




FINGERPRINTS

LA BANQUE & LA BIOMÉTRIE

À QUOI PENSENT LES BANQUES AUJOURD'HUI ?



Les institutions financières reconnaissent de plus en plus la valeur que la biométrie apportera à l'authentification des paiements et des opérations bancaires, mais beaucoup d'entre elles manquent de clarté sur l'état du marché et sur les prochaines étapes à suivre.

Les banques du monde entier sont à différents stades de la construction d'un avenir où l'authentification biométrique est une expérience quotidienne pour renforcer la confiance tout en augmentant le confort des clients.

Cet eBook vous aidera à garder une longueur d'avance sur vos concurrents et vos clients. Il vous fournira des informations clés qui vous aideront à adopter la nouvelle génération d'authentification des paiements.

SOMMAIRE

CHAPITRE 1 Croire en la biométrie	04
CHAPITRE 2 Quelles sont les perspectives pour les banques ?	08
CHAPITRE 3 Que peuvent faire les banques pour définir leur stratégie biométrique ?	12
CHAPITRE 4 Bilan	18
À PROPOS DE NOUS Prendre l'initiative	24

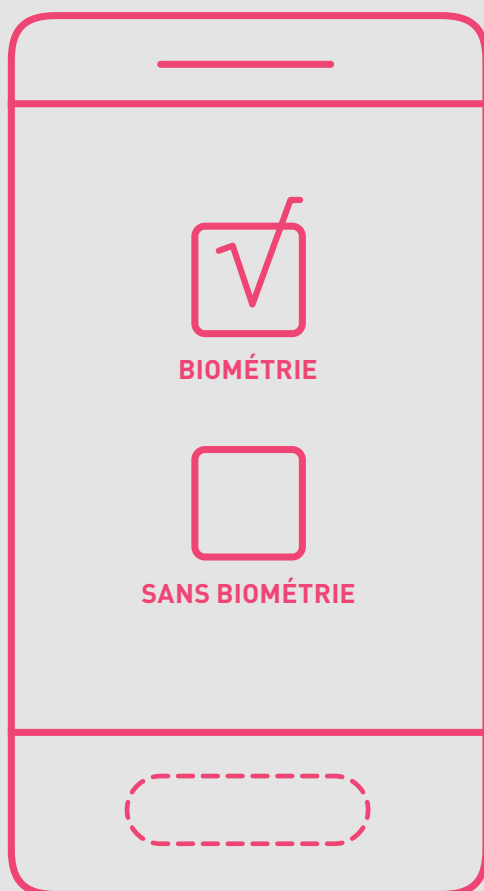
01



CROIRE EN LA BIOMÉTRIE

En 2018, plus de **70 %** de tous les smartphones expédiés comportaient une forme de capacité d'authentification biométrique, ce qui démontre clairement que l'authentification biométrique a été adoptée à la fois par les technologues et les consommateurs.

Le secteur financier a été l'un des premiers à réagir et il est désormais possible d'accéder aux applications bancaires et de vérifier les paiements mobiles à l'aide de la biométrie. De plus, des initiatives telles que la DSP2 soulignent la nécessité d'une authentification solide et sécurisée des clients et des cartes de paiement biométriques sont testées dans le monde entier, ce qui favorise l'adoption de la biométrie.



Avec le développement de la biométrie, le secteur financier a une occasion unique d'unifier l'expérience d'authentification du client dans toutes les formes de paiements et de services financiers. Cela rendra la vie des clients plus simple et plus sûre.

En collaboration avec PayTech, nous avons cherché à comprendre ce que les banques du monde entier font actuellement en matière de biométrie et à examiner leur stratégie pour les années à venir. De l'UX au lancement, nous avons discuté des idées importantes avec 26 banques, dans sept pays sur quatre continents, représentant tous des émetteurs importants sur leurs marchés.

UN ENTHOUSIASME MODÉRÉ PAR L'INCERTITUDE

Notre étude montre que le marché arrive rapidement à maturité, de nombreuses banques ayant déjà fait de grands progrès dans la recherche et le déploiement de paiements authentifiés par biométrie. Plus de la moitié d'entre elles ont une stratégie biométrique aujourd'hui, et 90 % des autres ont l'intention de le faire d'ici deux ans. Les pays en sont à des stades de déploiement différents, mais tous sont prêts à donner la priorité à la biométrie dans les deux prochaines années.

