



Internet

Page 04 **Direct Net** Joyeux anniversaire! | Page 08 **Sécurité** Sus aux pirates | Page 10 **SCOCI** En patrouille sur la Toile | Page 12 **Fund Lab** Investir d'un simple clic | Page 14 **Accessibilité** Suppression des barrières | Page 15 **Recherche d'emploi** Vous avez un message | Page 17 **E-business** Un secteur en plein essor | Page 18 **Cyberespace** La vie sur le Net

bulletin

plus

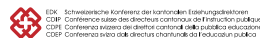
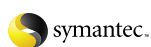
Vos enfants sont-ils à l'abri des dangers d'Internet?



Security4kids aide les parents, les enfants et les enseignants à détecter les dangers qui les guettent lorsqu'ils surfent sur Internet et à adopter un comportement sûr et responsable dans ce domaine. Les partenaires de cette initiative, conçue sur un mode interactif passionnant, proposent en plus des formations et des informations spéciales aux écoles



et au personnel enseignant. Pour en savoir davantage, n'hésitez pas à consulter notre site www.security4kids.ch, en famille ou avec votre classe.



Editorial **Hanspeter Kurzmeyer,**
responsable Clientèle
privée Suisse



Les premiers pas d'Internet

Vous souvenez-vous du temps où la plupart des gens allaient effectuer leurs paiements à la Poste, munis de leur « livret jaune » ? Où ils communiquaient principalement par téléphone, par courrier ou par fax et attendaient souvent plusieurs jours avant de recevoir une réponse ? Où il leur fallait réserver leurs vacances dans une agence de voyages, consulter l'annuaire pour trouver une adresse ou un numéro de téléphone, et comparer les prix en allant d'un magasin à l'autre ? Pourtant, cette époque qui nous paraît déjà si lointaine remonte à peine à une dizaine d'années.

Le Credit Suisse s'est lancé dans l'aventure Internet au milieu des années 1990. Internet était alors sur toutes les lèvres, même s'il suscitait encore un certain scepticisme. En 1995, le Credit Suisse crée la surprise avec un site Internet et, deux ans plus tard, en 1997, il propose Direct Net, la première application bancaire en ligne de Suisse. C'est le début d'une course effrénée entre les grandes banques suisses. Les progrès fulgurants des technologies entraînent un véritable boom d'Internet, qui ne sera interrompu qu'au début des années 2000 avec l'éclatement de la bulle technologique. Mais le ralentissement sera de courte durée, et la tendance repartira vite à la hausse. Aujourd'hui, Internet est une plate-forme d'information et de communication incontournable, sur laquelle les utilisateurs peuvent, en quelques secondes, trouver les renseignements qu'ils cherchent, effectuer leurs opérations bancaires ou acheter un billet d'avion. Bref, il n'est plus possible d'imaginer la vie sans Internet.

Les nouvelles technologies ayant une durée de vie très courte, les exigences sont de plus en plus élevées. S'il veut conserver sa position de pointe, le Credit Suisse ne doit jamais cesser d'innover. C'est pourquoi il adapte en permanence sa banque en ligne aux besoins de ses clients et accorde une place croissante au conseil global. Une évolution qu'illustre bien la nouvelle version de Direct Net réalisée à l'occasion du dixième anniversaire de la banque en ligne. Encore plus convivial qu'auparavant, Direct Net est également complété par des informations sur les Bourses et les marchés financiers. Dans ce supplément du Bulletin, vous en apprendrez plus sur toutes les nouveautés et sur une foule d'autres sujets liés à Internet, de la sécurité aux placements en passant par la recherche d'emploi et les mondes virtuels. Nous vous souhaitons une très agréable lecture.

Joyeux anniversaire Direct Net

Direct Net, la banque en ligne du Credit Suisse, fête ses dix ans et se pare d'un nouveau «look & feel»: présentation modernisée, structure redéfinie et gamme de prestations étendue. Félicitations!

«Bienvenue à New York.» C'est par ces mots que la réceptionniste de l'hôtel accueille Marc Ebler. Dehors, il fait nuit depuis longtemps. Marc regarde sa montre: bientôt minuit. Plus que huit heures avant son important rendez-vous qui porte sur de gros investissements.

Marc se connecte à Direct Net pour vérifier une dernière fois la situation financière de son entreprise: quels sont les montants disponibles et les engagements à moyen et long terme? Avant de se déconnecter, il consulte Secure-Mail, la messagerie cryptée de sa banque. «Bonjour Monsieur Ebler. Le Credit Suisse lance un nouveau fonds immobilier baptisé Living Plus. Ce produit s'intègre parfaitement à votre stratégie de placement personnelle et pourrait également intéresser votre entreprise. Vous trouverez tous les détails dans Direct Net, sous Marchés & analyses. Avec mes meilleures salutations. Thomas Huber.» Ne souhaitant pas foncer tête baissée, Marc décide d'observer d'abord l'évolution de Living Plus. Et de répondre: «Bonsoir Monsieur Huber. Votre proposition est intéressante. Je vais ajouter ce fonds à mon portefeuille virtuel. Je vous informerai dès que j'aurai pris ma décision. Meilleures salutations. Marc Ebler.»

Un exemple fictif pour illustrer les vertus de Direct Net? Oui et non. Michel Gaillard, responsable Online Banking au Credit Suisse depuis plus d'un an, a mené à bien de nombreux projets et développé de nouvelles prestations. Au cours d'un entretien, il décrit les fonctions de Direct Net et les tendances ac-

tuelles. Mais faisons auparavant un bref retour en arrière.

Tout a commencé en 1995: le Credit Suisse était alors la première banque suisse présente sur Internet. Deux ans plus tard, c'est-à-dire il y a exactement dix ans, ses clients pouvaient régler leurs factures ou acheter des titres en ligne. Le Credit Suisse était un pionnier en la matière et, pour la société de conseil renommée Lafferty Group, son site constituait la meilleure offre Internet des banques européennes.

De nouveaux produits ont été lancés et des prestations ont enrichi l'offre au cours des années, dont Fund Lab, qui permet d'accéder à l'univers des fonds en toute transparence. Cette architecture ouverte était alors considérée comme très innovante, car le Credit Suisse y répertoriait non seulement ses propres produits de placement, mais aussi les meilleurs fonds des prestataires tiers. Actuellement, près de 2 500 fonds de placement émis par plus de soixante sociétés sont proposés aux clients.

Une plate-forme pour tous les besoins

Lancé en 1999, Youtrade, le premier service de courtage en ligne à des conditions avantageuses, était une révolution, mais l'aventure s'est arrêtée en 2003. «Youtrade avait été développé sur une autre plate-forme que le négoce de titres dans Direct Net, et l'exploitation de plusieurs plates-formes Internet ne correspondait plus à notre stratégie. Nous voulions que nos clients évoluent dans un environnement unique sans devoir accéder à différents systèmes avec nombre

de mots de passe», précise Michel Gaillard. Youtrade a donc été abandonné et certaines de ses fonctions ont été transférées dans Direct Net.

Depuis, la stratégie n'a pas changé: une seule plate-forme pour toutes les applications, ce qui permet au Credit Suisse de réagir rapidement et de réduire les coûts de développement. Quelle est la structure actuelle de la banque en ligne? Celle-ci comporte deux zones, dont les applications répondent aux besoins de la clientèle: une «customer zone» et une «public zone». La première, qui est partiellement accessible aux utilisateurs de la «public zone», permet par exemple de consulter les travaux des spécialistes Research ou d'obtenir les cours boursiers en temps réel.

