



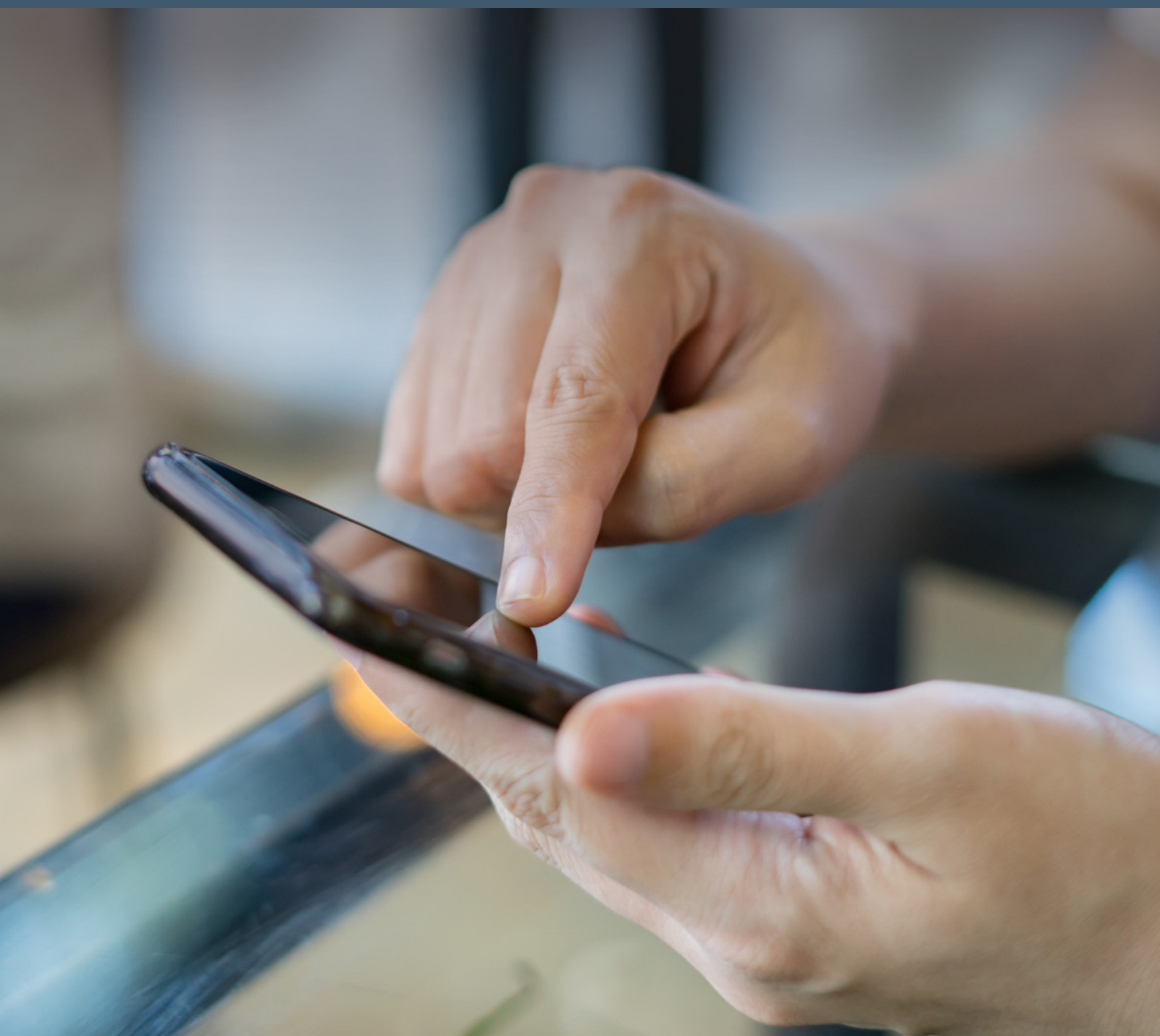
# Comment savoir qui sont vos clients en ligne ?

L'avenir de « l'identité » dans les services financiers.

