

ELEMENTS DE PROSPECTIVE LIES AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES

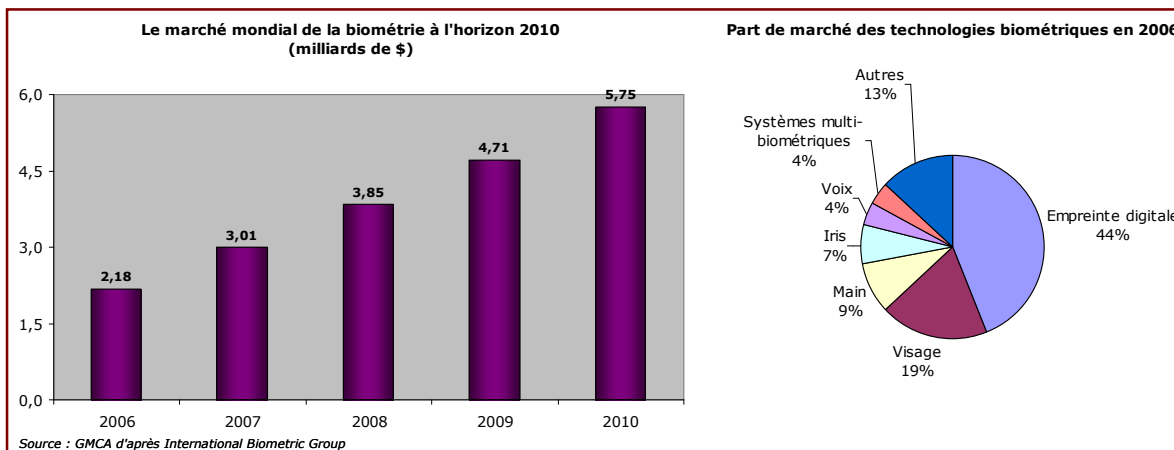
1.1. BIOMETRIE

1.1.1 LE MARCHÉ DE LA BIOMETRIE

Le marché mondial de la biométrie est en forte croissance. D'ici 2010, les revenus biométriques seront être pratiquement multipliés par trois.

Si le secteur public et les applications judiciaires étaient les domaines jusqu'ici concernés par cette technologie,, le téléphone portable et les distributeurs automatiques de billets ont vocation à constituer les prochains terrains d'application.

Deux grandes technologies sont en train de s'imposer : celle des empreintes digitales et celle de la reconnaissance du visage, qui ont toutes deux été retenues pour les nouveaux passeports électroniques (la technique de l'identification du visage semblant pourtant être l'une des moins efficaces). La reconnaissance de l'Iris, qui donne de meilleurs résultats, pose pour l'instant des problèmes de mise en œuvre. En France, la CNIL préconise l'utilisation de techniques qui ne laissent pas de traces (Iris, géométrie de la main, etc...).



1.1.2 LE SECTEUR BANCAIRE CONFIRME SON INTERET POUR CETTE TECHNOLOGIE

La biométrie devrait connaître de réels développements dans le domaine bancaire, tout d'abord pour des raisons qui ne sont pas forcément spécifiques au secteur :

- la fiabilité des techniques est désormais éprouvée ;
- la technologie est devenue moins coûteuse et son niveau d'acceptation par le public n'a jamais été aussi élevé.

Des raisons propres au secteur bancaire expliquent aussi l'attrait des établissements bancaires pour la biométrie :

- les techniques biométriques sont plus efficaces dans le cadre de la lutte contre la fraude. L'origine de toute fraude est en effet liée à une faille d'identification (reconnaître une personne parmi d'autres) ou d'authentification (vérifier que la personne est bien celle qu'elle prétend être) ;

- la biométrie permet un meilleur contrôle des accès aux données et aux sites sensibles de l'établissement ;
- la biométrie est créatrice d'opportunités marketing et commerciales, car elle répond au fort besoin de sécurité exprimé par les clients des banques. Une étude du constructeur informatique Unisys, montre que 40% des Américains seraient prêts à payer une protection supplémentaire pour sécuriser leur compte en ligne. D'autre part, 57% des Européens (étude Logica-CMG 2006) se disent prêts à changer de comptes bancaires s'il leur est proposé d'utiliser, pour s'identifier, une carte et un système basé sur une empreinte digitale. Enfin, 84% des Européens pensent que la biométrie est plus sûre que l'usage de la carte à puce associé à un code PIN. Autre atout de la technologie pour le client : elle permet de résoudre les problèmes liés à la mémorisation du code ;
- enfin, elle est en adéquation avec le processus de conformité réglementaire, notamment parce qu'elle répond mieux aux exigences de traçabilité.

