

- > **L'année de l'e-commerce**  
Interview avec Dr. Hansjörg Leichsenring sur  
les tendances du trafic des paiements mobiles
- > Le couteau suisse du futur
- > Échapper aux malwares



**Interview**

Page 4

**L'année de l'e-commerce**

Les entreprises de technologies et de télécommunications, les opérateurs de téléphonie mobile et les organismes de cartes de crédit se livrent actuellement à une course au portefeuille électronique des consommateurs. Quel rôle jouent alors les établissements financiers? Dr. Hansjörg Leichsenring, expert et conseiller bancaire au sein des pays germanophones, examine de près les tendances du trafic des paiements mobiles.

**Ins & Outs**

Page 8

**Le couteau suisse du futur**

Le téléphone portable est le couteau suisse du futur. L'Internet mobile est devenu indispensable à de nombreux utilisateurs, que ce soit pour simplement connaître les prévisions météo ou les cours boursiers ou pour réaliser des opérations bancaires. La tendance est claire. Dans un très proche avenir, les personnes accédant à Internet via des appareils mobiles seront plus nombreuses que celles y accédant avec des ordinateurs stationnaires.

**Products & Services**

Page 11

**Opérations financières avec des applications**

La téléphonie mobile transforme notre vie, l'économie et les modèles commerciaux. Le secteur musical et cinématographique se trouve déjà en pleine mutation. Les maisons de presse craignent pour leur relation clientèle étant donné que des entreprises tierces telles que Google et Apple peuvent contrôler l'accès aux textes rédactionnels par le biais des iPads et téléphones portables. Impossible donc au trafic des paiements d'échapper à cette tendance.

**Products & Services**

Page 12

**Une carte prépayée pour Internet**

Les Swiss Bankers Prepaid Services ont lancé en novembre dernier, en collaboration avec MasterCard, la carte «Internet Cash», une solution à prépaiement pour les achats par Internet. Fondée il y a 36 ans par les banques, en tant que Travelers Cheque Center, la société Swiss Bankers est elle-même devenue une banque entre-temps.

**Products & Services**

Page 13

**Paiements en ligne sans carte de crédit**

Récemment, une méthode globale, sécurisée et simple a été introduite pour exécuter et recevoir des paiements sans nécessairement recourir à une carte de crédit. C'est la première fois que la SuisseID – preuve d'identité électronique sécurisée – est utilisée par SwiKey dans le contexte des paiements.

**Bits & Bytes**

Page 14

**Pour régler leur compte aux malwares**

Au cours de ces dernières années, les attaques visant les services bancaires sur Internet ont évolué. Les attaques relativement simples ayant pour but de voler des informations de connexion ont fait place à des méthodes plus intelligentes. Des programmes nuisibles, appelés logiciels malveillants ou malwares, sont conçus pour infiltrer l'appareil de l'utilisateur final et manipuler son contenu. Une implémentation pratique chez UBS montre comment éviter ces risques en tenant compte de la mobilité et du confort des clients et en respectant le plus haut niveau de sécurité.



### Chère lectrice, cher lecteur,

Après une période marquée par l'euphorie au tournant du siècle, le dégonflement abrupt de la bulle formée par des objectifs et rêves trop ambitieux, ainsi que la longue traversée du désert qui s'en est ensuivie, le thème e-business gagne à nouveau rapidement du terrain. En Suisse, huit personnes sur dix disposent d'une connexion Internet. Plus de 95% des internautes ont déjà effectué au moins un achat en ligne, plus de 90% de tous les ménages possèdent au moins un téléphone portable et environ 2,4 millions de personnes en Suisse sont enregistrées sur Facebook. Pas étonnant d'observer également un nouveau renforcement de la virtualisation du trafic des paiements.

Le moteur de cette évolution est principalement constitué par des établissements non financiers. Le précurseur est le prestataire PayPal dont la possibilité de paiement est désormais bien établie sur Internet. Des activités profitables dans le trafic des paiements ont aussi été développées par les entreprises de télécommunication fournissant des prestations bancaires via la téléphonie mobile dans les pays du tiers-monde. D'autres entreprises travaillent actuellement à plein régime à la réalisation de solutions virtuelles destinées au trafic des paiements. Facebook a notamment créé une monnaie virtuelle permettant de payer les prestations fournies par Internet. Google et Apple ont également prévu de lancer leurs propres services de paiement ces prochains mois. Le marché est particulièrement confiant dans la capacité de ces deux entreprises à investir les nouveaux domaines d'activités de ce genre et à mettre une commercialisation fructueuse en œuvre.

Pour les établissements financiers, ces changements pourraient vraiment représenter de nouveaux défis. Dans le meilleur des cas, ils rateront probablement des évolutions d'avenir et devront ensuite rattraper le temps perdu au prix de grands efforts. Dans le pire des cas, les nouveaux prestataires barreront complètement aux établissements financiers l'accès et la participation à leurs systèmes (fermés) de paiement. Cela sera d'autant plus pénible pour

les établissements financiers si une telle possibilité de paiement rencontre un grand succès. Et dans le pire des scénarios, les prestataires tiers parviendront même, grâce à ces possibilités de paiement, à s'approprier progressivement des autres affaires bancaires, par exemple la tenue des comptes ou l'octroi de petits crédits.

Le fait que la place financière suisse surveille activement ces évolutions et les prend au sérieux est démontré dans la présente édition de CLEARIT. Celle-ci détaille la virtualisation du trafic des paiements et passe notamment en revue les dernières applications pour le téléphone portable, les nouvelles cartes de paiement, les développements en matière de sécurité et présente une application de paiement de SuisseID – une preuve d'identité électronique standardisée pour les transactions électroniques. La place financière suisse a prouvé par le passé qu'elle participe en première ligne à la mise en œuvre dans le trafic des paiements de solutions d'avenir pour les clients. Il s'agira de continuer à en faire la preuve. <

**Marcel Schuler**

Conseil d'administration de SIX Interbank Clearing SA  
Responsable du Client Support Center, Credit Suisse SA

# L'année de l'e-commerce

Les entreprises de technologies et de télécommunications, les opérateurs de téléphonie mobile et les organismes de cartes de crédit se livrent actuellement à une course au portefeuille électronique des consommateurs. Quel rôle jouent alors les établissements financiers? Dr. Hansjörg Leichsenring, expert et conseiller bancaire au sein des pays germanophones, examine de près les tendances du trafic des paiements mobiles.

**CLEARIT:** Si je tape dans Google «placer de l'argent», j'obtiens aussitôt des annonces d'un investisseur de bois précieux, d'un constructeur d'une installation photovoltaïque, de deux pourvoyeurs de crédits et émetteurs, d'une revue, d'un groupe international de gestion des placements, d'une banque de trading en ligne ainsi que d'une banque de la région contrôlée par le Liechtenstein et les USA. Comment expliquez-vous que de célèbres établissements financiers suisses n'essaient pas de tout mettre en œuvre pour passer une annonce?

