



DES RÉPONSES À LA NUMÉRISATION DES DONNÉES

Chère lectrice, cher lecteur,

La 10^e édition du Partner Summit de Finnova AG a été entièrement consacrée à la numérisation des données et à big data. Lors de leurs exposés, les deux invités Sven Gábor Jánosky et Viktor Mayer-Schönberger se sont penchés sur les différentes facettes de ces thématiques fascinantes et complexes à la fois. Seul l'avenir nous dira si l'une de ces prophéties ou scénarios se réaliseront vraiment. Par contre, les deux experts étaient d'accord au sujet d'une affirmation: nous devons aborder maintenant les questions inhérentes à la fulgurante progression du numérique et à la gestion de big data, afin de développer en commun des stratégies correspondantes – car il s'agit là de macro-tendances. C'est la raison pour laquelle Finnova AG a identifié, avec l'externalisation des processus d'affaires (BPO) et les réglementations, la numérisation des canaux comme l'une des trois exigences principales pour la planification d'un avenir prospère sous les meilleurs auspices. Avec notre produit Finnova Banking Suite 3.0, nous prenons en compte le progrès technologique et les nouveaux besoins des clients. À ce titre, Channel Suite se concentre sur l'interaction entre le client et la banque, alors que Front Suite est voué à l'information. Les réactions de nos clients nous indiquent que nous sommes sur la bonne voie avec ces conceptions: comme on nous l'a demandé lors du Partner Summit, à l'avenir aussi, nous observerons les développements afférents avec la plus grande attention afin de trouver aujourd'hui, en coopération avec la Communauté, les réponses innovantes aux questions de demain.

Charlie Matter
CEO de Finnova AG

EXPOSÉ – PAGE 4

«L'avenir appartient aux assistants»

COMMUNAUTÉ – PAGE 6

L'entrepreneur

PARTNER SUMMIT

UN DOUBLE ANNIVERSAIRE

Finnova AG a organisé le Partner Summit pour la 10^e fois déjà. Quelque 200 clients et partenaires ont répondu présent à la rencontre traditionnelle de la Communauté qui, concomitamment à la création de l'entreprise il y a exactement 40 ans, avait une deuxième raison de se réjouir.

«Retour vers le passé» et «En avant vers l'avenir». C'est ainsi que nous pouvons résumer la 10^e édition du Partner Summit. Pour cet événement, les responsables de Finnova AG sont revenus à un format éprouvé: ils ont renoncé aux présentations de produits dans les locaux de Finnova AG, vu que celles-ci faisaient déjà partie du programme de Customer Day organisé en mars. En ce sens, le château de Lenzbourg, qui surplombe la ville et le siège de Finnova AG, a constitué le cadre parfait pour le Partner Summit de cette année. Une magnifique vue imprenable et un apéritif rafraîchissant attendaient les invité-e-s, qui ont affronté une montée abrupte sous un soleil radieux et par des températures estivales. Parvenue dans la cour du château, la Communauté en a profité pour goûter aux rafraîchissements et se lancer dans un réseautage intense à l'ombre d'imposants arbres.

BIG DATA = BONNES INFORMATIONS?

Dans la grande salle des chevaliers, Charlie Matter a souhaité la bienvenue aux invité-e-s et présenté la thématique du jour, entre autres, la numérisation des données et la façon dont nous les gérerons à l'avenir. En prenant l'exemple du Rubik's Cube, qui fête lui aussi ses 40 ans, le CEO de Finnova AG a esquissé dans les grandes lignes toute la complexité et les défis liés à la gestion de grosses quantités de données. Il a ainsi comparé les quelque 341 trillions de possibilités pour recomposer les couleurs du cube avec le fait que chaque variante peut être recomposée en un maximum de 20 tours. Il a fait le compte que 261 milliards d'années-lumière sont nécessaires pour mettre dans l'ordre chaque combinaison une fois, alors que les *speedcubers* parviennent à la solution du problème en 6 secondes seulement. En résumé: le fond de sa pensée était qu'il appartient



aux gens, avec leur intelligence, leur imagination et leur créativité, de tirer les bonnes conclusions pour parvenir à résoudre des problèmes et, ainsi, à transformer big data en bonnes informations. Pour conclure ses explications, Charlie Matter a promis à la Communauté que les collaborateurs et collaboratrices de l'éditeur de logiciels lenzbourgeois s'engageront avec énergie, durant les 40 prochaines années aussi, à développer des solutions innovantes pour les clients et les partenaires.

