suiveurs, adoptants et retardataires opportunistes.

Pour définir ce qui fait un « champion numérique », l'étude a mesuré la performance des établissements financiers sur trois domaines critiques :

- 1) Examen de la fonctionnalité de chacun des 248 établissements financiers sur 38 pays. Une équipe de 136 « clients mystère » a ouvert des comptes courants et évalué les services bancaires en ligne et mobiles de chaque banque pour cartographier leur offre en fonction de 826 fonctionnalités.
- 2) Parallèlement, une enquête auprès de 8 000 clients de banques des mêmes 38 pays a été réalisée pour comprendre les besoins et préférences des clients pour chaque marché, afin de cartographier les fonctionnalités de chaque banque en fonction des attentes des consommateurs de son marché.
- 3) Une évaluation de l'expérience d'utilisateur (UX) de services bancaires mobiles par les clients à l'aide du Questionnaire d'expérience d'utilisateur (UEQ) a complété les résultats de cette enquête.