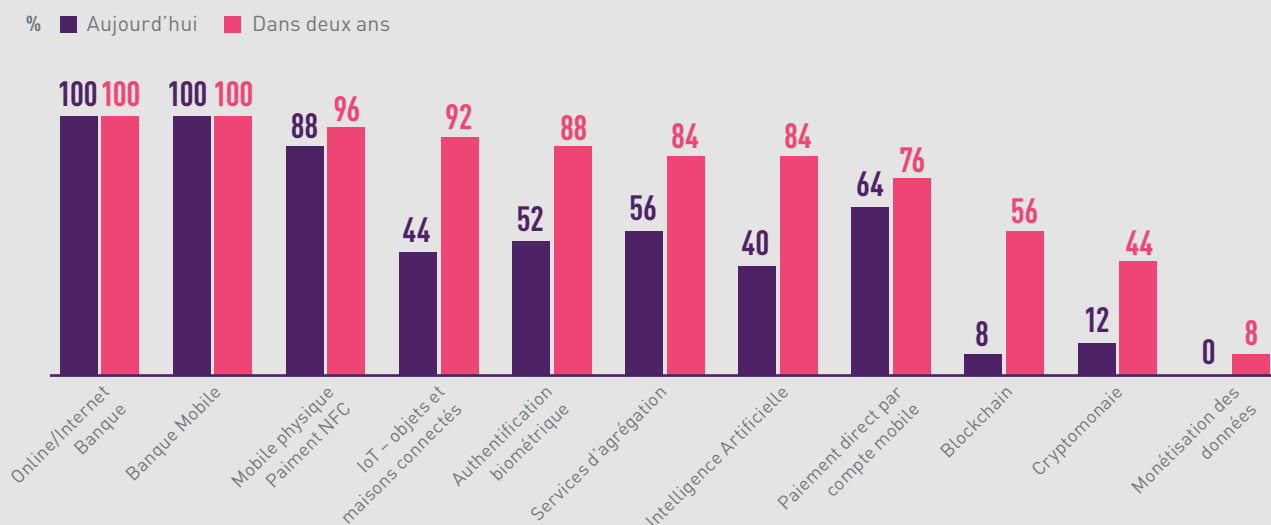
La biométrie figure ainsi au même rang que le mobile et l'IdO dans les priorités stratégiques des banques.



**Plus de la moitié des banques ont une stratégie biométrique aujourd'hui,
et 90 % des autres ont l'intention de le faire d'ici deux ans.**

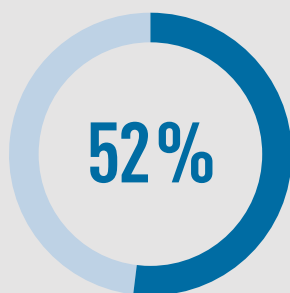
VOTRE BANQUE A-T-ELLE UNE STRATÉGIE NUMÉRIQUE ?

Couvre-t-elle les domaines suivants ? Comment pensez-vous que cela va changer à l'avenir ?

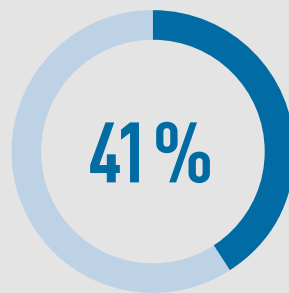


Malgré l'importance qui est accordée à l'élaboration d'une stratégie biométrique, il reste encore quelques obstacles à surmonter pour passer à la mise en œuvre. Ainsi, seuls 24 % d'entre eux se sentent aujourd'hui confiants dans leur capacité à fournir une authentification multifactorielle dans le cadre de leur feuille de route en matière d'innovation.

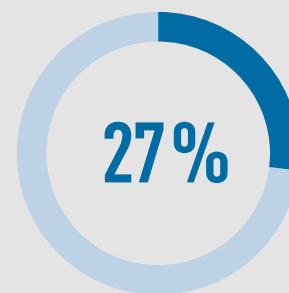
Ce manque de confiance est dû à une série d'obstacles qui, selon les banques, nuisent à leur capacité d'innovation.



Estiment qu'ils manquent de compétences ou de ressources internes



Estiment avoir besoin d'un meilleur soutien de la part de leurs partenaires



n'ont pas encore le sentiment de disposer d'un argumentaire défini pour l'innovation

COMPRENDRE LES PROCHAINES ÉTAPES

Cet eBook est destiné à vous montrer comment les banques du monde entier répondent aux opportunités croissantes et à la prévalence de la biométrie dans les paiements, et où comment elle s'inscrit dans leurs priorités stratégiques.

Il s'agira d'identifier les opportunités offertes par la biométrie afin que les banques puissent identifier celles qui conviennent à leur activité, tout en mettant en lumière les mesures prises par les banques pour surmonter les obstacles qui s'opposent à une stratégie de paiement biométrique claire.

02

Quelles sont les perspectives pour les banques ?



QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR LES BANQUES

De l'UX à la sécurité, les banques qui souhaitent faire de la biométrie un outil clé de leur stratégie d'innovation en tireront de nombreux avantages.



FACILITÉ ET ÉLÉGANCE

75 % des personnes interrogées considèrent la biométrie par empreinte digitale comme la méthode de sécurité la plus facile à utiliser et la plus élégante, tout en offrant la meilleure UX. Comme le montre le taux d'adoption élevé sur le marché des smartphones, les consommateurs apprécient également cette méthode. Le fait de ne pas avoir à se souvenir ou à utiliser un code PIN est un avantage essentiel, en particulier pour les segments les plus âgés qui risquent d'être laissés pour compte dans un monde de plus en plus numérique et sans argent liquide.