**Hansjörg Leichsenring:** Si j'étais un fournisseur établi, je ne dépenserais pas non plus d'argent pour faire passer des annonces sur Google. Il me faudrait aussi des conditions très précises pour que je dépense de l'argent en vue d'apparaître dans les préférences des résultats. Je préférerais plutôt investir dans l'optimisation du moteur de recherche et mettre tout en œuvre pour que mon offre soit facile à trouver sur Google (et autres moteurs de recherche). Les contenus jouent certes un certain rôle mais également la manière de les «vendre» sur la toile. D'une manière générale, je recommande à toutes les banques de réfléchir à la façon d'utiliser leur budget marketing et publicitaire dans les années à venir. À leur place, je miserais sur les médias sociaux: investir au moins 20%, idéalement 30 à 40 % de leur budget dans les médias sociaux en tant qu'instruments classiques de marketing. Je n'entends pas par là seulement le fait de rendre «chic» une page Facebook. Il faut tout d'abord concevoir une stratégie pour les médias sociaux et leur utilisation.

Au mois de novembre dernier, Google a présenté un nouveau smartphone doté de la technologie NFC et censé autoriser les paiements. De tels portables ne font pas seulement office de porte-monnaie mais peuvent également servir de carte de crédit ou même théoriquement la remplacer. À votre avis, où va-t-on?

Je pense qu'il faut faire une nette distinction entre les marchés des États-Unis et ceux des autres pays tels que la Suisse ou l'Allemagne. Là-bas, la carte de crédit joue avant tout un rôle important avec le «crédit renouvelable» (revolving credit) qui n'existe pas chez nous. Les cartes de débit n'occupent pas non plus la même position. Aux

États-Unis, plus de 70 millions de téléphones portables doivent être équipés de NFC avant la fin de l'année et le nombre de paiements mobiles NFC est estimé à 75 milliards de dollars américains pour 2013 bien que ces estimations sont revues à la hausse quasiment tous les mois.

Chez nous aussi, je vois un potentiel élevé d'utilisation de la technologie NFC dans les portables, pas uniquement en tant que mode de paiement mais aussi de ticket de tram, billet de cinéma ou de théâtre, permis de conduire, etc.

Mais ce qui est déterminant, c'est cette possibilité de faire parvenir par NFC à l'utilisateur de portable des offres en fonction de son lieu de résidence, c'est ce qu'on appelle les services géolocalisés. Imaginez-vous, vous allez vous promener dans la rue de la gare et vous recevez un SMS vous proposant du café et un croissant à moitié prix chez Sprüngli. Il vous suffit de rentrer dans le café et d'encaisser l'offre par portable.

## Téléphones portables NFC

La communication en champ propre (Near Field Communication) est une norme de communication sans contact à courte portée (3-5 cm) et facile à utiliser qui est soutenue par l'industrie de la téléphonie mobile et autorise des applications sûres. Le paiement sans contact par carte de crédit fait déjà partie du passé. 75 millions de cartes de crédit sans contact sont acceptées dans le monde entier par 230 000 commerçants. Une autre application est le paiement sans numéraire par portable. Des projets pilotes ont aussi eu lieu en Suisse et ont remporté un vif succès. Plus d'individus en feront usage lorsque les fabricants de téléphones portables équiperont leurs appareils de puces NFC. De grands fabricants sont censés lancer cette année de tels appareils.



## Biographie succincte

Dr. Hansjörg Leichsenring se consacre professionnellement depuis plus de 30 ans au secteur des banques et des prestataires financiers. Après un apprentissage dans le domaine bancaire, il fit des études de macro et micro économie à Mayence et Saint-Gall et occupa ensuite divers postes tels que directeur de la Deutsche Bank, président d'une Sparkasse et PDG d'un broker en ligne.

Il propose aux banques et autres établissements financiers des prestations dans le domaine de la gestion (intérimaire) et des conseils/consulting. L'un de ses points forts réside dans l'utilisation des médias sociaux. Il représente par ailleurs en Allemagne, Autriche et Suisse l'entreprise Meniga, un fournisseur innovant de solutions de marque blanche («white label») dans

le domaine de la gestion financière personnelle (GFM). En sa qualité d'éditeur d'un blog bancaire, il met régulièrement en ligne des comptes rendus sur les évolutions et tendances actuelles et fondamentales concernant les banques et prestataires financiers. Il a en outre publié de nombreux articles dans diverses revues spécialisées.

Sans oublier son rôle de conférencier et de présentateur lors de manifestations internes et externes aussi bien dans le pays qu'à l'étranger et les cours généraux de microéconomie qu'il dispense à l'école supérieure des sciences appliquées d'Hambourg (HAW – Hochschule für Angewandte Wissenschaften).



Les tendances du trafic des paiements: avec la participation active du public, Ronny Bertels (Equens), Ruth Wandhöfer (Citi), Daniel Wettstein (BNS), Roland Greber (PostFinance) et Hansjörg Leichsenring ont échangé leurs opinions lors du Swiss Banking Operations Forum du 5 avril 2011.

**Vous parlez de marchés dans différents pays. Ce qu'il manque sûrement, ce sont des normes uniformes au niveau international. Quand est-ce qu'il sera possible d'acheter un billet de tram à New Jersey, Londres et Genève avec le même porte-monnaie électronique?**

Les nouveaux fournisseurs ont des normes tout à fait uniformes. Lorsque PayPal, Google ou autres proposent le paiement mobile, leurs clients peuvent utiliser toutes les fonctions à partir d'un seul «compte» ou portable, et ce peu importe où ils se trouvent dans le monde. En principe, ceci est déjà possible de nos jours avec la carte de crédit. Sur ce point, nous avons donc le droit d'être curieux de savoir ce qui doit nous pousser à utiliser à l'avenir un autre mode de paiement.

**«Le trafic des paiements ne représente certes qu'une partie des affaires que nous faisons avec nos clients privés, mais c'est une partie très importante.»**

Il y a encore peu de temps, le compte bancaire était la plaque tournante de tous les trafics de paiement. De nos jours, on semble pouvoir y renoncer, tout du moins dans le domaine de la consommation en ligne où PayPal, Twitter et Facebook traitent des opérations de paiement et de crédit dans des chaînes de valeur indépendantes des banques. Avec Google Checkout, il est par exemple également possible de reporter les paiements directement sur la facture de téléphonie portable. Comment évaluez-vous le danger que le trafic des paiements de masse échappe aux établissements financiers?

Le trafic des paiements ne représente certes qu'une partie des affaires que nous faisons avec nos clients privés, mais c'est une partie très importante. Vous avez entièrement

raison de nommer cela une «plaque tournante», c'est-à-dire une fonction tout à fait centrale des prestations que les banques offrent à leurs clients. Pour les banques, il va être important de continuer à s'accrocher dans le domaine, tout du moins en ce qui concerne les flux de paiements, sinon il va leur manquer dans un premier temps des informations précieuses sur leurs clients et dans un second temps ils vont même perdre les clients. Cela va être un processus insidieux et non une révolution du jour au lendemain mais les marges vont continuer à se réduire et les banques vont recevoir une part de plus en petite du gâteau si elles ne font pas attention. Et ce ne serait pas la première fois que la relation clientèle échappe de plus en plus aux banques...

