



Vérification numérique pour les entreprises canadiennes : Pistes de réflexion pour les décideurs

Introduction

La confiance est le fondement de toute relation importante, aussi bien entre amis qu'entre membres d'une même famille.

Lorsque les consommateurs interagissent avec une entreprise, ils doivent être certains que leurs informations personnelles seront protégées et utilisées aux fins prévues. Pour les entreprises, la confiance est tout aussi importante. Afin de fournir en toute confiance et en toute sécurité un produit ou un service personnalisé de haute qualité, les entreprises doivent avoir la certitude que les clients sont bien ceux qu'ils prétendent être.

Que ce soit pour ouvrir un nouveau compte bancaire, commencer un nouvel emploi, s'inscrire dans une école ou simplement créer un profil en ligne auprès de son détaillant préféré, la vérification et la confiance des informations échangées permettent aux organisations d'atteindre leurs objectifs, qu'il s'agisse d'augmenter les recettes en période de difficultés économiques, d'optimiser les coûts en utilisant les canaux numériques ou de retenir les meilleurs talents possibles.

Ce constat pourrait expliquer pourquoi 91 % des dirigeants d'entreprise interrogés en 2023 par la firme PwC ont déclaré que la capacité à renforcer et à conserver la confiance améliore le résultat net,¹ et pourquoi 79 % des consommateurs sondés par Interac Corp. (Interac) dans le cadre de la Semaine de la protection des données ont indiqué que la protection de leurs données était très importante pour renforcer la confiance.²



La confiance est la pierre angulaire de toute relation significative, qu'elle soit personnelle ou professionnelle. En adoptant des solutions de vérification numérique, les organisations peuvent instaurer et maintenir la confiance, ce qui permet ultimement de stimuler la croissance, d'optimiser les coûts et de réduire le risque de fraude.

Debbie Gamble,
*Responsable en chef, Laboratoires d'innovation et
Nouvelles entreprises chez Interac Corp.*



Interac, l'entreprise de services financiers la plus fiable au Canada,³ a récemment mené un sondage auprès de près de 300 décideurs sur les sujets suivants :

- La connaissance actuelle des solutions de vérification numérique ;
- Les caractéristiques de la vérification numérique qui offrent le plus grand potentiel et les plus grandes possibilités ;
- Les obstacles à l'adoption et les projets pour l'avenir.

Pour plusieurs organisations, l'implantation de pratiques de vérification numérique nécessitera une collaboration accrue entre différents départements tels que les opérations, les TI, les affaires juridiques et les ventes. Leur apport est essentiel pour identifier et définir les cas d'utilisation où la vérification numérique apportera de la valeur. Les chefs des TI (CIO) et leurs équipes doivent donc évaluer l'impact sur les processus quotidiens et aider à la sélection et au déploiement des bonnes solutions.

1. <https://www.pwc.com/us/en/library/trust-in-business-survey-2023.html#:~:text=The%20trust%20that%20businesses%20build,trust%20improves%20the%20bottom%20line> (anglais)

2. <https://www.interac.ca/fr/contenu/nouvelles/selon-un-nouveau-sondage-publie-durant-la-semaine-de-la-protection-des-donnees-le-controle-est-une-priorite-pour-la-population-canadienne-lorsqu'il-sagit-de-renseignements-personnels/>

3. As named by the 2023 Gustavson Brand Trust Index: <https://www.uvic.ca/gustavson/brandtrust/top-10/index.php> (anglais)

Le chemin vers la vérification numérique peut être simplifié si les dirigeants d'entreprise et des TI ont une meilleure compréhension de l'état d'avancement de leurs pairs.

Ce rapport explore plus en détail les données du sondage afin d'offrir aux entreprises canadiennes des conseils pour tirer parti des solutions de vérification numérique dont elles ont besoin.

L'étude de cas sur la vérification avancée

Les entreprises canadiennes sont profondément engagées dans la transformation numérique, mais leur travail est loin d'être terminé. Le passage rapide au commerce électronique et au travail à distance pendant la pandémie n'était qu'un début. Les progrès rapides de technologies telles que l'IA générative offrent des occasions de réinventer complètement la façon dont les entreprises élaborent les documents de commercialisation et fournissent le service à la clientèle. Actuellement, de nombreuses organisations se concentrent sur l'offre de fonctionnalités omnicanales pour commercialiser, vendre et soutenir les clients selon la manière dont ils préfèrent s'engager avec une marque.