---

**Par Michiel van der Veen**

PDG de GenKey et  
Fondateur de BiometricsAfrica.com





Savoir qui sont vos clients a toujours été essentiel pour la plupart des services financiers. Dans cet article, quand je dis « savoir », je me réfère spécifiquement à l'identification et à la vérification des clients. Ceci est au centre de nombreux services de connaissance de la clientèle (Know-Your-Customer, ou KYC), de la notation de crédit et des transactions bancaires, des nouvelles technologies financières (FinTech) et de la microfinance. Les services KYC sont en pleine mutation, tandis que de nombreuses institutions financières sont en train de se doter, avec une certaine urgence, de services en ligne plus sophistiqués.

### **Qu'est-ce que l'identification en ligne ?**

La capacité d'identifier l'identité d'un utilisateur en ligne nécessite que celui-ci possède une identité numérique pouvant être consultée et vérifiée par un fournisseur de services financiers. Mais qu'entendons-nous exactement par identité numérique ? Globalement, ce terme se rapporte aux informations nécessaires pour authentifier l'identité d'une personne, qui sont accessibles en ligne. Ceci marque un changement radical dans la manière dont l'authentification d'identité est gérée actuellement, encore principalement dans le cadre d'interactions en face à face. Comme ceci est en train de changer, le défi pour les services financiers est de

mettre en place des systèmes qui ne reposent plus sur la présence physique du client. Ce changement s'opère dans un contexte où le vol d'identité est le crime qui connaît la croissance la plus rapide au niveau mondial.

Le besoin d'identification numérique est alimenté par le volume croissant et la complexité des services financiers en ligne. De nombreux services financiers sont sous pression pour fournir à leurs clients des services en ligne transparents et multicanaux, surtout dans le secteur de la banque de détail, dont les applications sont, au même titre qu'Amazon, Uber et Netflix, utilisées au quotidien par les consommateurs. Le défi en termes d'identification est de fournir le même niveau de facilité et, disons, de plaisir, tout en garantissant que les niveaux d'authentification appropriés sont en place. Il y a beaucoup de progrès à faire pour améliorer ces expériences utilisateur, car l'authentification de l'identité est graduellement en train de s'éloigner de ce qu'elle est encore essentiellement aujourd'hui, à savoir un processus manuel et basé sur papier.

En outre, l'identification en ligne peine à suivre la croissance des nouvelles entreprises FinTech qui réinventent les modèles existants et créent de nouvelles opportunités qui n'existaient pas auparavant. On peut par exemple citer la croissance de nouvelles sociétés de crédit proposant des services de microfinance aux populations non bancarisées, dont on estime qu'elles comptent plus de 2 milliards de personnes. Voilà une formidable opportunité !

Si l'on considère qu'il existe également dans le monde 1,5 milliard de personnes sans identité légale, les progrès de la finance dépendent tout autant des progrès de l'identification. Les deux secteurs traversent actuellement une période de profonde mutation, nous rappelant qu'au-delà du besoin d'expériences utilisateur de type Netflix, de nombreux problèmes pratiques doivent être surmontés afin que l'identification en ligne devienne réellement inclusive, rentable, fiable et facilement accessible.