De plus, les banques et les fintechs proposent de nouveaux designs de cartes novateurs et branchés. De l'orientation verticale aux incrustations dorées en passant par les cartes en métal, la biométrie est l'accompagnement parfait pour donner du style.

UNE OFFRE PREMIUM

En ce qui concerne le déploiement, 56 % prévoient d'introduire les cartes de paiement biométriques comme un service payant pour les clients premium. Cela offre la possibilité d'augmenter les revenus provenant des paiements, ainsi que d'ajouter un point de différenciation par rapport aux concurrents.

AUGMENTER LA VALEUR DES TRANSACTIONS

Comme le montre la volonté de réaliser des essais comme ceux de NatWest au Royaume-Uni et de la Société Générale en France, la possibilité de supprimer le plafond des paiements sans contact est un argument de vente important. 79% des banques avec lesquelles nous sommes entretenus ont cité les plafonds de paiement comme la principale limitation des cartes sans contact aujourd'hui. Les cartes de paiement biométriques offrent une solution sûre pour "supprimer le plafond" et réaliser le véritable potentiel du sans contact. Le retour d'expérience des projets pilotes en cours montre également une augmentation de la valeur des transactions lors de l'utilisation de la carte biométrique.

AVOIR UNE LONGUEUR D'AVANCE SUR LES CONCURRENTS

100 % des banques avec lesquelles nous sommes entretenus sont au courant de l'existence des cartes de paiement biométriques, mais seulement 24 % d'entre elles s'estiment pleinement informées. Pour les banques, qui sont prêtes à investir dans la recherche et à donner la priorité à la biométrie dans leur feuille de route en matière d'innovation, l'occasion de dépasser les concurrents est là.

RÉPONDRE AUX PROBLÈMES DE SÉCURITÉ DES CLIENTS


La sécurité du sans contact est un domaine où les banques et les consommateurs sont en désaccord. Bien que seulement 57 % des banques considèrent la sécurité comme le principal

problème du sans contact, c'est la première préoccupation des consommateurs. Les paiements biométriques authentifiés par mobile et par carte sont une solution efficace pour aider à renforcer la confiance des consommateurs. Une étude récente menée par Gemalto, une société du groupe Thales, a montré que 86 % des personnes interrogées pensent que les cartes de paiement biométriques sont plus sûres que les cartes à puce et les codes PIN traditionnels.

UNIFIER LE PARCOURS

Un autre avantage de l'introduction de la biométrie est d'apporter une harmonie à l'UX sur le mobile, en ligne et en magasin. Comme l'a montré l'accent mis sur le parcours client ces dernières années, proposer des parcours d'achat maladroits et frustrants est un moyen infaillible de perdre des clients et des revenus. Les personnes interrogées considèrent qu'il est particulièrement important de s'adresser aux segments de consommateurs plus jeunes et plus férus de technologie, qui voient la dernière carte biométrique comme un excellent compagnon des portefeuilles mobiles et autres dispositifs de paiement.

Des opportunités significatives existent pour les banques qui travaillent de manière proactive avec leurs partenaires pour définir et déployer une stratégie biométrique unifiée.



Un autre avantage de l'introduction de la biométrie est d'apporter une harmonie à l'UX sur le mobile, en ligne et en magasin.

03

Que peuvent faire les banques pour définir leur stratégie biométrique ?



QUE PEUVENT FAIRE LES BANQUES POUR DÉFINIR LEUR STRATÉGIE BIOMÉTRIQUE ?

Il n'existe pas de solution universelle pour les banques, chacune d'entre elles ayant des exigences internes et externes uniques. Il est donc essentiel de mettre en place une stratégie individualisée, adaptée à votre marché, aux préoccupations de vos clients et à vos propres ambitions.

Voici donc quelques conseils pour savoir par où commencer, en prenant pour exemple les cartes de paiement biométriques.

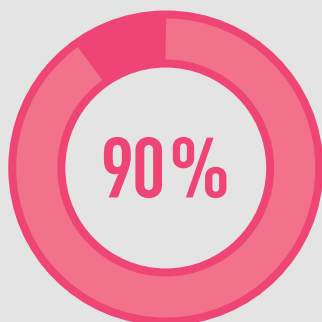
BIEN CONNAITRE SON MARCHÉ

Il n'y a aucun intérêt à sortir des technologies que vos clients ne veulent pas ou pour lesquelles votre infrastructure n'est pas prête.

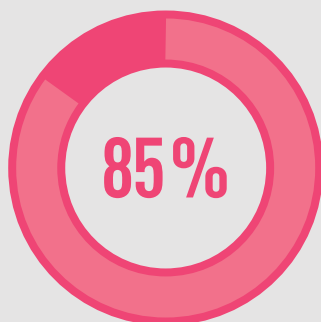
Que pensent vos clients des paiements biométriques ? Veulent-ils des paiements sans contact sécurisés, une expérience de paiement facile à utiliser ou simplement des limites plus élevées ? Est-ce que vous disposez déjà d'une infrastructure de point de vente sans contact sur laquelle vous pouvez vous appuyer, ou êtes-vous toujours en train de mettre en place votre stratégie sans contact ?

