

# Comment **accélérer** **l'innovation** dans la banque et l'assurance?



**claranet**

helping **our customers**  
do amazing things





▶ **p5** Avant-propos

▶ **p6** Introduction

▶ **p7** Chiffres clés et tendances

▶ **p8-19** Interviews

"L'enjeu d'innovation est celui de l'ouverture"

Pascal Courthial - **Humanis**

"Il faut libérer l'innovation du poids du legacy"

William Ben Chemouil - **Oney Tech**

"Depuis quelques années, les banques sont beaucoup mieux sensibilisées à l'innovation"

Jean-Paul Dalmas - **Nepting**

"Pour les clients des banques et assurances, l'innovation ne se pense pas sans sécurité"

Sébastien Maes - **Claranet**

▶ **p20-21** Conseils et bonnes pratiques

- **Normes et réglementations** : quels points d'attention en 2017?
- **Enjeux techniques et hébergement** : 3 prérequis pour favoriser l'innovation

▶ **p22-25** Vision marché by Claranet

- Les enjeux d'innovation du marché Banque Assurance en 5 besoins clés
- Innover avec Claranet





Nos clients n'ont jamais été autant préoccupés par leur capacité d'innovation. Les changements de business models, les nouveaux types de concurrents et les ruptures technologiques qui modifient en profondeur les usages des clients et collaborateurs, sont évidemment au cœur de cette attention. Mais le "périmètre d'innovation" d'une organisation n'est jamais strictement défini à l'avance : l'adaptation est clé.

Bien sûr, la technologie, les nouveaux outils et les infrastructures qui sont aujourd'hui à notre disposition, jouent énormément dans cette dynamique. Cependant, nous savons également que la façon dont l'innovation est prise en compte dans une structure (filiale dédiée ou non, perception des collaborateurs...) aura des conséquences importantes. Plus encore, alors que notre économie se retrouve agitée par de nouvelles formes d'échange et d'usage, la coopération avec les nouveaux entrants sur les marchés, start-up innovantes et pure-players du numérique, semble être un passage obligé.

Les acteurs de la banque et de l'assurance en savent quelque chose. Leurs secteurs, par nature très "contraints", connaissent

des vagues successives d'innovation, dont une partie au moins est portée par les FinTech et les AssurTech. Ces start-up répondent aux usages et attentes des clients sur des axes d'innovation très précis, sans souffrir de l'inertie de l'existant à laquelle sont confrontés des acteurs plus grands et plus anciens. Mais elles ne peuvent pas pour autant porter tout le changement à elles seules. Alors comment les banques et les assurances peuvent-elles se réinventer pour assumer leur rôle central dans l'innovation? Comment peuvent-elles mieux coopérer avec les jeunes pousses dynamiques sans compromettre leurs engagements réglementaires et de sécurité? Qu'est-ce que cela implique pour leur système d'information? Nous les côtoyons et les accompagnons au quotidien et nous savons donc à quel point la question du "mieux innover" est primordiale à leurs yeux.

Il nous a paru important de laisser s'exprimer les principaux concernés sur ces questions clés, qu'ils soient directeurs des systèmes d'information, dirigeants d'une filiale innovation ou encore d'une start-up.

En vous souhaitant une bonne lecture."

**Olivier Beudet**

Directeur Général de Claranet France



# Innover à la manière des start-up... et avec les start-up!

Intelligence artificielle, blockchain, nouveaux services temps réels, transformation majeure des agences physiques... En 2017, banques et assurances ont en commun de mettre le cap vers des innovations toujours plus audacieuses. De plus en plus bousculées par les nouvelles attentes des consommateurs, elles doivent par ailleurs composer avec les évolutions massives du paysage réglementaire, notamment en Europe. Innovations de rupture et environnement contraint par les normes et la loi, ont cependant vocation à se côtoyer dans un monde fait de transformations numériques. Certes, les clients des banques et des assurances souhaitent désormais bénéficier des mêmes facilités d'usages que celles qu'ils ont en achetant en ligne sur Amazon ou en réservant un Uber. Mais les acteurs du secteur ont fait émerger en interne des cellules innovations beaucoup plus dynamiques, voire même des filiales constituées pour profiter des nouvelles opportunités technologiques et répondre à ces attentes.

## **S'ouvrir pour mieux innover**

Cependant ces acteurs dédiés à l'innovation au sein des banques et des assurances, sont confrontés à l'inertie naturelle des systèmes, notamment informatiques, avant tout pensés pour répondre à des contraintes de fiabilité et à des strates successives de réglementations. L'un de leurs grands enjeux revient donc à se libérer au maximum du poids de ce socle technologique, tout en en gardant le meilleur. Le modèle est évident : innover à la manière des FinTech ou des AssurTech qui agitent le marché,

en partie grâce à l'absence de dette technique à gérer. Les transformations menées par les DSI des grandes organisations sont donc clés pour permettre d'avancer. "Notre SI doit devenir un palais de la Renaissance, beaucoup plus ouvert, qui permet d'adresser de manière indifférenciée les clients directs, les bénéficiaires, nos collaborateurs... en personnalisant à chaque fois les informations et les services" résume par exemple Pascal Courthial, DSI du groupe de protection social Humanis (voir p.8). Dans de nombreux cas, ces systèmes qui vont vers plus d'ouverture, demandent de prêter une attention toute particulière à la question de l'hébergement. "Il n'y a pas que le côté irréprochable technologiquement parlant et la conformité qui comptent. La capacité à conseiller, personnaliser, accompagner au jour le jour est aussi devenue incontournable" note Sébastien Maes, Directeur de Marché Banque Assurance chez Claranet.