Le Credit Suisse intègre progressivement dans Direct Net les applications de la «customer zone» afin que chaque client enregistré ait un accès unique à toutes les informations et à tous les services.

Les nombreuses fonctions et prestations proposées nécessitent une structure claire et une navigation simple. Sinon, comment s'y retrouver dans cette masse de renseignements? «Direct Net est mieux adapté désormais aux différents segments de clientèle. Il a gagné en clarté et son utilisation est plus intuitive», assure Michel Gaillard au sujet du nouveau «look & feel». Car les entreprises ont d'autres exigences que la clientèle privée, par exemple.

500 000 clients Direct Net

En mars dernier, le Credit Suisse a recensé son 500 000^e client Direct Net. Et pas moins de 43 millions de virements ont été effectués par les utilisateurs en 2006. Deux tiers des clients privés utilisent la banque en ligne à un rythme hebdomadaire ou mensuel et près des deux tiers de la clientèle entreprises quotidiennement.

Les attentes vis-à-vis du produit augmentent avec le nombre d'utilisateurs. Pour ne pas faillir à sa réputation de >

CREDIT SUISSE DIRECT NET

Aide | Hotline | Mon profil | Contrats | Sortir

COMPTE & FORTUNE | PAIEMENTS | NÉGOCE DE TITRES | MARCHÉS & ANALYSES | MESSAGE BOX

Mes Liens

- Compte
 - Liste des comptes
 - Écritures
 - Chercher écritures
 - Solde provisoire
 - Aperçu
 - Données de base du compte
- Marché Monétaire
 - Dépôt
 - Portfolio virtuel
 - Fortune
 - Téléchargement fichier

Liste des comptes

Date actuelle 31.02.2022, 10:15 CET

Regrouper la liste des comptes selon Titulaire

Compte	Banque	Description	Titulaire	Monn.	Solde
39999999-20	CREDIT SUISSE	Compte privé	Jean Modèle	CHF	2'335.35
39999999-20-1	CREDIT SUISSE	Compte d'épargne	Jean Modèle	CHF	12'300.15
39999999-21	CREDIT SUISSE	Compte courant	Jean Modèle	CHF	13'135.35

Totale par monnaie

Monnaie	Total
CHF	27'770.85

Aide | Hotline | Feedback | Accessibilité | Plan du site

Le nouveau Direct Net possède une structure claire : en quelques clics, le client peut voir sa situation financière, passer des ordres de paiement, acheter des titres, consulter les marchés ou recevoir un e-document.

CREDIT SUISSE DIRECT NET

Aide | Hotline | Mon profil | Contrats | Sortir

COMPTE & FORTUNE | PAIEMENTS | NÉGOCE DE TITRES | MARCHÉS & ANALYSES | MESSAGE BOX

Mes Liens

- Marchés
 - Aperçu
 - Recherche de titres
 - Actions
 - Fonds
 - Indices
 - Billets / Devises
 - Intérêts
 - Métaux précieux
 - Nouvelles
 - Watchlist
 - Portfolio virtuel

Aperçu

Security Search

Recherche de titres: 234567

Générer des critères de recherche: No de valeur

Recherche de cours | Recherche étendue

Indices

Index	Last	Change
SMI UNADJ. FOR DIV.	8299.00	0.15%
DAX IND	8281.37	0.50%
FTSE 100 INDEX	5240.10	0.59%
DJ EURO STOCK50	3688.55	-0.21%
D.J. INDUSTR AVG INDEX	8333.78	-0.07%

Continuer

Gagnants de la journée du SMI

Index	Last	Change
ADECO N	1'372.00	3.00%
NOVARTIS N	2'525.00	2.19%
CIBA SPECIAL N	10'2.25	0.25%
SWATCH GROUP I	2'097.00	-0.14%

Continuer

Quotes

Accès illimité dans le temps aux données du marché.

Nouvelles

31.02.2022, 11:47 CET
Firmen eurostocks on Fed watch; BP défile
Continuer

31.02.2022, 11:47 CET
UPDATE 4-ABR says worst over as \$2.5 bln rights issue unveiled
Continuer

31.02.2022, 11:39 CET
Euro extends losses vs yen, at 8-week low
Continuer

Research

Aperçu du graphique technique (actions Asie-Pacifique)
Continuer

Graphique international combiné
Continuer

MOTOROLA
Continuer

SMI UNADJ. FOR DIV.

Last: 8299 (30.02, 11:00)
Change: 12.00 (0.15%)
Open: 8287 (30.02, 09:00)
Close: 8288 (29.02.2022)

Graphique du 30.02.2022, 11:00 CET

Devises au comptant cours

Monn. Assemblée	Achat	Vente
CHF	USD 1.4510	1.5010
	EUR 1.4400	1.5300
	GBP 1.2220	1.3620
	JPY 1.1615	1.2665

Continuer

Aide | Hotline | Feedback | Accessibilité | Plan du site

L'espace « Marchés & analyses » donne une vue d'ensemble de l'évolution des marchés. Des études exclusives du service Research du Credit Suisse fournissent en outre au client des informations de fond pour ses placements financiers.

plate-forme transactionnelle, Direct Net se doit d'offrir une plus-value en termes de prestations. Par exemple, en donnant à toute heure au client, dans le monde entier, un aperçu global et actualisé de sa fortune, avec des détails et des graphiques pour chaque compte et chaque titre, ou des recommandations de placement et des analyses concises sur les marchés et les produits. Car maîtriser les ressorts de la Bourse n'est pas donné à tout le monde et l'avis d'un analyste peut aussi intéresser les investisseurs les plus aguerris.

Portefeuille virtuel et e-documents

«Le Credit Suisse tient compte de tous ces facteurs, et va même au-delà», affirme Michel Gaillard. Par «au-delà», il pense notamment au portefeuille virtuel, un dépôt fictif permettant de suivre ses titres favoris à la Bourse. S'ils le souhaitent, les clients peuvent aussi recevoir les cours par SMS ou par e-mail. Autre fonction supplémentaire, l'envoi des justificatifs bancaires (relevés de compte ou de titre, avis de crédit, etc.) par l'intermédiaire de Direct Net. Ces documents électroniques, ou e-documents, signés numériquement, ont valeur légale et peuvent être sauvegardés et transmis. «C'est un gain de temps et d'argent. Sans parler de notre contribution active à la protection de l'environnement.»

Michel Gaillard connaît bien les besoins des clients, car son équipe observe le comportement des utilisateurs de Direct Net depuis toujours. Toute nouvelle fonction est soumise à des tests et à des évaluations (appelés tests «Voix du client» dans le jargon interne). Certes, la banque en ligne est encore dédiée principalement au négoce de titres et aux opérations de paiement, mais le conseil y occupe une place croissante.

Ceux qui craignent que l'informatique sonne le glas de l'entretien de conseil peuvent se rassurer : il n'en sera rien, car Direct Net ne convient pas aux investisseurs «intraday», qui exploitent les fluctuations journalières pour effectuer leurs

E-documents

Consultation et traitement électronique des documents.

Nouvelle prestation pratique du Credit Suisse pour les clients Direct Net: consultation et traitement des justificatifs bancaires relatifs aux comptes, aux opérations de paiement et aux titres.