**Les banques peuvent-elles contrer ce processus insidieux en mettant en place de nouveaux services? En introduisant de nouveaux modes de paiement tels que les paiements électroniques (e-payments)? Que pensez-vous du fait que les consommateurs puissent régler directement, c'est-à-dire en temps réel, leurs achats quotidiens en ligne par le biais de leurs comptes bancaires?**

L'institution financière Rabobank a présenté lors du Swiss Banking Operations Forum la tentative des banques en ce qui concerne une norme standard au sein de l'espace SEPA. Mais je ne suis pas vraiment certain que cela marche dans un proche avenir. Chaque banque devrait peut-être tout simplement proposer à ses clients une solution afin d'être rapide. En ce qui concerne la seconde partie de votre question, qu'est-ce qu'il y a de mal dans le fait d'offrir aux consommateurs de nouvelles prestations semblant répondre à leurs besoins. Le service PayPal est fortement utilisé. Je trouve plus passionnant de se pencher sur les fournisseurs. Vont-ils réussir à proposer aux clients (et aux commerçants) leurs offres, disponibles jusqu'ici uniquement sur Internet, également dans les magasins au point de vente?

## «Les banques doivent se tenir sur leurs gardes!»

Il est difficile de s'y retrouver parmi toutes les nouvelles initiatives de paiement mobile. Il y a la voie bilatérale que PayPal et Starbucks ont choisie avec le paiement du café par application et qui semble vraiment faire un carton. À côté de cela, il y a également des projets multilatéraux comme celui entrepris par trois entreprises américaines de télécommunications. ISIS promet le porte-monnaie mobile sans cartes de crédit et de débit, de tickets, de bons d'achat, etc. De tels types de collaboration sont-ils vraiment prometteurs?

Il me semble seulement logique que les opérateurs de téléphonie mobile ne veuillent pas ainsi céder leur infrastructure à d'autres mais souhaitent au contraire eux-mêmes profiter de l'évolution des paiements mobiles qui promet d'être vertigineuse. D'autres vont sûrement encore se joindre à eux. Rien qu'Apple a sauvé dans son iTunes plus de 200 millions de cartes de crédit de clients. Avec l'iTunes, vous avez une boutique, avec l'iPhone ou l'iPad un appareil mobile; il ne manque plus qu'une infrastructure pour le trafic des paiements. Apple dispose également d'assez d'argent alors qu'est-ce qui devrait le retenir de fonder sa propre banque afin de pouvoir couvrir à lui seul toute la chaîne de valeur? Une chose reste certaine: les banques doivent se tenir sur leurs gardes!

Facebook n'est-il pas justement en train de couvrir cette chaîne de valeur en mettant en place sa propre infrastructure de trafic des paiements? Le plus grand réseau social du monde a fondé au mois de mars une filiale consacrée au traitement des paiements. Il a même sa propre monnaie virtuelle, les crédits Facebook, qui servent de mode de paiement. Concrètement, quelle attitude les établissements financiers doivent-ils adopter vis-à-vis de telles évolutions?

Effectivement, Facebook a nommé l'année 2011 l'«année de l'e-commerce». C'est ce qui explique pourquoi les crédits sont obligatoires au sein des applications Facebook depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2011. Les banques doivent actuellement relever deux défis en même temps: elles doivent d'une part tenir tête aux nouveaux fournisseurs dans le secteur du trafic des paiements, c'est le sujet de notre conversation actuelle. D'autre part, elles devraient de toute urgence se pencher sur les nouveaux (bien qu'ils ne soient plus si nouveaux que ça) médias sociaux. Les banques ont beaucoup de mal avec les médias sociaux et pourtant ce sont des chances énormes pour elles. Je recommande aux banques de participer une journée à un atelier de stratégie et de se laisser conseiller sur l'utilisation des médias sociaux ainsi que la stratégie spécifique à adopter avec eux. En cas de doute, elles devraient recourir à de l'aide de l'extérieur. Ce qui est important, c'est que ce modérateur s'y connaisse un peu aussi bien dans les médias sociaux que dans les banques et la stratégie.

## «J'ai du mal à croire qu'une grande banque ne considère pas le trafic des paiements comme un secteur d'activité stratégique.»

Il s'avère peut-être judicieux de faire une distinction entre les grandes banques internationales et les plus petits établissements financiers régionaux. Supposons que le trafic des paiements de masse ne soit pas l'activité principale d'une grande banque de telle sorte qu'elle puisse réagir avec plus de sang-froid face aux défis des géants de l'Internet. Comment estimez-vous cependant les marges de manœuvre d'un établissement tourné vers le trafic des paiements?

J'ai du mal à croire qu'une grande banque ne considère pas le trafic des paiements comme un secteur d'activité stratégique. C'est bel et bien une plaque tournante importante des opérations effectuées avec la clientèle privée et d'entreprise. Je pense donc qu'aucune banque ne puisse vraiment garder son sang-froid. Un établissement financier tel que PostFinance en Suisse qui n'a pour le moment pas encore le statut de banque et pour qui le trafic des paiements a une plus grande importance que pour d'autres,

## Qu'est-ce que le Web 2.0

«Web 2.0» désigne un complexe de modèles d'utilisation sociaux et de technologies en ligne modernes. «Customer Created Content» caractérise parfaitement le Web 2.0. Le logiciel social constitue l'un des principaux éléments de ce complexe. Il assiste l'établissement des relations et la communication dans un contexte social et s'appuie sur des principes tels que l'auto-organisation, le Social Feedback, l'interconnexion des contenus, ainsi que la transparence quant aux personnes, relations, contenus et évaluations.

doit bien évidemment se tenir sur ses gardes et faire preuve d'imagination pour maintenir la bonne humeur de ses clients. Selon mes observations, c'est aussi ancré dans la conscience. Selon moi, il faudrait proposer des offres supplémentaires dans le domaine du trafic des paiements et du compte. L'une d'entre elles serait par exemple une gestion financière personne (GFP), un nouveau lien entre la planification financière privée et Web 2.0. En Amérique, c'est déjà monnaie courante dans les banques de détail, en Europe nous venons de voir apparaître les premières offres. De mon point de vue, c'est l'une des chances rares pour les banques de pouvoir, grâce à une nouvelle prestation at-

trayante, se positionner sur le marché et se démarquer par rapport à la concurrence.

**«Les banques doivent cependant avant tout créer de nouveaux contenus mobiles, c'est-à-dire proposer des prestations et des services que les clients veulent utiliser lorsqu'ils ne sont pas chez eux.»**

Les instituts de recherche supposent que les terminaux mobiles seront bientôt plus importants que les ordinateurs pour accéder à Internet. À cela s'ajoute le fait que les canaux mobiles vont accélérer la croissance du chiffre d'affaires de l'e-commerce. Quelles en sont alors les conséquences pour l'industrie financière?

J'ai récemment lu un rapport qui faisait état du fait que les utilisateurs d'un iPad passent plus de temps sur leur iPad qu'à l'ordinateur. Je vois plusieurs champs d'action pour les prestataires financiers:

1. Ils devraient eux-mêmes utiliser les nouvelles technologies, recourir par ex. à un iPad lors d'un entretien-conseil avec des clients au lieu de prendre du papier et un stylo pour noter les informations et devoir plus tard les saisir sur un PC ou même sur un gros ordinateur. Il existe d'ores et déjà des applications adéquates, même pour la gestion du patrimoine.