Pour aller plus loin encore et s'adapter aux changements rapides du marché, l'innovation doit cependant sortir des frontières de la seule entreprise. D'une relation avant tout concurrentielle, les banques, assurances, et les start-up commencent à se rapprocher dans une optique de coopération. Co-innover avec les FinTech et AssurTech est en quelques mois devenu un enjeu d'accélération et un différenciateur majeur. Mais quels sont les points clés qui permettent de faciliter cette coopération dans des secteurs aussi spécifiques que la banque et l'assurance? Les témoignages réunis dans ce guide et les rappels pratiques qui les complètent, dressent les pistes à suivre en 2017.

# Chiffres clés et tendances

## Banques et assurances : un secteur dynamique

- ▶ **450** établissements bancaires (soit 37 000 agences)
- ▶ et **260** sociétés d'assurance se partagent le marché
- ▶ **83,4** milliards d'euros. C'est la valeur ajoutée apportée par le secteur (en augmentation)

- Chiffres INSEE

## Innovation : cap sur l'ouverture

- ▶ **75%** d'augmentation des investissements dans les FinTech en 2015
- ▶ Soit **22,3** milliards d'investissement
- ▶ dont **5** milliards par les banques elles-mêmes

\*FinTech and the evolving landscape : landing points for the industry  
- Accenture 2016



- ▶ **48%** des entreprises ont recourt à des partenariats avec des entreprises innovantes

- ▶ **40%** intègrent l'open innovation dans leur stratégie

\*Baromètre des pratiques digitales des grandes entreprises  
- Econocom, Sia Partners, Ifop Oct. 2016

### Mais

- ▶ **1 banque sur 2**

considère que son environnement technologique existant est encore le plus grand obstacle à sa transformation, juste devant un "manque de vision commune".

- Etude Finacle-EFMA - 2016

# “L'enjeu d'innovation est celui de l'ouverture.”

**Pascal Courthial**

Directeur des Systèmes d'Information d'Humanis

Humanis est le groupe français spécialiste de la protection sociale né du rapprochement en 2012 des groupes Aprionis, Novalis Taitbout et Vauban Humanis. Pascal Courthial, son DSI, explique l'enjeu de transformation auquel fait face son entreprise et les leviers qu'il utilise pour innover au niveau du système d'information.

## **Quel est le contexte qui rend l'innovation aussi importante actuellement dans le monde de l'assurance?**

J'ai eu l'occasion d'aller début janvier au CES à Las Vegas et j'y ai retrouvé un concentré de tous les changements que nous vivons : le consommateur a complètement absorbé la notion "d'utilisateur" que pouvait avoir l'entreprise. Chaque individu a toute l'information au bout des doigts, sans avoir besoin de compétences techniques spécifiques pour y accéder. La relation client-entreprise est désormais à double sens. Ce n'est plus l'instant de l'achat qui compte, mais l'expérience client permanente. Dans le monde de l'assurance où tout est "digitalisable", faire la différence dans ce contexte impose une relation client sans couture. Et ce, alors même que des strates existent : l'assurance est en relation avec le

contractant, l'entreprise, qui est en relation avec le bénéficiaire, ses salariés, eux-mêmes en lien avec ses ayants-droits. Pour l'assureur, cela signifie devoir soudainement voir et comprendre tous ces niveaux de façon beaucoup plus directe et précise pour s'adapter finement aux nouvelles attentes des clients.

## **Un exemple?**

Un bénéficiaire va vouloir une adaptation rapide de sa couverture selon sa situation. S'il part en séjour au ski, il voudra que sa couverture intègre les risques hors-piste... et il n'y a aucune chance qu'il parvienne à bénéficier de cette personnalisation en la demandant à son entreprise, qui a contracté l'assurance. L'enjeu majeur pour Humanis est donc de savoir innover pour accéder à cette information et savoir rendre ce service. L'évolution culturelle est importante. Du point de vue du système d'information, le changement est énorme.

## **Quelles sont les priorités à adresser au niveau du système d'information?**

Sa performance n'est pas en cause : aujourd'hui, nous pouvons toucher plus de 10 millions de personnes dans nos systèmes.



L'enjeu d'innovation est celui de l'ouverture. Notre SI n'a plus vocation à être un château fort où seuls ceux qui sont présents dans les murs peuvent bénéficier des services proposés. Il faut qu'il devienne un palais de la Renaissance, beaucoup plus ouvert, qui permette d'adresser de manière indifférenciée les clients directs, les bénéficiaires, nos collaborateurs... en personnalisant à chaque fois les informations et les services auxquels ils peuvent accéder dans le respect des règles de sécurité qui préserve la vie privée de chacun. L'on ne part pas d'une feuille blanche pour construire un tel fonctionnement : il faut prendre en compte que nos bases de données front office sont soigneusement séparées de celles du back office par exemple, pour se prémunir d'intrusions intempestives. Dorénavant, nous voulons un socle unique dans un concept de base de données unique accessible de façon identique de l'intérieur ou de l'extérieur de l'entreprise, en disponibilité 24/7 toujours dans le respect des règles de sécurité et de confidentialité.

### **Sur quels leviers vous appuyez-vous pour mener cette transformation?**

Nous devons profiter au maximum des microservices qui rendent agnostiques ces accès diversifiés vis-à-vis de notre legacy technique. L'autre levier est celui de la data. En effet, le poids réglementaire (S2, Loi Eckert, tiers-payant généralisé, DSN...) fait qu'il n'est pas vraiment possible pour les acteurs de l'assurance de se différencier fortement sur leur legacy. On peut même imaginer une mutualisation de ce socle industriel. Par contre, toute la valeur se trouve au niveau de la data, que l'on

ne partage évidemment pas ! Dans le cadre de notre Projet Atlas, nous construisons donc aujourd'hui un système d'information "data" qui portera les règles attachées à chacune d'elle, notamment pour prendre en compte le RGPD\*. Celui-ci va disposer de ses propres bases sur lesquelles les applications extérieures pourront venir se sourcer pour permettre l'émergence de services innovants. C'est notre passeport pour l'analyse à base d'intelligence artificielle du fameux Big Data.

