

ENQUÊTE

# Le mobile transformera

Banques, start-up et opérateurs télécoms vont devoir se partager une branche en forte expansion. Le premier défi consiste à marier une sécurité infaillible et des applications confortables et efficaces. **Par Emmanuel Garessus**

La technologie avance à pas de géant dans le domaine financier. Le changement se fera-t-il sans les banques? «Je n'utilise plus les services d'une grande banque suisse pour les paiements internationaux de mon entreprise (The Futures Agency, ndlr). Je suis passé au super service de Transferwise: plus rapide, moins cher et meilleur», affirme Gerd Leonhard.

Le futuriste et essayiste bâlois est convaincu que la théorie de la disruption qui a frappé les mé-

dias, la musique et les taxis s'étend à la finance. Dans le monde, 30 à 50% des transactions les plus simples, comme les petits crédits, les paiements internationaux, les micropaiements (parking par exemple), sont déjà repris par les start-up ou des sociétés internet comme Google, Facebook, Baidu et des entreprises télécoms», avance l'auteur du livre *Future of Business*. Il explique que «le mobile banking appartient aux start-up, aux portails financiers et aux télécoms, mais pas aux ban-

ques».

Tout le monde ne partage pas cet avis. «Ce sera un mélange des trois, un triumvirat entre banques, start-up et télécoms», déclare Paolo Buzzi, Chief Technology Officer de Swissquote. «Pour une opération bancaire, même une start-up innovante doit s'appuyer sur une banque comme partenaire», poursuit Paolo Buzzi. Il ajoute que «Google, Apple ou les télécoms ne deviendront pas des banques, mais ces groupes offriront leur canal de distribution».

Le changement ne frappera pas seulement le crédit, mais, de plus en plus, l'investissement. «Les investisseurs sont presque toujours en ligne, attendent des réactions rapides, manifestent leur besoin de prestations complètes à des conditions favorables. Même les banques suisses ne peuvent l'ignorer», selon une étude de la Haute Ecole spécialisée de Lucerne.

En Suisse, les instituts multiplient les communiqués pour signaler leurs progrès dans l'offre numérique, à l'image de la start-up TrueWealth ou de la Banque Cantonale de Glaris (Investomat). «Pourtant en Suisse, le mobile banking n'est pas prioritaire», juge Gerd Leonhard. L'auteur de *Future of Business* en veut pour preuve que les barrières à l'entrée sont relativement élevées en Suisse à cause d'une faible sensibilité aux prix.

L'expansion des services bancaires via des appareils mobiles

dans le monde est impressionnante. On compte en moyenne 24,6 comptes financiers par mobile en Afrique pour 100 adultes, 15,2 au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, 3,4, en Asie du Sud et seulement 0,4 en Europe et en Asie centrale, selon la Banque mondiale (juin 2013). La moyenne mondiale se situe à 4,3.

«Le processus sera douloureux pour les grandes banques. D'ailleurs qui a encore besoin de grandes marques?» lance Gerd Leonhard. Le consultant en veut pour preuve la croissance du crédit entre particuliers (peer-to-peer) ainsi que l'emploi de la monnaie numérique (Bitcoin ou la technologie Blockchain). «C'est le désastre du siècle pour les banques et instituts financiers qui avancent trop peu et trop lentement et, ainsi, font le jeu des start-up, lance le Bâlois. Si les banques voulaient empoigner le sujet à bras-le-corps, elles devraient proposer des prix massivement inférieurs, viser une plus forte satisfaction du client et présenter un nouveau modèle d'affaires.» Le saut qualitatif est limité. On parle le langage du client, comme la Banque cantonale de Zurich qui propose une app en suisse-allemand.

Mais les acteurs traditionnels avancent lentement, même si «la banque a tendance à aller vers le mobile. D'ailleurs toutes, qu'elles soient privées ou cantonales, ont une offre destinée au mobile», explique Paolo Buzzi. La société de Gland a été la première en Suisse avec une application mobile, en 2008. Elle l'a commencée dans le cadre de la banque en ligne convaincue de la proximité des deux canaux et qu'à terme ils vont fusionner. D'autres suivent la même voie, mais à une plus petite échelle, comme Strateo, à Genève,

une succursale de Keytrade, avec une dizaine d'employés au bout du lac, qui mise sur l'étendue des bourses disponibles en ligne.