Principaux avantages en bref :

- Recherche, enregistrement, copie et transmission facilités des e-documents.
- Disponibilité immédiate des documents, qui ne sont plus envoyés par courrier.
- Respect de l'environnement (absence de papier).
- Signature numérique des e-documents, avec valeur légale.
- Service gratuit.
- Consultation rapide à toute heure.
- Conservation des e-documents pendant 24 mois, sous réserve d'une suppression préalable par le client.

Pour en savoir plus :
www.credit-suisse.com/documentselectroniques

E-factures

Envoi et réception de factures par voie électronique.

Les e-factures sont établies par l'émetteur via un système de facturation électronique (PayNet) intégré à Direct Net. Elles remplacent leurs équivalents papier.

Principaux avantages en bref :

- Vous vérifiez et traitez vos factures dans Direct Net, puis libérez le paiement.
- Vous n'avez plus à saisir les informations du bulletin de versement, ce qui vous permet de gagner du temps et d'éviter les erreurs.
- Où que vous soyez, vous avez accès à vos factures électroniques et pouvez les payer.
- Vous définissez les émetteurs dont vous souhaitez recevoir les factures par voie électronique.

Pour en savoir plus :
www.e-facture.ch

opérations de Bourse. L'application cible clairement les investisseurs à moyen et long terme qui tiennent beaucoup aux échanges de vues. «Le Credit Suisse entend se démarquer de la concurrence en proposant un conseil global. C'est pourquoi nous souhaitons doter Direct Net d'une composante de conseil qui viendra compléter l'entretien personnalisé, mais sans le remplacer.» Cela implique une relation étroite entre le conseiller et son client.

Un conseil plus personnalisé

Marc Ebler met à profit les avantages de Direct Net. Il est même en avance sur son temps, puisqu'il a déjà saisi dans le système son profil, sa disposition à assumer un risque, ses engagements financiers et ses objectifs de placement. Il a ensuite défini une stratégie d'investissement avec son conseiller clientèle, Thomas Huber, qui connaît ainsi les souhaits de son client et peut lui proposer les nouveautés via Direct Net. La banque en ligne, qui fournit au client des informations générales et des recommandations sur mesure adaptées à sa stratégie de placement, est donc un canal complémentaire important pour toutes les opérations bancaires. Michel Gaillard parle à cet égard de «plate-forme de conseil interactive et intégrée».

Pour Marc Ebler, New York est déjà loin. Avant de rentrer chez lui à la fin d'une longue journée de travail, il écrit à son conseiller via SecureMail: «Bonsoir Monsieur Huber. J'ai investi 10 000 francs dans Living Plus. Excellente performance. Merci pour le conseil. Meilleures salutations. Marc Ebler.»

fva



Michel Gaillard
Responsable Online Banking au Credit Suisse
«La structure du nouveau Direct Net est plus claire.»

«A chaque segment de clientèle sa solution»

Direct Net s'est doté de nouvelles fonctions: factures électroniques, rapports Research, analyse détaillée de la performance et portefeuille virtuel. Michel Gaillard nous les présente.

Bulletin: Monsieur Gaillard, le nouveau «look & feel» de Direct Net est une véritable innovation. De quoi êtes-vous particulièrement fier à cet égard?

Michel Gaillard: Le nouveau Direct Net a été conçu selon les normes internationales relatives aux sites Internet dits «sans barrières», ce qui permet aux aveugles ou aux malvoyants de l'utiliser à l'aide d'un logiciel spécial. Le Credit Suisse est d'ailleurs la première banque en Suisse à avoir obtenu le label officiel AA en matière d'accessibilité pour son site Internet. Nous avons également adapté la navigation aux besoins de nos clients. La nouvelle structure est plus claire et l'utilisation a été simplifiée.

Pouvez-vous nous en dire plus sur la messagerie «SecureMail»?

C'est un canal de communication sécurisé entre les clients Private Banking et leurs interlocuteurs au sein de la banque. Contrairement aux e-mails classiques, qui ne sont pas cryptés et peuvent dès lors être lus par un fournisseur d'accès

ou un «hacker», SecureMail utilise les mêmes éléments de sécurité que la banque en ligne. Hormis l'expéditeur et le destinataire, personne ne peut consulter les messages. Nous envisageons d'étendre ce service à d'autres segments de clientèle.

Quelles prestations Direct Net offre-t-il au client?

Direct Net propose aux clients privés, aux entreprises et à la clientèle institutionnelle une vaste gamme de fonctions, dont les services usuels (compte, dépôt, paiements, négoce de titres et informations boursières). Désormais, il comprend aussi des factures et des justificatifs bancaires électroniques, des analyses détaillées de la performance, des rapports Research et un portefeuille virtuel. Notre principe est: à chaque segment de clientèle sa solution.

Quels sont les futurs projets?

Nous travaillons sur plusieurs fronts, notamment sur l'intégration dans Direct Net d'Investors' Circle, l'application des-

tinée aux clients Private Banking. Les opérations de paiement, surtout pour les entreprises et les institutionnels, sont aussi l'une de nos priorités. Des « Customer Panels » réguliers, constitués de 25 entreprises sélectionnées, nous aident à améliorer ces opérations et la gestion de portefeuille. Nous entretenons un contact étroit avec ces panels afin d'élargir notre offre selon les souhaits de notre clientèle.

Les détails des paiements sont affichés depuis le mois de mai. A quand les mêmes informations pour les règlements par carte de crédit ?

Il est vrai que nous n'indiquons pas encore les détails des paiements par carte de crédit dans Direct Net, mais nous envisageons de coupler les systèmes du Credit Suisse et de Swisscard. Les premiers entretiens ont déjà eu lieu à cet effet.

La banque en ligne est-elle sûre ?

En règle générale, oui. Nous assurons à nos clients la meilleure sécurité possible dès l'ouverture d'une session grâce à une identification à plusieurs niveaux. De plus, les données transmises sont cryptées au moyen des techniques les plus avancées, de sorte que des tiers non autorisés ne peuvent pas les lire. Chaque utilisateur doit cependant faire preuve d'une certaine prudence, et nous invitons nos clients à consulter à l'adresse www.credit-suisse.com/securite les conseils que nous donnons pour protéger efficacement leur PC et leurs données.

fva

Banque en ligne : la sécurité avant tout

Le Credit Suisse assure la meilleure sécurité possible dans le cadre de la banque en ligne et met tout en œuvre pour protéger son système informatique et les transferts de données.

Internet sert de trait d'union entre des centaines de millions de personnes dans le monde, et les rangs des internautes grossissent chaque jour. Autant de proies potentielles pour les pirates informatiques, dont les attaques sont toujours plus ciblées et sophistiquées. Les établissements financiers se trouvent donc confrontés sans cesse à de nouveaux dangers. Car l'argent, qu'il se situe dans des filiales bancaires, dans des centres commerciaux ou sur Internet, attise les convoitises.

« Nous déployons des moyens importants – aussi bien financiers qu'humains – pour assurer le meilleur niveau de sécurité possible », souligne Johannes Hennekeuser, responsable Security Technologies au Credit Suisse. Par « meilleur niveau possible », le Credit Suisse entend un stockage sûr et un transfert codé des données ainsi qu'un accès protégé aux comptes. Lorsqu'un client veut communiquer avec la banque, il doit s'identifier à l'aide de trois éléments : son nom d'utilisateur, son mot de

passer et un numéro SecurID de six chiffres, généré de manière électronique et changé toutes les minutes. A chaque première transaction, le client est en outre invité à saisir un second numéro SecurID. Ce processus en plusieurs étapes offre la meilleure protection possible contre les transactions abusives.