2. Les banques devraient rendre leur contenu existant «compatible avec les portables».
3. Les banques doivent cependant avant tout créer de nouveaux contenus mobiles, c'est-à-dire proposer des prestations et des services que les clients veulent utiliser lorsqu'ils ne sont pas chez eux. J'entends par là par exemple les outils de gestion financière personnelle comme je viens de le mentionner. Ils permettent au client de planifier et de gérer plus facilement leurs finances et l'aident à profiter d'avantages supplémentaires.

**L'e-banking doit-il également être rendu compatible avec les portables?**

C'est déjà le cas. Bien que je sois personnellement très sceptique sur le fait que les clients puissent encore se réjouir de la cinquième application de leur troisième banque. Comme l'expérience le prouve, très peu de fonctions sont vraiment utilisées sur les portables, comme par ex. le solde de compte restant. Ce qui serait vraiment bénéfique pour les clients, ce serait que les banques leur mettent vraiment en place un outil moderne de gestion financière personnelle les aidant à planifier leurs dépenses quotidiennes et ponctuelles et veillant à ce qu'il reste suffisamment d'argent à la fin du mois pour pouvoir également s'offrir quelque chose. S'il y a pour cela également un soutien mobile, que peut-on alors demander de mieux? <

Interview: Gabriel Juri, SIX Interbank Clearing  
gabriel.juri@six-group.com

## Le couteau suisse du futur

Le téléphone portable est le couteau suisse du futur. L'Internet mobile est devenu indispensable à de nombreux utilisateurs, que ce soit pour simplement connaître les prévisions météo ou les cours boursiers ou pour réaliser des opérations bancaires. La tendance est claire. Dans un très proche avenir, les personnes accédant à Internet via des appareils mobiles seront plus nombreuses que celles y accédant avec des ordinateurs stationnaires.

Il est donc évident que nous utiliserons également le portable comme portefeuille à l'avenir. Au lieu d'emporter partout plusieurs cartes plastiques, il nous suffira d'avoir en permanence sur nous notre accompagnateur mobile qui fera office de carte de client, carte de paiement, titre de transport, clé d'accès, etc.

### Une nouvelle dimension

Les avantages sont notables: Plus aucun risque d'égarer ou d'oublier les cartes. En outre, l'utilisation est encore plus claire et commode car le solde du compte ou des points

Cumulus ou Supercard est également tout de suite consultable. Jusqu'ici, il manquait encore le «dernier centimètre», c'est-à-dire la distance entre le portable et le terminal davinci ou le lecteur sur la porte d'accès. La nouvelle technologie «Near Field Communication» ou NFC permet désormais d'établir cette liaison entre le monde virtuel et le monde réel. Le client final entre ainsi dans une nouvelle dimension pour ses achats, voyages et travaux mobiles:

- Le client peut emmener ses cartes de paiement et de fidélité pour les achats dans son portable.
- Le paiement des petits montants s'effectue de manière



nettement plus rapide et simple que n'importe quelle transaction au comptant.

- Il est possible de visualiser les relevés des comptes et de points, ainsi que les transactions.
- Les programmes de collecte peuvent être associés à des services en ligne, ce qui permet d'exploiter de nouveaux canaux de marketing.
- Les bons peuvent être distribués et échangés en toute simplicité via le portable, voire transférés d'une personne à une autre (marketing viral).
- Des offres ciblées peuvent être soumises par l'intermédiaire du portable.
- Les factures et certificats de garantie peuvent être aisément regroupés.
- Les réseaux sociaux peuvent être élargis par la manipulation de deux portables.
- Les billets peuvent être commandés et conservés directement sur le portable.
- Des clés peuvent être générées avec une durée de vie déterminée (le service de maintenance ou le technicien de service bénéficie ainsi d'un accès exactement là et quand il faut).
- Les transactions sont réglées par une simple manipulation. L'utilisation est facile, intuitive et adaptée à tous les groupes cibles, que la clientèle soit jeune ou moins jeune. Et ceci en toute sécurité et fiabilité.

#### Aussi sûre qu'une carte bancaire

La technologie n'est pas une nouveauté. Nous utilisons depuis plusieurs années déjà des cartes sans contact pour le paiement, par exemple PayPass ou payWave, ou pour le contrôle d'accès avec LEGIC. Ce qui est nouveau, c'est que la NFC permet de rendre dorénavant ces cartes virtuelles et utilisables avec le portable. NFC repose sur la RFID, une technologie de communication sans fil qui a largement fait ses preuves. L'application permet par exemple de toucher

une affiche publicitaire avec le portable et d'obtenir automatiquement une information via le réseau Internet. La saisie laborieuse d'une URL est remplacée par un simple effleurement du TouchPoint. Cette possibilité autorise de nombreuses utilisations, telles que l'affiche d'informations sur le produit, l'échange de contacts, la collecte de coupons, etc. Dans ce scénario «Open NFC», le portable constitue un lecteur NFC mobile («Reader Mode»).

Pour pouvoir utiliser le portable NFC comme moyen de paiement par l'intermédiaire d'un terminal, il est cependant nécessaire d'émuler les cartes et de rendre cette fonctionnalité aussi sûre que n'importe quelle carte bancaire. Afin que la «Secure NFC» soit réalisable, les portables NFC comportent une zone de mémoire sécurisée appelée «Secure Element». Cette zone peut être lue sans contact par un terminal grâce à la «Card Emulation», mais aussi être utilisée par une application du portable.

Dans la pratique, il existe divers facteurs de forme du Secure Element: une carte SIM spéciale, appelée USIM, permet de sauvegarder non seulement les informations SIM mais également des applications NFC protégées et d'effectuer des échanges avec le portable NFC via le Single Wire Protocol. Cette puce Secure Element est directement intégrée aux téléphones portables de certains fabricants. Quelques modèles de portables peuvent aussi être équipés ultérieurement de cartes Micro SD compatibles NFC ou d'adaptateurs NFC.

#### Modèles de concurrence et de coopération

Toutefois, ce n'est pas comment le Secure Element est exécuté physiquement mais qui l'édite et l'administre logiquement qui est déterminant pour le lancement commercial de la NFC. L'USIM est fournie par le Mobile Network Operator (MNO). Dans ce cas, une convention commerciale



ou une liaison technique avec le MNO doit être établie pour la distribution d'une applet NFC, par exemple de PayPass ou payWave.

Pour éviter que chaque fournisseur de services mobiles soit obligé d'établir des conventions commerciales et des liaisons techniques avec chaque MNO ou éditeur de Secure Elements, il existe désormais dans l'écosystème NFC un nouveau rôle, celui de «Trusted Service Manager» ou TSM.

Si les banques, détaillants ou entreprises de transport – figurant parmi les fournisseurs de services dans l'écosystème – entendent fournir à leurs clients des produits sans contact mobiles sur le portable NFC, la «production» des Secure Applets s'effectue via une interface aérienne (Over-The-Air) du TSM. Les cartes de crédit mobiles peuvent être délivrées aux clients directement sur leur téléphone portable, en quelques minutes seulement. Le TSM garantit en outre un déroulement sûr et convivial de ce processus.