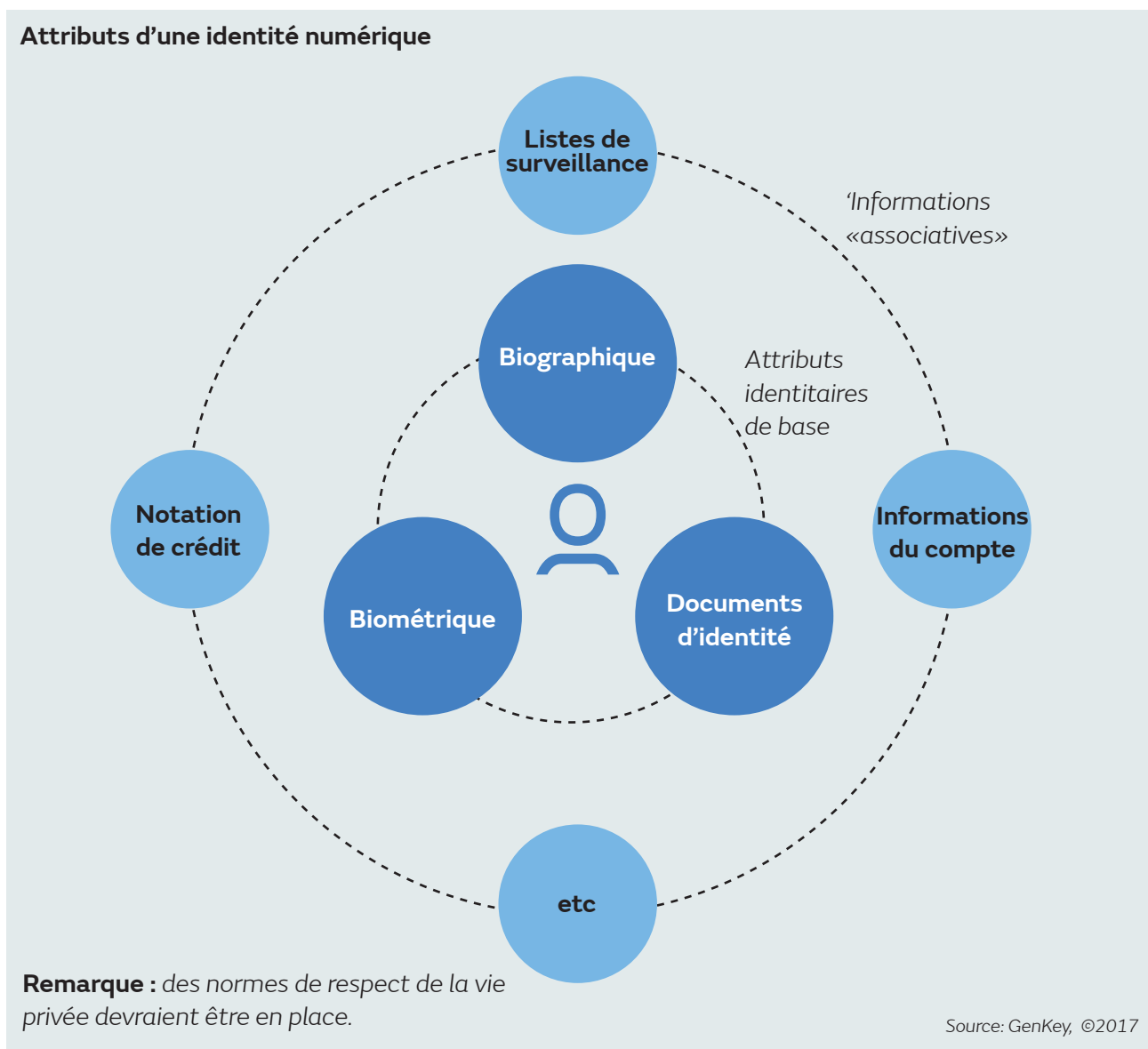
Il s'agit là d'importants défis, mais l'accès en ligne apporte également de nouvelles opportunités pour renforcer les systèmes d'authentification des clients, ce que le secteur des services financiers est particulièrement bien placé pour prendre en main.

**« De nombreux services financiers sont sous pression pour fournir aux clients des services en ligne transparents et multicanaux. »**

L'identité d'une personne peut par exemple être validée plus facilement par rapport à un large éventail d'ensembles de données en ligne, tels que sa note de crédit, son historique de transactions et des listes de surveillance. Peut-être même y aura-t-il un jour un profil Facebook vérifié. La capacité de référencer des données externes par rapport à un client ne doit pas être sous-estimée. Ceci est particulièrement vrai en termes de respect des nouvelles exigences réglementaires et en vue d'éviter les amendes associées aux informations manquantes ou inexactes sur les clients. L'identification en ligne aide de plus en plus les entreprises à se conformer à des lois telles que celles contre le blanchiment de capitaux (LBC), le financement du terrorisme (FT), la loi sur le 11 septembre, etc.

**« La capacité de référencer des données externes par rapport à un client ne doit pas être sous-estimée. »**

### De quoi se compose un identifiant numérique ?



Une identité numérique comprend une série d'attributs d'identité de base, qui peuvent inclure des informations biographiques de base (nom, adresse, date de naissance, etc.), des documents d'identité (visa, cartes d'identité, passeports électroniques, etc.) et des données biométriques (empreintes digitales, visage, iris, veines, etc.). Ces informations étant stockées numériquement, ces attributs peuvent être renforcés au fur et à mesure que de nouvelles informations sont ajoutées, mises à jour et validées, par exemple en ajoutant un nouveau document, tel qu'un visa ou un permis de conduire.