Toutefois, selon un sondage auprès des chefs des TI mené cette année par une firme canadienne de recrutement, deux tiers d'entre eux doutent de la capacité de leur organisation à mener à terme des initiatives clés, et certains problèmes comme les menaces de cybersécurité représentent une grande préoccupation.⁴

La réussite de la transformation numérique passe par une bonne maîtrise des principes de base. Une bonne expérience client, par exemple, doit être basée sur la facilité d'utilisation tout en équilibrant la sécurité, la confidentialité et le consentement.

En revanche, certaines entreprises accueillent leurs nouveaux clients en leur demandant de se présenter dans un lieu physique avec une pièce d'identité imprimée délivrée par l'État ou une facture d'électricité imprimée portant leur nom et leur adresse et livrée par voie postale. Ces documents, qui peuvent être volés ou même falsifiés, augmentent le risque que les clients ne soient pas ceux qu'ils prétendent être.

Cette façon de procéder entraîne des complications à un stade critique du parcours du client, c'est-à-dire au moment où les entreprises ont besoin d'instaurer la confiance qui conduit à une fidélité à long terme et à une plus grande valeur de la durée de vie du client. Elle ne tient pas non plus compte du fait que les préférences des clients évoluent clairement en faveur des canaux numériques. Un sondage réalisé par Interac a révélé que près de sept Canadiens sur dix (69 %) s'attendent à pouvoir accéder à tous les services gouvernementaux en ligne.⁴

Les risques du processus traditionnel de vérification s'appliquent également à l'intégration des employés. L'accueil d'un nouveau membre de l'équipe doit être rapide, facile et sécurisé, pour permettre aux employés d'être opérationnels. Comme de plus en plus d'entreprises cherchent à embaucher et à employer des personnes qui travaillent à distance ou dans le cadre d'un modèle de travail hybride, les vérifications manuelles et sur papier créent des obstacles évidents.

Les entreprises canadiennes l'ont bien compris : selon le sondage Interac réalisé en vue de ce rapport, huit décideurs sur dix reconnaissent que les solutions de vérification numérique rendent leur

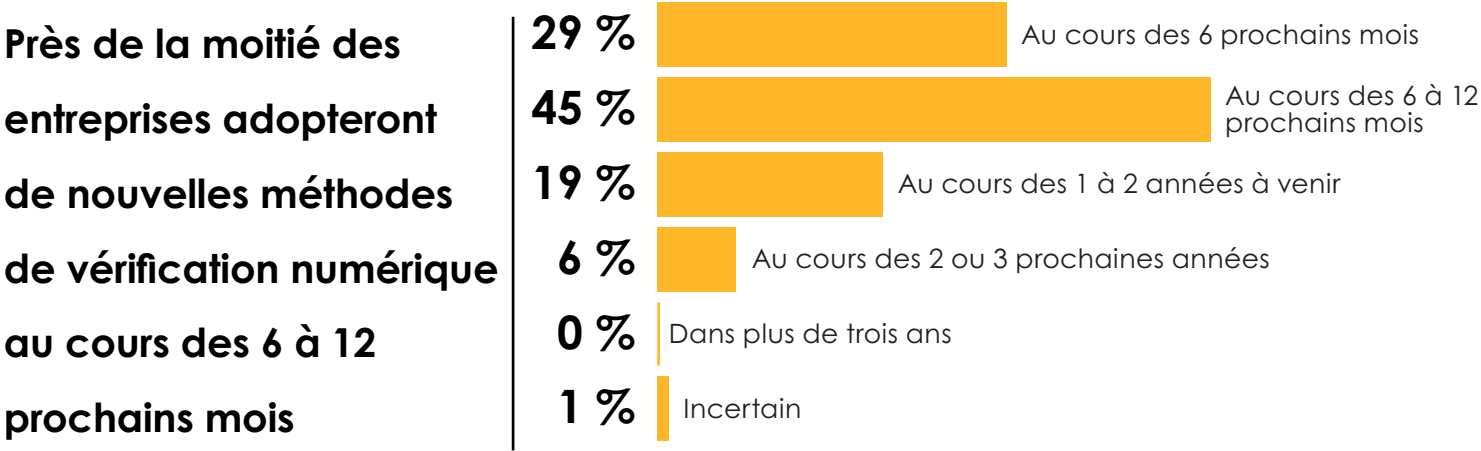
4. <https://www.randstad.ca/fr/employeurs/tendances-employeur/technologies/les-priorites-des-dirigeants-des-ti-dans-un-marche-dynamique/>