Dans la présentation suivante, le responsable Customer Care a décrit à quoi ressemblera le futur proche. Outre la numérisation, Christoph Erb a cité l'externalisation des processus d'affaires (BPO) et les réglementations comme étant des développements majeurs. L'orateur a expliqué la façon dont Finnova AG s'attelle à ces tâches et à l'étoffement de la solution standard de Finnova. Il a expliqué comment Finnova Banking Suite 3.0, sous la forme de Channel Suite et de Front Suite, fait face à la numérisation croissante des données. En ce qui concerne l'externalisation des processus d'affaires, Christoph Erb a montré que Finnova AG dispose, avec son étagement multioccupants, d'un concept unique qui apporte aux banques de nombreux avantages liés à l'industrialisation. Quant aux réglementations, il a identifié plusieurs champs d'action stratégiques et s'est risqué à une prévision des délais de mise en œuvre des différentes directives – tout en sachant que la politique influence énormément sur l'introduction de tous les éléments afférents dans les délais impartis. Pour conclure, le responsable Customer Care a présenté la structure de la nouvelle Communauté Finnova. Le but étant de développer le produit de manière à répondre davantage aux exigences des différents groupes d'intérêts et de disposer ainsi, à l'avenir aussi, d'un système moderne et innovant.



LE GRAND THÈME DU NUMÉRIQUE

En compagnie de Sven Gábor Jánosky, l'un des plus renommés tendencialistes de la zone linguistique allemande a emmené les invité-e-s en 2025. Il a illustré à quoi pourrait ressembler une chambre d'enfant du futur et le rôle que pourraient jouer les assistants électroniques intelligents dont disposent les téléphones et autres appareils – de l'arrosage des fleurs à la commande d'un taxi, en passant par les placements en Bourse. Jánosky a abordé dans ses explications l'évolution des marchés et mentionné l'adaptativité – du chocolat aux tasses et maisons imprimées soi-même – comme étant un élément central d'une réussite. En rapport au monde du travail, le chercheur a montré non seulement les conséquences de la croissance démographique, mais il a prédit une modification de notre mode d'alimentation et prouvé, par un petit essai pratique, que la propension à améliorer sa propre performance au moyen d'aliments fonctionnels existe déjà aujourd'hui. Pour conclure, Jánosky a requis que la Communauté fasse preuve d'une grande souplesse afin de parvenir à répondre aux défis.

«De la vertu d'oublier à l'époque de big data», c'est le titre de la présentation de Viktor Mayer-Schönberger. Le professeur de l'Université d'Oxford a décrit, à l'aide d'exemples drastiques, les conséquences que peut avoir le non-oubli d'Internet sur la biographie des gens. Il a attiré l'attention du public sur la propre responsabilité de tout individu et a par là même demandé si nous sommes réellement en mesure de contrôler toutes les données qui sont sauvegardées à notre sujet. D'une façon impressionnante, Mayer-Schönberger a montré qu'il est plus difficile pour les gens de se souvenir que d'oublier – mais la technique moderne a fondamentalement changé la donne.

La fin de l'oubli a toutefois des conséquences en termes de pouvoir et de temps, lesquels vont au-delà de l'efficacité de l'information grâce à la mémoire numérique. Pour conclure, le professeur de l'Université de renom a plaidé pour la réintroduction de l'oubli sous la forme d'une date d'échéance des informations à fixer soi-même: «Je souhaite que nous ayons à nouveau vraiment le choix de décider ce dont nous voulons nous souvenir».