Incontestablement, cette évolution promet beaucoup. «Au sein des banques, il n'y a pas de grande révolution en cours au niveau du service bancaire lui-même. En revanche, d'importants développements se profilent en termes de sécurité et de dématérialisation, par exemple dans la livraison de documents sécurisés», confirme Laurent Franceschetti, consultant en stratégie bancaire auprès de Settlentext. «Les relevés de compte ne posent aucune difficulté, mais, en général, ils sont effacés de la plateforme d'e-banking, au bout d'un an ou deux. Dans ces conditions, comment un client pourrait-il répondre aux questions des autorités, par exemple fiscales, alors que le délai légal est de dix ans?» demande le consultant. Il faut donc recourir à des solutions d'archivage électronique.

Au sein d'UBS, les documents électroniques sont conservés deux ans, selon Andreas Kubli, responsable de la numérisation. Ils sont toujours conservés physiquement. Il arrivera un moment où les clients décideront que leurs documents les plus importants seront conservés sur l'ordinateur et non plus sur un support physique.

Chez Swissquote, tout est archivé», rétorque Paolo Buzzi. Pour garder des documents dix ans, il n'y a pas de problème.

«Pour garantir la protection des données privées, des solutions de stockage non crypté, telles que «Dropbox», ne sont pas acceptées», précise Laurent Franceschetti. «Il est en plus impératif que les données privées de clients bancaires soient stockées en Suisse. La solution n'est pas simple. Elle se trouve dans le domaine dit du cof-



## «Plus de 50% des accès à moyen terme»

Andreas Kubli, responsable du numérique chez UBS, définit les ambitions de la grande banque dans le domaine des services bancaires mobiles. Il ne croit pas que dans cinq ans une start-up puisse offrir des services si attractifs que le client n'ait plus besoin d'une banque

«Le mobile est le domaine que nous avons le plus fortement appuyé au moment de mon engagement, il y a deux ans», fait valoir Andreas Kubli, responsable du numérique chez UBS. Étonnant, c'est un juriste de formation et non pas un ingénieur. Notre interlocuteur rétorque qu'il a eu son premier Macintosh en 1985, qu'il s'est toujours intéressé à la technologie et que, dans ses fonctions précédentes chez McKinsey, il était spécialisé dans les stratégies bancaires. «On y apprend les idées dans lesquelles il faut investir autant que celles dans lesquelles il ne faut pas investir. Et au sein du mobile banking aussi, il faut savoir dire non à certains développements possibles», explique-t-il.

«Les ambitions d'UBS pour le «mobile banking» sont fonction du segment de clientèle. Un étudiant de 25 ans n'est pas un chef d'entreprise de 45 ans», affirme Andreas Kubli. Pour un jeune étudiant, UBS veut offrir tous les services bancaires qu'il désire par mobile. Pour les autres segments de clients, l'offre mobile est plus sélective. Si un client de la gestion de fortune veut s'informer sur la qualité de son portefeuille, il doit pouvoir trouver la réponse par mobile.

Mais la présentation diffère selon l'instrument. Un peu comme avec Facebook et Twitter, chez UBS la présentation n'est pas identique sur l'ordinateur ou sur l'iPhone «Il serait faux d'avoir la même fonctionnalité sur tous les canaux», lance Andreas Kubli. L'offre UBS Paymit par exemple couvre exactement les cas d'une personne qui veut verser de l'argent à un autre particulier. Tout dépend de sa situation. A domicile, il lui est plus confortable de verser de l'argent par ordinateur. A l'égard du mobile, la culture diffère d'un pays à l'autre. Pour l'expert, il y a des pays qui, comme les Pays-Bas, sont technologiquement en avance sur la Suisse. Le transfert d'argent de personne à personne par mobile est une pratique courante depuis longtemps.

L'innovation avance aussi en fonction des métiers de base. En finance, elle naît davantage dans une banque grand public en raison du plus grand nombre de clients, de la relative simplicité des transactions et du besoin d'efficacité qui en résulte, selon UBS. La gestion de fortune est plus complexe. Mais le but de la grande banque est clair: «Nous voulons être la meilleure plateforme pour

nos clients en termes d'offre multicanale», affirme-t-il.

La principale transaction effectuée par un client sur son mobile consiste à s'assurer que ses affaires sont sous contrôle. Il veut par exemple connaître le montant sur son compte, si le salaire est arrivé, si une opération est comptabilisée. L'évolution est lente dans les paiements même s'il y a bien une croissance, note le banquier.

La mesure de sa réussite se veut à la fois qualitative et quantitative: «Je regarde non seulement le nombre de téléchargements de nos applications, mais aussi les notes octroyées par les clients et leurs commentaires, par exemple sur notre Touch ID», indique-t-il. Andreas Kubli se dit par conséquent très attentif aux classements publiés sur les applications bancaires.