Mais la fonction mise à la disposition d'un client final par un TSM ne concerne pas uniquement la distribution initiale. Lorsque le client entre en possession d'un nouveau portable, le TSM gère le transfert des applications. Le TSM se charge aussi de bloquer les services en cas de perte du portable et de mettre les données à jour, par exemple lors du renouvellement d'un abonnement des CFF.

Sur le marché NFC émergent, le TSM est rémunéré par les fournisseurs de services pour la distribution des cartes

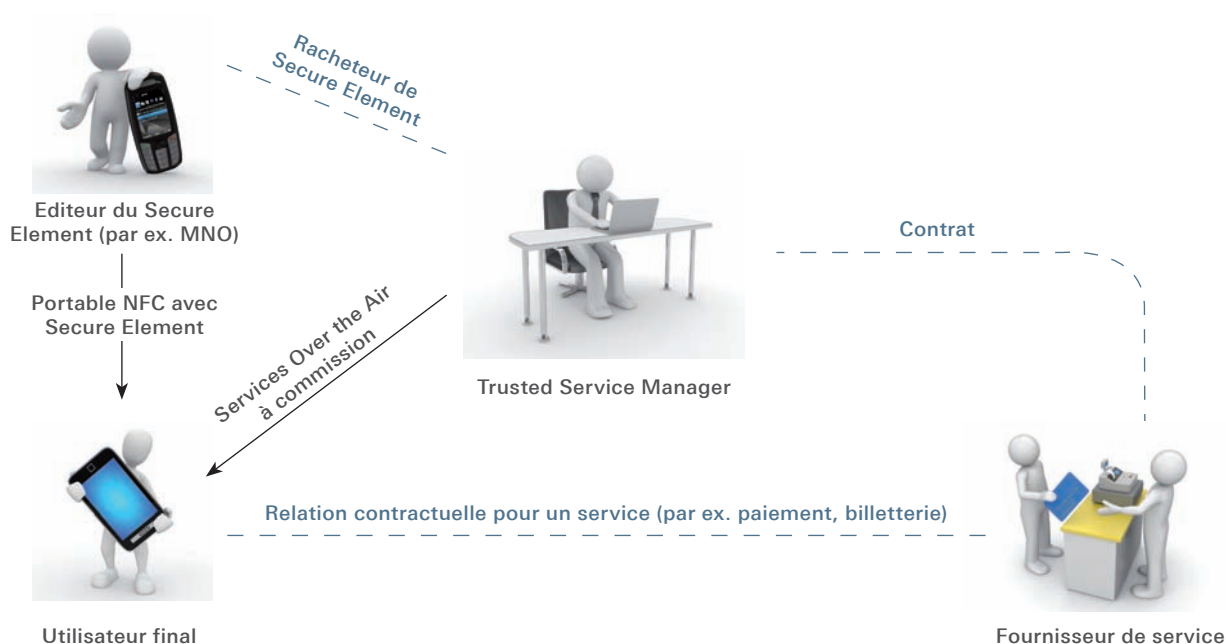
virtuelles. Le TSM verse une taxe à l'éditeur du Secure Element pour la mise à disposition de la mémoire multifonctionnelle, par exemple l'USIM dans le cas des MNO. Grâce aux différents facteurs de forme NFC, les banques peuvent par ailleurs éditer elles-mêmes des cartes Micro SD et donc proposer des services NFC indépendamment des MNO. En fait, il existera aussi bien des modèles de concurrence que des modèles de coopération parmi les participants au marché.

L'important pour le client, c'est naturellement l'acceptation. A savoir, où est-il possible de payer, de collecter des points, etc. Toujours plus de fabricants proposent des terminaux avec une interface sans contact en standard permettant d'accepter non seulement les 600'000 cartes de crédit sans contact actuellement en circulation en Suisse, mais également les paiements NFC.

Pourquoi la NFC sera-t-elle un succès? Les plus-values pour les clients, c.-à-d. des services plus efficaces et rapides, des offres ciblées et dans l'ensemble une nouvelle expérience d'utilisateur lors du paiement, seront incontournables à l'avenir. Ces plus-values sont rendues accessibles sur le portable par la gestion d'un portefeuille mobile de nos cartes et clés d'accès. Le NFC Wallet convertira le portable en couteau suisse du futur. <

Kurt Schmid, Directeur de NEXPERTS GmbH  
kurt.schmid@nexperts.com

### Les rôles dans l'écosystème



# Opérations financières avec des apps

La téléphonie mobile transforme notre vie, l'économie et les modèles commerciaux. Le secteur musical et cinématographique se trouve déjà en pleine mutation. Les maisons de presse craignent pour leur relation clientèle étant donné que des entreprises tierces telles que Google et Apple peuvent contrôler l'accès aux textes rédactionnels par le biais des iPads et téléphones portables. Impossible donc au trafic des paiements d'échapper à cette tendance.

En lançant l'iPhone en 2008, Apple a établi de nouveaux critères. Des terminaux faciles à utiliser associés à de nouveaux concepts tels qu'App Store permettent certes d'aborder les clients, de concevoir et de distribuer des prestations mais également d'être mis à profit pour le trafic des paiements.

## L'assistant financier personnel en poche

Dès la fin des années 90, de nombreux établissements financiers ont fait le premier pas vers une banque mobile en permettant à leurs clients d'interroger leur solde de compte par SMS. Ce n'est qu'avec la diffusion des applications pour iPhones que la banque mobile a de nouveau détourné l'attention du public. En automne 2010, PostFinance fut le premier établissement financier suisse à intégrer ses services SMS dans une application facile à utiliser. Ces derniers comprennent la possibilité d'interroger leur solde de compte, de virer de l'argent et de recharger leurs crédits de communication. Cette même application permet d'afficher les endroits où il y a des appareils Postomat, offices de Poste et succursales PostFinance et de suivre les cours des actions et des devises.



## Simplicité et sécurité des données

Afin de pouvoir effectuer des transactions financières ou obtenir des informations sur son compte, l'utilisateur doit s'inscrire une fois pour toutes à l'aide d'un processus d'authentification strict. Ceci met en jeu une carte, un lecteur de cartes ainsi que la méthode de filtrage challenge response. Une fois inscrit, l'utilisateur n'a plus qu'à saisir à chaque fois son mot de passe pour pouvoir accéder à ses informations, virer de petits montants et charger des crédits de communication. Le processus de cryptage et d'identification à

plusieurs niveaux veille à ce que les personnes non autorisées ne puissent ni interroger ni lire des données.