Les grands domaines d'application qui se dégagent dans le secteur bancaire sont donc :

- celui des services clients à valeur ajoutée, très lié à des problématiques d'authentification et d'identification. Ces services peuvent être variés : reconnaissance vocale pour conditionner l'accès par téléphone aux différents comptes et titres, système de reconnaissance faciale pour permettre l'accès en agence...
- le paiement et les opérations effectuées sur GAB/DAB. Dans ce domaine, ce sont les pays d'Europe du Sud qui ont lancé le plus de pilotes, avec notamment la possibilité de remplacer le code PIN de la carte à puce EMV par une empreinte biométrique. Ingenico, leader mondial des terminaux de paiement, travaille actuellement au développement d'un terminal biométrique qui embarque un capteur thermique d'empreintes à balayage ;
- le contrôle de l'accès physique et logique en interne.

Pourtant, le développement de la biométrie peut aussi poser des difficultés aux banques. Le paiement « purement biométrique », développé par quelques sociétés américaines, est effectivement une menace pour les établissements. Ce mode de paiement, qui est promu par les chaînes de supermarchés, n'utilise pas la carte à puce et n'est en aucun cas lié à un réseau bancaire d'acceptation. La carte classique devient donc obsolète. Aux Etats-Unis, 2.3 millions de personnes paient déjà avec leur simple doigt.

LA RECONNAISSANCE DES VEINES POUR LES DISTRIBUTEURS DE BILLETS

Depuis octobre 2004, plusieurs banques japonaises, dont la Tokyo-Mitsubishi, la Bank of Iteka et la Suruga Bank, ont adopté pour leurs distributeurs de billets et guichets automatiques, une technologie basée sur la reconnaissance des veines de la main. Sur la base du volontariat (5% des clients fin 2006), les clients ont été invités à s'enrôler dans ce système. Ils ont reçu une carte bancaire à puce qui contient soit un gabarit des formes caractéristiques de leurs veines, qui peut ainsi être comparé dans la carte à celui qui est reconnu par le système associé au distributeur de billets au moment où ils accèdent à ce service, soit un lien vers un serveur où se trouve stocké le gabarit de référence, et réaliser le matching.

Développé par Fujitsu, ce système de reconnaissance qui fonctionne en éclairant fortement la main dans le proche infrarouge, et en analysant l'image avec une caméra adaptée, est annoncé comme très sûr : 0.00008% de fausses acceptations pour un taux de 0.01% de faux rejets. La banque Tokyo-Mitsubishi prévoit 5 millions de cartes en 2008.

Source : Revue Banque

1.2. LE PROTOCOLE IP

1.2.1 QUELQUES ELEMENTS DE MARCHÉ SUR LA TECHNOLOGIE IP

Les résultats d'une étude menée cette année par le cabinet Forrester, sur 301 entreprises européennes, mettent en évidence un engagement dans le processus d'adoption des technologies IP.

Les entreprises européennes et les technologies IP
1/3 des groupes sondés assure avoir déployé des VPN MPLS <ul style="list-style-type: none">• Seulement 16 % des entreprises en Europe n'envisageraient pas de poursuivre le mouvement (contre 37% en 2005)
En 2006, 40% des entreprises en Europe avaient comme priorité de migrer leurs communications vocales sur IP <ul style="list-style-type: none">• 11% des entreprises interrogées avaient déjà achevé cette migration fin août 2006• 30 % prévoient de le faire en 2007
47% des entreprises européennes avaient prévu d'augmenter leurs investissements en matière de voix sur IP en 2006 <ul style="list-style-type: none">• 30% seulement en 2005
<i>GMCA d'après les résultats de l'enquête Forrester</i>

1.2.2 LES BANQUES AVANCENT VERS LE TOUT IP

Les banques françaises semblent suivre leurs homologues américaines dans le tout IP. La refonte de l'agence bancaire et la montée des nouveaux canaux favorisent l'émergence du protocole IP. Le choix du tout IP est dicté à la fois par des considérations d'ordre technique et des considérations propres au métier.

Il y a cependant une distinction à faire entre intentions des banques et mise en œuvre : « *le choix du tout IP débouche sur des projets de migration complexes, obligeant les établissements à procéder par étapes* » explique un responsable chez Cisco.

Les enquêtes menées par les banques et les organismes financiers montrent que le protocole est source de réduction de coûts et de hausse des revenus. En optimisant la relation client, le tout IP serait un réel levier de croissance du chiffre d'affaires. Par ailleurs, dans une perspective de concurrence accrue par la probable arrivée de challengers américains et du secteur de l'assurance, l'IP apparaît de plus en plus comme un des instruments fondamentaux permettant d'optimiser la gestion de la relation client, en fidélisant une clientèle qui pourrait devenir plus volatile qu'aujourd'hui. L'IP permet aux banques de décroquer une relation client devenue trop basique.