Des chiffres pour UBS? Andreas Kubli annonce presque 500 000 téléchargements de l'application Mobile Banking en Suisse jusqu'ici, 60 millions d'accès (login) pour le mobile et Internet par an, et presque 100 000 téléchargements depuis le lancement de Paymit (paiement de personne à personne). De nombreuses études montrent que ce sont les clients

qui recommandent un service à d'autres, qui ensuite jouent un rôle clé dans le développement de ce service.

L'approche de la grande banque se distingue fortement de celle d'une banque purement en ligne en raison de ses activités de conseil en gestion. Avec UBS Advice, des éléments de conseil automatisés, comme le contrôle quotidien du portefeuille, mais la communication des mesures recommandées n'est pas encore automatisée.

Si Swissquote évoque un chiffre de 15% de transactions par mobile, Andreas Kubli annonce une proportion similaire dans sa banque. Quinze des 60 millions de logins sont liés au mobile. La tendance est claire, aux yeux du banquier: «Nous considérons une part de plus de 50% d'accès mobiles réaliste à moyen terme, comme nous le voyons aux Etats-Unis ou en Grande-Bretagne», indique-t-il.

La sécurité est un critère central pour la réponse des clients. Pour la sécurité de ses solutions, UBS est associé à Kudelski pour la sécurité dans le mobile et son système de reconnaissance d'identité par puce (chip). Il n'est pas possible de subir un hacking puisque le chip

n'est pas lié à Internet, assure UBS. Le principal risque en ligne reste celui du phishing, soit l'usurpation de l'identité dans un but malveillant.

«Le mobile banking permet avant tout un plus grand confort d'utilisation des services financiers», lance Andreas Kubli. Ce n'est pas un facteur d'efficacité et de baisse des tarifs des services bancaires. Il ne croit pas que dans cinq ans une start-up puisse offrir des services si attractifs que le client n'ait plus besoin d'une banque. «Cela dépendra toutefois du comportement des banques, de leur capacité et de leur volonté à accompagner la technologie», estime l'expert. La montée en force de Paypal, longtemps ignorée par les banques, constitue un bon avertissement. Chaque banque n'avance d'ailleurs pas au même rythme. Un projet pilote a aussi été lancé pour introduire un «chat» sur le site web d'UBS qui permettrait de discuter avec la banque de façon moderne. «Le chat est un mode de communication qui s'est imposé auprès des clients, comme les messages via WhatsApp. Pour s'adresser à une banque, il remplacera sûrement la lettre et le courrier postal», note le banquier. **E. G.**



# le paysage bancaire

fre-fort électronique. Les banques se tournent notamment vers Swisscom ou Securesafe de la société DSwiss, à Zurich. SecureSafe est un service de cloud qui fournit un stockage en ligne hautement sécurisé pour les données sensibles. L'architecture allie les meilleures pratiques dans les protocoles de cryptographie et de sécurité.

Un autre point névralgique est l'inscription d'un client à une offre e-banking ou mobile banking, car Internet constitue de plus en plus la porte d'entrée aux services bancaires. Aujourd'hui, cette étape nécessite encore du papier. Est-ce vraiment nécessaire? «Plusieurs banques à la pointe travaillent sur le thème de la dématérialisation au moment de l'on-boarding (l'entrée en relation)», selon Laurent Franceschetti. «Les questions sont ici moins d'ordre technique que juridique», juge-t-il.

Plus généralement, les impératifs de sécurité et de protection des données, ainsi que de conformité aux exigences de la Finma, réduisent forcément la qualité de l'expérience du client («convenance»), en tout cas dans un premier temps, ajoute ce même consultant. Les prestataires de banque en ligne sont amenés à engager des efforts pour rendre le processus d'inscription et de connexion plus facile.

Le confort de l'expérience en ligne exige notamment une réduction du nombre des «gadgets», tels que calepines et de clés matérielles, qui ont jusqu'ici permis la connexion aux services bancaires. Leur multiplication ne peut que décourager les clients. Le téléphone mobile ou la tablette (où l'appareil lui-même remplace la «clé matérielle») apportent une solution bienvenue dans ce domaine. SecureSafe, notamment, est utilisée par des banques pour transmettre la correspondance aux clients, de façon rapide, sécurisée et accessible depuis n'importe où.

Enfin, le client réagit vivement aux restrictions imposées par une banque sur un type ou un autre de machine. Certains usagers de la Banque Migros n'ont, par exemple, pas apprécié que cet institut ait renoncé au support du système d'exploitation Linux, selon Laurent Franceschetti. Une explication possible, avance-t-il, est que les plateformes informatiques bancaires qui ont quelques années, ont plus de problèmes d'évolution et de compatibilité.