PRESTIDIGATION ET FEU D'ARTIFICE

À l'instar des exposés, la table ronde était entièrement consacrée à la thématique du numérique. En compagnie de Pascal Niquille, CEO de Banque Cantonale Zougnoise, Tom Hanan, CEO de Webrepublic, Victor Mayer-Schönberger et Charlie Matter, la thématique «Le numérique, un nouveau monde plein de promesses?» a fait l'objet de discussions passionnées, avant que la partie récréative de la soirée ne débute.

Après un réseautage quelque peu prolongé dans la cour du château, le programme du Partner Summit s'est poursuivi dans la grande salle des chevaliers. Ce fut l'occasion parfaite pour entretenir les relations d'affaires et en établir de nouvelles. Le menu, composé de plusieurs plats, a créé un cadre culinaire des plus exquis, interrompu par un prestidigitateur passé maître dans l'art de faire disparaître des journaux, faire voler des tables, faire flotter des bulles de savon, lire dans les pensées, bref, émerveiller ses spectateurs. C'est sous un ciel étoilé que les invité-e-s ont pu se régaler au buffet des desserts. Un feu d'artifice fut le point d'orgue de la manifestation. Finalement, les 40 ans de Finnova AG et les 10 ans du Partner Summit valaient bien une double célébration. //

EXPOSÉ

«L'AVENIR APPARTIENT AUX ASSISTANTS»

À l'occasion du Partner Summit de cette année, Sven Gábor Jánoszy, l'un des plus renommés tendencialistes de la zone linguistique allemande, a regardé vers l'avenir. Lors d'un entretien avec Insight, il s'est penché une nouvelle fois sur le rapport qui existe entre l'humain et la machine, l'information et l'intelligence, les pétroliers et les hors-bord.

Au Partner Summit de cette année, vous vous êtes risqué à jeter un œil en 2025. À quoi ressemblera le monde à cette époque?

Je pars du principe que les objets courants tels qu'un miroir, une table, etc. deviendront des objets Internet possédant une adresse IP propre et seront, dans de nombreux cas, équipés d'un écran. En même temps, les données que nous entrons via une tablette, un ordinateur ou un téléphone afflueront dans ces appareils et y seront traitées. Au contraire d'avant, où seules des commandes étaient passées et exécutées, les appareils du futur communiqueront entre eux de manière autonome et échangeront leurs données inhérentes aux utilisateurs, rechercheront activement des solutions et nous soumettront des suggestions afférentes. Notre approche de la technologie se modifiera fondamentalement: nous devrons parfois nous fier plus à elle qu'aux gens.

La technologie permet-elle de prendre de meilleures décisions?

Celui qui est concerné ressentira les décisions comme étant meilleures. Une personne prend une décision et pense que c'est la bonne, car l'information provient vraisemblablement d'une intelligence supérieure. C'est seulement plus tard que la personne saura si c'était vraiment la bonne décision; à ce niveau, rien ne change par rapport à aujourd'hui. Lorsqu'on prend une décision, le fait qu'elle soit juste ou fautive est secondaire – ce qui compte c'est si l'on a une bonne impression ou non à son égard.

L'avantage est que l'on intègre plus d'informations dans le processus de décision et que l'on se concentre sur un minimum. L'homme n'est plus en mesure de filtrer les informations importantes parmi toutes les indications qu'il possède. C'est pourquoi l'avenir appartiendra bientôt aux assistants.

Jusqu'à présent, l'intelligence humaine suffisait. Y aura-t-il à l'avenir nettement plus d'informations pertinentes à traiter? Ou alors sont-elles simplement utilisées parce qu'elles existent?

La réduction des informations n'était pas une décision voulue, mais une question liée aux possibilités technologiques à disposition. Est-il sensé de réduire volontairement ces informations et de se limiter aussi dans d'autres secteurs, notamment

en ce qui concerne les marchés? Ou souhaitons-nous utiliser l'intégralité des informations à notre disposition, qui nous permettent d'agir en tant qu'acteur global? Et je ne parle pas uniquement d'un point de vue géographique.