5. <https://www.interac.ca/fr/contenu/nouvelles/selon-un-nouveau-sondage-publie-durant-la-semaine-de-la-protection-des-donnees-le-controle-est-une-priorite-pour-la-population-canadienne-lorsquil-sagit-de-renseignements-personnels/>

organisation plus sûre pour les employés. En effet, la plupart d'entre eux considèrent que la vérification est autant essentielle pour les clients que pour les employés. Cette vision globale est de bon augure pour la manière dont les entreprises adopteront la vérification numérique et fournit un niveau de référence utile aux chefs des TI qui la soutiendront.

La possibilité de vérifier numériquement les données des clients n'offre pas seulement une meilleure expérience, mais aussi la certitude que les informations critiques sont protégées. Alors que de nombreuses organisations placent de plus en plus d'applications et d'infrastructures dans des environnements d'informatiques en nuage (cloud computing), les acteurs malveillants élaborent des moyens de plus en plus sophistiqués pour les cibler. En fait, une étude de 2023 a révélé que le nombre de violations de données réussies au Canada a plus que doublé au cours de l'année dernière.⁵

Le sondage Interac a révélé que 57 % des dirigeants d'entreprise interrogés cherchent à adopter des solutions de vérification numérique ou voient la pertinence de comprendre comment ces solutions peuvent aider leur entreprise. Près de la moitié de ceux qui cherchent à adopter des solutions de vérification numérique utiliseront une de ces solutions au cours des six à douze prochains mois. Ce sentiment d'urgence fera partie des priorités des chefs des TI et de leurs équipes lorsqu'ils planifieront la prochaine phase de transformation numérique.



Le « pourquoi » de la vérification numérique est évident. Le défi le plus important est sans doute de trouver le « comment ». Les processus et les technologies en place aujourd'hui constituent un excellent point de départ.

5. <https://www.interac.ca/fr/contenu/nouvelles/selon-un-nouveau-sondage-publie-durant-la-semaine-de-la-protection-des-donnees-le-contrôle-est-une-priorité-pour-la-population-canadienne-lorsqu'il-sagit-de-renseignements-personnels/>



Les approches actuelles de la vérification numérique au Canada

Question : quand vous pensez à des termes comme « intégration des clients » ou « vérification », qu'est-ce qui vous vient à l'esprit ?

Les réponses des décideurs ayant participé au sondage Interac allaient de « sources de données multiples » à « biométrie ». Certains ont répondu par des commentaires réfléchis tels que « Nous devons être sûrs que les informations sont exactes » et « C'est une démarche importante que toute entreprise traitant de grandes quantités d'argent devrait entreprendre. »

Lorsque l'on interroge les décideurs sur leurs solutions de vérification existantes, l'authentification multifacteur (AMF), les notifications poussées et l'utilisation d'informations d'identification gouvernementales figurent toutes sur la liste. Mais il en va de même pour l'utilisation des adresses électroniques et des identifiants de connexion aux médias sociaux. Ces méthodes étaient presque aussi courantes que les approches plus sécuritaires.

41 %

L'identité des employés est vérifiée par la réception d'un code ou d'une notification poussée sur leur téléphone ou leur courriel — connue sous le nom d'authentification à deux facteurs ou multifacteur

40 %

Les clients partagent les informations d'identification gouvernementales avec mon entreprise pour accéder à nos services

40 %

L'identité des clients est vérifiée par la réception d'un code ou d'une notification poussée sur leur téléphone ou leur courriel — connue sous le nom d'authentification à deux facteurs ou multifacteur

39 %

Les clients accèdent aux services de mon entreprise en utilisant des informations d'identification non gouvernementales (par ex. informations bancaires, identifiants de courriel ou de médias sociaux)

36 %

Nos employés partagent les informations d'identification gouvernementales avec mon entreprise pour accéder à nos services

33 %

Les employés accèdent aux services de mon entreprise en utilisant des informations d'identification non gouvernementales (par ex. informations bancaires, identifiants de courriel ou de médias sociaux)

