

Communiqué de Presse

Automate bancaire : le clonage des cartes bancaires et les attaques de logiciels malveillants sont les principales menaces évoquées par les institutions financières

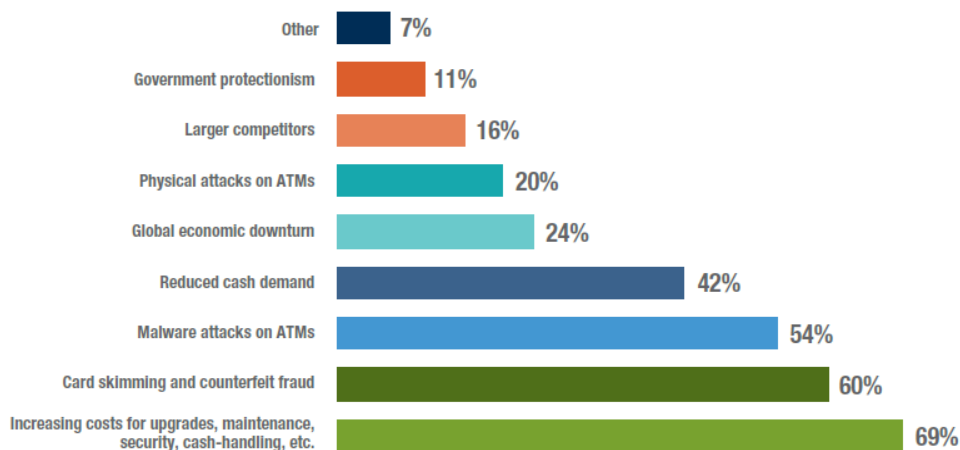
A l'heure où l'automate bancaire fête ses 50 ans, 50% des institutions financières pensent qu'il lui reste encore de beaux jours à vivre

09 Mars 2017

Selon une étude réalisée par ATM Marketplace "[2017 ATM Future Trends](#)" sponsorisée par Auriga, l'écosystème bancaire mondiale recense, parmi ses plus grandes menaces, 2 types de menaces liées à la sécurité des automates bancaires : 60% des sondés craignent le clonage de cartes bancaires et les fraudes relatives à la contrefaçon et 54% les attaques de logiciels malveillants sur les automates. La crainte de l'augmentation des coûts de maintenance, de mises à niveau et de gestion des espèces arrive en tête à 69%.

6. In the next five years, what do you see as the top three threats facing the ATM industry in your region?

Other includes: EMV, government regulations, mobile apps, higher interest rates, legacy infrastructure

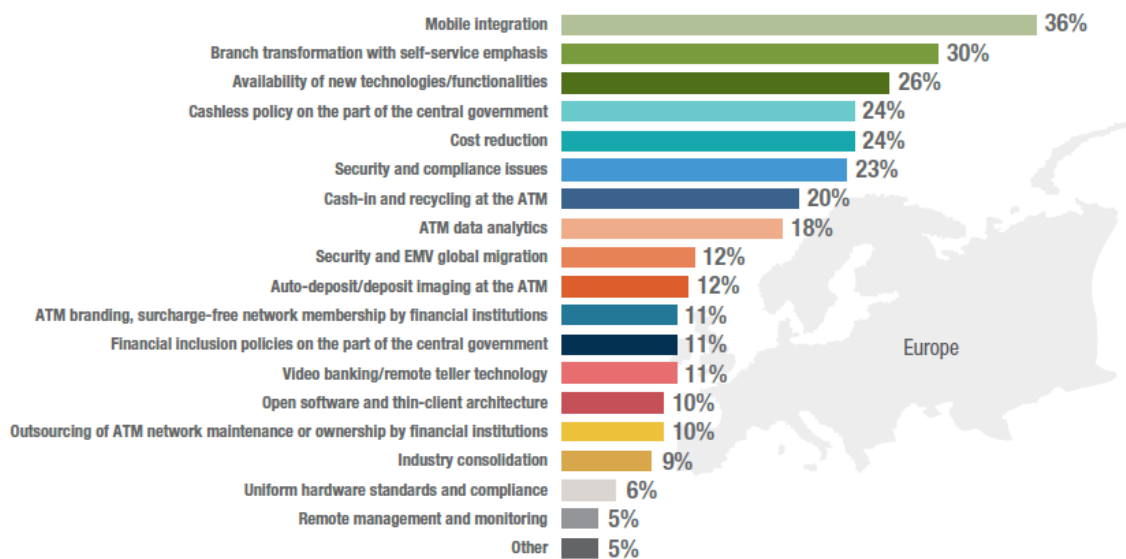


Pour Thierry Crespel, Responsable Commercial EMEA francophone de Auriga « *Le canal automate bancaire est un incontournable pour les institutions bancaires, et l'avènement du distributeur de billets a été une première étape dans le développement de la technologie du*