LA RÉALITÉ SE MODIFIE

Quelles exigences les nouvelles machines posent-elles aux gens?

L'homme doit conserver sa souveraineté sur la machine. Il doit considérer les appareils comme des assistants et les utiliser en tant que tels. Par exemple, il les enclenche lorsqu'il en a besoin et les déclenche lorsqu'il souhaite faire confiance à ses capacités et à ses sentiments.

L'homme est encore et toujours important lorsqu'il s'agit d'effectuer des tâches dont les machines sont incapables: notamment lorsqu'il s'agit de mettre à disposition des informations ou en tant que décideur, lorsqu'il existe des contradictions entre deux systèmes.





N'est-ce pas délicat lorsque quelqu'un ne peut décider que dans des situations critiques, à l'exemple de l'aviation, mais ne dispose pas de l'intégralité des informations?

Il y a eu des situations où un pilote a été sanctionné parce qu'il n'avait pas enclenché le pilote automatique alors que son avion traversait un orage, car le pilote automatique maîtrise mieux ce genre de situations. Cette évolution s'imposera d'ici 2025 – pensez seulement aux automobiles autopilotées.

Et qu'en est-il de la réalité?

La réalité dans sa forme actuelle n'existera plus. Elle est continuellement complétée par de nouvelles informations. Les enfants des nouvelles générations ne devront plus posséder de connaissances de base de la biologie, de la géographie, etc.; elles leur seront transmises à l'aide de la technologie et seront disponibles en permanence.

Les enfants doivent plutôt apprendre à prendre des responsabilités, à montrer du courage, à tout examiner, à programmer, à travailler en équipe.

DEVENIR PLUS INNOVANTS

Que peuvent attendre Finnova AG et ses banques de l'avenir?

Les secteurs économique et premium croîtront aux dépens des affaires standard. Dans les affaires de masse, le client veut le meilleur prix, alors qu'en matière de premium, c'est l'identité qui compte. Pour ce faire, les banques doivent en savoir davantage sur le client et ses attentes, ce qui requiert une analyse précise des données et une adaptation souple des prestations et des produits.

De quelle manière les banques font-elles face à ces défis?

Que ce thème stratégique soit abordé avec des ressources internes ou externes ne joue aucun rôle. Le fait est que la majorité des banques ne se penche pas suffisamment sur cette question – à l'inverse d'Apple ou de Google, qui mettent à disposition des moyens correspondants et qui entreprennent ensuite sans autre des démarches dans d'autres secteurs commerciaux.

Les banques doivent devenir plus innovantes et suivre davantage les tendances. Elles doivent se concevoir en tant que flotte – et non plus comme un énorme pétrolier, car celui-ci est attaqué par de petits bateaux agiles qui savent reconnaître ses faiblesses et ses potentiels.

2025 sera-t-il meilleur que 2014?

En fin de compte, le futur est ce qu'on en fait et ce qu'on prend en main pour modeler ce qui est à venir. Les entreprises qui ont le mieux réussi ne sont pas celles qui possèdent les meilleurs experts et les meilleurs modèles et idées d'affaires, mais des gens et des équipes qui ont mis en pratique leurs perspectives et leurs idées. Lorsqu'on a une attitude passive, on doit se soumettre et suivre les règles établies par d'autres. L'innovation requiert aussi une bonne dose de risque et de courage. //

COMMUNAUTÉ

L'ENTREPRENEUR

Par navigation collaborative, Wikipédia entend la navigation collective dans le World Wide Web sur deux ou plusieurs ordinateurs. unblu propose l'ensemble des possibilités offertes par le conseil en ligne; en outre, la société compte, avec Luc Haldimann, un acteur de la scène informatique qui n'est pas vraiment un inconnu.

M. Haldimann, en 2011 un magazine informatique vous a consacré un article portant le titre «Der Kreative» (Le créatif). Comment vous décririez-vous personnellement?