Les réponses à ces questions doivent être prises en compte dans le cadre de votre stratégie, afin de garantir le retour sur investissement.

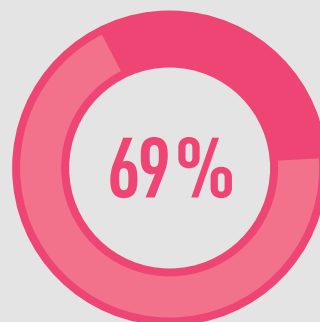
Voici les raisons qui motivent actuellement les banques à déployer des cartes biométriques.



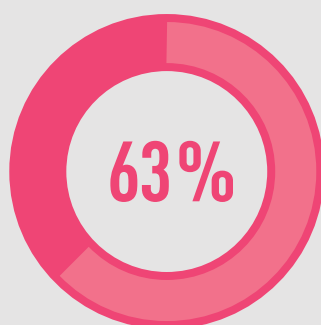
Facilité d'utilisation : plus besoin de codes PIN et de mots de passe



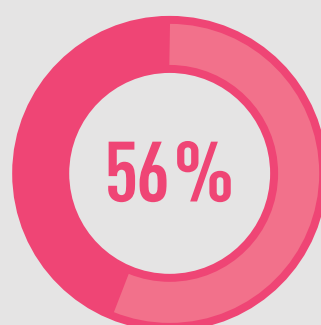
Sécurité supplémentaire en cas de perte ou de vol de la carte - réduction de l'inquiétude du titulaire de la carte



Plafond de paiement - pas de confusion sur la valeur de paiement "autorisée" au point de vente.



Sécurité supplémentaire en cas de perte ou de vol de la carte - réduction du risque pour la banque



Extension des transactions sans contact aux points de vente de détail en magasin

FAITES UN BUSINESS CASE

L'accès aux dernières innovations est un élément déterminant pour de nombreux consommateurs. Le facteur "wow" fourni par la biométrie aidera beaucoup d'entre eux à se sentir en avance sur la courbe avec une technologie de pointe ajoutant un peu de flash à leur porte-monnaie.



01

01. MILLENNIALS

Une carte originale et innovante, un excellent compagnon pour les portefeuilles mobiles et autres dispositifs de paiement (IoT).

02. PROSPÈRE

Carte premium et exclusive, sécurisée, rapide et acceptée dans le monde entier.



03

03. BUSINESS

Carte de fidélisation, les programmes de cash-back, le peer-to-peer, garantissant que le bonus ou le transfert d'argent va à la bonne personne.

04. MAINSTREAM

Une technologie reconnue pour les achats du quotidien, sans contact rapide et facile, avec une sécurité renforcée.



04

05. INCLUSION FINANCIÈRE

Personnes âgées : Aider les personnes à suivre la transition vers des sociétés sans argent liquide grâce à une technologie éprouvée et facile à utiliser, sans qu'il soit nécessaire de se souvenir ou d'utiliser un code PIN.

Personnes sous-bancarisées : Paiements et identification combinés pour le bien-être et l'inclusion financière, utilisables par tous, y compris les analphabètes.



02



05

La sécurité est l'une des principales préoccupations des consommateurs concernant le sans contact. Pensez aux cartes perdues et volées. Les questions valables des consommateurs dans ce domaine peuvent rendre difficile pour les banques de promouvoir l'adoption du sans contact sur certains marchés et auprès de certains groupes démographiques.

La biométrie apporte une solution claire à ce problème, en garantissant que seul le titulaire de la carte peut l'utiliser et qu'il n'y a pas lieu de s'inquiéter en cas de vol de la carte.

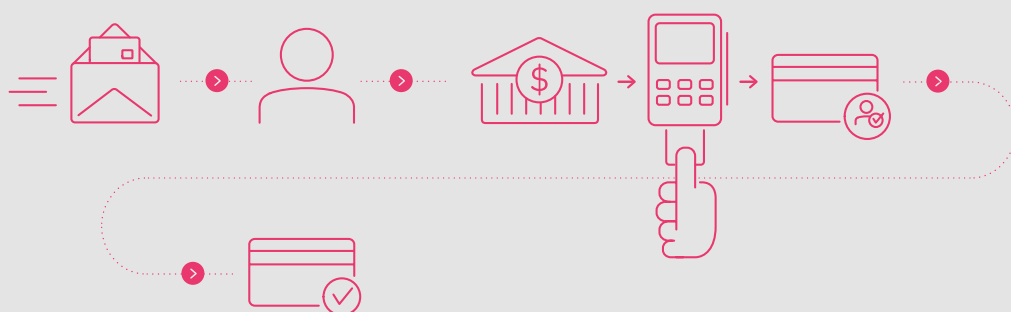
De plus, alors que les banques développent leur stratégie PSD2, la biométrie offre un moyen rapide de fournir une authentification sécurisée des clients. En matière de GRDP, des solutions telles que la biométrie sur carte signifie qu'il n'y a pas besoin d'une base de données de clients, puisque toutes les données biométriques sont stockées en toute sécurité sur la carte elle-même, tout en garantissant que les transactions ne peuvent être effectuées que par le titulaire de la carte.