Eviter les pièges

Naviguer sur Internet n'a rien d'anodin : la Toile recèle quantité de menaces, telles que, en matière de banque en ligne, les manipulations de comptes. Mais qui sont les cyberdélinquants et comment s'y prennent-ils ? Le phishing est une pratique courante. Ce mot, qui est la contraction des termes anglais « password » et « fishing », signifie littéralement « aller à la pêche aux mots de passe ». Exemple : via des e-mails, les phishers attirent les internautes sur des sites factices et leur demandent d'y saisir leurs mots de passe, leurs codes NIP et d'autres données sensibles. Se croyant sur le site de leur prestataire de services,



Johannes Hennekeuser
Responsable Security Technologies
au Credit Suisse

« Nous déployons des moyens importants – aussi bien financiers qu'humains – pour assurer le meilleur niveau de sécurité possible. »

les victimes s'exécutent en toute confiance. Malheureusement, le lien figurant dans l'e-mail ne mène pas au site du prestataire concerné, mais à une page conçue à l'identique par des fraudeurs.

Dans son rapport d'activité 2006, le service national de coordination de la lutte contre la criminalité sur Internet (SCOCI) constate une augmentation importante des délits économiques prenant la forme d'attaques de phishing.

Prudence est mère de sûreté

Les éditeurs de logiciels renouvellent régulièrement leurs navigateurs Internet afin de protéger les internautes contre les cyberdélinquants. Prenons le cas d'Internet Explorer 7 de Microsoft, qui contient entre autres des fonctions étendues facilitant la détection des tentatives de phishing. Par exemple, l'adresse Web est affichée sur chaque page (fenêtres pop-up comprises), ce qui limite le risque de charger une page originale à l'arrière-plan et une page falsifiée au premier


plan. Néanmoins, il incombe toujours à l'utilisateur d'identifier cette dernière.

Sans tomber dans la paranoïa, mieux vaut ne pas se fier aveuglément à Internet pour surfer en sécurité. Chacun doit notamment se montrer vigilant en ce qui concerne ses données sensibles. Et Johannes Hennekeuser d'expliquer : « Jamais le Credit Suisse ne vous demandera des données personnelles ou confidentielles par e-mail ou par téléphone. » Il ne faut donc jamais révéler ses mots de passe et ses identifiants. Le principal risque demeure toutefois l'ordinateur du client. Les experts sont formels : sauvegarde des données, protection anti-virus, pare-feu et mise à jour des logiciels sont des mesures incontournables pour chaque utilisateur final. Force est pourtant de constater que la population est encore insuffisamment sensibilisée au problème de la sécurité des informations électroniques. D'où la campagne d'information du Credit Suisse destinée aux enfants et aux adolescents. L'initiative « Security for Kids » (www.security4kids.ch),

par exemple, est le fruit d'une collaboration entre des partenaires du milieu éducatif, Microsoft, Symantec, le SCOCI et le Credit Suisse. Le site, qui s'adresse aux écoliers, aux enseignants et aux parents, propose des conseils pratiques pour apprendre aux jeunes à se protéger lorsqu'ils surfent sur Internet et les inciter à appliquer systématiquement les règles de sécurité. « Si l'on adopte dès le début un comportement adéquat dans le monde virtuel, il n'y a rien à craindre », explique Johannes Hennekeuser pour résumer la stratégie. Une chose est sûre : une attitude responsable est dans l'intérêt tant de la banque que du client. fva

→ Informations complémentaires sur la sécurité :
www.credit-suisse.com/securite
www.melani.admin.ch
www.scoci.ch
www.security4kids.ch
www.infosurance.ch
www.symantec.com
www.mcafee.com/fr
www.antiphishing.org

Protégez-vous contre les accès non autorisés. Les dix règles de la banque en ligne :

1. Vérifiez, par un double clic sur , que le certificat numérique est bien délivré à « cs.directnet.com ». Ainsi, vous serez sûr de ne pas avoir été dirigé sur une page Internet falsifiée.

2. Les mots de passe ne doivent en aucun cas être conservés sur le disque dur de l'ordinateur ni sur un post-it collé sur l'écran.

3. N'utilisez pas de dates de naissance, de numéros de téléphone ou de noms propres comme mots de passe. Créez de préférence un mot de passe mêlant majuscules, minuscules et chiffres.

4. Installez des logiciels de protection (anti-virus et pare-feu) et mettez-les régulièrement à jour.

5. Connectez-vous sur le serveur du Credit Suisse au tout début de votre session Internet, sans ouvrir d'autre page en parallèle.

6. Ne cliquez jamais sur des liens reçus par e-mail et censés vous diriger vers votre site de banque en ligne.

7. Si l'on vous demande vos codes d'accès par téléphone ou par e-mail, ne les communiquez pas. Votre banque ne vous les demandera jamais.

8. Si le système de banque en ligne se bloque pendant votre session ou si des messages d'erreur inhabituels s'affichent, déconnectez-vous immédiatement et contactez les spécialistes du Credit Suisse (au 0844 800 888).

9. Ne quittez pas votre ordinateur en cours de session. Pour fermer Direct Net, utilisez systématiquement la fonction prévue à cet effet (bouton « Sortie »).

10. Après avoir quitté le système de banque en ligne, supprimez les fichiers temporaires (mémoire cache) de votre navigateur Internet, de même que l'historique. Pour plus d'informations sur le sujet : www.credit-suisse.com/securite.

Le SCOCI monte la garde.

Le Service de coordination de la lutte contre la criminalité sur Internet (SCOCI) a son site en ligne depuis le 1^{er} janvier 2003. Ce pôle d'expertise renseigne le public, les administrations et les fournisseurs d'accès sur les questions juridiques, techniques et pénales relatives aux abus constatés sur Internet.

Office fédéral de la police, service IMC, section OSINT/Monitoring SCOCI. Le nom n'est pas sans rappeler un code crypté. Le SCOCI a élu domicile dans un immeuble discret d'un quartier résidentiel de Berne, à proximité du stade Wankdorf. Pour y entrer, il faut montrer patte blanche, car derrière ces portes bien gardées, on mène l'enquête.

Le SCOCI a pour mission de traquer sur Internet les délits pouvant donner lieu à des poursuites pénales, parmi lesquels la pornographie dure et les scènes de violence, les infractions économiques, les propos extrémistes et racistes, les violations du droit d'auteur, le commerce illégal d'armes ou encore, depuis le 1^{er} avril 2007, l'envoi d'e-mails non sollicités (spams).

Hausse des infractions économiques

En 2006, le SCOCI a reçu 6300 communications de soupçons émanant de particuliers. Parmi les contenus mis en cause, 24,3% relèvent de la pornographie dure (y compris la pornographie infantile), 23,8% des spams, 9,6% de la pornographie en général, 4,4% des infractions économiques, 2,2% du trafic de stupéfiants ou de médicaments et 2,1% de la discrimination raciale.

A noter, la hausse constante des infractions d'ordre économique, dont le nombre est multiplié par deux chaque année. La délinquance économique sur Internet peut prendre des formes très diverses : phishing, blanchiment d'argent, services de soi-disant tiers de confiance, usage frauduleux de cartes de crédit, acquisition illégale de données, etc. Toutes ces pratiques ont le même objec-

tif : espionner les internautes à des fins d'enrichissement personnel.