Je me considère plutôt comme un entrepreneur. Bien sûr, mes qualités se situent davantage du côté créatif qu'administratif.

Quelle est votre motivation?

Chacun de nous peut façonner quelque peu le monde et le changer. J'essaie toujours de faire de mon mieux dans le domaine qui m'occupe.

Quel rôle la technologie joue-t-elle?

La technologie et la relation qu'elle a avec les gens me fascinent et m'intéressent depuis toujours. Dans ce contexte, j'entrevois un potentiel pour des solutions qui se situent à différents niveaux de notre vie quotidienne – même si l'idée que la technologie dépasse l'humanité a quelque chose d'effrayant.

Luc Haldimann est-il constamment en ligne?

Non. Dans le privé, j'essaie de réduire l'utilisation des technologies modernes. Je m'en distancie en éteignant les appareils. Dans une certaine mesure, je parviens à me consacrer à ma famille et à m'intéresser à la nature et ainsi à renoncer à la technologie.

UNE AFFAIRE DE CŒUR

Vous avez fondé en tout six entreprises, dont la plus connue est Obtree.

Le plus important est de posséder une perspective qui aille au-delà de l'usuel, du connu. Il s'agit d'emprunter de nouveaux chemins, et Obtree n'en est qu'un exemple. Aujourd'hui encore, bon nombre d'entreprises en Suisse et en Allemagne continuent de travailler avec cette solution. Après avoir vendu Obtree, j'ai poursuivi mon travail dans l'entreprise et fondé des entreprises dans les domaines les plus variés des TI.

Pourquoi vous être engagé pour le label Swiss Made Software?

C'est une affaire de cœur. J'ai lancé le label en 2007, car à l'époque il n'en existait aucun pour labelliser et primer les logiciels suisses. En coopération avec 16 entreprises, nous avons donné le feu vert et lancé le label sur le marché.

Tant en ce qui concerne le label que les produits et prestations primés: Swiss Made Software est une affaire intemporelle.

Dans quelle mesure vous engagez-vous encore pour le label?

Je travaille en arrière-plan, je vérifie la direction prise et les initiatives inhérentes à la continuité de Swiss Made Software. Le troisième livre contenant toutes les informations détaillées au sujet du marché suisse des logiciels vient de paraître – et, pour la première fois, en anglais aussi.

La branche logicielle suisse peine-t-elle à se profiler?

La branche se porte bien, mais j'ai constaté que les éditeurs de logiciels suisses ont un besoin accru de reconnaissance internationale. À ce titre, les prémisses sont optimales: les produits et prestations se distinguent de par leur qualité et leur innovation. De nombreuses idées naissent ici, puis sont développées et commercialisées ailleurs. Dans ce domaine, davantage de soutien serait le bienvenu en Suisse, tant sur le plan privé, économique que public.

Selon vous, dans quels domaines Finnova AG est-elle un modèle?

Son aptitude à l'étagement multioccupants et à l'externalisation des processus d'affaires (BPO), son caractère infonuagique et sa standardisation sont des qualités à souligner en particulier.

SÉCURITÉ ET ACCEPTATION ÉLEVÉES

Parlons à présent d'unblu. Qu'est-ce qui se cache derrière ce nom?

Il s'agit d'un dérivé de Big Blue: la société IBM est connue pour sa force de vente. La perspective d'unblu consiste à mettre à la disposition de nos clients des outils efficaces permettant de conclure des affaires sur Internet. Actuellement, quelque 20 collaborateurs internes et externes travaillent à la mise en œuvre de cet objectif. Le siège de la société est à Sarnen, le développement du logiciel s'effectue à Bâle – unblu est donc à 100% Swiss Made.

Qu'entendez-vous par navigation collaborative?