### **Est-ce que ces dispositions facilitent les relations que vous pouvez avoir avec les "AssurTech"?**

En matière d'open innovation, le rapport avec les start-up a été facilité, notamment grâce aux microservices. Mais cette possibilité technique ne fait pas tout. Nous sommes extrêmement

## Humanis

**Humanis est un groupe paritaire de protection sociale né du rapprochement des groupes Aprionis, Novalis Taitbout, et Vauban Humanis.**

**Création : 2012**

**Effectif : 6 800 personnes**

**Chiffre d'affaires : NC**

# INTERVIEW

---

vigilants sur la dimension réglementaire et sur les normes concernées. Nous devons absolument sécuriser tous nos services et sur certains axes d'innovation comme l'Internet des Objets (IoT), le défi est très important. Pour cette raison, nous nous ouvrons à des perspectives nouvelles : nous explorons par exemple les offres de la blockchain pour constituer et sécuriser une communauté.

## Quelle place pour les enjeux d'hébergement dans cette équation?

Les enjeux d'hébergement et l'architecture technique sont au cœur du tiraillement que l'on a entre impératifs de fiabilité et de sécurité d'une part et flexibilité et agilité des services, d'autre part. Quand on veut industrialiser une plateforme commune tout en gardant la souplesse pour intégrer des services innovants, les limites du "tout faire soi-même" apparaissent, et pouvoir compter sur un hébergeur fiable est l'une des clés de la réussite. La certification des prestataires et des processus sont des garanties supplémentaires qui facilitent les réponses

aux exigences des auditeurs, renforcent notre crédibilité par plus de transparence... Il en est de même pour les accréditations et l'agrément sur les données de santé.

Au final, quand ces garanties sont apportées, nous pouvons nous concentrer sur la gestion de l'expérience client, celle qui fait la différence. Beaucoup d'acteurs sont capables de fournir des critères de sérieux, beaucoup moins de le faire dans une dynamique d'agilité et de réactivité pour apporter des évolutions et des services pertinents, sans avoir besoin d'adresser des demandes pendant plusieurs mois à l'avance. A ces conditions, l'hébergeur facilite du même coup les réponses que nous apportons pour innover, que ce soit en interne ou avec des tiers comme des start-up.

\*Règlement général de l'Union Européenne sur la protection des données qui modifie en profondeur les modalités de collecte et de traitement des données personnelles, ainsi que la responsabilité des entreprises en la matière.



# “ Il faut libérer l’innovation du poids du legacy.”

**William Ben Chemouil**

Directeur Général d’Oney Tech

Créée en 2012, Oney Tech est la filiale spécialiste des solutions de sécurisation des paiements et de lutte anti-fraude d’Oney (la banque de Auchan Holding) et commercialisée sous le nom de SELLsecure. William Ben Chemouil, qui a pris la direction de l’entité en septembre 2016, dans le cadre de l’acquisition de FIA-NET, détaille la culture d’innovation qui caractérise l’entité et les ingrédients qui permettent de l’associer à des structures existantes.

## Pourquoi Oney a-t-elle besoin d’une filiale comme **Oney Tech**?

Oney doit pouvoir lutter contre la fraude, mais sans porter préjudice à son offre commerciale qui implique une excellente expérience client et autant de performance que de fiabilité. A l’heure actuelle, dans l’immense majorité des transactions sur Internet, les systèmes de validation ont tendance à créer des délais pour différentes raisons : envoi d’un code par sms, appels de confirmation, demandes de justificatifs... Elles peuvent dissuader temporairement les fraudeurs qui ont quoi qu’il en soit tout intérêt à vouloir passer ces étapes de contrôle malgré tout. Ils en ont d’ailleurs les moyens car ils appartiennent à de véritables réseaux organisés et évolutifs. Les clients réels vont au contraire se lasser de ces contrôles et aban-

donner le service. Les chiffres sur le sujet sont explicites : ils montrent qu’un simple système de contrôle comme 3D Secure\* entraîne une perte de 10 à 15% en matière de conversion. Nous avons donc une véritable pression du marché pour innover et inverser le paradigme qui donne une part prépondérante au contrôle imperceptible dans le parcours : Oney Tech a été créée pour faire émerger cette nouvelle façon de lutter contre la fraude.

## Comment?

Le rachat l’été dernier de FIA-NET, qui était leader sur le marché de la lutte contre la fraude et des solutions de confiance sur Internet, nous permet déjà de capitaliser sur leur expertise en matière de connaissance des fraudeurs, avec des bases de données et des historiques très riches sur le sujet. Cela est complémentaire avec notre approche tournée vers le prospect, grâce à l’empreinte machine et à l’analyse comportementale. Nous réalisons un profilage digital pour déterminer l’identité d’un acteur à travers des critères comme l’e-mail, le numéro de téléphone et l’adresse IP utilisés pour la transaction. En reconnaissant ces éléments, on est capable de comprendre "l’épaisseur" d’une identité. Un faux numéro, une adresse e-mail atypique, une adresse IP étrangère...

sont autant de points qui incitent à la méfiance. Pris indépendamment, ils peuvent être tout à fait légitimes. Mais en obtenant une vision plus globale, on est capable plus facilement de déterminer un niveau de confiance ou d'alerte.