Neuf employés sont chargés de repérer les délits. Répartis entre trois secteurs, Monitoring, Clearing et Analyse, ils peuvent compter sur l'aide de tous ceux qui, en remplissant un formulaire en ligne, leur signalent des contenus Internet potentiellement répréhensibles.

Environ 23% des formulaires entrants portent sur des spams envoyés soit à des fins publicitaires pour des produits de grande consommation, soit dans le cadre d'activités illégales telles que le phishing ou la pornographie infantile. Pour ce genre de délit, le site «scoci.ch» comporte un programme d'analyse capable d'identifier le fournisseur d'accès en un clic de souris. Si ce dernier est établi en Suisse (p. ex. Cablecom), le destinataire du spam peut lui signaler le cas, les prestataires télécoms étant en effet légalement tenus d'empêcher l'envoi en masse de publicités indésirables. «Avec cet outil, nous donnons à l'utilisateur la possibilité de se défendre et le rediri-

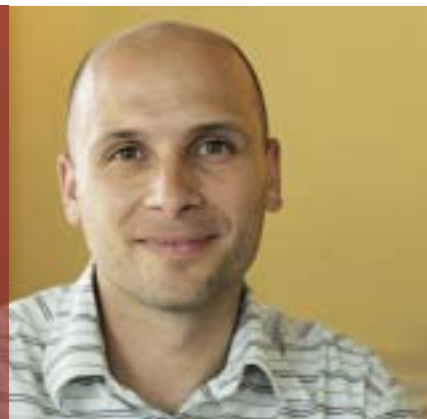
geons vers l'interlocuteur susceptible de l'aider», résume Roger Küffer, responsable de l'unité Monitoring. Sans compter que les victimes du spam peuvent aussi devenir des délinquants à leur insu. Il suffit qu'un virus ou un cheval de Troie contamine un ordinateur pour que celui-ci se mette à envoyer automatiquement des spams à chaque mise en route. Ces ordinateurs contrôlés à distance sont aussi connus sous le nom de «zombies».

En patrouille sur le Net

La dénomination «service de coordination» ne reflète qu'imparfaitement la réalité. «L'essentiel de notre travail consiste à passer au crible des sites à la recherche de contrevenants», explique Roger Küffer. Le champ d'investigation clairement défini par le comité directeur est la pornographie infantile. «Nous savons exactement ce que nous cherchons et où le trouver», précise Roger Küffer. Mais les enquêteurs sont soumis à certaines règles : la surveillance est limitée au domaine public d'Internet, ce qui exclut les pages protégées par mot de passe. Les provocations et les enquêtes sous de faux prétextes sont également bannies. La surveillance des forums requiert par conséquent du temps et une certaine dose de psychologie. «Nous constatons que les infractions sont légion sur les forums de discussion, ce qui explique notre étroite collaboration avec les exploitants de sites. Chez

Roger Küffer
Responsable de l'unité Monitoring SCOCI

« Nous constatons que les infractions sont légion sur les forums de discussion, ce qui explique notre étroite collaboration avec les exploitants. »



Bluewin, par exemple, plus de 300 col-laborateurs bénévoles suivent atten-tivement les chats. »

Les cas suspects ainsi repérés sont transmis au SCOCI. Où ces cas sont-ils concentrés? «Essentiellement sur les réseaux peer-to-peer tels que Gnutella, Fast Track ou eDonkey.» Ces autoroutes virtuelles voient défiler beaucoup d'infor-mations et de photos, parmi lesquelles de la pornographie infantile. «Nous re-pérons entre 30 et 40 cas par mois.» Une démonstration de Roger Küffer per-met de constater la rapidité et la perti-nence du moteur de recherche, alors qu'au même moment, plusieurs millions d'utilisateurs surfent sur le Net. Il applique le filtre «Suisse» à sa requête et saisit un mot-clé gardé secret. La liste obtenue est longue, mais cela ne signifie pas qu'un délinquant se cache derrière chaque nom. L'expérience est alors pré-cieuse pour faire le tri.

Que faire des suspects?

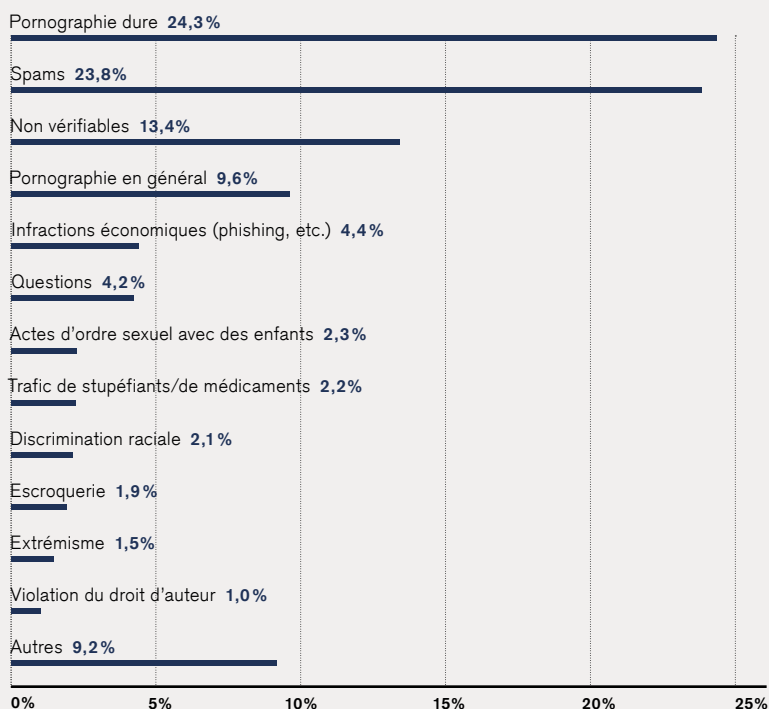
Une fois les indications et les pistes concernant la Suisse sauvegardées en vue d'une utilisation judiciaire, les dos-siers sont confiés à l'unité Clearing, qui examine leur contenu pénal puis les transmet aux autorités de poursuite com-pétentes dans les cantons concernés.

Sur les 259 cas transmis au SCOCI en 2006 et ayant donné lieu à une in-vestigation, entre 75% et 80% ont été élucidés par la police, ce qui représente 207 incarcérations par an. Autrement dit, les neuf agents du SCOCI démasquent un criminel tous les deux jours. C'est tout l'art de faire la lumière en travaillant dans l'ombre.

fva

Communications auprès du SCOCI en 2006

La tendance identifiée en 2005 s'est confirmée en 2006: la moitié des commu-nications de soupçons concernent la pornographie infantile et les spams. Source: SCOCI



Petit glossaire

Spam Les spams sont des messages publicitaires, existant notamment sous forme d'e-mails, qui sont envoyés en masse sans avoir été sollicités. L'envoi automatisé permet d'atteindre un grand nombre de destinataires rapidement et à peu de frais.

Phishing Contraction des termes anglais «password» et «fishing», ce mot désigne une technique utilisée par les escrocs pour accéder à des données confidentielles d'internautes à l'insu de ceux-ci.

Système de pyramide Système dont l'idée de base consiste à recruter de nouveaux participants chargés de trouver à leur tour de nouvelles recrues, moyennant le versement d'argent aux recruteurs précédents.

Fraude à la commission Phénomène connu depuis le début des années 1980. Les escrocs adressent à leurs victimes des e-mails, des fax ou des lettres dans lesquels ils leur font miroiter des gains exceptionnels.