5 %

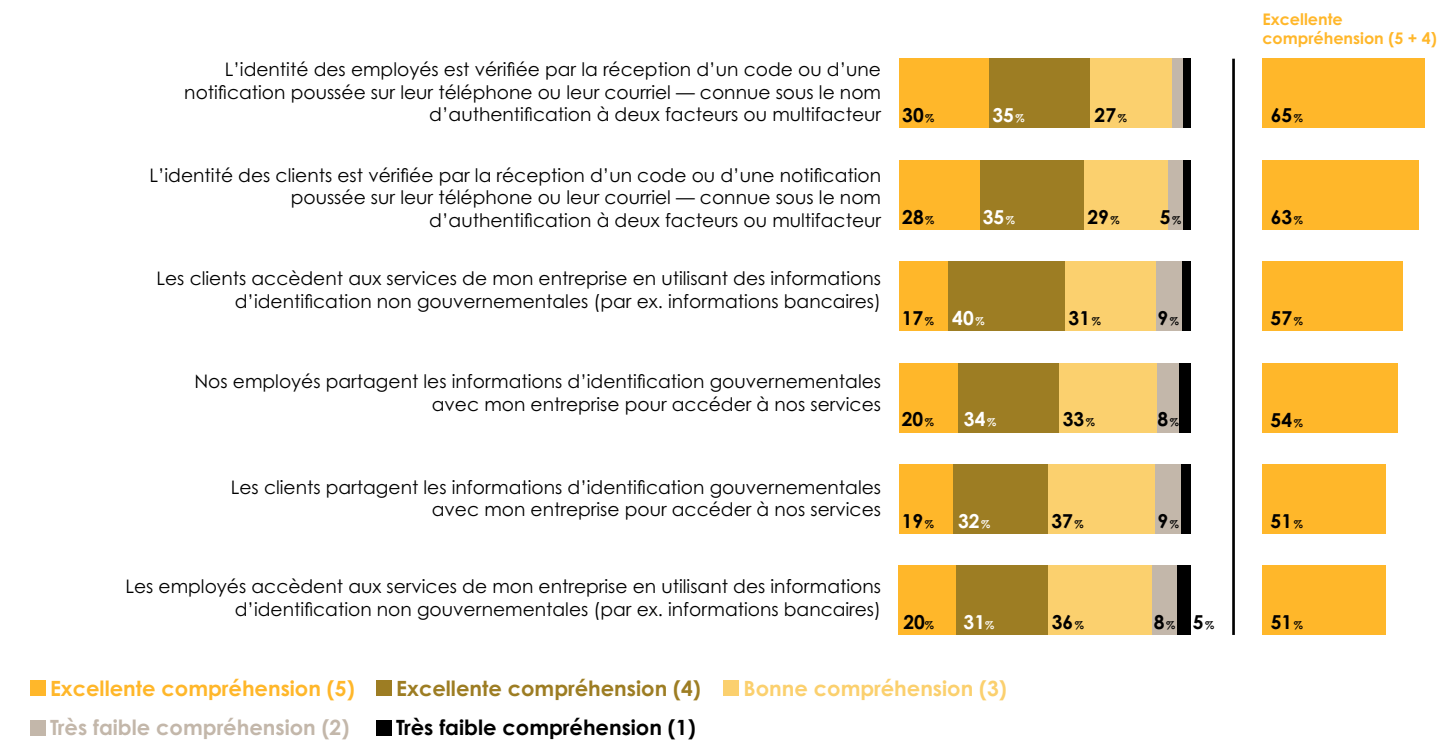
Aucune de ces réponses

Cela nous ramène à l'importance de la confiance. Les entreprises ne peuvent pas nécessairement faire confiance aux données des clients qu'elles vérifient par l'entremise des adresses électroniques et des identifiants de médias sociaux. Par le fait même, les clients ne font pas entièrement confiance à ces méthodes non plus.