### **Est-ce uniquement un enjeu technologique?**

Il faut trois ingrédients : de l'expertise pour comprendre les modes opératoires des fraudeurs, une évolution organisationnelle pour assumer que bloquer 100% des fraudes est contre-productif, mais que l'important est d'empêcher dans un temps de réponse très court leur capacité de nuisance systémique. Et enfin des technologies à base de machine learning. Ces dernières seront cependant appuyées par des cerveaux bien humains : ceux de nos enquêteurs et analystes, spécialisés dans les comportements et modèles de fraude.

### **En terme d'organisation justement, cela paraît ambitieux pour une banque de changer son fonctionnement quotidien pour intégrer sans heurt de telles innovations...**

Il faut assumer totalement qu'une organisation ne peut être à la fois une "usine" et un "atelier". La valeur de la première réside dans ses processus calibrés. Pour le second, ce sera au contraire l'expérimentation en amélioration continue qui fera la différence. Les deux peuvent fonctionner ensemble, à condition que chacun ait bien son rôle et ses missions identifiées. C'est tout l'intérêt d'avoir créé Oney Tech au côté d'Oney. C'était un moyen de se libérer

du poids que peut avoir un legacy technique sur l'innovation : nous avons ainsi nos propres outils, notre propre hébergement...

Pour autant, les deux structures cohabitent dans les mêmes locaux. Oney a des millions de clients et de transactions par jour et un système d'information aux nombreuses strates. Elle ne peut pas espérer tout changer en un claquement de doigt. Par contre, avec notre aide, elle peut s'ouvrir sur des innovations spécifiques, en créant des liens entre le SI et les modules d'un genre nouveau que nous créons. Grâce à notre capacité à fonctionner en "test & learn", nous ne rattachons les services que s'ils sont parfaitement opérationnels et s'ils présentent un intérêt immédiat pour Oney. C'est un bon moyen pour sortir d'un système monolithique sans tout bouleverser, avec un modèle "grappe de raisins". Le prérequis pour y parvenir est d'avoir une vision claire, cohérente dans le temps, qui permet de conjuguer ces mindsets très différents de part et d'autre.

## Oney Tech

Filiale d'Oney (Auchan Holding), spécialisée dans la lutte contre la fraude et la sécurisation des moyens de paiement.

**Création :** 2012

**Effectif :** 130 personnes

**Chiffre d'affaires :** 10 M€

### **Vous mentionnez l'importance d'avoir **votre propre approche** pour l'hébergement. Qu'est-ce que cela change?**

Le rôle d'un hébergeur est très fort pour permettre à cette vision "bimodale" de fonctionner. Cette importance stratégique concerne d'ailleurs autant "l'usine" que "l'atelier". C'est un socle incontournable qui va offrir les conditions de l'innovation et de la pérennité. Il faut que cet acteur connaisse bien le marché et l'activité, et qu'il soit capable d'apporter des services différenciants pour répondre à cette dynamique d'innovation. Pour l'usine, il garantit de pouvoir soulager au mieux le legacy et d'offrir malgré tout la souplesse qui permettra d'intégrer les nouveaux services voulus. Pour l'atelier, il est le gage d'un fonctionnement à "géométrie variable", dans une vraie optique modulaire... et sans se poser de questions !

Si l'on prend un exemple précis comme PCI-DSS, c'est clairement à l'hébergeur de pouvoir apporter cette garantie pour faciliter la vie d'une start-up ou d'une filiale innovation, car si la norme n'est pas présente de bout en bout dans une activité, elle est rendue caduque. Or, une petite structure agile n'a pas vocation à l'assumer en propre. Pour résumer, la qualité de l'hébergement ouvre donc le champ des possibles pour bien innover.

\*Protocole de sécurité pour les paiements par Internet, développé par Visa et Mastercard



# « Depuis quelques années, les banques sont beaucoup **mieux sensibilisées à l'innovation.** »

**Jean-Paul Dalmas**  
CEO de Nepting

Jean-Paul Dalmas, CEO de la FinTech Nepting, créée en 2012, décrit la dynamique d'innovation de son entreprise, et les relations entre banques, start-up et acteurs de l'hébergement.

## **Pourquoi avoir créé Nepting?**

Nous voulions accompagner la mutation du commerce. La démocratisation rapide des smartphones et des technologies web/e-commerce ont imposé de nouvelles façons de vendre : drive, livraison à domicile, digitalisation des points de vente. Or les solutions de paiement sont souvent en décalage avec cette réalité. Quand elles ne sont pas adaptées, elles deviennent des freins très importants. En France, le paiement de proximité reste principalement associé à la carte bancaire traitée par un terminal de paiement : les nouvelles possibilités peinent à rentrer dans les usages. Il nous a paru urgent de débloquer la situation et Nepting a donc développé une plateforme monétique, agréée par le GIE Carte Bancaire en 2014, pour proposer une solution de paiement nouvelle génération, et favoriser la transition vers de nouveaux usages.

## **Pourquoi ce "blocage" d'innovation?**

Il existe une importante inertie culturelle autour du paiement et de la sécurité, qui se ressent quand les organisations essaient d'innover sur ces sujets. Les limites d'usages de la CB sont aujourd'hui bien connues, et pourtant nous ne sommes pas passés à d'autres moyens qui facilitent les transactions : la carte bancaire bénéficie d'une avance considérable dans l'esprit des consommateurs en terme de confiance. Pourtant, si on veut voir de nouveaux modes d'échanges se développer, il faudra bien créer ce même niveau de confiance pour d'autres approches.