Escrow Les entreprises «escrow» agissent en tant que tiers de confiance, intermédiaires et gestionnaires de paiements dans les transactions électroniques, lorsque vendeur et acheteur n'ont de contact que par Internet.

→ Vous trouverez sur www.scoci.ch de plus amples informations ainsi que le formulaire de déclaration.

Devenez expert en quelques clics

Pour s'y retrouver parmi les fonds de placement, il faut être expert... ou connaître le bon site Internet. Avec Fund Lab, même le novice devient vite un spécialiste.

Depuis le début des années 1990, l'univers des fonds de placement n'a cessé de se développer. Il existe aujourd'hui des milliers de fonds, proposés par de nombreux promoteurs et destinés à toutes sortes d'investisseurs. A elle seule, la fortune des fonds gérés par le Credit Suisse atteint actuellement 60 milliards de francs suisses environ.

Le principe fondamental d'un fonds de placement est l'investissement collectif de capitaux confiés par des particuliers, des entreprises et des caisses de pension. Ces avoirs sont investis de manière professionnelle et suivant une stratégie déterminée dans des actions, des obligations, des papiers monétaires, des biens immobiliers ou des produits alternatifs, ou dans une combinaison de ces derniers. La stratégie de placement d'un fonds définit également les secteurs, régions, pays, devises ou thèmes des placements.

Dans un portefeuille diversifié, la faible corrélation (interdépendance) entre les différents placements permet de réduire le risque global pour l'investisseur. L'objectif est de constituer un portefeuille présentant des perspectives de rendement maximales pour un risque minimum.

Un concentré de savoir-faire

La sélection des titres d'un portefeuille exige une connaissance approfondie des conditions et des évolutions du marché et suffisamment de temps pour procéder aux analyses. Le spécialiste des marchés financiers se rend dans les entreprises afin d'évaluer leur développement. Pour prendre ses décisions de placement, le gérant d'un fonds s'ap-

puie aussi sur le savoir-faire d'analystes et d'économistes spécialisés, qui surveillent les marchés en permanence. Il dispose ainsi des informations nécessaires pour décider de l'achat ou de la vente de titres.

Ces dernières années, le marché des fonds de placement a enregistré une forte croissance à l'échelle mondiale. Il existe un grand nombre de fonds pour chaque catégorie de placement, chaque secteur, chaque région, voire chaque pays, et sur tous les thèmes. Les raisons d'un tel succès résident principalement dans les avantages majeurs de ce type de placement : une diversification des risques, des rendements attrayants à long terme et une grande souplesse.

Les clés pour choisir

En 1999, le Credit Suisse lance la plate-forme d'information Fund Lab afin de sélectionner les produits les plus intéressants parmi l'offre globale de fonds de placement. Il s'agit d'une base de données interactive sur Internet, qui couvre une large gamme de fonds sans cesse

développée. Les nombreux promoteurs recensés sur Fund Lab présentent tous un point commun : la qualité de leurs produits. Actuellement, la base de données contient plus de 2 600 fonds émis par plus de soixante prestataires. Pratiquement tous les grands noms internationaux du secteur y figurent, mais aussi de nombreux acteurs de niches.

Le mot d'ordre de Fund Lab est la transparence. La base de données réunit toutes les informations utiles sur une seule plate-forme, permet des comparaisons et actualise les données en continu. Elle est librement accessible sur www.credit-suisse/fundlab. Quelques clics suffisent pour tout savoir sur le monde des fonds de placement. Bref : avec Fund Lab, le Credit Suisse a exploité le principe de l'architecture ouverte dans le but d'apporter une plus-value au client. Et cette plate-forme ne cesse de croître. L'extension de Fund Lab se fonde sur des critères qualitatifs et quantitatifs. Les sociétés de fonds citées doivent présenter une expérience suffisante, une bonne réputation et une gestion solide. Elles doivent aussi disposer d'une gamme étendue de fonds. Autre condition d'admission : un reporting régulier et la communication de données sur la performance, notamment, indispensables pour assurer la transparence et permettre la comparaison. Fund Lab recourt également à des sources de données externes indépendantes. Seule une base

Julian Köhler
Responsable Product Management
Investment Funds Private Banking

« Avec Fund Lab, le Credit Suisse a exploité le principe de l'architecture ouverte dans le but d'apporter une plus-value au client. »



de données stable et fiable permet en effet de garantir des comparaisons pertinentes et un maximum de transparence. Des équipes d'analystes spécialisés effectuent par ailleurs des évaluations régulières de fonds recensés par Fund Lab.

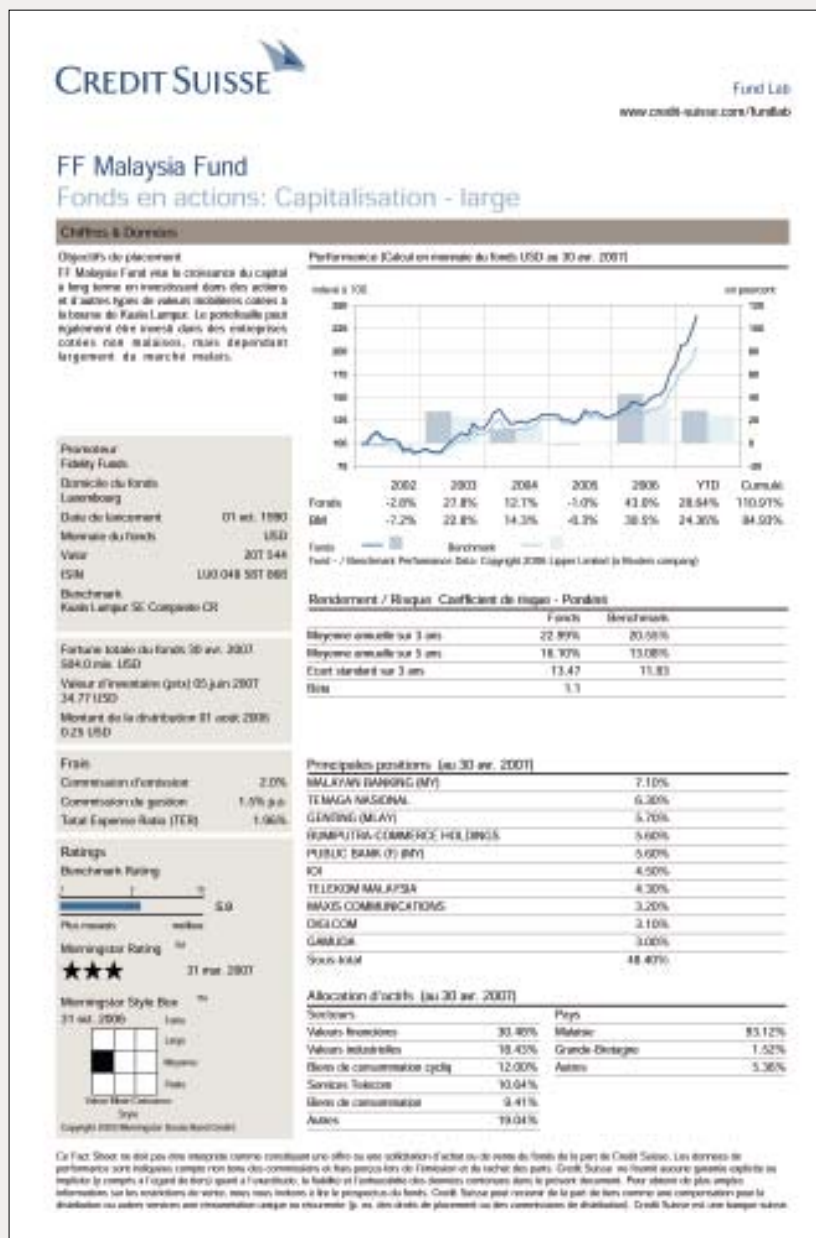
Tous les mois, des rapports (fact sheets) sont rédigés pour chaque fonds de placement. Ils présentent l'évolution de la performance et la composition actuelle du portefeuille. Un tel effort de transparence demande beaucoup de travail, et des améliorations sont apportées continuellement. Quelque 50 000 fichiers PDF sont ainsi actualisés chaque mois dans la base de données.