libre-service. Si les partisans d'une société sans cash voient les guichets automatiques comme des dinosaures, le distributeur automatique de billets n'en demeure pas moins le canal le plus fiable car entièrement sous contrôle de la banque – du choix de son emplacement à la sécurisation des transactions. De plus, les nombreuses certifications et réglementations auxquelles les banques doivent se conformer ajoutent un niveau de sécurité élevé à ce canal ».

A l'heure où le canal automate fête ses 50 ans, 50% de l'écosystème bancaire mondial pensent qu'il a encore un bel avenir. Cela se confirme avec les tendances européennes en matière d'innovation qui sont soutenues par l'intégration du mobile au canal automate pour 36% des sondés. La modernisation des agences bancaires et, par la même occasion, l'automatisation des services qualifiés à "faible valeur ajoutée" via la mise en place d'automates en libre-service et en libre-service assisté arrive en deuxième position à 30%.

**9. Which trends are most likely to affect the European ATM market in the next five years?
(choose three)**



Pour Thierry Crespel, Responsable Commercial EMEA francophone de Auriga « *Nous sommes convaincus que l'automate, lorsqu'il fait partie d'une architecture Web, va conserver sa place et prospérer dans la révolution bancaire actuelle. Cette évolution est inéluctable du fait de la modification des comportements clients et des questions liées à leur fidélisation. Le DAB et les nouvelles générations de machines en libre-service peuvent en effet offrir beaucoup plus de valeur et fournir de meilleurs services aux clients, s'ils sont gérés comme un canal entièrement intégré dans la stratégie omnicanal de la banque. »*

« On constate que l'automate bancaire reste l'interface principale entre les clients et leur banque. Cependant, les distributeurs automatiques sont encore un canal coûteux pour les institutions financières. Ils sont souvent gérés séparément, comme un canal à part entière isolé des autres canaux bancaires et offrent à ce jour à la clientèle, une gamme limitée de services. Or, la nouvelle génération de distributeurs automatiques, grâce à des logiciels beaucoup plus innovants et flexibles, permet de transformer ce distributeur de billets en un canal de communication beaucoup plus personnalisé et riche. Cette nouvelle génération d'automates permettrait ainsi aux banques d'extraire beaucoup plus de valeur et d'offrir un meilleur service à leurs clients et les fidéliser. »

Thierry Crespel ajoute *« L'heure est à l'uniformisation de l'expérience client au travers des différents canaux et il est temps d'en finir avec la simple 'co-existence' de canaux sans aucun lien, ni cohérence entre eux. C'est là tout le challenge des banques qui souhaitent rester dans la course face aux exigences de leur client et il y a fort à parier que celles qui n'investissent pas dans l'innovation technologique seront amenées à disparaître. »*

Pour avoir accès à l'ensemble des résultats de cette étude :

<https://www.atmmarketplace.com/whitepapers/2017-atm-future-trends/>

À propos d'Auriga :

Créé en 1992 en Italie, Auriga est un éditeur de solutions logicielles propriétaires et d'applications destinées à la banque omnicanal. La société a développé la suite logicielle WinWebServer (WWS) qui intègre les différents canaux de distribution de la banque de détail avec notamment les solutions WWS ATM, WWS Mobile et WWS Branch. Auriga dispose d'un portefeuille de plus de 150 clients, parmi lesquels se trouve les plus grands fournisseurs de services bancaires et institutions bancaires en Italie. Auriga a ouvert sa filiale à Paris en 2013.

Pour plus d'informations <http://www.aurigaspa.com/fr>

Contacts presse :

Agence onechocolate communications

Xavier Delhôme

xavierd@onechocolatecomms.fr

Tél: 01 41 31 75 09

Laure Guyon

laureg@onechocolatecomms.fr

Tél: 01 41 31 75 07