SACHEZ QUE L'INSCRIPTION PEUT PRENDRE PLUSIEURS FORMES

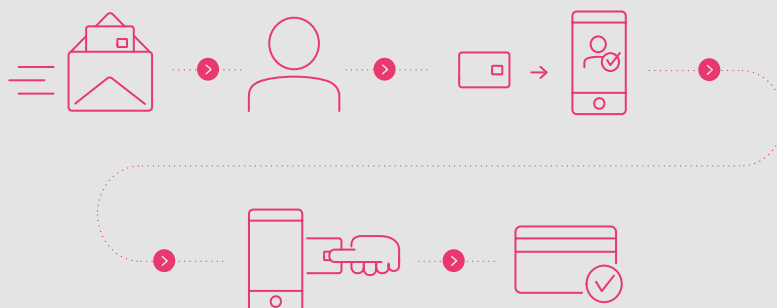
L'inscription étant une préoccupation majeure pour les banques et les titulaires de cartes, il est important d'explorer les différentes options et d'être ouvert au déploiement de la bonne solution pour vos différents marchés. D'après nos recherches, il est clair qu'une inscription sur le pouce ou à domicile est considérée comme la plus susceptible de réussir, mais d'autres options sont toujours considérées comme valables, en fonction de la démographie des consommateurs. Le plus important est que la ou les solutions soient transparentes, conviviales et intuitives.

Le graphique suivant présente certaines des options proposées.

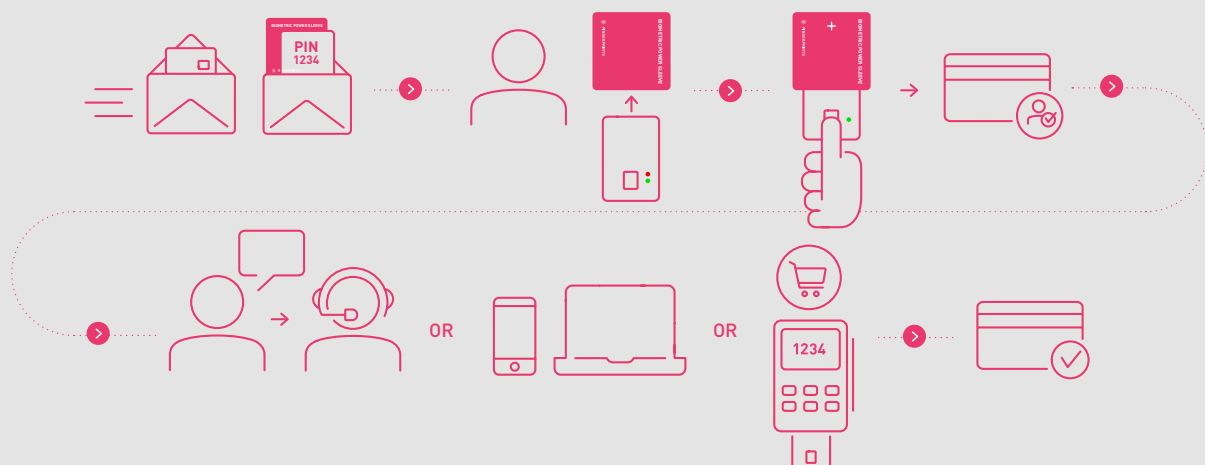
À LA BANQUE



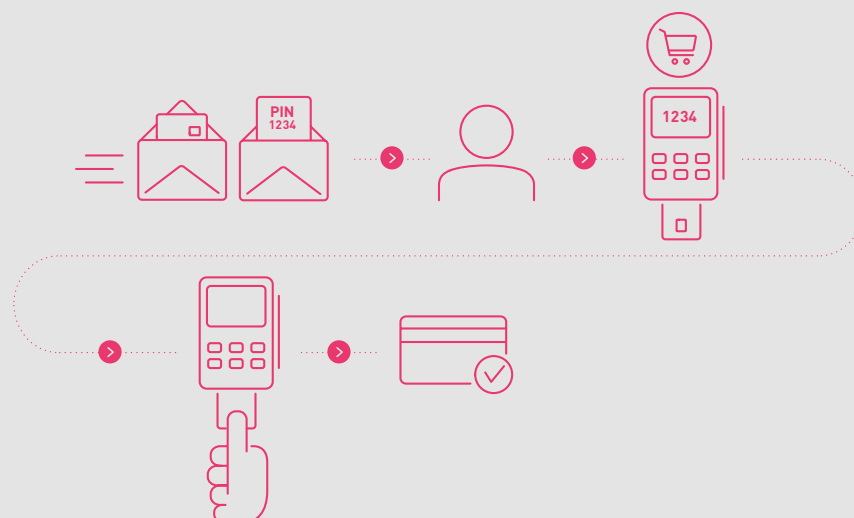
SUR SMARTPHONE



VIA POWER SLEEVE



AU POINT DE VENTE



PARLER LA LANGUE DE VOS CLIENTS

Il est clair que vous devez aborder l'UX et les programmes d'éducation différemment en fonction de vos clients.

