

# Les applications du XXI<sup>e</sup> siècle

## **De nouveaux outils informatiques**

*modifieront en profondeur les activités financières.*

*Les banques ont acquis une avance grâce au passage à l'euro. Il leur faudra conserver cet avantage.*



BERNARD  
LONJON  
*Président-  
directeur général\**  
**Groupe Horizon**

**L**ES BANQUES FRANÇAISES comblent à grande vitesse leur retard technologique par rapport aux autres secteurs d'activités. L'expérience, réussie, du passage des marchés financiers à l'euro leur permet d'envisager avec sérénité le passage à l'an 2000 (la plupart des applicatifs ont été modifiés dans ce sens). S'appuyant sur l'expérience de ces deux chantiers pharaoniques, les banques peuvent envisager plus précisément les mutations technologiques de leurs systèmes d'information.

La banalisation des outils informatiques, le développement à marche forcée des réseaux de toute nature, le déploiement d'Internet tous azimuts sont les principaux enjeux du début du XXI<sup>e</sup> siècle. Leur analyse permet de projeter ce que pourraient être leurs applications dans le monde bancaire de demain.

■ Internet est aujourd'hui utilisé pour améliorer la productivité : puiser de l'information, rechercher des données, s'informer de l'avance des concurrents, faire de la vente à distance (proposer des crédits, gérer des comptes, passer des ordres de bourse...). Demain il sera le moyen pour la banque de créer de nouvelles relations avec ses clients et partenaires.

Les technologies d'accès sont elles-mêmes en train d'évoluer. Bientôt le modem et le RNIS (Réseau numérique à intégration de services) paraîtront dépassés face aux boucles locales radio dont le développement s'accélère aux Etats-Unis avec des débits de plusieurs méga-

bits, face aussi aux satellites destinés aux zones moins denses et face enfin aux évolutions du GSM vers le GPRS (technologie de commutation de paquets avec des débits de transferts de données de l'ordre de 115 Kbits par seconde) qui permettra à un téléphone mobile classique d'échanger des informations (intranet mobile). Ainsi la banque à distance sera à portée de tout individu quelle que soit sa position géographique dans le monde.

■ Les agents intelligents. Ces logiciels qui effectuent instantanément des tâches basiques de recherche d'informations et d'affichage sont utilisés pour apprendre les comportements des internautes et connaître leurs habitudes de navigation (sites les plus fréquentés, sujets de prédilection, passions, loisirs, achats les plus fréquents...). Ainsi les applicatifs bancaires en retour pourront proposer des crédits à la carte, des placements «cousu main», une gestion de portefeuille sur mesure ou bien encore des conseils personnalisés.

Cette stratégie sera complétée par la technologie Push qui permet en plus au client de s'identifier et de transmettre ses attentes. L'erreur principale qu'il convient d'éviter lors de la création d'applications sur le web est de «revamper» les applicatifs minitel existants et ayant fait leurs preuves. Le regard devra encore une fois se tourner vers les Etats-Unis où quelques grandes banques ont déjà créé des sites dédiés

\*Co-auteur des ouvrages  
«Le management  
du projet 2000», (mars 1999) ;  
«L'informatique 2000»,  
(mai 1999).  
Editions d'Organisation.

aux étudiants, aux adhérents de club de sport et proposent des produits fabriqués sur mesure pour cette typologie de clientèle.

Le marketing bancaire qui, au fil des ans, a migré du marketing de l'offre (en privilégiant le développement interne) vers le marketing de la demande (en donnant priorité aux besoins des clients) est en train d'évoluer vers une personnalisation des produits et services et une meilleure intégration interactive.

■ Les applicatifs. De ce côté, deux stratégies logicielles vont s'affronter (voire devenir complémentaires) et s'imposer chez les clients. D'une part la mise en œuvre des ERP (*Enterprise resources planning*) ou PGI (Progiciels de gestion intégrée) qui permet une intégration totale des métiers traditionnels de la banque de production et des aspects plus transversaux que sont la gestion des ressources humaines, la paye, la comptabilité ou les achats. D'autre part le déploiement de composants réutilisables (ou objets métiers : ce sont des éléments logiciels prêts à l'emploi destinés à réaliser un ensemble cohérent de tâches prédéfinies nécessaires à l'exercice d'un métier).