Ainsi, le Cetelem a profité du passage au « tout IP » pour développer de nouveaux services multimédia fortement intégrés à ses systèmes informatiques. « *La téléphonie dialogue plus facilement avec l'informatique, la conception de nouveaux services s'en est trouvée facilitée, d'où une amélioration de la relation client et de l'efficacité des commerciaux* » précise le Chef de projet CRM au Cetelem. Chez la filiale de BNP Paribas, la majorité des centres d'appels est sous IP, tant en France qu'à l'international. Ces centres vont progressivement s'ouvrir à de nouveaux canaux, synonymes de nouveaux services.

Autre bénéfice pour les établissements : l'IP, via une meilleure cohérence des infrastructures, apporte une vision stratégique plus fine. Les applications telles le Frame Relay ou X.25 sont souvent mal optimisées et donnent lieu à des applications bancaires inadaptées et des coûts de maintenance importants. On estime par ailleurs que le fait que Voix et Données n'aient pu converger a entraîné pour les banques une perte d'environ 20% des appels téléphoniques. L'usage de l'email a d'autre part été freiné par

ces applications. Enfin, ces dernières ne sont pas parvenues à décloisonner les canaux, obligeant ainsi le client à s'identifier sur chacun d'entre eux.

Bien sur, la refonte de l'agence bancaire accélère le mouvement du tout IP. Néanmoins, les banques avancent avec prudence dans ce processus. La procédure de migration s'avère souvent plus délicate que prévue. La refonte des infrastructures informatiques représente des projets de plusieurs années, impliquant la prise en compte de dizaine de milliers de postes de travail. Une autre complexité est mise en évidence par un directeur chez Cisco : « *la gestion des serveurs de fichiers et des ressources de stockage distribuées sur différents sites peut être coûteuse et complexe. En outre, l'accès aux fichiers et aux données au travers d'un réseau est généralement lent, à cause du temps de latence intrinsèque à ce type de réseau. Enfin, les utilisateurs sont mécontents si on supprime les serveurs vocaux* ». Face à ce problème, il faut parvenir à disposer d'un accès à la vitesse du réseau local, tout en consolidant les fichiers et les applications dans un centre unique de données.

Les avantages d'une migration des réseaux hybrides vers le "tout -IP" pour les banques

DOMAINES	RESEAUX HYPBRIDES (IP, X.25, Frame Relay)	RESEAUX "TOUT-IP"
Technologies	Obsolètes Coûts de maintenance prohibitifs Infrastructures voix données différentes	Récentes Coûts en phase avec le marché Même infrastructure pour voix et données Intégration des canaux
DAB/GAB	Sous MS/DOS et OS/2 Fonctionnalités limitées	Sous Windows Fonctionnalités one to one illimitées en IP
Informatique	CRM cloisonné Multimédia difficile à mettre en œuvre Relation client basique et cloisonné	CRM optimisé Multimédia facile à développer Relation client one to one Canal email optimisé
Téléphonie	Pertes d'appels Messagerie unifiée chère et limitée Services d'appels réservés au siège	Pas de pertes d'appels Centres d'appels indépendant de l'agence Messagerie unifiée démocratisée Services d'appels sur tous les postes Centre d'appels intégré à l'agence

Source : GMCA d'après Point Banque

1.2.3 LA VOIX SUR IP SEDUIT LES BANQUES FRANÇAISES

Le secteur bancaire français a dans l'ensemble fait le constat de l'obsolescence de ses infrastructures téléphoniques. A ce titre, on estime que 50% des banques nationales ont déjà fait le choix de la voix sur IP.

La téléphonie IP apporte souplesse d'utilisation et réduction de coûts pour les banques. Les banques américaines ont plus de deux ans d'avance sur les banques françaises. Ainsi, Bank of America a engagé depuis fin 2004 un vaste programme de TOIP, en décidant de migrer progressivement plus de 180 000 postes sur IP d'ici fin 2007. En Europe, c'est la Grande-Bretagne qui se révèle la plus avancée.

Il y a actuellement en France de nombreuses phases pilotes engagées par les banques, avec des déploiements portant sur 500 à 5 000 postes. Des déploiements plus importants encore pourraient avoir lieu en 2007. Chez Sofinco, 50 agences devraient être équipées de téléphone IP début 2007. Son concurrent, le Cetelem, compte à ce jour un parc de 1 350 postes téléphoniques IP. Par ailleurs, LCL, Société Générale et la filiale française de la Barclays se sont également engagées dans ce processus de migration. Ixis a pour sa part opté pour une solution téléphonique hybride, numérique et IP, permettant une migration progressive vers le tout IP.