Pour ceux qui s'inquiètent de la sécurité, veillez à répondre aux préoccupations courantes. Expliquez comment fonctionne la biométrie, pourquoi elle renforce la sécurité, comment les données personnelles sont protégées et comment l'expérience de l'utilisateur est améliorée.

Pour vos utilisateurs premium qui souhaitent bénéficier des dernières technologies et dépenser sans limites, il serait peut-être préférable d'axer votre marketing sur la suppression des limites de paiement sans contact, la possibilité de voyager dans le monde entier en utilisant les dernières technologies qui garantissent le respect de la vie privée, et peut-être de les regrouper avec d'autres services premium.

Pour les jeunes et les utilisateurs mobiles, qui veulent une expérience plus complète sur tous leurs appareils, pour ceux qui sont déjà familiarisés avec la biométrie et qui l'utilisent, la présenter comme une nouvelle carte qui offre une expérience transparente pour les paiements numériques et réels et qui permet de faire le lien entre l'application bancaire mobile et la carte pourrait être la bonne solution.

TRAVAILLER AVEC LES BONS PARTENAIRES

Cela ne sert à rien de faire cavalier seul, pas plus qu'une approche fragmentaire. Vous avez besoin d'une stratégie globale qui s'appuie sur les bons fournisseurs de technologie pour aborder tous les aspects, de l'infrastructure au déploiement. Parlez donc à votre fabricant de cartes et à vos partenaires technologiques. Demandez-leur d'où viennent leurs technologies biométriques et pourquoi ils travaillent avec elles. La technologie est là pour vous aider à réussir votre stratégie biométrique.

Qu'il s'agisse de définir ou d'affiner une stratégie en matière de biométrie, la technologie est désormais en place pour vous apporter de la valeur, à vous et à vos clients

04



BILAN

Cet eBook vous a livré des informations provenant de banques du monde entier. Nous avons partagé la réflexion actuelle sur la biométrie, l'état du déploiement, les défis et les plans futurs. Il est important de noter que la biométrie n'est plus confinée à des secteurs spécifiques dans la réflexion des banques. Nombre d'entre elles considèrent désormais la biométrie comme une technologie de base permettant d'accroître la confiance et la facilité d'utilisation de leurs activités.

LA PROCHAINE ÉTAPE

Planifier ce que vous allez faire. Rappelez-vous ce qui suit :



QUOI ?

La biométrie fait son chemin dans les services financiers, apportant une authentification forte aux paiements mobiles, en magasin et en ligne, ainsi qu'aux services bancaires numériques.



POURQUOI ?

Si vous ne l'avez pas encore envisagé, la biométrie peut être un outil essentiel pour mettre en œuvre de nouveaux modèles commerciaux et de nouvelles considérations stratégiques. Même si vous l'avez envisagée, les nouvelles innovations, réglementations et besoins du marché signifient qu'elle peut probablement compléter d'autres domaines de votre plan d'action.



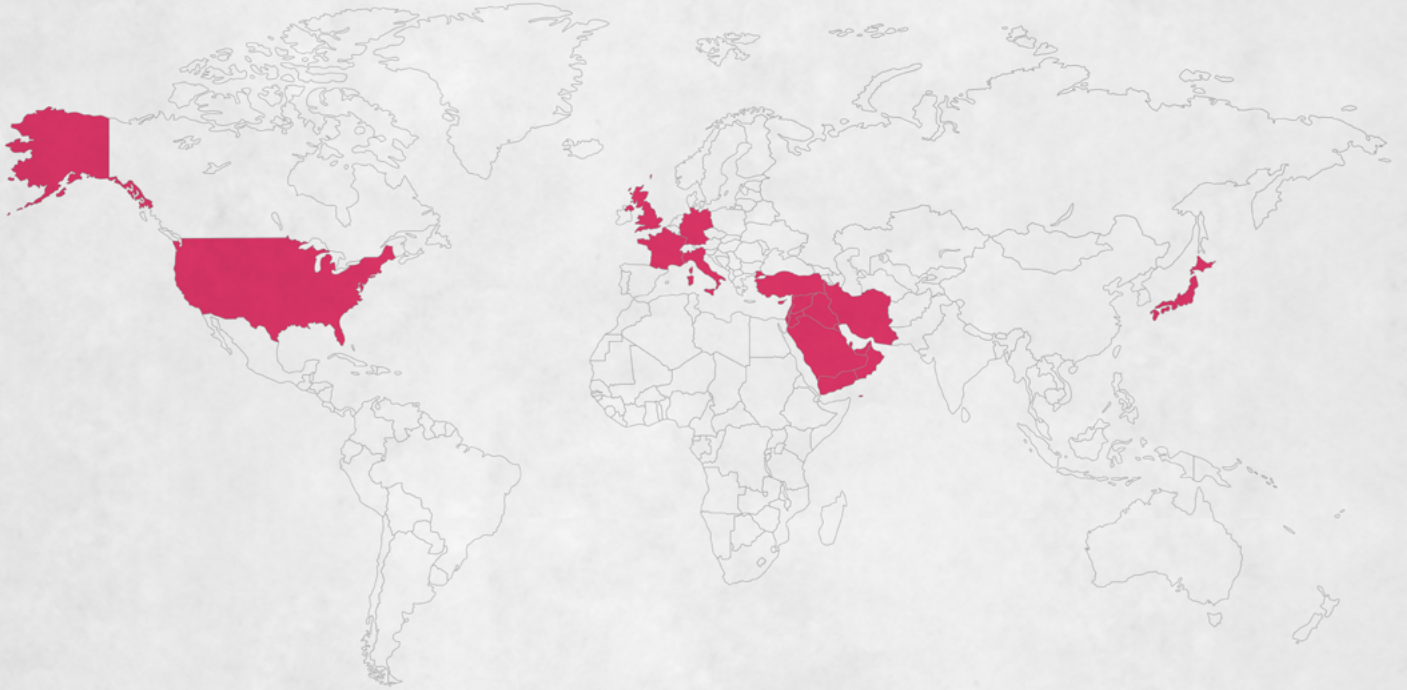
QUAND ?