## **Qu'est-ce qui permettrait d'y arriver?**

Les possibilités technologiques existent, mais d'un point de vue réglementaire les agréments et les certifications domestiques et internationales restent très longs à obtenir. C'est la preuve que l'innovation ne se conçoit pas dans une bulle. Il ne suffit pas d'être une start-up agile et très affûtée technologiquement. Il faut que nos innovations soient opérationnelles sur le terrain, qu'elles prennent en compte les réalités fonctionnelles d'acteurs comme celles

des banques ou des commerçants : mobilité, cross-canal, sécurité... Et que nous puissions rassurer systématiquement sur nos engagements réglementaires.

### **Le nombre de FinTech s'est multiplié en quelques années. N'est-ce pas un point positif pour l'innovation dans le secteur?**

Il y a énormément d'innovations concurrentes, mais elles sont souvent très spécialisées sur un type d'activité : grande distribution, TPE... Notre vision est celle d'une solution globale, pour tous les canaux de ventes et pour tous les moyens de paiement. En termes d'usages, il doit donc être possible de passer une commande avec sa CB mais de finaliser celle-ci en magasin avec une autre carte par exemple. Cela nous demande d'être beaucoup plus vigilants sur les attentes des différents acteurs, leurs usages et les normes qui comptent pour eux.

### **Quelle est la nature des rapports entre les banques et une start-up comme Nepting, aujourd'hui?**

Depuis quelques années, avec l'arrivée de nombreux nouveaux entrants, les banques sont beaucoup mieux sensibilisées à l'innovation. On sent qu'elles cherchent de nouvelles solutions, de nouvelles façons de travailler et de nouveaux projets à mener avec leur écosystème : l'état d'esprit n'est plus de vouloir tout faire en interne. On a pu le voir avec des appels d'offre où les banques se sont position-

nées pour "externaliser" la souplesse et l'agilité. Dans les grandes banques, les services créés spécifiquement pour gérer les nouvelles solutions de paiement se sont multipliés. Ils sont proches de "cellule innovations" dans le sens où ils gardent un maximum de portes ouvertes pour avancer : ils veulent généralement une "usine de paiement pour le client" qui puisse être intégrable facilement à leur fonctionnement et à leur système actuel. Cela les rend très sensibles à ce que peut leur offrir une petite structure qui se pense comme un opérateur de services.

### **Que faut-il pour que cette dynamique croisée d'innovation soit pérenne?**

D'un point de vue technique, la solution doit évidemment être proposée en mode SaaS, centralisée et hébergée, car il est impensable aujourd'hui de se passer de telles facilités. Pour autant, il faut aussi que l'environnement côté hébergement soit adéquat. Dans le domaine de la monétique, il y avait un fort retard en matière de SaaS, et une start-up comme la nôtre a dû franchir de nombreuses marches pour proposer exactement ce que nous voulions. Ce besoin nous a rendus attentifs sur ce que proposaient les hébergeurs par rapport aux spécificités de notre métier. Il ne faut pas sous-estimer l'importance qu'ont les critères de sécurité et d'engagement réglementaires sur notre capacité à innover.

### **Qu'est-ce qui vous a permis d'acquérir cette conviction?**

Nous savions qu'il s'agissait d'un facilitateur, mais plus précisément, nous avons gagné deux appels d'offre auprès de grandes

banques, qui nous ont expertisés et audités très fortement à la fois sur la performance et sur la sécurité. C'est donc clairement devenu un aspect essentiel pour nous, afin de pouvoir être transparent dans notre démarche d'innovation vis-à-vis des banques. Générer de la confiance commence ici.

## Nepting

NEPTING, éditeur de solutions monétiques multi-canal et fournisseur de services de paiement, propose autour de son système d'acceptation centralisée de nouvelle génération, une offre complète composée de différentes solutions (mPOS, TPE Léger, WebInStore, Automate, Retail, ...).

Son offre est une réponse innovante à la problématique du commerce pour l'acceptation, en France et à l'international, des moyens de paiement existants, émergents et à venir.

**Création :** 2012

**Effectif :** NC

**Chiffre d'affaires :** NC

### **Plus précisément, quelle est votre priorité vis-à-vis d'un hébergeur, vu votre secteur d'activité?**

L'une des principales préoccupations est de pouvoir s'affranchir en grande partie de contraintes de type PCI-DSS. Le but est de pouvoir parfaitement synchroniser avec l'hébergeur la dimension "offre de service" et l'enjeu de sécurité-réglementation, pour se concentrer sur ce que l'on entend fournir au client. Il faut déléguer la complexité, c'est ce qui permettra de discuter avec les banques sans problème. Pour y parvenir, une grande proximité avec son partenaire hébergeur est nécessaire pour la partie technique. Parmi les critères qui permettent de faire la différence à moyen terme sur la qualité de cette relation, je mettrai en avant la réactivité, l'accompagnement fonctionnel - quelle que soit la situation - l'accompagnement sur la gestion des mises à jour et la capacité d'évolution du service selon nos besoins. Pour faire profiter les banques de notre agilité, nous attendons cette même qualité chez nos partenaires.





# “Pour les clients des banques et assurances, l’innovation ne se pense pas sans sécurité.”

**Sébastien Maes**

Directeur de Marché Banque Assurance Claranet

Big Data et Internet des Objets d'une part, sécurité et conformité de l'autre, représentent les nouvelles problématiques et enjeux majeurs pour les établissements financiers. Pour Sébastien Maes, banques et assurances doivent absolument prendre en compte le lien très fort qui existe entre ces sujets.