De mon point de vue, la navigation collaborative (co-browsing) est la perspective d'un nouveau type de conseil, d'un canal supplémentaire vers le client. Selon la thématique discutée entre le client et le conseiller, unblu est proposé en tant que complément au contact personnel auprès de la filiale. Par l'entremise d'unblu, l'écran se divise en deux, et les deux interlocuteurs voient une interface identique; ils discutent des différentes mesures ou des affaires par téléphone ou via chat. Toutefois, la navigation collaborative ne remplacera jamais complètement le contact personnel.

Pour quels domaines bancaires cette technologie est-elle adaptée?

Pour l'ensemble des activités de vente: dans le domaine des préventes, il est possible de donner des explications au sujet des produits à l'aide de différents outils tels que calculateur, tableau, etc. La conclusion d'une affaire peut s'effectuer au même titre qu'un suivi spécifique du client et qu'un développement ultérieur de la relation client dans le domaine des postventes.

Qu'en est-il de la sécurité?

En ce qui concerne les processus, la sécurité est assurée par le fait que le client saisit lui-même les données lors de la navigation collaborative. Ainsi ne doit-on pas se demander qui en est l'auteur. Il est en outre possible d'établir des rapports des décisions et de requérir une confirmation du client. Du point de vue technique, le logiciel est soumis aux mêmes prescriptions de sécurité que la cyberbanque. Vu qu'unblu est installé sur un serveur auprès de la banque et qu'il existe en tant que

partie intégrante du site web, il s'intègre automatiquement dans l'ensemble des mesures de sécurité existantes. Il n'est nécessaire d'installer aucun logiciel pour procéder à une navigation collaborative avec unblu. Ce haut niveau de sécurité concourt à sa grande acceptation de la part des clients.

Vous interpellez la réaction des clients...

Pour effectuer un test, nous avons envoyé des prospectus ayant différents contenus à des clients de banques. Dans l'un d'entre eux, les destinataires étaient invités à bénéficier d'un conseil auprès de la filiale, dans l'autre à un entretien en ligne. Or, environ 90% ont opté pour la seconde variante. Le domaine des services en ligne recèle un potentiel énorme que la navigation collaborative permet d'exploiter.

Qu'en est-il de la collaboration avec Finnova AG?

À l'heure actuelle, unblu est utilisé par la Banque Migros. Il existe une version et une installation démo pour Finnova AG.

Deux questions relatives à l'avenir: quel développement la navigation collaborative connaîtra-t-elle?

L'avenir des banques se situe dans les services en ligne; le nombre de filiales continuera de baisser. Nous étoffons les possibilités d'unblu, notamment en intégrant l'option d'une seconde opinion dans l'entretien en ligne entre le client et le conseiller. Et quelle est votre seconde question?

Quand fondez-vous la prochaine société?

J'ai des idées, mais je me concentre encore et toujours sur unblu jusqu'à ce que le concept soit au point. En effet, cette application recèle un potentiel énorme. //

PORTRAIT DE LUC HALDIMANN

Luc Haldimann est le co-fondateur et le directeur de l'éditeur de logiciels unblu inc. et il s'engage en faveur du site technologique Suisse dans le cadre de Swiss Made Software et en tant que membre de la direction de SwissICT. Auparavant, il a occupé une fonction dirigeante, sur le plan international, auprès de la société canadienne Open Text. Il a également co-fondé les sociétés IXOS et Obtree, dont il présidait le conseil d'administration. Luc Haldimann a étudié l'informatique à l'ETH de Zurich.