Le recours à l'authentification biométrique, telles que la vérification des empreintes digitales, du visage, de l'iris et de la voix, est de plus en plus fréquent dans les services financiers. C'est l'un des moyens les plus fiables d'identifier une personne, car contrairement à d'autres attributs d'identité, ces attributs lui sont intrinsèquement liés et ne peuvent pas être facilement falsifiés. L'adoption de la biométrie par les services financiers est motivée par plusieurs facteurs, tels que la nécessité d'obtenir des niveaux d'assurance plus élevés pour les transactions complexes qui se déroulent en ligne, la commodité pour les clients pendant le processus d'authentification et la conformité avec les nouvelles exigences réglementaires. La biométrie est également adoptée comme une nouvelle norme dans les pays qui ont actuellement une faible couverture d'identité et où il y a un manque de documentation officielle au-delà des données de base, telles que le nom, la date de naissance, etc.

L'identité numérique d'une personne peut être renforcée avec des informations associées (ou contextuelles) telles que l'historique du compte, les données transactionnelles, les notations de crédit (fournies par les bureaux de crédit) et les listes de surveillance. La possibilité d'intégrer de nouveaux enregistrements et ensembles de données présente le potentiel de créer une vision beaucoup plus riche et plus nuancée de l'utilisateur. Ceci garantit un plus haut niveau d'assurance sur l'identité de la personne au moment de l'authentification et permet également aux établissements bancaires de mieux adapter leurs services financiers aux clients.

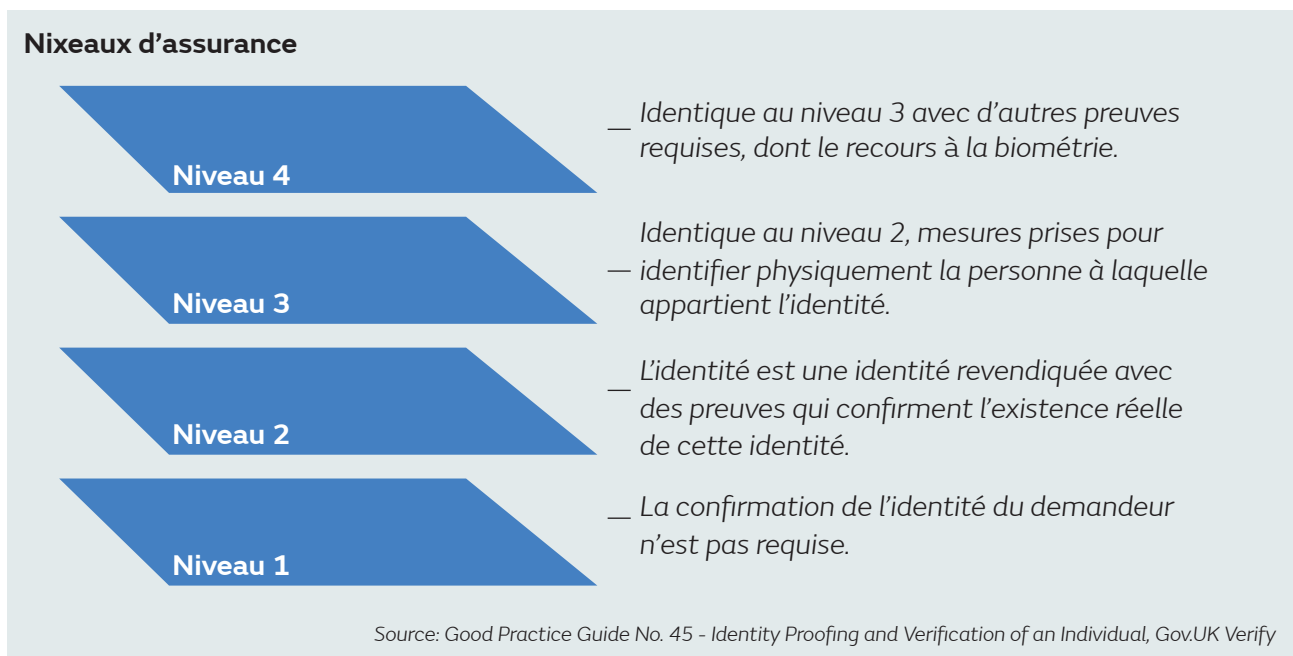
**« La biométrie est l'un des moyens les plus fiables d'identifier une personne, car contrairement à d'autres attributs identitaires, les attributs biométriques sont intrinsèquement liés à l'individu et sont difficiles à falsifier. »**