L'avantage d'opter pour la solution des ERP est qu'ils sont disponibles rapidement et leur évolutivité est assurée par les éditeurs. En revanche ils sont peu flexibles et délicats à intégrer dans l'existant déjà complexe d'un système bancaire.

Les composants quant à eux sont facilement adaptables à toute évolution fonctionnelle ou réglementaire, toute création de produit nouveau, mais leur intégration n'est pas encore aisée du fait de l'immaturité de ce marché. De plus il faudra définir des normes et standards afin qu'ils soient plus nombreux et qu'un réel choix soit possible pour l'utilisateur final. Leur taux de réutilisabilité (70 % en moyenne pour des composants de type conversion de devises, gestion de comptes, calcul d'intérêts...) permet des économies d'échelles importantes.

Pour les puristes, il restera toujours la troisième voie qui consiste à développer

de manière spécifique les logiciels conçus par les banquiers utilisateurs facilement urbanisables dans un système d'information cohérent et évolutif en fonction des besoins progressifs du marché.

■ Business intelligence. Ce marché se développe de manière exponentielle. Ces outils d'aide à la décision permettent aux banquiers de traiter des données sans le secours des informaticiens. En revanche leur analyse demande le développement de systèmes experts de plus en plus performants et robotisés. Aujourd'hui on peut considérer que 99 % de l'information possédée par une banque est accessible à tout individu ou toute organisation. Seul le croisement de ces données est innovant. Seule son interprétation permet de créer des avantages concurrentiels.

TOUTES LES FORMES  
DE COMMUNICATION  
CONVERGENT SUR L'ORDINATEUR

D'autres évolutions technologiques vont faciliter le quotidien des banquiers : la biométrie par exemple, étendue à l'examen des tracés permettra aux contrôleurs de vérifier les signatures des clients et la saisie des mots de passe (en mesurant entre autre la vitesse de frappe ...) L'ordinateur auparavant isolé dans son blockhaus est en train de devenir le centre nerveux de l'entreprise. Progressivement il fait converger autour de lui toutes les formes de communication : le téléphone, la télévision, les réseaux, les appareils électroniques. Cela conduira sans doute à un accroissement sensible de la population des conseillers et vendeurs dans les points de vente (pas seulement bancaires) tandis que les tâches administratives seront centralisées vers de grands centres informatiques communs.

Mais toutes les innovations ne sont pas nécessairement rentables. Le portemonnaie électronique qui devait être la grande nouveauté de cette fin de siècle a bien du mal à décoller.

“ 99 % de l'information dans une banque est accessible à tous. Seul le croisement de ces données est innovant. ”

DES ACTEURS ISSUS  
D'AUTRES SECTEURS ÉCONOMIQUES

Et demain... Nos comportements évolueront sans doute de la même manière que nos ancêtres furent bouleversés par l'apparition de l'imprimerie. Mais les auteurs ou lecteurs de la «matière» imprimée qui étaient l'apanage des seuls intellectuels évoluent vers la situation où tout individu de notre planète peut devenir acteur ou lecteur de la «matière» numérisée...

Comme nous le constatons tous les jours, le paysage bancaire est en pleine évolution. Sa révolution attendue depuis plusieurs années devrait s'amplifier à l'aurore du XXI<sup>e</sup> siècle. Secteur d'activité en pleine effervescence, il doit, pour survivre, optimiser ses prestations qui, de plus en plus grâce aux innovations technologiques, pourront être réalisées par d'autres acteurs en provenance d'autres secteurs économiques (la grande distribution a déjà enclenché le processus, les grandes entreprises industrielles s'apprêtent à emboîter le pas, de même que les grands transporteurs).

La finance a fait sa première révolution en faisant basculer avec succès les marchés financiers vers l'euro. Ce qui lui a permis de prendre quelques années

**“ Quelques grandes banques ont déjà créé aux Etats-Unis des sites dédiés aux étudiants, aux adhérents de club de sport. ”**

d'avance sur ses concurrents potentiels et de se placer en pôle position dans la course économique de ce début du XXI<sup>e</sup> siècle qui sera sans doute celui de la révolution de l'information. ■