La priorité des banques en matière de TOIP réside davantage dans les gains en flexibilité que dans les économies potentielles :

- les banques estiment ainsi qu'un des atouts majeurs de la technologie IP est qu'elle permet de ne plus avoir à déployer d'infrastructures matérielles lourdes (comme le PABX), ni d'avoir à les maintenir localement ;
- d'autre part, la possibilité de déployer des applications métier qui profitent du lien naturel entre le téléphone IP et le système d'information de la banque est appréciée ;
- enfin, lors d'un appel entrant, la technologie permet au chargé de clientèle de récupérer le contexte client beaucoup plus facilement sur son poste de travail.

Toutefois, des obstacles peuvent se dresser quant à la mise en place des nouveaux téléphones dans les banques :

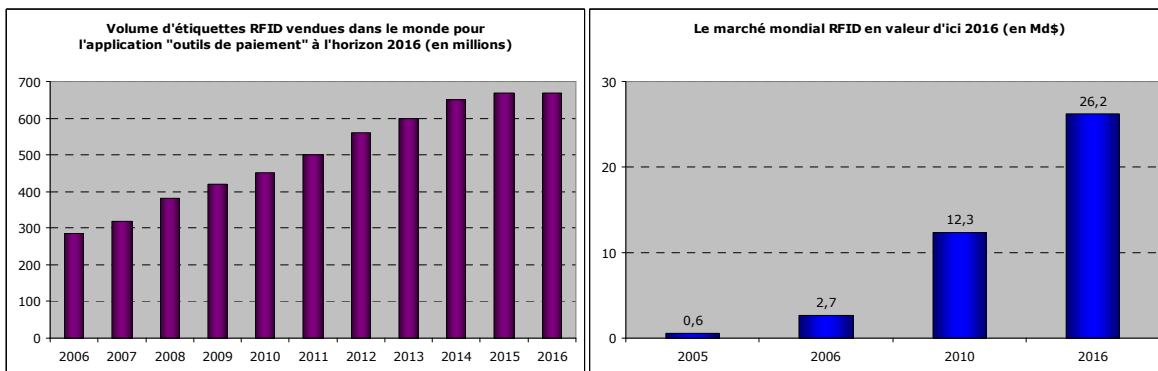
- pour Sofinco, la plus grande difficulté a été de paramétrer efficacement le réseau local, afin d'atteindre la qualité de service initialement prévue. Ce travail s'est avéré complexe et aurait été sous-estimé ;
- le remplacement d'un téléphone classique par un téléphone IP n'est pas anodin pour un collaborateur. Il faut donc prendre en compte l'utilisateur et répondre à ses questions, en prévoyant une assistance de proximité ;
- l'installation d'un système de téléphonie sur IP nécessite de revoir l'interaction entre les équipes dédiées à la téléphonie et celles dédiées à l'informatique.

1.3. RFID

Fin 2006, les principaux obstacles au déploiement de solutions RFID (identification par liaison radiofréquence) semblaient avoir été levés :

- la norme « Gen 2 », publiée fin 2004, apparaît désormais comme un standard et bénéficie du soutien des principaux acteurs concernés par la technologie ;
- le rapport du Center For Democracy and Technology a répondu au besoin de transparence (l'utilisation de la technologie était jusqu'ici jugée opaque). Il définit ainsi un code de bonne conduite à respecter. Il recommande aux entreprises d'avertir les consommateurs de la présence d'étiquettes, de la possibilité ou non de les désactiver et surtout de leur indiquer explicitement comment les données récoltées par les puces seront utilisées ;
- Le gouvernement français a cette année assoupli la réglementation et a ainsi ouvert la voie au développement de la technologie en France. Il a permis l'ouverture de la bande de fréquences de 865 à 868 MHz pour les applications d'étiquettes électroniques à radiofréquence et a autorisé les équipements de lecture d'une puissance de 2W.

Le marché des technologies RFID devrait exploser dans les dix prochaines années. Le procédé devrait trouver de multiples applications, notamment dans le domaine du paiement sans contact. On estime de plus que moins de 10% des applications liées à la technologie ont déjà été imaginées.



Source GMCA d'après étude IDTechEx

NCR DEVELOPPE DES SOLUTIONS RFID POUR LES AGENCES BANCAIRES

NCR a récemment montré comment la RFID (identification par liaison radiofréquence), une technologie jusque-là répandue dans la distribution, le transport et la logistique, peut être utilisée pour personnaliser les services offerts aux clients dans les agences bancaires. Le développement du paiement sans contact grâce à une carte bancaire équipée d'une antenne, ou grâce à un téléphone portable ou un PDA embarquant des puces sans contact, pourrait ainsi favoriser de nouvelles applications comme celle qui permettrait avec l'installation d'un portique RFID à l'entrée de l'agence, d'envoyer les informations d'un client au guichetier, au directeur de l'agence ou au responsable des prêts afin de les avertir de l'arrivée d'un client spécifique.

Il y a deux ans, NCR avait déjà montré comment établir une communication entre un DAB et un téléphone mobile équipé d'une puce RFID.

Source : Revue Banque