Dans le sondage Interac mené dans le cadre de la Semaine de la protection des données, plus de la moitié des répondants (58 %) ont déclaré utiliser des identifiants de médias sociaux pour accéder à des services en ligne, mais seulement un sur dix confie ses informations personnelles à ces comptes. Cinquante pour cent ont également déclaré qu'il était fastidieux de créer de nouveaux noms d'utilisateur et de nouveaux mots de passe chaque fois qu'ils traitent avec une entreprise pour la première fois.⁶

6. <https://www.interac.ca/en/content/business/how-you-and-your-customers-will-take-charge-with-interac-wherever-they-are/>

Les entreprises ont dû trouver un équilibre entre le besoin de vérification et la nécessité de demeurer compétitives en élargissant la gamme d'expériences numériques qu'elles offrent à leurs clients. Les personnes qui prennent les décisions importantes n'ont pas toujours les connaissances nécessaires pour faire la distinction entre l'authentification et la vérification. Il s'agit d'une courbe d'apprentissage à laquelle, selon les résultats de ce sondage, de nombreux dirigeants d'entreprise commencent à peine à prendre en compte.

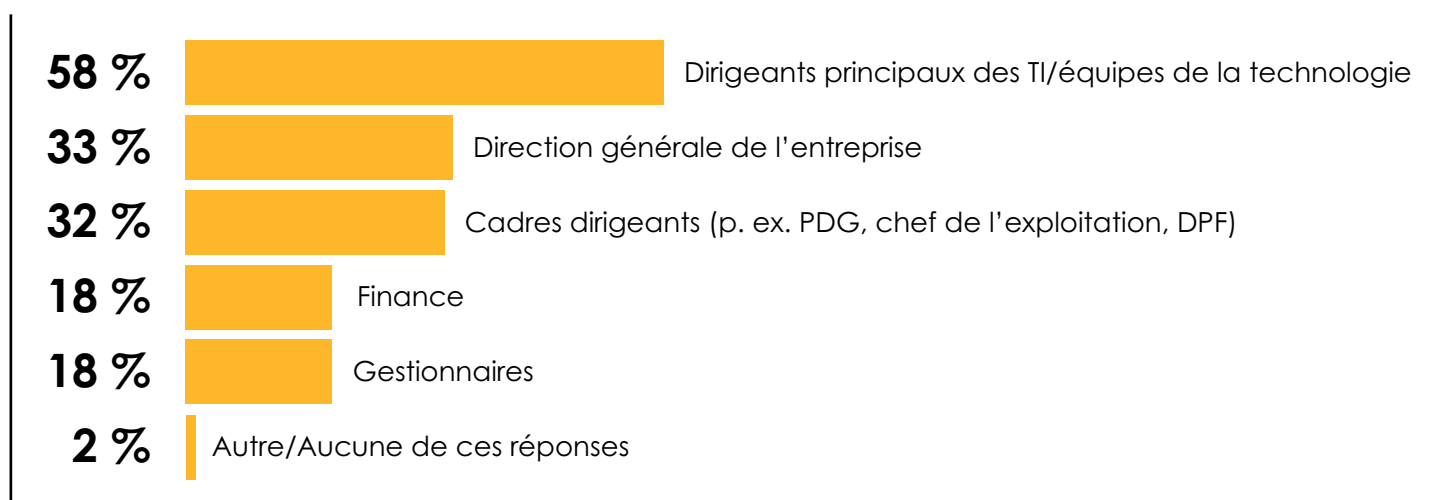


Une meilleure compréhension du fonctionnement de la vérification numérique par les dirigeants d'entreprise pourrait également contribuer à lever les principaux obstacles à l'adoption. Il s'agit notamment des inquiétudes liées à la protection des données, suivies d'un manque d'information sur les avantages des solutions potentielles.



Heureusement, il existe des solutions de vérification qui utilisent les renseignements de partenaires de connexion de confiance aux yeux des Canadiens, comprenant généralement les institutions financières, pour soutenir les entreprises de toute taille et de tout secteur d'activité.

Étant donné l'importance stratégique de la vérification numérique pour les entreprises, il faut une plus grande implication de la part de ceux qui sont directement responsables de la conception, de la gestion et de l'exécution de l'expérience client. Actuellement, les responsables des technologies de l'information sont les champions les plus susceptibles de promouvoir la vérification numérique, alors que seulement 32 % des décideurs sondés estiment que les membres de direction au sein de leur entreprise, tels que les directeurs financiers, s'y intéressent. Cette situation pourrait changer à mesure que la vérification numérique s'intègre dans les processus essentiels de l'entreprise.



Comme pour tout autre domaine dans lequel les entreprises et les services informatiques collaborent, le premier point à l'ordre du jour est de développer une vision commune du produit final.