Si la biométrie est à votre ordre du jour, quelles sont vos prochaines étapes ? Agir rapidement vous permettra d'être en avance sur la concurrence. Mettez vos partenaires technologiques au défi - vous n'êtes pas obligé de vous débrouiller seul.



MERVEILLEUX !

Avec les nombreux projets déjà annoncés, on peut s'attendre à ce que la carte à puce biométrique soit la prochaine innovation en matière de paiements, ce qui facilitera la vie des banques et des consommateurs, et ce très bientôt !



FU



TU



R

ET GARDEZ UN ŒIL SUR L'AVENIR! L'étude a également révélé que les transactions de grande valeur en magasin sont considérées comme la principale opportunité pour les paiements biométriques et que 56 % des personnes interrogées considèrent les voitures et les maisons connectées comme un facteur clé pour l'avenir. Il y a des opportunités importantes à saisir pour prendre de l'avance.



Des acteurs comme Fingerprints sont au centre de cette innovation, travaillant avec toutes les parties prenantes - fabricants de cartes, systèmes de paiement, organismes sectoriels (comme EMVCo) et banques - pour trouver le parfait équilibre entre sécurité et commodité. Prenez contact avec nous pour en savoir plus et vous assurer que vous êtes le mieux informé pour décider de vos prochaines étapes.

À PROPOS DE NOUS ET DE NOS PARTENAIRES



LEADER

Fingerprints est le leader de la biométrie dans le monde entier. Nos solutions sont présentes dans des milliards d'appareils et sont utilisées des milliards de fois chaque jour, offrant une identification et une authentification sûres et pratiques avec une touche humaine.

DU SMARTPHONE À LA CARTE DE PAIEMENT

Plus de 30 grandes marques ont intégré nos capteurs dans plus de 350 modèles de smartphones. Nous avons adapté cette technologie à succès avec notre capteur unique en forme de T, conçu sur mesure pour les cartes de paiement. Fin et flexible, il offre des performances biométriques optimisées pour les petites surfaces telles que les cartes de paiement. Et avec une consommation d'énergie plus faible que jamais, il permet une authentification sans batterie.

Nos capteurs peuvent être fabriqués de manière rentable et à des volumes élevés avec les processus de production de cartes standard. Ils peuvent également être recouverts, ce qui permet de ne pas compromettre le design d'une carte.



LEADERS DE LA BIOMETRICS

Tel que Fingerprint, qui a ouvert la voie. Grâce à notre expertise dans le domaine des capteurs de smartphones de grand volume, nous sommes à l'origine d'innovations qui permettront aux cartes de paiement biométriques d'atteindre le marché de masse.



SOLUTION LEADERS

Comme NXP, Zwiipe, Linxens et Card-Lab qui adaptent et développent des composants, notamment des éléments sécurisés, des pré-lams et des inlays, pour répondre aux nouvelles exigences afin de répondre aux nouvelles exigences.



FABRIQUANTS DE CARTE

Comme Gemalto (une société de Thales), IDEMIA, Feitian et Konal développent et fabriquent des cartes de paiement biométriques et d'autres cartes à puce, et travaillent avec des émetteurs de cartes.



LES SYSTÈMES DE PAIEMENT...

À l'instar de Visa, Mastercard et JCB, des organismes comme EMVco et Eurosmart s'efforcent de garantir l'interopérabilité, la sécurité et la stabilité des technologies pour une industrie normalisée et durable. sustainable industry.



BANQUES ÉMETTRICES ET GRANDS DÉTAILLANTS...