## Une opportunité pour les services financiers.

En parlant de biométrie et de « force », il ne faut pas oublier les 1,5 milliard de personnes qui sont à l'heure actuelle encore totalement démunis d'une identité vérifiable. La force de l'identité numérique d'une personne dépendra ainsi beaucoup de ses circonstances. Très peu d'entre nous ont par exemple besoin du niveau d'assurance nécessaire pour pouvoir monter à bord d'Air Force One. La taille et la force de l'identité numérique d'une personne seront dictées par les besoins. Elles seront basées sur les niveaux d'assurance requis pour accéder à un service en ligne particulier.

**« Très peu d'entre nous ont par exemple besoin du niveau d'assurance nécessaire pour pouvoir monter à bord d'Air Force One. La taille et la force de l'identité numérique d'une personne seront dictées par les besoins. »**

L'assurance est un facteur clé dans les transactions d'identité pour les services financiers et les gouvernements. Les niveaux d'assurance requis sont proportionnels au niveau de risque associé. Plus le risque est élevé, comme l'utilisation d'un compte de courtage en ligne ou d'un service gouvernemental, plus le niveau d'assurance requis est élevé. Le gouvernement du Royaume-Uni a par exemple défini quatre niveaux d'assurance pour l'identification et la vérification à appliquer à tous ses services, de la déclaration d'impôts aux permis de conduire (contrôlé par Gov.UK Verify).

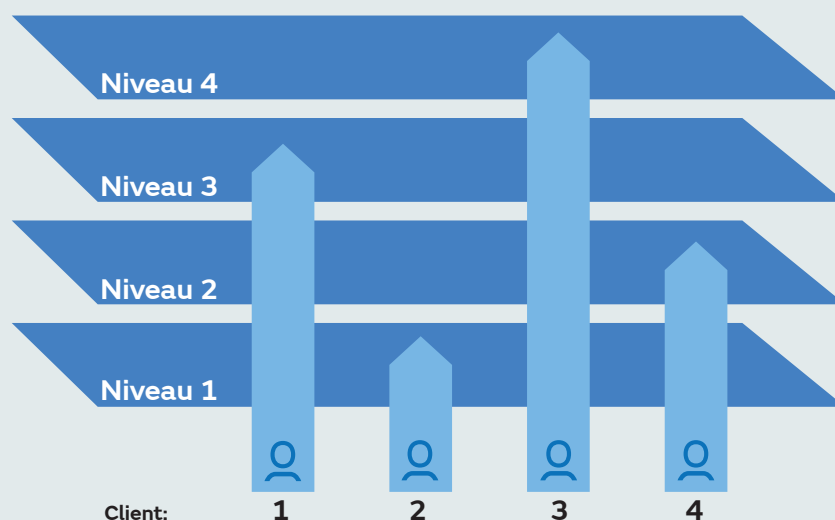


Comme le montre le diagramme ci-dessus, le niveau 4 requiert le plus haut degré d'assurance (dont la biométrie) et le niveau 1 le niveau le plus bas. On peut s'attendre à voir apparaître des normes d'assurance de l'identité tant dans le secteur privé que dans les

services publics. Et, d'un autre côté, à ce que les fournisseurs d'identité alignent les normes en classant l'ID numérique d'une personne en fonction de sa force (nombre d'attributs d'identité, profondeur des informations fournies et associées). C'est probablement là que réside la plus grande opportunité pour les services financiers. Avec des années d'expérience en matière d'opérations transfrontalières, de droits et de protections juridiques, de conformité gouvernementale et réglementaire, sans oublier le fait qu'ils sont souvent plus connectés avec leurs clients que la plupart des gouvernements ne le sont avec leurs citoyens, les services financiers constituent sans doute le meilleur laboratoire pour l'adoption de pratiques normalisées pour l'identité numérique. Ces nouveaux systèmes ont le potentiel d'aller au-delà des institutions, des secteurs et des pays.