La vérification réimaginée : Les résultats idéaux souhaités par les entreprises

L'orientation client ne se limite pas à offrir des produits et des services pertinents à votre public idéal. Il s'agit aussi de simplifier le processus d'achat et de fournir une assistance après l'achat.

L'orientation client consiste à donner le contrôle aux personnes que vous servez. Il s'agit de concevoir des expériences qui leur permettent d'interagir par les canaux qu'ils souhaitent, d'utiliser leurs informations personnelles seulement lorsque le consentement explicite est obtenu et de modifier la manière dont vous vous engagez avec eux à mesure que leurs préférences évoluent. Cela signifie également qu'il faut traiter les informations relatives aux clients avec la même protection que celle que vous accorderiez à n'importe quel actif important. Le sondage montre que 57 % des décideurs reconnaissent que l'amélioration de l'expérience client et la facilitation de l'accès aux services sont des caractéristiques attrayantes des solutions de vérification numérique.



La demande des consommateurs pour des interactions numériques ne fait qu'augmenter. Cette tendance signifie que toute entreprise ou organisation qui exige de se présenter dans un lieu physique ou d'avoir une pièce d'identité imprimée risque de perdre des clients qui recherchent d'emblée des solutions en ligne et numériques. Les entreprises de tous types doivent réfléchir à la manière dont elles vont permettre à leurs clients d'interagir avec elles numériquement tout en préservant la sécurité de leurs données personnelles.

Neil Butters,
Vice-président Produits, Interac Vérification



La vérification numérique fait partie intégrante de l'orientation client et offre aux clients plusieurs options pour vérifier et authentifier leurs informations personnelles. C'est une approche qui fonctionne dans toutes les situations du quotidien, qu'il s'agisse de tenter d'accéder aux informations fiscales auprès du gouvernement, de réserver un voyage en avion ou de fournir des accréditations à un employeur potentiel au cours du processus d'embauche.

Les résultats du sondage ont démontré que l'orientation client est une importante priorité. L'amélioration de l'expérience client se classe en deuxième position, après la sécurité des données des clients et des employés, dans la liste des caractéristiques de vérification les plus attrayantes.

61%

Améliorer la sécurité des données des clients

57%

Améliorer la sécurité des données des employés

52%

Améliorer l'expérience des clients en leur facilitant l'accès aux services

52%

Améliorer l'expérience des employés en leur facilitant l'accès aux services

47%

Protéger notre entreprise contre les atteintes à la protection des données

47%

Réduire le risque de fraude ou d'échange d'informations inexacts

33%

Assurer la conformité avec les réglementations ou les normes de sécurité des données

27%

Réduire les coûts par rapport à la vérification et à l'authentification en personne/physique

24%

Se connecter à des normes nationales ou à des systèmes de vérification

23%

Offrir aux clients des moyens novateurs d'accéder aux services numériques existants et nouveaux

2%

Ne sait pas

Mais ce n'est pas tout : une grande partie des personnes interrogées veulent des solutions de vérification qui les aident à rester en conformité avec les réglementations de leur industrie, contribuant ainsi à réduire le risque d'activités frauduleuses et à économiser des coûts par rapport aux méthodes plus manuelles pour prouver l'identité des clients.

Près de la moitié des dirigeants d'entreprise (47 %) considèrent également la vérification numérique comme un moyen de protection efficace contre les fuites de données. Offrir une vérification numérique qui renforce la confiance pourrait être un point de différenciation concurrentielle dans certains secteurs d'activité.

Cela soulève une autre question essentielle : les entreprises canadiennes présenteront-elles les méthodes de vérification numérique sous leur propre marque ou sous celle d'un fournisseur ? Une fois encore, les résultats du sondage sont éloquentes : près de 70 % des répondants qui utilisent la vérification numérique offrent la vérification numérique sous la marque d'un fournisseur ou la font endosser par un fournisseur.

Pourquoi ? Selon les répondants du sondage, il est plus pratique d'utiliser la marque d'un fournisseur. Elle envoie également un message important aux clients : « Cette forme semble plus sûre et montre qu'un tiers est impliqué dans le processus de sécurité », a déclaré un répondant, tandis qu'un autre a ajouté : « Cela permet de rendre des comptes en plus de garantir la responsabilité. »

Le fait de fournir des méthodes de vérification numérique sous la marque d'un fournisseur de confiance peut également s'expliquer par le fait que les Canadiens accèdent à de nombreux services en ligne provenant de nombreuses organisations différentes, souvent au cours d'une seule et même journée. La reconnaissance du nom d'un fournisseur peut apporter une certaine tranquillité d'esprit et renforcer la confiance associée à l'entreprise qui fournit le service de vérification numérique. Au lieu de se poser des questions et de s'inquiéter, les clients peuvent se concentrer sur la valeur qu'ils recherchent dans les services en ligne qu'ils utilisent.