Tous les fonds de placement proposés sur Fund Lab sont commercialisés aux mêmes conditions sur le territoire suisse, quel que soit le promoteur. La commission d'émission est de 0,2 à 0,5% pour les fonds du marché monétaire (suivant le montant du placement), de 1% pour les fonds obligataires et de 2% pour les fonds en actions et les fonds d'allocation d'actifs. Une commission minimale de 50 francs est perçue pour toute émission de parts dans Fund Lab. En revanche, la restitution de parts n'est soumise à aucune commission. Les investisseurs bénéficient d'un rabais de 30% sur leurs droits de garde, mais aussi sur les commissions d'émission pour tout changement de fonds à l'intérieur de l'univers de Fund Lab.

La fonction « Achat & Vente » permet à l'investisseur d'acheter ou de vendre des parts de fonds via Direct Net, le service de banque en ligne du Credit Suisse. Elle mentionne également l'heure limite de passation de l'ordre, de même que le dernier prix et le numéro de valeur. Enfin, les clients qui achètent des parts de fonds via Direct Net bénéficient d'une réduction de 25 francs par ordre d'achat.

Fund Lab offre et continuera d'offrir une réponse optimale aux diverses attentes d'une large clientèle.

Julian Köhler, responsable Product Management
Investment Funds Private Banking



Quelque 50 000 fichiers PDF sont actualisés chaque mois dans la banque de données.

→ Le site Fund Lab du Credit Suisse propose aux investisseurs un aperçu sur plus de 2 500 fonds de placement gérés par plus de soixante promoteurs.

Informations complémentaires :
www.credit-suisse.com/fundlab.

Direct Net pour tous

Le Credit Suisse est le premier établissement financier helvétique dont l'application de banque en ligne répond aux normes d'accessibilité internationales. Direct Net, qui a obtenu le label AA le 26 avril 2007, est désormais accessible aux personnes handicapées.

Le développement d'Internet est indéniablement l'une des plus grandes avancées technologiques du XX^e siècle. Ainsi, de nombreuses tâches quotidiennes peuvent aujourd'hui être effectuées sur le Web de manière plus simple, plus rapide et surtout plus confortable, sans sortir de chez soi. On pourrait penser que cela constitue un véritable progrès pour les personnes âgées ou handicapées, mais la réalité est tout autre. En effet, la navigation dans le monde virtuel se révèle problématique pour les quelque 700 000 personnes qui, en Suisse, souffrent d'une forte déficience visuelle ou de handicaps moteurs, cognitifs ou autres. Pourtant, ces clients souhaiteraient effectuer eux-mêmes leurs opérations bancaires. Début 2007, le Credit Suisse a donc mis en place une équipe chargée de répondre aux besoins de cette clientèle, et notamment de lui faciliter l'accès aux produits et services de la banque.

Le Credit Suisse lève les barrières

Pour commencer, le Credit Suisse s'est penché sur Direct Net, son application de banque en ligne. Il a demandé à la fondation zurichoise «Accès pour tous» d'analyser l'application pour déterminer si cette dernière respectait les normes internationales en matière d'accessibilité. Différentes pages représentatives de Direct Net ont donc été testées par des personnes souffrant de déficience visuelle ou de troubles cognitifs. Le but était d'identifier les problèmes et de prendre les mesures nécessaires à leur résolution afin d'obtenir la certification délivrée par «Accès pour tous», l'organe

de labellisation reconnu au niveau national. Ce label, véritable garantie de qualité, confirme que Direct Net satisfait aux règles internationales d'accessibilité à Internet. Le 26 avril dernier, le Credit Suisse a été la première banque helvétique à obtenir cette certification. Voici quelques-unes des améliorations apportées à l'application :

- Le contraste des pages Web peut être augmenté pour améliorer la lisibilité.
- Des mots-clés ont été associés à chaque image afin que les malvoyants puissent eux aussi les identifier.

- Le contenu des pages Direct Net peut être agrandi grâce à la fonction du navigateur permettant de modifier la taille du texte.

- Tous les titres des tableaux et des colonnes ont été optimisés pour le lecteur d'écran, un logiciel qui transmet les informations affichées sur écran à l'aide d'appareils non visuels, c'est-à-dire de manière tactile, en braille, ou acoustique.

Hanspeter Kurzmeyer, responsable Clientèle privée Suisse, se réjouit particulièrement du rôle de pionnier que joue le Credit Suisse en la matière : «En permettant aux handicapés d'accéder à ses produits et services, le Credit Suisse contribue à améliorer l'intégration de ces personnes au sein de la société et assume sa responsabilité sociale.» **ad**

→ Informations complémentaires :
www.credit-suisse.com/directnet



Les clients souffrant de déficience visuelle grave peuvent utiliser la banque en ligne du Credit Suisse grâce à un logiciel spécial.

Daniel Hippenmeyer
Responsable Recruiting Suisse

«Un nouvel employé sur quatre a postulé chez nous par le biais d'Internet.»



Vous avez un message

La recherche d'emploi sur Internet est très prometteuse, le nec plus ultra étant non pas de chercher mais de se laisser trouver. Avec Jobmail, la démarche devient plus commode et efficace.

Le marché du travail en ligne est en plein boom. Des centaines de Bourses de l'emploi se disputent les candidats sur Internet. Pour ceux qui veulent par exemple postuler au Credit Suisse en Suisse, c'est aujourd'hui le canal de loin le plus efficace. Seuls les employés déjà engagés ou proposés par la hiérarchie ont encore de meilleures chances. «L'an dernier, le Credit Suisse a réalisé environ 25% de tous ses recrutements externes sur le marché de l'emploi en ligne», confirme Daniel Hippenmeyer, responsable Recruiting Suisse. Et la tendance est à la hausse.

Internet offre de grands avantages aux postulants et aux entreprises, à commencer par un gain de temps et d'argent. Les offres d'emploi sur Internet ne coûtent qu'une fraction du prix de celles publiées dans un journal et touchent un public cible beaucoup plus nombreux, un atout de taille lorsque le marché du travail est asséché comme c'est le cas actuellement. Revers de la médaille, les offres d'emploi passées sur Internet re-

çèlent le danger d'une baisse de qualité des candidatures reçues.

Qualité indispensable

L'évaluation en ligne est un procédé permettant d'assurer la qualité: le candidat accède par un lien à un catalogue de questions centré sur les compétences demandées. Faisant désormais partie intégrante du processus de recrutement, ce système permet à l'employeur d'affecter correctement le postulant au sein de l'entreprise et de développer en conséquence les aptitudes de celui-ci. «L'évaluation en ligne facilite l'affectation des candidats et l'application de notre stratégie d'entreprise», souligne Erich Grimm, qui, comme responsable Recruiting Zurich-Uetlihof, participe à la majeure partie des recrutements en Suisse.