## **Quelle vision portez-vous sur la dynamique d'innovation qui se joue aujourd'hui dans les secteurs de la banque et de l'assurance?**

Les usages changent massivement chez les clients et utilisateurs "digital friendly" les relations sont moins stéréotypées et les points de contact se modifient, laissant une place toujours plus forte au web et au mobile. Mais en parallèle, la pression réglementaire et les exigences de conformité se renforcent encore et encore. Autrement dit, les banques et assurances doivent absolument innover pour proposer de nouveaux services. La situation est d'autant plus critique que la volatilité de la clientèle est beaucoup plus importante aujourd'hui. Et dans les mois à venir les effets de la "Loi Macron" continueront de pousser en ce sens. Fidéliser par l'originalité et la qualité des services offerts est donc fondamental.

## **Quels sont les prérequis pour y parvenir?**

C'est une recette avec de nombreux ingrédients complémentaires. La capacité à fournir des services innovants impose déjà d'améliorer fortement sa connaissance client, et d'avoir une capacité d'analyse de la donnée très importante pour proposer les meilleures offres aux meilleurs moments à ses clients. Cela implique de pouvoir s'appuyer notamment sur des socles technologiques qui vont faciliter les usages liés au Big Data.

Ensuite, les activités et les systèmes d'information sont beaucoup plus ouverts et interconnectés, pour rendre possible les services que les clients attendent. Cela pose question sur les relations entre les acteurs historiques et les start-up, très innovantes, mais aussi sur la relation avec les partenaires qui les accompagnent sur leurs enjeux techniques, l'hébergement, le cloud... Le SI s'est complexifié et s'interconnecte dorénavant beaucoup plus vers le cloud public par exemple. L'Internet of Things (IoT) renforce encore ce mouvement. Si l'on veut de la cohérence dans les services fournis, il faut commencer par mieux maîtriser tous les aspects du SI.

Enfin, fournir ces services demande une vigilance particulière en termes de performance et de sécurité : disponibilité, intégrité et confidentialité sont toujours clés, surtout dans un SI transformé.

### **La sécurité a souvent été présentée comme un frein à l'innovation, est-ce encore le cas?**

Pour les clients des banques et assurances, l'innovation ne se pense pas sans sécurité. Ils partent du principe que tous les services fournis sont sécurisés. Pourquoi ne serait-ce pas le cas? Reste qu'effectivement, pouvoir concilier une démarche d'innovation et une vision de sécurité pertinente ne s'improvise pas. Des sites internet aux applications, en passant par les processus de paiement, la sécurité doit être mise en musique partout. Pour éviter que cela ne soit un point de blocage, il faut faire émerger une démarche de "security by design", qui permettra d'aborder la question en amont de tout projet.

Et il va sans dire que les partenaires technologiques doivent également adopter ce pragmatisme et cette démarche "business first". La couche technologique doit être irréprochable. La conformité est primordiale bien sûr. Mais la capacité à conseiller, personnaliser, accompagner au jour le jour sur ces aspects est aussi devenue incontournable.

### **Vous évoquiez les rapports entre les banques, les assurances et leurs alter-ego "FinTech" ou "AssurTech". Pourquoi sont-ils si importants aujourd'hui?**

Il y a deux ans, on percevait un véritable esprit de concurrence entre les acteurs en place et les nouveaux entrants sur leurs marchés. Quand on est un acteur historique, comment être aussi réactif et agile qu'une start-up, surtout quand on porte le poids d'un héritage technique?

Aujourd'hui, la situation a évolué pour le mieux avec une optique plus proche de la coopération, et une grande place laissée à la coopération au service de l'innovation. Banques et assurances sont désormais prêtes à s'appuyer sur des start-up, qui sont perçues comme des accélérateurs, là où à l'inverse, les FinTech et AssurTech ont besoin de leur capacité à industrialiser leurs réussites sur des secteurs très contraints.

Chez Claranet, non seulement nous assistons à cette coopération, mais nous jouons aussi un rôle de facilitateur. Notre pôle d'expertise Critical Data est spécialisé dans les enjeux d'innovation autour du Big Data et de la sécurité, et se trouve à la croisée de ces deux mondes. Nous facilitons ainsi les rapprochements en rassurant les acteurs des banques et assurances sur les engagements respectés par nos clients start-up en matière de sécurité et de conformité : ISO 27001, PCI-DSS ou encore agrément de santé... Pour les start-up, l'accélération est réelle, car elles peuvent cocher immédiatement toutes les cases qui comptent aux yeux d'une banque. Permettre cette confiance réciproque est une nécessité fondamentale pour innover.

# Normes et réglementations : quels points d'attention en 2017?

Banques et assurances sont déjà habituées à penser leurs nouveaux services et produits à l'aune de réglementations exigeantes sur leur cœur de métier. Mais la transformation numérique, qui place la donnée et l'expérience client au cœur des enjeux d'innovation de l'entreprise, les oblige également à composer avec de nouvelles règles. Retour sur deux d'entre elles.

## DSP2 : le cas d'école pour les FinTech

### L'enjeu :

Des nouveaux usages innovants bouleversent depuis plusieurs années l'univers du paiement. La révision de la directive sur les services de paiement de l'Union Européenne (DSP2) entend encadrer ces nouveaux intermédiaires tout en ouvrant les possibilités d'innovation. Les services d'agrégation d'information et les services d'initiation de paiement, représentatifs des "nouvelles applications bancaires" se retrouvent ainsi au centre des attentions, de même que leur sécurité.

### Le conseil :

Pour les banques, cela revient à composer avec de nouveaux intermédiaires qui ne fonctionnent pas du tout de la même manière, notamment en terme de système d'information. Mais c'est aussi l'opportunité pour elles de proposer de nouveaux services innovants, en apprenant à mieux s'appuyer sur des start-up. Il faut donc poser la question : qu'ai-je prévu en termes de nouvelles formes de paiement? Avec qui puis-je le faire? Quelles sont les conditions - techniques particulièrement - de cette coopération? A l'inverse, pour les FinTechs, cette réglementation permet de clarifier les règles du jeu et de pouvoir adresser les banques dans cette optique dans un cadre de référence précis. Reste donc à apporter le même cadre rassurant pour la partie technique, les infrastructures et les normes utilisées.