Aujourd'hui, plusieurs modèles sont en place pour délivrer une identité numérique. Je vous invite à lire mon article de suivi sur le sujet. Au fil du temps, certains échoueront, d'autres se consolideront, et d'autres encore seront utilisés en parallèle. Il est encore trop tôt pour le dire. Mais, ce que je prévois, ce sont des protocoles plus « standardisés » relatifs au classement (ou à la notation) de l'identité numérique d'une personne, et aux niveaux d'assurance communs établis par les services financiers. Et, à son tour, l'alignement des deux (comme indiqué dans le diagramme ci-dessous). Ceci est déjà grandement nécessaire aujourd'hui.

#### Niveaux d'assurance alignés avec l'identité numérique des clients



Le diagramme montre 4 clients différents avec des identités numériques de forces différentes. Le client 2 ne satisfait par exemple que le niveau 1 de l'assurance d'identité et a une identité numérique plus faible que le client 3.

Source: GenKey, ©2017

## En conclusion

J'ai commencé cet article en évoquant les défis liés à l'identification des clients en ligne, mais je termine sur une note optimiste. Le besoin urgent d'une meilleure authentification en ligne est sans ambiguïté. C'est motivé par le fait que les clients sont déjà là. Ils attendent !

Les fournisseurs d'identité et les services financiers ont beaucoup à faire pour rattraper la demande. Mais, les récompenses vont bien au-delà de ce qui est possible aujourd'hui, pour atteindre les plus hauts niveaux d'assurance, pour accélérer les transactions, pour satisfaire les clients et pour développer de nouveaux services.

Quand il s'agit d'identifier et de « connaître » votre client, l'avenir est plein de nouvelles opportunités. À bien des égards, ce n'est que le début, nous venons à peine de dire « bonjour ».

## À propos de l'auteur

Michiel van der Veen est un chef d'entreprise, un entrepreneur et un passionné de cyclisme. C'est un contributeur régulier ainsi qu'un leader d'opinion pour tout ce qui a trait aux questions d'identité numérique, de sécurité des données et de biométrie. Il est également le fondateur de BiometricsAfrica.com, une ressource pratique pour la communauté de l'identité, partageant des opinions et des idées sur le sujet de l'identité numérique et comment celle-ci contribue à façonner le paysage de l'identité en Afrique.

Michiel est titulaire d'un doctorat de l'Institut fédéral de technologie (ETH Zurich) et a suivi des études de commerce à Stanford. En 2008, il a fondé priv-ID et est depuis 2011 le PDG de GenKey, un leader mondial et l'une des marques les plus respectées en matière d'identité et de biométrie.



## Contact:

Michiel van der Veen  
PDG de GenKey CEO et fondateur de BiometricsAfrica.com  
Email : [michiel.van.der.veen@genkey.com](mailto:michiel.van.der.veen@genkey.com)



---

GenKey est une société experte en biométrie

Nous travaillons avec divers partenaires pour fournir une gamme complète de solutions d'identité numérique, utilisées à la fois par les gouvernements, les institutions publiques et les entreprises.

Notre mission est d'œuvrer pour un monde où chaque personne bénéficie d'une identité numérique à la fois fiable et vérifiable. Nous l'appelons Identité pour tous, confiance de tous.



[www.genkey.com](http://www.genkey.com)

---

GenKey HQ  
High Tech Campus 69  
5656 AG Eindhoven  
The Netherlands

GenKey Ghana  
5, 1st Asoyi Street  
Bawaleshie,  
East Legon, Accra  
PMB 152 KA, Ghana

GenKey US  
1834 Walden Office Sq  
#220  
Schaumburg, IL 60173

Email:  
[info@genkey.com](mailto:info@genkey.com)

---

No part of this document may be reproduced without permission from GenKey in any form or by any means – graphic, electronic, or mechanical, including photocopying, recording, taping, or information storage or retrieval – without written permission of GenKey Solutions B.V. Breach will constitute misappropriation of intellectual property rights of GenKey Solutions B.V, GenKey Netherlands B.V. or any of her affiliates.

Copyright 2017, GenKey Solutions B.V.  
All rights reserved.