## Chance et risque

Le portable permet de réunir encore davantage les prestations de banque et de paiement fournies jusqu'ici séparément. Il n'est pas exclu que les services d'accès au compte et les fonctions de paiement disponibles dans des apps de tiers tels que SBB, Coop ou LeShop fusionnent à moyen terme. Les clients bancaires vont-ils vouloir déplacer de l'argent d'un compte à l'autre à partir du même appareil mais en ayant recours à divers dispositifs, masques et procédures de sécurité? La réponse comporte à la fois des chances et des risques. C'est là qu'intervient le secteur financier qui peut ainsi parvenir à maintenir et développer sa relation clientèle dans le cadre des opérations financières. <

Roland Greber, responsable PostFinance mobile  
roland.greber@postfinance.ch

Encadré: Sabrina Jantschik, SIX Card Solutions  
sabrina.jantschik@six-group.com

## Une app comme terminal mobile

À compter de l'été 2011, SIX Card Solutions proposera un nouveau terminal mobile de cartes. L'application mobile Saferpay constitue une version plus sophistiquée du premier terminal de cartes de crédit mobiles d'Allemagne «iPayMobile» lancé il y a un an. Outre les cartes de crédit usuelles, celle-ci traite également les prélèvements allemands. La nouvelle application est encore plus facile à utiliser et dispose de nombreuses fonctionnalités supplémentaires. Vous pouvez par exemple à présent passer au crédit des paiements par carte de crédit. L'app convient tout particulièrement aux services de messenger, chauffeurs de taxi ainsi qu'à tous les types de livraisons (par ex. de pizzas).

## Une carte prépayée pour Internet

Les Swiss Bankers Prepaid Services ont lancé en novembre dernier, en collaboration avec MasterCard, la carte «Internet Cash», une solution à prépaiement pour les achats par Internet. Fondée il y a 36 ans par les banques, en tant que Travelers Cheque Center, la société Swiss Bankers est elle-même devenue une banque entre-temps.

Près de 70% des personnes vivant en Suisse effectuent des achats par Internet. Plus de la moitié d'entre elles craignent néanmoins que les données de leur carte de crédit soient utilisées frauduleusement. Par ailleurs, 25% des helvètes aimeraient bien faire des achats en ligne mais ne possèdent pas de carte de crédit. La carte Internet Cash de Swiss Bankers et MasterCard vise à répondre aux besoins de ces consommatrices et consommateurs. Elle constitue également un excellent complément aux cartes de crédit des clients bancaires. Aucune cotisation annuelle n'est facturée aux titulaires d'une carte Internet Cash qui versent en règle générale une taxe équivalant à 2% du montant chargé et de frais de transaction de CHF 3, EUR 2 ou USD 3 par paiement en fonction de la monnaie de carte.



### Partenaires

La carte Internet Cash émise par Swiss Bankers est valable à tous les points d'acceptation du réseau mondial de MasterCard. Les titulaires d'une telle carte peuvent par conséquent payer directement en ligne auprès de plusieurs millions de prestataires. Les transactions sont traitées par MasterCard. La carte peut être demandée (et ensuite rechargée) aux guichets des quelque 140 bureaux de change des CFF disponibles partout en Suisse, ainsi qu'auprès de la Banque Cantonale de Saint-Gall. MasterCard® SecureCode™ offre en outre une protection accrue contre l'utilisation abusive des données de la carte sur

### Internet

La Banque Cantonale de Saint-Gall, actionnaire Swiss Bankers, a été l'un des premiers partenaires de distribution de la société. L'introduction du nouveau produit n'exige pas d'investissements importants, étant donné que tous les processus ainsi que le système de commande et

de décompte sont les mêmes que ceux utilisés pour la carte Travel Cash. Il n'y a aucune obligation de distribution pour les actionnaires. Bien entendu, la distribution peut également être assurée par des établissements financiers ne faisant pas partie de la société. <

Thomas Beck, CEO Swiss Bankers Prepaid Services SA  
thomas.beck@swissbankers.ch

### Expérience et investissements

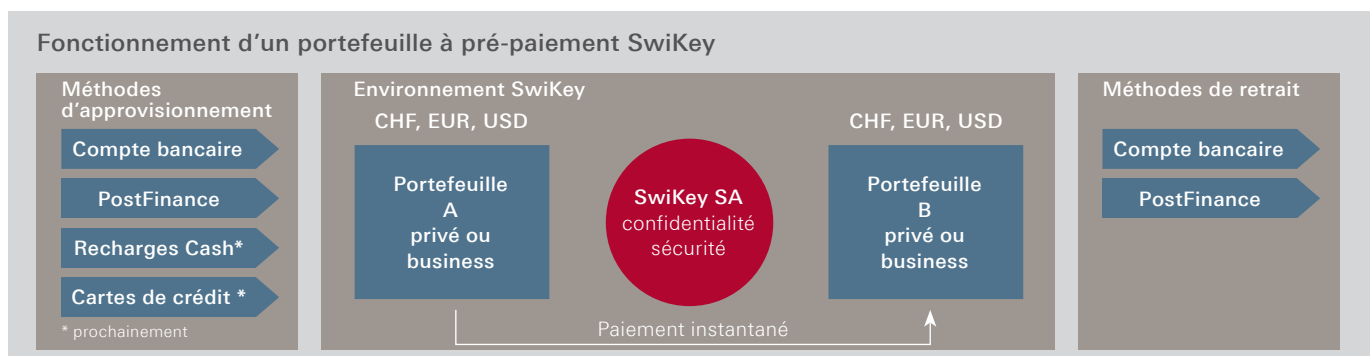
La distribution des moyens de paiement prépayés par l'intermédiaire des banques est l'activité de base de Swiss Bankers, et ceci pour des raisons historiques. En 1975, diverses banques créaient le Swiss Bankers Travelers Cheque Center en tant que société simple afin d'émettre les chèques en francs suisses. La forme juridique de l'entreprise a été modifiée en 2008. Le principal produit de Swiss Bankers, outre Easy Cash et Internet Cash, c'est la carte Travel Cash, une nouvelle version des fameux Travelers Cheques distribuée par 160 banques de Suisse. Avec la Travel Cash, l'entreprise a jeté les bases de l'activité d'avenir concernant les moyens de paiement électroniques prépayés. Elle peut désormais s'appuyer sur des plate-formes élaborées et des processus éprouvés sans devoir réinvestir à chaque lancement de nouvelles cartes.

### Cartes prépayées en Suisse

Outre Swiss Bankers, les sociétés émettant des cartes prépayées sont les suivantes: Cornèr Banque («Cornèrcard Reload»: MasterCard et Visa), PostFinance («Value»: MasterCard uniquement), Viseca («PrePaid»: MasterCard et Visa), Valartis («Advanced Card»: Visa uniquement) et SIX Multipay («CASH»). 67'600 cartes prépayées étaient en circulation à la fin de l'année 2009. Près de 16 millions de transactions, représentant un total de dépenses d'environ CHF 70 millions, ont été effectuées durant l'année. (Sources: Cornèrcard, PostFinance, Viseca, Valartis, BRI).

# Paiements en ligne sans carte de crédit

Récemment, une méthode globale, sécurisée et simple a été introduite pour exécuter et recevoir des paiements sans nécessairement recourir à une carte de crédit. C'est la première fois que la SuisseID – preuve d'identité électronique sécurisée – est utilisée par SwiKey dans le contexte des paiements.