Elles doivent faire des choix difficiles, pour des questions de coûts et de sécurité. Cela pourrait constituer un handicap par rapport aux nouveaux venus. Le moment est en effet favorable pour les «fintechs» (start-up de la finance), car elles peuvent partir de

zéro et choisir des solutions technologiques dernier cri, plus flexibles et plus compatibles.

«De nos jours, il n'y a plus besoin d'investir dans de grands centres informatiques et des serveurs», poursuit le consultant. Il est beaucoup moins cher, et souvent plus efficace, de se connecter à un «cloud» (informatique en nuage) sécurisé. C'est un véritable changement de modèle d'affaires qui est en train de s'opérer dans le monde de la finance.

## «C'EST LE DÉSASTRÉ DU SIÈCLE POUR LES BANQUES»

Tandis que les outils destinés à la banque traditionnelle (paiements, gestion du compte, transactions) continueront de progresser. «Le grand challenge du mobile consiste à simplifier à outrance l'interface mobile. Ensuite, il y aura la partie disruptive. Mais actuellement les banques sont préoccupées par les changements réglementaires et oublient qu'elles ont des clients avec des besoins quotidiens», constate Paolo Buzzi. Les start-up prennent la voie inverse et se concentrent sur le client. Le mariage s'avère prometteur.

Les start-up ont l'avantage de coûts inférieurs. Mais Paolo Buzzi est convaincu qu'elles ont besoin d'un partenaire. Swissquote a d'ailleurs commencé par diffuser de l'information en temps réel, avant de s'associer à une banque en 1999, en l'occurrence Rüd Blass en tant que banque dépositaire.

Pour ouvrir un compte, il faut une copie qui indique qu'elle est «certifiée conforme» afin de s'assurer que celle-ci et le passeport sont les mêmes. Pour Swissquote, par exemple La Poste délivre une copie certifiée conforme du passeport. Il y a d'autres pistes en cours, comme SwissID, un appareil qui permet d'obtenir une copie digitale certifiée conforme. SwissID permet aussi d'être authentifié sur plusieurs autres sites en Suisse. Andreas Kubli, chef des projets numériques chez UBS, confirme qu'il appartient au régulateur d'autoriser l'inscription numérique du client: «J'espère qu'il l'accordera le plus tôt possible.»

Le confort se heurte toutefois aux objectifs de sécurité et de conformité réglementaire. Un compromis est à trouver. «La sécurité du mobile est encore supérieure à celle de l'ordinateur parce que le mobile est toujours sur la personne. La transmission des données entre le téléphone

et la banque est toujours cryptée», affirme Paolo Buzzi. Swissquote engage chaque année des hackers pour tester les systèmes et trouver d'éventuelles failles.

La disruption entraînée par les services bancaires via appareils mobiles aura l'effet espéré sur les prix des services bancaires. Leur prix va chuter. «Le mobile baisse les prix des services bancaires parce que son apport se traduit par une délégation du travail au client et parce que tout est automatisé. L'impact sur les ressources humaines est moindre», affirme Paolo Buzzi.

Aujourd'hui, déjà 15% des transactions boursières sur Swissquote sont effectuées par mobile, contre 10% il y a un an. La banque en ligne dispose d'une équipe de cinq à six ingénieurs spécialisés dans le mobile et intégrée dans le développement. «Le pari est d'être natif. On a un spécialiste IOS pour Apple, un spécialiste pour Microsoft, un pour BlackBerry», affirme Swissquote.

Swissquote a pour ambition d'être la première banque en ligne. Les paiements n'y sont pas encore intégrés. Mais «des tests internes sont en cours pour les micropaiements, donc entre clients de la banque pour de petits montants», affirme Paolo Buzzi.

PUBLICITÉ

## LE TEMPS

La prévoyance aurait bien besoin d'un peu d'assouplissement

# Et grâce à nos solutions sur mesure, vous pouvez vous détendre.

Quelles que soient les tendances et évolutions qui se dessinent, avec MobiLifePro, le spécialiste des risques biométriques depuis plus de 65 ans, vous êtes en bonnes mains. Grâce à la Coopérative vous profitez de solutions durables dans un esprit de partenariat. Tout ce qu'il faut savoir: [www.mobilifepro.ch](http://www.mobilifepro.ch)

**MobiLifePro**

**La Mobilière**  
Quoi qu'il arrive