

Ségolène Darut, Auriga : « La proposition de services extra-bancaires sur automate va décoller en France »



Ségolène Darut, Auriga

Leader sur le marché italien avec 64 % de parts selon l'étude RBR, Auriga est un éditeur indépendant de logiciels destinés notamment à la filière des automates bancaire. Dans une logique réellement multi-constructeurs et constructeur-indépendant, la société propose plus d'une centaine de fonctions du simple retrait ou dépôt à des fonctions de paiement et de rechargement, en passant par les achats de billets de spectacles, etc. L'éditeur, présent dans de nombreuses banques en Italie comme Poste Italiane, très présente dans les paiements, Intesa Sanpaolo, CartaSi (ex- KeyClient) ou encore Cariparma du Groupe Crédit Agricole, fait ses premiers pas sur le marché français. Dans le sillage du britannique KAL, Auriga confirme la scission sur le marché des automates bancaires des fabricants de matériels et d'éditeurs de logiciels, une évolution mise en avant dans cette interview par Ségolène Darut, responsable marketing et communication d'Auriga.

Comment se positionne Auriga sur le marché des logiciels pour automates bancaires ?

Auriga a été créé en 1992 afin de proposer aux banques une solution de banque sur Internet. Depuis, la société a construit une plate-forme multicanal, proposant une gamme complète de produits et de services pour le développement et la gestion intégrée des différents canaux de distribution libre-service, intégrant les automates mais répondant aussi aux besoins de la banque mobile. Aujourd'hui, Auriga compte plus de 150 employés. En Italie, l'étude 'Multivendor Software Market' du cabinet britannique RBR nous crédite de 64 % du marché des logiciels pour automates. Auriga est également présent au Royaume Uni depuis 2012 ainsi que dans les Balkans où la solution est installée sur les filiales du groupe Intesa Sanpaolo. Aujourd'hui, plus de 30.000 automates sont connectés à notre plate-forme WWS (WinWebServer). Nous avons démarré nos activités en France il y a à peine un an et nous répondons depuis aux différents appels d'offres. En France, les grands projets de totale refonte du canal automate ont déjà été conduits dans les grands réseaux bancaires. Néanmoins, de par notre

approche innovante, la modularité de notre solution et l'expertise de notre société, nous pouvons toutefois proposer à ces banques des offres ponctuelles comme des modules de télésurveillance ou de marketing ; ou des solutions cross-canal telles que le retrait ou la personnalisation de son menu sur l'automate depuis le canal mobile. Le segment des autres banques est plus ouvert et nous comptons remporter d'ici peu nos premiers clients.

Qu'est-ce qui vous différencie de vos concurrents ?

La principale différence est que notre application WWS ATM bénéficie d'un avantage unique de part une pré-certification octroyée par l'autorité de certification indépendante Consorzio Bancomat sur l'ensemble des modèles d'automates disponibles sur le marché. C'est un atout majeur à l'heure où le marché se scinde clairement entre fournisseurs d'automates, créneau où les marges tendent à baisser, et celui des logiciels multi-constructeurs où la concurrence devient plus vive. Nous proposons à présent une centaine de fonctionnalités pour le canal automate, une offre diversifiée qui permet aux banques de fidéliser leurs clients en offrant toutes sortes de possibilités dans de très courts délais. Une banque peut envisager par exemple de proposer des dons à des organismes caritatifs suite à un tremblement de terre ou simplement de payer ses factures sur l'automate et la banque en ligne. L'intégration de ce canal avec le CRM commence aussi à faire son chemin. C'est le cas en Italie chez Intensa Sanpaolo. Certaines fonctionnalités comme la conversion des paiements dans la monnaie du pays du porteur peuvent être proposées à des personnes qui ne sont pas clientes de la banque. Nous sommes convaincus que le marketing et le déploiement de services extra-bancaires sur le canal automate va décoller en France d'ici peu. Les institutions vont peu à peu oublier le modèle de gestion « en silos » des canaux au profit d'une approche centrée client : notre vision à terme est que le canal automate fasse partie intégrante de l'architecture omnicanal.

Poste Italiane semble être l'un de vos principaux clients. Quelle solution Auriga ont-ils déployé ?

La filiale bancaire BancaPosta de Poste Italiane compte 6,1 millions de clients dans la péninsule, desservis par 14 000 agences et 49 000 terminaux de paiements. Son service de banque en ligne compte 2,5 millions de clients alors que son service de banque mobile en a déjà 2 millions. Poste Italiane occupe une position de leader dans les paiements grâce à une offre complète et innovante de produits accessibles au travers de différents canaux. Elle compte 11 millions de cartes de débit Postamat, 12 millions de cartes prépayées et 0,5 million de cartes de crédit. En matière d'automates, elle gère un parc de 7162 unités et de 60 kiosques, représentés à part égales par les constructeurs NCR et Wincor Nixdorf. La banque a lancé le projet « 100 % Acceptance ATM » dans le but d'accepter tous types de cartes et de multiplier les fonctionnalités en offrant le chargement à distance, le marketing 'one-to-one' grâce à l'intégration avec le CRM de la Banque, ainsi que de garantir une plus grande accessibilité du canal automate en proposant une interface adaptée aux malvoyants. Auriga a été choisi pour ce projet en raison de la flexibilité de son offre et son indépendance par rapport aux constructeurs. Les logiciels Auriga qui sont déployés par télédistribution ne nécessitent en outre l'installation d'aucun matériel spécifique. En novembre 2013, 2000 automates de BancaPosta étaient raccordés à notre plate-forme WWS et quelques mois plus tard, en janvier 2014, les 7162 l'étaient aussi à travers une télédistribution massive et sans intervention en local. L'institution italienne confirmait alors les compliances avec les certifications italiennes Bancomat et PagoBancomat, l'acceptation des retraits Bancomat, la migration complète à l'EMV (chip technology), le rechargement via mobile des cartes prépayées, le paiement des factures via Visa et rechargement à distance ainsi que le marketing direct. Au total, dix-huit fonctions sont aujourd'hui déployées sur le canal automate de BancaPosta.