Le but est de permettre aux acheteurs sur internet de payer en francs suisses, en euros ou en dollars par le biais de la vente de coupons de recharge à différents points de vente. Chaque membre inscrit (particulier ou entreprise) chez SwiKey possède un portefeuille électronique qu'il peut approvisionner de différentes manières: par virement bancaire, avec PostFinance e-finance ou PostFinance Card, avec des coupons de recharges disponibles à différents points de vente (prochainement) et avec une carte de crédit (prochainement). Le membre peut envoyer de l'argent à un autre membre ou payer sur un site commerçant partenaire. Les frais (1% pour le paiement direct ou 3% pour le paiement escrow, typiquement sur les sites d'enchères en ligne) sont à la charge du vendeur. Un système de change permet de convertir des devises. Il existe deux types de portefeuilles: limité ou illimité. Dans le premier cas, il n'est pas nécessaire de s'identifier lors de l'inscription en transmettant les documents de vérification. Les transactions sont alors limitées à CHF 5000, EUR 3500 et USD 4700

par année. Dans le cas des portefeuilles illimités, les détenteurs doivent s'identifier avant de pouvoir les utiliser. Il est possible d'utiliser la SuisseID pour s'inscrire rapidement ou se connecter de manière très sécurisée à son portefeuille. Le processus d'inscription est accéléré car il n'est pas nécessaire d'envoyer ses documents d'identification. L'accès à son portefeuille peut se faire de manière très sécurisée via un navigateur avec la SuisseID ou les mots de passe à usage unique (mobile-OTP) selon le choix de l'utilisateur. De plus, une application gratuite pour iPhone MPayment permet de consulter son solde, effectuer un paiement à un membre, retirer des fonds vers son compte bancaire ou approvisionner son portefeuille. L'intégration des services SwiKey chez les partenaires se fait de manière aisée et sécurisée grâce à l'IPN (Instant Payment Notification) dont la documentation est disponible sur demande. <

Joe Farage, SwiKey SA  
joe@swikey.ch

## SwiKey SA

L'entreprise est une start-up suisse active dans le trafic de paiements en ligne. Ses services ont été mis sur le marché il y a un an environ et la société commence sa phase de commercialisation à large échelle. SwiKey recherche des partenaires commerciaux dans le secteur du luxe, des compagnies aériennes, des voyages et des jeux en ligne. De plus, l'entreprise cherche à étendre son réseau de points d'approvisionnements cash.

## SuisseID

La SuisseID est la première preuve d'identité électronique sécurisée en Suisse permettant à la fois une signature électronique valable juridiquement et une authentification sécurisée. Grâce à elle, des transactions peuvent être conclues en ligne entre des particuliers et des entreprises, entre entreprises et entre les citoyens et l'administration.

# Pour régler leur compte aux malwares

Au cours de ces dernières années, les attaques visant les services bancaires sur Internet ont évolué. Les attaques relativement simples ayant pour but de voler des informations de connexion ont fait place à des méthodes plus intelligentes. Des programmes nuisibles, appelés logiciels malveillants ou malwares, sont conçus pour infiltrer l'appareil de l'utilisateur final et manipuler son contenu. Une implémentation pratique chez UBS montre comment éviter ces risques en tenant compte de la mobilité et du confort des clients et en respectant le plus haut niveau de sécurité.

Les attaques en vue d'une manipulation du contenu, qui visent les données transactionnelles saisies sur l'ordinateur du client, constituent la forme d'attaque la plus fréquente et la plus dangereuse. Elles se manifestent typiquement après que l'ordinateur du client a été infecté par le logiciel malveillant. La raison en est que, dans la pratique, l'ordinateur utilisé pour surfer, envoyer des courriels et accéder aux services Online-Banking est le même et que la cible des agissements frauduleux est de ce fait le plus souvent l'ordinateur du client dont la sécurité échappe à l'influence de la banque.

## Confirmation des transactions indépendante d'Internet et du PC

La seule réponse durable à cette menace est la double authentification. Après avoir effectué le contrôle d'identité lors de la connexion, il faut confirmer les données transactionnelles confidentielles sélectionnées, par exemple le bénéficiaire ou l'ensemble de la transaction, lors de la saisie. La méthode est basée sur une Trusted Plattform qui n'est reliée ni au réseau Internet ni à l'ordinateur du client. En d'autres termes: la procédure de confirmation des données transactionnelles confidentielles doit être transférée de l'ordinateur vers un appareil externe fiable doté d'au moins un écran ainsi que d'une ou de plusieurs touches et contenant les données de connexion de l'utilisateur. Ce dernier peut ainsi vérifier en toute fiabilité les données transactionnelles sélectionnées, par exemple le compte du bénéficiaire d'un ordre de paiement, sur l'écran externe et valider les données de la transaction à l'aide des touches de l'appareil externe. L'appareil génère en principe une signature propre à la transaction exécutée qui est transmise au serveur bancaire. Les données de connexion utilisées pour cette procédure sont toujours séparées de l'ordinateur du client. Autrement dit, l'appareil externe signe à chaque fois ce que l'utilisateur a lu et confirmé sur cet appareil.

## Une solution d'affichage isolée du système

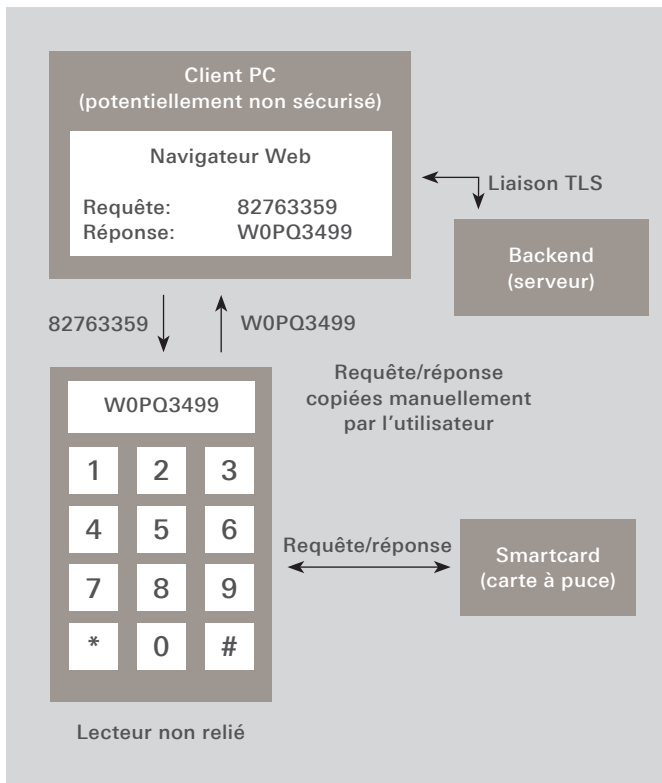
L'UBS Access Card, associée au lecteur de carte correspondant est une solution utilisée partout dans le monde par tous les clients ayant un accès à l'UBS e-banking

en Suisse. Ce système d'identification repose sur une application basée sur la carte à puce avec un appareil autonome servant à générer des codes et n'étant relié à aucun ordinateur ni réseau. Concrètement, le lecteur UBS Access Card est un lecteur de carte à puce avec un écran simple et un petit clavier. Les personnes bénéficiant d'une autorisation d'accès possèdent également une carte à puce (Smartcard) avec une clé personnalisée et un compteur lui permettant de fournir la réponse requise par le système. Le serveur de l'UBS e-banking crée une requête aléatoire spécifique à l'utilisateur sur un site Web en vue de l'authentification de l'utilisateur. Une fois qu'il a inséré la carte dans le lecteur et saisi le NIP, l'utilisateur transfère manuellement à partir du site Web les données de la requête sur le lecteur qui les transmet à l'UBS Access Card pour le calcul de la réponse. Enfin, l'utilisateur recopie la réponse affichée à l'écran du lecteur sur le site Web pour la transmettre au serveur de l'UBS e-banking.