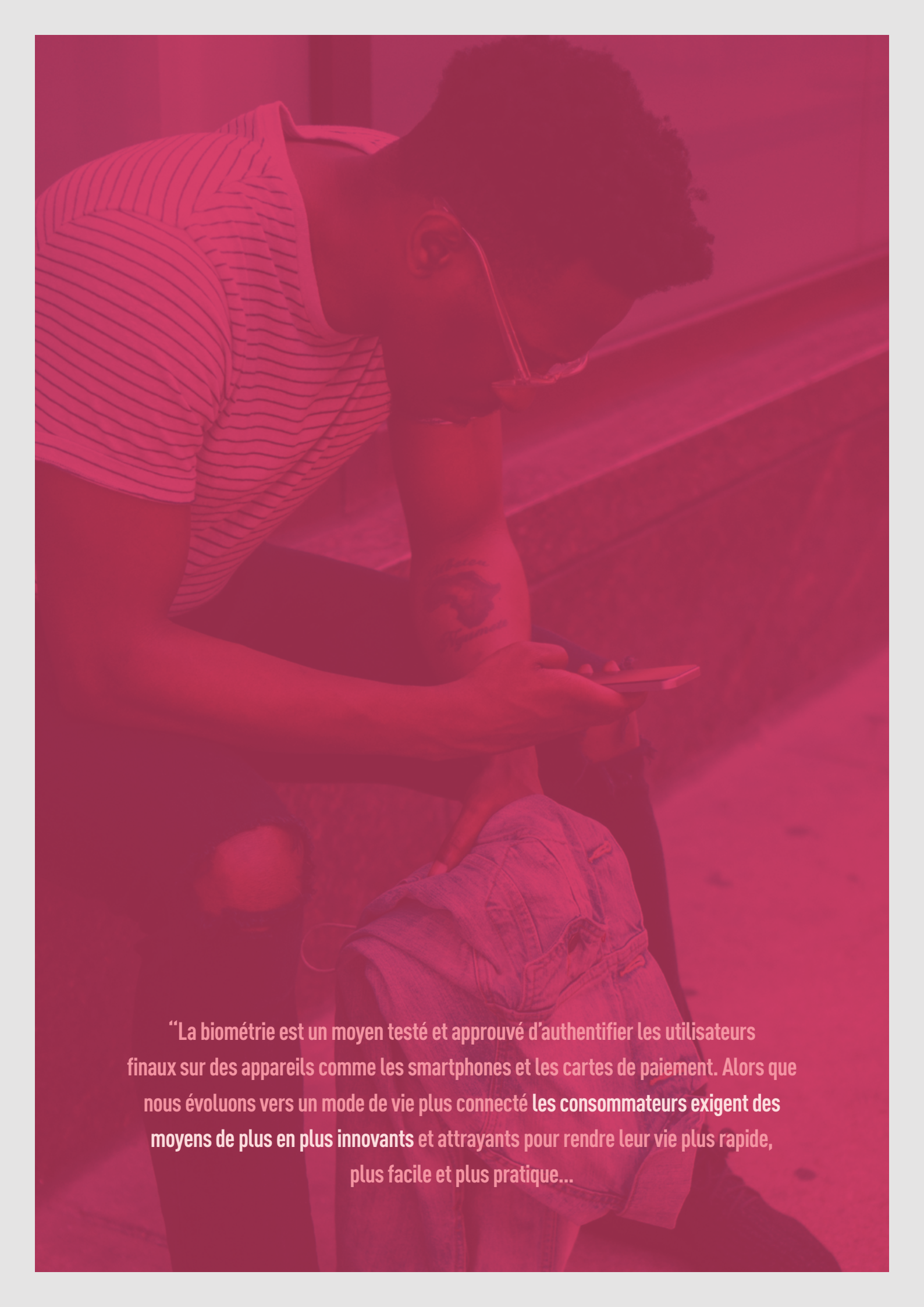
Comme le Crédit Agricole, la Société Générale, RBS, NatWest et bien d'autres partagent leurs exigences pour s'assurer qu'ils ont le bon produit pour leurs clients.



LES CONSOMMATEURS...

utilisent de plus en plus la biométrie dans leur vie quotidienne* et recherchent le même niveau d'authentification pour les cartes de paiement, sans compromis sur la rapidité ou la commodité.

* Un utilisateur moyen de smartphone déverrouille son téléphone environ 100 fois par jour. Pour beaucoup, la biométrie a déjà remplacé le code PIN.

A young man with a tattoo on his neck is looking at his smartphone. The image is overlaid with a semi-transparent red filter. The text is positioned at the bottom of the image.

“La biométrie est un moyen testé et approuvé d’authentifier les utilisateurs finaux sur des appareils comme les smartphones et les cartes de paiement. Alors que nous évoluons vers un mode de vie plus connecté les consommateurs exigent des moyens de plus en plus innovants et attrayants pour rendre leur vie plus rapide, plus facile et plus pratique...”

...il est temps
pour les banques
d'en tirer parti
et de préparer
l'avenir”