Étapes clés de l'élaboration d'une stratégie de vérification numérique

Bien que la marche à suivre puisse différer d'une entreprise à l'autre, voici quelques bonnes pratiques qui vous mettront sur la voie de la réussite :



Faites participer les bons intervenants

Comme mentionné précédemment, les déploiements technologiques tendent à atteindre des résultats optimaux lorsque les chefs des TI et les dirigeants d'entreprise sont présents à la table de négociation. Mais il ne faut pas s'arrêter là : il faut aussi consulter ceux qui sont en première ligne et qui aideront les clients à utiliser les processus de vérification numérique et répondront à leurs questions. Plus chacun comprendra les objectifs et la feuille de route, plus vous serez en mesure d'offrir une expérience client cohérente et simplifiée.



Alignez-vous sur les indicateurs clés de performance les plus pertinents

La vérification numérique est-elle un moyen d'améliorer l'efficacité opérationnelle ? Est-ce pour réduire les coûts ? Qu'en est-il de l'amélioration de l'intégrité des services que vous fournissez en réduisant la fraude ? Certaines entreprises pourraient répondre « Tout cela », mais préciser les indicateurs clés de performance associés à une initiative de vérification numérique contribuera à ce que le projet reste orienté et axé sur les résultats.



Développez un partenariat de confiance

Les relations avec les fournisseurs ne doivent pas se limiter à une simple transaction financière. Recherchez une entreprise dont la vision et les principes fondamentaux correspondent à ceux de votre organisation. Vous voulez un fournisseur de solutions de vérification numérique qui s'appuie sur des technologies et des partenariats de pointe, qui a fait ses preuves en matière d'excellence opérationnelle et qui améliore constamment ses capacités afin de répondre aux besoins futurs en matière de vérification.



Mettez en place des mécanismes de rétroaction transparents et continus

De nombreuses entreprises mènent déjà des sondages de routine auprès de leurs clients afin d'évaluer la satisfaction et d'identifier les domaines susceptibles d'être améliorés. Pensez à ajouter des questions qui montrent comment la vérification numérique contribue à une expérience plus positive. Faites de même avec les sondages sur l'expérience des employés que vous menez, en particulier après l'intégration d'un nouvel employé.



Conclusion

Alors que de plus en plus d'entreprises profitent des avantages offerts par les solutions de vérification numérique, elles peuvent évaluer régulièrement leurs progrès et déterminer comment améliorer davantage leurs opérations.

Cette évaluation peut comprendre un éventail d'indicateurs de performance clé orientés vers l'entreprise (tels que les coûts) et d'indicateurs orientés vers l'informatique, tels que la réduction des incidents de sécurité informatique et la détection des fraudes en temps réel.

La réussite de la vérification numérique repose en grande partie sur l'utilisation de la meilleure gamme de solutions possible pour répondre aux besoins de votre entreprise. Le service *Interac Vérification*^{MC} propose un ensemble de solutions qui permet aux Canadiens de vérifier numériquement leurs données afin d'accéder aux services offerts par les entreprises et les gouvernements participants, en plus de fournir un réseau fiable qui contribue à améliorer la vie des Canadiens.

La vérification numérique va permettre aux entreprises canadiennes d'offrir un accès plus efficace aux services, de laisser les clients choisir comment ils partagent leurs données, en plus de redéfinir ce que signifie offrir une expérience exceptionnelle. [Contactez-nous](#) pour en savoir plus sur le service *Interac Vérification*^{MC}.

Methodology: Un sondage en ligne de 15 minutes a été mené du 10 au 20 mars 2023 par RepData.

Le sondage a été effectué auprès d'un groupe de décideurs à temps plein au Canada. Au total, 299 décideurs ont répondu au sondage.



Pour plus d'information au sujet de
la vérification, visitez
interac.ca/verification

Publié en août 2023

Copyright 2023 Interac Corp. Tous droits réservés.
® mc sont la propriété d'Interac Corp.