

Qui est Handsome, cette fintech qui a su séduire La Banque Postale ?

Dans un contexte où l'inclusion est au cœur des enjeux sociétaux, La Banque Postale franchit une nouvelle étape en matière d'accessibilité bancaire avec la startup Handsome et sa carte bancaire vocale.

Temps de lecture : minute

24 octobre 2024

La banque publique a lancé, en partenariat avec la startup HandSome, CB et Thales, une carte bancaire vocale destinée aux personnes déficientes visuelles. Cette initiative, qui s'inscrit pleinement dans la politique de diversité et d'inclusion de l'entreprise, témoigne de sa volonté de répondre aux besoins spécifiques de ses clients et de s'imposer comme un acteur de référence dans le domaine de l'innovation bancaire.

Une carte bancaire au service de l'autonomie

Ancien employé de l'inspection générale de la Société Générale, Julien Delamorte, CEO de la fintech Handsome, connaissait déjà bien l'univers bancaire avant de fonder sa fintech. C'est d'ailleurs cette expérience qui, en tant que déficient auditif, lui a permis de constater les défaillances de ces institutions vis-à-vis des personnes en situation de handicap.

"Passionné par les enjeux d'inclusion étant moi même déficient auditif, j'ai décidé de conjuguer mon expérience bancaire à ma sensibilité pour ces sujets. Mon objectif ? Rendre le monde bancaire plus accessible à tous. Encore en poste j'ai mené le projet Handibank, destiné à rendre la banque

100% accessible et au cours duquel j'ai analysé, de manière exhaustive, des produits et services bancaires existants, au prisme des différents types de handicaps. Cette étude a révélé un constat alarmant : bien que des efforts aient été faits pour améliorer l'accessibilité physique, notamment pour les personnes à mobilité réduite, les autres types de handicaps sont largement négligés. En particulier, les déficients visuels et moteurs rencontrent d'importantes difficultés lors des actes de paiement", explique Julien Delamorte.

Fort de ce constat, il fonde en 2019 Handsome et développe une carte vocale à destination des personnes malvoyantes qui, à travers elle, peuvent désormais réaliser leurs achats en toute autonomie et en toute sécurité grâce à trois fonctionnalités : une interface vocale intuitive, une identification simplifiée et une vérification du montant.

"La problématique pour ces publics c'est qu'ils ne peuvent pas s'assurer de la conformité entre le montant de leurs achats et celui qui figure sur le terminal de paiement. Ils sont obligés de s'en remettre au commerçant. Cette carte - reliée à une application qui s'active en Bluetooth dès l'insertion de la carte pour communiquer oralement le montant - permet de les rassurer. L'application affiche également le montant en très gros sur l'écran de téléphone. Quant à la carte, fabriquée par Thalès, elle est par ailleurs dotée d'une encoche en relief pour être plus facilement repérable", rappelle Meggie Dauvilliers, Responsable Marketing comptes bancaires et services associés à La Banque Postale.

"Depuis sa création, nous n'avons pas vu émerger de produit concurrent", se réjouit le CEO.

Un partenariat gagnant-gagnant

Testée avec succès depuis le début du mois auprès des collaborateurs de La Banque Postale, la carte vocale HandSome sera bientôt proposée à

l'ensemble de ses clients. "Ce partenariat permet à la Banque Postale de renforcer son action sur les enjeux inclusions qui font partie intégrante de la stratégie RSE. Cette solution innovante marque un premier pas décisif et leur permet de développer une culture de l'accessibilité au cœur de ses projets, en commençant par ses actions marketing. Il est essentiel de rappeler que les personnes en situation de handicap, en particulier les déficients visuels, sont souvent les plus grandes épargnantes notamment en raison des difficultés rencontrées pour dépenser leur argent", explique Julien Delamorte avant de poursuivre, Ces collaborations avec les grands groupes s'avèrent particulièrement enrichissantes. La co-construction de solutions sur-mesure nous permet d'identifier des besoins spécifiques et de développer des réponses innovantes. C'est particulièrement stimulant dans le secteur de la monétique, où les innovations sont rares. Nos récents échanges avec les banques nous ont par exemple permis d'imaginer une solution pour la sécurisation des paiements sur laquelle nous travaillons actuellement."

Une vision partagée par Meggie Dauvilliers : "C'est un produit qui s'inscrit totalement dans notre politique de diversité et d'inclusion. En facilitant le quotidien des déficients visuels, mais aussi des séniors et même des personnes dyslexiques, Handsome nous permet de conforter la singularité de La Banque Postale, la banque accessible à toutes et à tous."

La notoriété apportée par La Banque Postale devrait, par ailleurs, donner à voir de nouvelles collaborations fructueuses pour la fintech.

"Nous sommes en pourparlers avec d'autres banques en France et à l'international. Des acteurs des titres-restaurant devraient aussi prochainement s'emparer de cette solution", dévoile Julien Delamorte.



À lire aussi

Handicap : tous les moyens sont-ils bons pour rendre son site internet accessible ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Astrid Briant