

# Auriga : une offre logicielle au cœur de la mutation du canal ATM

## A l'heure du multicanal triomphant, où en est la mutation des automates bancaires?

La réponse tient en quelques chiffres. D'abord, concernant Auriga, toutes offres logicielles confondues, le chiffre d'affaires est en progression de +21% en 2014 et de +36% en 2015 (19,8 Mn €). Une accélération de croissance dans laquelle l'évolution du canal automates et la transformation des agences prennent une part conséquente, face à une nette diversification de la demande et une évolution des modes de consommation des services bancaires. Plus généralement, selon l'étude *ATM Software 2016* de l'institut *Retail Banking Research (RBR)* publiée en mars dernier, l'adoption de solutions multi-constructeurs pour automates (cœur de métier d'Auriga) connaît une accélération significative, avec déjà 40% des automates équipés dans le monde. Pour l'Europe de l'Ouest, toujours selon *RBR*, ce taux d'équipement est de 67% en 2015 et monterait à 85% d'ici à 2020. Une tendance montrant à quel point cet élément joue un rôle clé dans la stratégie et la mise en œuvre de projets innovants au sein des réseaux bancaires.

## Comment se manifeste cette volonté d'innover de la part des banques?

Le constat d'Auriga est que tout part de la capacité à déployer facilement toutes sortes de services innovants sur les différents canaux de distribution en offrant au client une expérience personnalisée actualisée en temps réel et contextualisée. C'est précisément le point fort des solutions d'Auriga, fondées sur une architecture évolutive et modulaire de type client-serveur, avec gestion centralisée au niveau du serveur. Une architecture qui exploite les technologies *Web*, et qui, du coup, s'intègre aisément dans l'existant des banques. Face à la nécessité de redynamiser le canal automates au sein d'une approche omnicanal, rentabilisation du parc installé oblige, un nombre croissant de banques opte pour une infrastructure de libre-service évoluée dans laquelle les automates bancaires deviennent en quelque sorte des «*Web-ATM*» connectés à une gestion centralisée, véritablement omnicanal. Ce qui permet de

## « Le déploiement de nouveaux services, contribuant à redonner de la valeur d'usage au canal automate, est facilité par l'architecture Web proposée par les solutions logicielles d'Auriga »

«pousser» aisément et rapidement vers le canal ATM des services déjà déployés sur d'autres canaux (banque en ligne, agences, banque mobile), ou de concevoir des fonctionnalités inédites susceptibles de fidéliser et d'élargir la clientèle. Le retrait sans carte, par exemple, est une des fonctionnalités du cross-canal promises à une forte progression, aisément transposable en France. L'Italie a une longueur d'avance dans l'adoption du «*Web-ATM*» et le cross-canal à vocation marketing, avec notamment des automates proposant des menus personnalisés selon le profil client; une évolution parmi la centaine de fonctionnalités déjà disponibles en potentiel sur le canal automate. En France comme ailleurs, le paysage bancaire évolue avec l'arrivée de nouveaux acteurs adeptes du cross-canal, intéressés par les dispositifs permettant de pousser la personnalisation des services.

## Au-delà des us et coutumes, quels moteurs justifient cet écart de situation d'un pays à l'autre ?

Les banques italiennes, dont le parc automates est équipé à 99% de solutions multi-constructeurs (selon *RBR*), ont pris franchement le virage du «*Web-ATM*». La suite logicielle WinWebServer (WWS) d'Auriga à laquelle sont connectés 67% des automates des banques italiennes est le support qui, grâce à son principe d'orchestration et de gestion centralisée, permet à ces banques de repenser le parcours client, de jouer l'omnicanal «sans couture», de garantir ainsi que le client puisse amorcer une opération sur un canal (banque en ligne par exemple), la poursuivre sur un autre (banque mobile), pour la finaliser sur un autre encore (automate). C'est la carte que joue notamment Cariparma (filiale italienne du groupe Crédit Agricole) pour introduire de nouveaux services

qui contribuent à redonner de la valeur d'usage à l'automate.

En France, le mouvement est tout juste amorcé avec 49% du parc automates équipé de solutions multi-constructeurs (source *RBR*). La rentabilité du canal automate est remise en question au sein des banques et le parc est malheureusement encore majoritairement cantonné au panel traditionnel de fonctionnalités des ATM (retrait et dépôts de cash, consultation de comptes, impression, etc). Mais on commence à jouer la carte de la différenciation au travers du multicanal. Cela passe, par exemple, par la mise sur pied de zone de self-service assisté, avec des fonctionnalités confiées aux automates et des «appli» installées sur les tablettes du personnel de la banque qui peut intervenir en temps réel auprès du client. Cela passe aussi par la disponibilité de service 24/7 du canal automate. A cet égard, l'adoption d'un système proactif de télésurveillance est une brique d'autant plus essentielle que se complexifie la gestion du canal. Là encore, le principe d'architecture distribuée à la base des solutions logicielles d'Auriga y pourvoit. Auquel s'ajoutent certaines technologies de supervision et de suivi automatisé qui assurent non seulement une optimisation de la disponibilité du service mais aussi la proactivité face aux possibilités de dysfonctionnement.



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