## RGPD : redonner aux citoyens le pouvoir d'agir sur leurs données personnelles

### L'enjeu :

Proposé par la Commission Européenne en 2012, le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) est l'une des principales évolutions réglementaires au cœur de la transformation numérique. Il sera directement applicable en mai 2018 à l'ensemble des Etats Membres de l'UE, ce qui signifie que les entreprises doivent se préparer dès aujourd'hui. L'esprit du texte est de renforcer le contrôle qu'ont les citoyens sur leurs données personnelles et l'usage qui en est fait. Cela interroge bien entendu les banques et assurances sur l'évolution de leur connaissance client, sur les analyses des données qu'elles développent depuis des années pour innover et plus généralement sur leur processus de traitement et leur organisation interne.

### Le conseil :

Le RGPD impose d'avoir une vision claire de la finalité de chaque traitement de données, d'être beaucoup plus transparent vis-à-vis de ses clients, de sécuriser et de protéger la confidentialité des données. Les clients pourront toujours exercer leurs droits, comme par exemple obtenir accès à leurs données, ou à une copie de leurs données, et auront de nouveaux droits à l'instar du droit à la portabilité, déjà bien connu du monde bancaire et de l'assurance. Le concept du "Privacy by Design", c'est-à-dire la prise en compte de ces questions très en amont dans la chaîne, pousse à une collaboration différente avec ses partenaires et prestataires. Exemple clé : alors que les systèmes d'information sont de plus en plus hybrides en s'appuyant sur des clouds privés comme publics, un hébergeur-infogéreur doit participer activement à la mise en conformité en tant que sous-traitant. Il est nécessaire que le prestataire ait revu son organisation interne, avec par exemple un processus dédié aux notifications de violations de sécurité impactant la privacy, ou encore la prise en compte du RGPD dans la relation avec ses propres sous-traitants.

# Enjeux techniques et hébergement : 3 prérequis pour favoriser l'innovation

**Si les évolutions réglementaires orientent fortement les possibilités d'innovations qui s'offrent aux banques et aux assurances, il en va de même pour les socles techniques sur lesquels elles s'appuient. Trois conseils pour orienter votre réflexion, alors que les systèmes d'information sont de plus en plus ouverts et "cloudifiés".**

## S'organiser autour des conditions non-négociables de l'innovation

On les a souvent opposées, mais si elle veut être pérenne, l'innovation doit être indissociable de la sécurité. Cette dernière doit être pensée en amont du projet, à l'heure où la majorité des grands systèmes d'information sont plus que jamais complexes et hétérogènes. La réflexion sur la sécurité, notamment des données critiques, doit être abordée au même titre et au même moment que celles des besoins métiers et de la valeur apportée aux clients, en mettant autour de la table toutes les personnes concernées. Cette concertation doit éclairer jusqu'aux rôles des prestataires techniques et notamment cloud : leur capacité à s'associer à ce processus et à y apporter un conseil utile est donc fondamentale.

## S'ouvrir aux possibilités de demain

Internet des objets et Big Data. On pourrait résumer ainsi les deux principaux game changers de l'économie à l'ère du numérique. La dynamique d'innovation d'une entreprise va se traduire d'une manière ou d'une autre par de nouveaux usages liés à ces deux aspects d'ultra-connectivité et d'analyse des données. L'un comme l'autre ne peuvent pas être pris en charge tel quel par la majorité des systèmes d'information. Il faut que le socle technique global de l'entreprise soit "IoT ready" et "Big Data ready", qu'il soit sur un cloud privé ou public.

## Exiger de son écosystème transparence et personnalisation

Les impacts réglementaires conditionnent depuis des années les cahiers des charges des banques. Le respect des normes est une condition sine qua non qui reste cependant insuffisante quand on parle d'innovation. Après tout, il n'y a pas de différenciateur quand tout le monde doit respecter le même plancher d'obligations.

Pour aller plus loin, c'est par exemple les spécificités des relations avec ses partenaires technologiques qui doivent être interrogées. Deux points s'imposent tout particulièrement :

- La transparence sur les processus et les choix technologiques : c'est un enjeu de confiance. C'est aussi un gage de responsabilité avec des évolutions comme le RGPD, qui oblige à fournir des réponses aux autorités sur les mesures mises en place.

- La capacité à aller au-delà des standards pour proposer un fort degré de personnalisation. Cette proximité client/prestataire joue dès le set-up puis dans l'évolution suffisamment rapide des services au fil des besoins.

# Les enjeux d'innovation du marché Banque Assurance

## en 5 besoins clés



### 1. S'adapter aux nouveaux usages

Les clients des banques et des assurances ont énormément revu leurs attentes ces dernières années. Aujourd'hui, la norme est à l'instantanéité, à la personnalisation et à l'ATAWAD : répondre aux besoins "AnyTime, AnyWhere et on Any Device".



### 2. Mieux analyser les données

La data est au cœur des changements profonds que chaque entreprise peut attendre de son activité. Mais plus encore que l'acquérir et la stocker, l'enjeu va être de pouvoir l'analyser et de la restituer clairement et rapidement.



### **3. Trouver le bon équilibre avec le cloud public**

En quelques années, les entreprises ont adopté massivement le cloud pour des questions de coûts, mais aussi pour l'agilité conférée et la capacité à les soulager au quotidien. Il leur reste cependant à déterminer où placer le curseur et comment la gestion de clouds variés superposés avec le système d'information originel peut se faire avec le moins d'efforts possibles.