Cette solution d'authentification a été étendue de façon à permettre la confirmation du bénéficiaire. Pour ce faire, le serveur exige une série de chiffres, à savoir le numéro de compte du bénéficiaire, avant de traiter la demande

## Confirmation efficace du bénéficiaire

Bien que la mise en pratique varie parfois d'un pays à l'autre, le succès de l'exécution d'un ordre de paiement ne dépend généralement pas de l'exactitude du nom et/ou de l'adresse du bénéficiaire saisis mais uniquement de l'exactitude du compte du bénéficiaire et/ou du numéro de référence du paiement saisis. Le point déterminant pour une confirmation efficace du bénéficiaire est donc le suivant: *identifier de manière unique l'élément se référant de manière univoque au bénéficiaire d'une transaction*, quels que soient sa banque et le type de paiement, puis autoriser l'utilisateur à vérifier et confirmer uniquement cet élément.



En ce qui concerne les aspects liés à l'activité, notamment le confort, la mobilité, l'intégration et le coût, la nouvelle méthode accroît considérablement les avantages offerts aux utilisateurs par rapport aux solutions proposées jusqu'ici. La méthode est intuitive et fonctionne avec tous les ordinateurs courants, ainsi que tous les systèmes d'exploitation et navigateurs Web, sans aucun logiciel supplémentaire à installer. Facile à emporter, le lecteur peut être utilisé quasiment partout, même si l'emploi du clavier est quelque peu encombrant. Enfin et surtout, les coûts en cas d'utilisation généralisée sont raisonnables.

Envue des attaques mentionnées, les services Internet-Banking modernes ne sont viables que si les banques évaluent précisément le bien-fondé de leurs solutions et que les utilisateurs sont conscients de leur responsabilité et de leur obligation de diligence quand il s'agit de protéger leurs données de connexion et de vérifier avec soin les données transactionnelles si nécessaire. <

Alain Hiltgen, UBS SA  
alain.hiltgen@ubs.com

Stefan Brunner, UBS SA  
stefan-pascal.brunner@ubs.com

d'exécution d'un ordre. Cela signifie que l'utilisateur doit saisir sur le lecteur le numéro de compte du bénéficiaire et recopier la réponse sur le site Web – exactement comme lors de l'authentification de l'utilisateur. A ce stade, le numéro de compte n'est pas indiqué sur le site Web car l'affichage à l'écran de l'ordinateur du client n'est pas considéré comme fiable. La personne bénéficiant d'une autorisation d'accès doit dans ce cas se procurer les informations fournies en vue de la confirmation conformément à l'instruction initiale relative au mandat ou à partir d'une autre source fiable. Si le numéro de compte représente une série de chiffres trop longue, le site Web signale la partie du numéro de compte qu'il faut utiliser. A titre d'exemple, si le numéro de compte est le 123456789 et que la série de chiffres 34567 doit être saisie, le site Web affichera les caractères 12xxxx89 pour guider l'utilisateur. Il ne serait pas possible de demander à l'utilisateur d'appliquer cette procédure de confirmation relativement longue à chaque transaction. Pour la plupart des utilisateurs, cette solution est uniquement envisageable en relation avec la gestion des bénéficiaires déjà confirmés et/ou fiables (white list management).

#### Résultats concrets

Du point de vue de la sécurité, cette solution permet de contrecarrer efficacement les attaques visant la manipulation du contenu si les clients et les personnes auxquelles ceux-ci ont accordé une autorisation d'accès sont également conscients de leur responsabilité et de leur obligation de diligence quant à l'exécution en bonne et due forme de la confirmation.

## Gestion des bénéficiaires confirmés

Pour garantir l'efficacité de la confirmation du bénéficiaire dans le trafic des paiements, il est primordial de *requérir une confirmation uniquement lorsque le bénéficiaire n'a été validé comme référence fiable ni par la banque ni par le client*. La saisie de bénéficiaires fiables consiste fondamentalement à établir des listes positives de bénéficiaires confirmés et fiables gérées par la banque et par chacune des personnes bénéficiant d'une autorisation d'accès parmi les clients. La gestion des bénéficiaires confirmés se traduit alors par l'ajout ou la suppression d'un bénéficiaire dans la liste positive personnelle d'un client par les personnes bénéficiant d'une autorisation d'accès. Avant le traitement d'une transaction, la banque vérifie ensuite uniquement si le bénéficiaire du paiement figure sur une liste globale de la banque ou sur la liste personnelle du client. Elle n'exige que rarement une confirmation supplémentaire, c'est-à-dire lorsque les personnes bénéficiant d'une autorisation d'accès d'un client saisissent pour la première fois un bénéficiaire qui n'est pas globalement fiable. Une telle gestion de bénéficiaires confirmés et fiables à plusieurs niveaux assure un confort élevé à la majeure partie des utilisateurs occasionnels réalisant généralement des transactions avec des bénéficiaires globalement fiables.

# Impressum

## Editeur

SIX Interbank Clearing SA  
Hardturmstrasse 201  
CH-8021 Zurich

## Commandes/Feed-Back

CLEARIT@six-group.com

## Edition

Edition 48 – Juin 2011

Paraît régulièrement, aussi en ligne sur [www.CLEARIT.ch](http://www.CLEARIT.ch).  
Tirage en allemand (1300 exemplaires) et en français (400 exemplaires) ainsi qu'en anglais (sous forme électronique sur [www.CLEARIT.ch](http://www.CLEARIT.ch))

## Conseil

Patrick Bürki, PostFinance, Boris Brunner, UBS SA, Susanne Eis, SECB, Martin Frick, SIX Interbank Clearing SA, Andreas Galle, SIX Interbank Clearing SA, André Gsponer (responsable), Enterprise Services SA, Gabriel Juri, SIX Interbank Clearing SA, Roger Mettier, Credit Suisse SA, Christoph Weder, Liechtensteinischer Bankenverband, Jean-Jacques Maillard, BCV, Giuseppe D'Alelio, BNS

## Equipe de rédaction

André Gsponer, Enterprise Services AG, Andreas Galle, Gabriel Juri (responsable) et Christian Schwinghammer, SIX Interbank Clearing SA

## Traductions

Français: Word + Image, anglais: HTS

## Présentation

Felber, Kristofori Group, agence de publicité

## Impression

Binkert Druck SA, Laufenburg

## Contacts

Product Management SIX Interbank Clearing SA  
T +41 44 279 4747  
Customer Service Swiss Euro Clearing Bank GmbH  
T +49 69 97 98 98 35

Vous trouverez d'autres informations sur les systèmes suisses de trafic des paiements sur le site Internet [www.six-interbank-clearing.com](http://www.six-interbank-clearing.com)



De plus amples informations concernant l'UBS Access Card Reader et la solution pour la clientèle entreprises (UBS Access Key): <http://www.ubs.com/authentication>.