UNBLU AU SEIN DE LA COMMUNAUTÉ FINNOVA

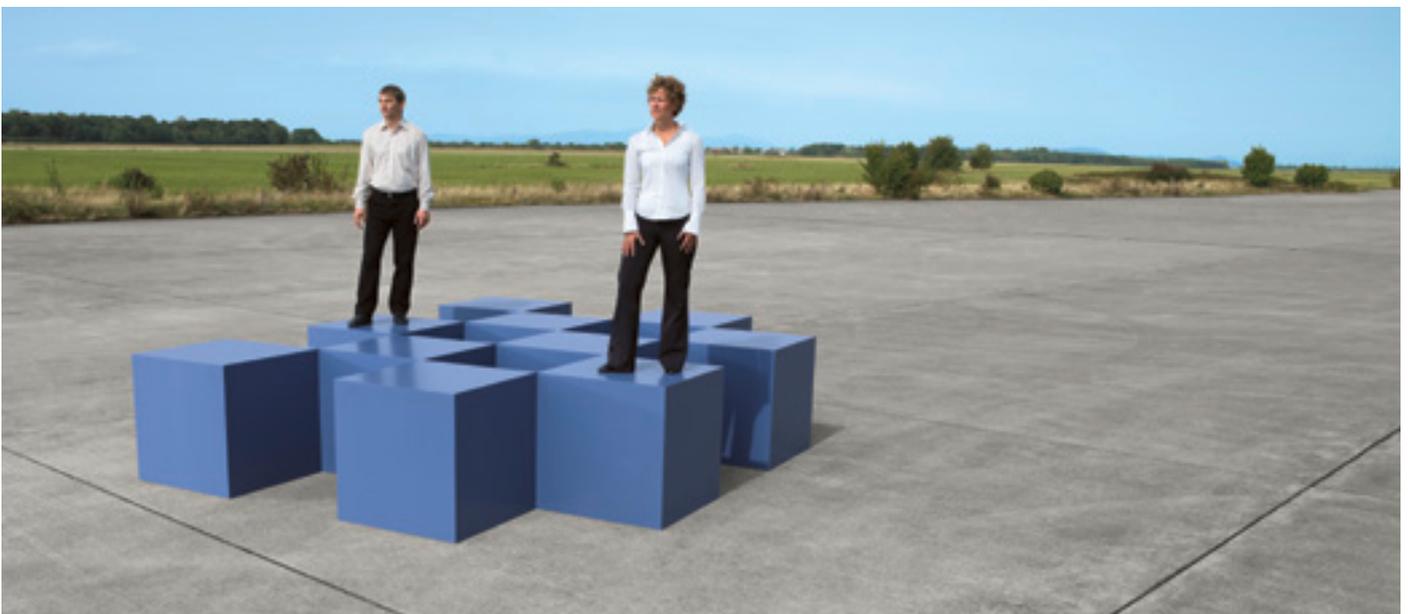
Pour le moment, au sein de la Communauté Finnova, unblu est surtout utilisé en tant qu'assistant pour la cyberbanque. Il s'agit là de la première étape vers Banking 2.0, à savoir la navigation collaborative et, par conséquent, une interaction en ligne avec le client, qui se standardise de plus en plus.

La solution de navigation collaborative d'unblu permet à l'agent d'assistance de la cyberbanque de suivre chacune des actions effectuées par un client sur la page web. Aucun logiciel n'est installé, évitant ainsi tout danger de virus ou de dommage. Les collaborateurs chargés de l'assistance et les clients ont la même vue de l'application de cyberbanque. L'agent d'assistance voit uniquement le contenu de la page ouverte. Il ne peut par contre pas voir d'autres applications ou fenêtres de navigation, le bureau ou les fichiers ouverts.

UN VASTE CHAMP D'APPLICATION

unblu est entièrement intégré dans la cyberbanque du progiciel Finnova et utilise la même connexion; les mesures de sécurité existantes s'appliquent donc aussi à la navigation collaborative. unblu est indépendant d'une plate-forme, nécessite uniquement un navigateur web moderne et élimine les barrières inhérentes aux systèmes traditionnels de partage d'écran.

Les collaborateurs chargés de l'assistance peuvent travailler de manière plus efficace, améliorant ainsi grandement la satisfaction des clients. unblu peut également s'utiliser comme outil de conseil et de vente, notamment dans les domaines de la vente guidée, du conseil et de la banque sociale avec sa famille et ses amis.



WITH PASSION FOR BANKING

finnova AG Bankware

Merkurstrasse 6
CH-5600 Lenzburg

T +41 (0)62 886 47 47
F +41 (0)62 886 48 88

www.finnova.ch
info@finnova.ch



finnova