### **4. Faciliter les échanges avec les start-up**

L'open innovation est un facteur clé pour amener de nouveaux services pertinents à des entreprises implantées depuis longtemps sur un marché historique. L'enjeu sera de faire de cette coopération plus qu'un simple "coup de com".



### **5. Renforcer la sécurité by Design**

En 2017, après avoir fait la "une" des JT et des grands journaux, la cybersécurité n'est définitivement plus le seul enjeu des spécialistes. Les entreprises comme les particuliers y sont beaucoup plus sensibilisés et la question devient un argument commercial et un facteur de différenciation.

# Innover avec **Claranet**

## **1. Un socle qui assure performance et confidentialité**

Ces deux facteurs sont les conditions de base pour pouvoir se concentrer sur les besoins métiers et proposer des services pour lesquels la disponibilité, le multicanal et la variété des technologies sont des sujets maîtrisés.

## **2. Des infrastructures pensées pour supporter le Big Data**

Faciliter l'utilisation de frameworks comme Hadoop ou Spark par exemple, est la pierre angulaire pour permettre à un système d'information de se tourner vers l'analyse des données, sans problème de performance.

## **3. Un service dédié à l'infogérance cloud public (AWS/Azure/Google)**

Claranet opère sur les 3 cloud providers principaux : AWS, Azure et Google, et dispose d'un pôle dédié à l'accompagnement sur le cloud public, parfaitement complémentaire à ses autres services.

- Des offres pensées pour faciliter la coopération entre banques et start-up de l'écosystème.

- En garantissant le respect des normes et réglementations (PCI DSS et HDS) qui sont au cœur des métiers du secteur, et qui représentent un challenge opérationnel et technique conséquent pour les FinTech et les AssurTech, Claranet permet de remettre l'innovation et les usages au centre des discussions.

## **4. Une expertise en sécurité des données critiques**

Le pôle "Critical Data" de Claranet regroupe près de 65 experts du sujet et peut se prévaloir de plusieurs années d'expérience dans la mise en musique de projets clouds, IoT, Big Data... avec une vision sans concession sur les aspects de sécurité.



## Les services proposés par Claranet



Applications Web Critiques

---



Applications et Données Sensibles

---



Applications Métiers

---



Go to Cloud

---



Services de Sécurité Managés

## claranet

Fondé en 1996, Claranet est le leader européen des services d'hébergement et d'infogérance d'applications critiques. Comptant 1 300 collaborateurs répartis sur 8 pays, Claranet est devenu un acteur majeur des services managés en Europe et au Brésil (255 M€ de CA) et opère des solutions hébergement, infogérance, et sécurité pour plus de 5 800 clients managés de tous secteurs d'activités, notamment Sarenza, Oney Tech, Nepting, Veolia Environnement et Airbus.

Claranet rassemble les meilleures compétences, technologies et procédures pour fournir des services managés flexibles, sécurisés et économiques, capables de garantir les performances réseaux et applications. Les entreprises peuvent se concentrer sur leur cœur de métier, pas sur la gestion de leur IT.

Claranet est certifié PCI DSS, ISO 27001 et ITIL v3. Claranet est le premier leader du Magic Quadrant Gartner, catégorie "Managed Hybrid Cloud Hosting, Europe 2016" à être certifié AWS Premier Consulting Partner.

Claranet France compte 400 collaborateurs et réalise un Chiffre d'Affaires de 76M€.

### Contactez Claranet :

[www.claranet.fr](http://www.claranet.fr)

Tel : 0826 007 656

Email : [info@fr.clara.net](mailto:info@fr.clara.net)

Un guide réalisé en partenariat avec



Alliancy, numérique et business, et réciproquement... Stratégies, organisation et management, place de la data, nouveaux écosystèmes IOT, importance de la sécurité, gouvernance du SI... Alliancy est un magazine engagé en faveur du "travailler ensemble pour innover plus vite" et interroge les leviers de la transformation numérique pour qu'ils s'invitent peu à peu dans votre quotidien.

### Contactez Alliancy :

[www.alliancy.fr](http://www.alliancy.fr)

©2017 Claranet – Tous droits réservés

Textes : Alliancy, le magazine numérique et business

Crédit photo : Claranet et Fotolia.com

Création graphique : Claranet

# claranet

---

helping our customers  
do amazing things

# Comment **accélérer** **l'innovation** dans la banque et l'assurance?



L'exigence de transformation des services bancaires et assuranciers se fait chaque jour plus présente chez les clients volatiles et digital friendly des banques. A cette pression des usages s'ajoute une nécessaire adaptation à grande vitesse aux nouvelles réglementations. De même qu'une nouvelle gestion de la donnée est centrale pour que la banque de demain soit capable de fournir des services véritablement innovants... et conformes à la vision des législateurs. En la matière, les acteurs historiques ne semblent pas jouer avec les mêmes cartes que leurs concurrents spécialistes "FinTech", agiles et audacieuses, qui n'ont pas à composer avec des systèmes d'information complexes dont le fonctionnement doit rester toujours fiable.

Dans ce guide, Claranet réunit les témoignages de ces différents acteurs et revient sur la nature de l'accompagnement que le secteur bancaire est en droit d'attendre pour faciliter et accélérer ces évolutions majeures. En posant la question du "comment bien changer?", ce guide fournit les pistes clés qui permettront aux cellules d'innovations, aux services marketing clients et aux Chief Digital Officer de proposer dans leurs organisations les bonnes conditions pour faire naître la banque de demain.