Un autre moyen d'assurer la qualité est de poser aux candidats des questions filtres faisant ressortir leurs aptitudes (connaissances linguistiques, expérience bancaire, etc.). Déjà pratiquée

par certaines Bourses de l'emploi, cette méthode simplifie la tâche des entreprises en répartissant sommairement les candidats selon la position. Avec plus de 4 000 candidatures mensuelles, cela peut raccourcir notablement les recherches.

A recherche ciblée, procédure accélérée

Internet permet aussi au postulant de filtrer les postes en fonction de ses souhaits. TopJobsScout24 gère ainsi deux portails: «jobscout.ch», qui s'adresse à toutes les personnes recherchant un emploi, et «topjobs.ch», une plate-forme destinée aux spécialistes et aux cadres. Pour le seul secteur financier, ces deux sites proposent en Suisse plus de 900 emplois par mois. Cette répartition de l'offre permet une meilleure vue d'ensemble: «L'utilisateur doit pouvoir se repérer rapidement dans la jungle des offres en ligne», explique Urs Lüchinger, directeur de TopJobsScout24. Et d'ajouter à propos de la stratégie à deux canaux: «Lorsqu'on aspire à une certaine position ou fonction, mieux vaut éviter les plates-formes proposant plus de 1 000 postes par mois.» TopJobsScout24 compte parmi les Bourses de l'emploi qui, en plus de proposer des postes, abordent aussi de nouveaux aspects du recrutement: «Les entreprises disposant d'une forte marque aiment apparaître dans les Bourses de l'emploi avec leur propre branding, note Urs Lüchinger. Nos critères de recherche permettent d'orienter les candidats non seulement vers certains postes, mais aussi vers l'entreprise offrant l'emploi qui convient.» L'utilisateur accède alors directement au marché de l'emploi en ligne de la firme concernée. La plupart des entreprises disposent désormais de leur propre Bourse de l'emploi en ligne. Pour Daniel Hippenmeyer, responsable Recruiting au Credit Suisse, afficher son identité institutionnelle dans une telle Bourse offre un avantage de taille: «Si elles veulent attirer les meilleurs talents, les entreprises doivent redoubler >

d'imagination et se positionner activement comme firme et comme employeur. »

Jobmail, la voie du succès

Les emplois vacants ne figurent pas tous sur les mêmes plates-formes. Pour le postulant, consulter tous les jours une multitude de journaux et de Bourses de l'emploi internes et externes s'apparente donc à un vrai parcours du combattant. En plus de la répartition entre profils généraux et positions supérieures, certaines plates-formes sont spécialisées dans des secteurs d'activité définis comme le marketing ou la communication. Afin de limiter ses recherches quotidiennes à quelques sites choisis pour leur spécificité, le candidat a donc avantage à savoir exactement dans quel domaine il veut travailler. Les plates-formes spécialisées offrent souvent des postes plus intéressants que les Bourses généralistes.

Mais qu'en est-il lorsqu'un candidat cherche une place chez un employeur précis ? Alors qu'il n'y a pas si longtemps, les postulants effectuaient encore de longues recherches et adressaient leurs candidatures spontanées à tel ou tel employeur, ils peuvent désormais recourir à des méthodes bien plus probantes, tel l'abonnement à Jobmail, aujourd'hui très en vogue vu sa simplicité et son efficacité. Avec ce système, il suffit de s'abonner aux offres d'emploi sur le site Internet d'une entreprise, d'introduire ses critères de recherche et d'attendre tranquillement chez soi les courriels annonçant les postes vacants appropriés chez l'employeur de son choix. Recevant ces informations en même temps que les journaux et les Bourses de l'emploi, l'utilisateur dispose donc d'une longueur d'avance et peut postuler pour un poste particulier. « Cette méthode donne de bien meilleurs résultats que les candidatures spontanées », relève Daniel Hippenmeyer. Celles-ci sont d'ailleurs en diminution depuis quelques années. Le Credit Suisse en a encore reçu plus de 10 000 en 2005, mais ce chiffre est tombé à 7 000 environ l'an

CREDIT SUISSE

View Job Postings

To search for job opportunities at Credit Suisse Group in Switzerland, start by selecting or entering your criteria. Best posted default.

Job Categories

If no criteria are selected, the search will look in all job categories.

<input type="checkbox"/> Credit Suisse Corporate Banking	<input type="checkbox"/> Credit Suisse Retail Banking	<input type="checkbox"/> Credit Suisse Private Banking
<input type="checkbox"/> Treasury/Funding/Sales	<input type="checkbox"/> Investment Management	<input type="checkbox"/> Credit Analysis/Risk Mgmt
<input type="checkbox"/> Research/Corporate Development	<input type="checkbox"/> Legal-Compliance	<input type="checkbox"/> Fin. Accounting/Control/Audit
<input type="checkbox"/> Human Resources/Business School	<input type="checkbox"/> Marketing/Communications	<input type="checkbox"/> Project Mgmt/Client Support
<input type="checkbox"/> General Management	<input type="checkbox"/> Operations	<input type="checkbox"/> Corp. Services/Administration
<input type="checkbox"/> Information Technology	<input type="checkbox"/> Other	<input type="checkbox"/> Investment Banking
<input type="checkbox"/> Asset Management		

Preferred Area of Business: All

Preferred Region: Switzerland as a whole | Other regions

Job Type: ☒ All ☐ Full Time ☐ Part Time

Contract Type: ☒ Regular ☐ Temporary

Posted Within: 1-Anytime

Keyword:

To start the search for job opportunities click here: **Search**

If you make applications to different companies within Credit Suisse Group, the other applications in each case can also be viewed by the responsible Human Resources employees.

JobMail subscription: **No job!**

Les personnes recherchant un emploi peuvent entrer leurs souhaits sur Internet: secteur, taux d'activité et type de contrat. L'ordinateur effectue alors la recherche pour l'utilisateur et affiche tous les emplois correspondants. Rapidement et simplement.

dernier. Cette baisse tient au fait que les candidatures spontanées donnent beaucoup de travail et ne valent pas vraiment la peine, seules 5% d'entre elles aboutissant à un engagement. « Répondre à une offre d'emploi précise est plus efficace pour les deux parties, confirme Daniel Hippenmeyer. L'abonnement Jobmail dépasse toutes nos attentes. » En avril 2007, le Credit Suisse enregistrait déjà 2 800 abonnements Jobmail, soit plus du double que prévu. Concrètement, cela signifie que 2 800 personnes s'intéressent actuellement à un emploi au Credit Suisse et attendent de se voir pro-

poser le poste précis auquel elles aspirent. Les agences qui se sont spécialisées dans certaines catégories professionnelles recourent aussi aux services Jobmail, ceux-ci leur permettant de se tenir automatiquement à jour dans leur domaine attitré.

Aussi diversifiée que soit la recherche d'emploi en ligne, l'abonnement Jobmail reste un des moyens les plus sûrs de décrocher un poste. Une fois abonné aux services Jobmail de ses employeurs préférés, le candidat potentiel n'a plus qu'à attendre le prochain courriel emploi !

Le commerce en ligne va poursuivre son essor

Le commerce en ligne, ou e-business, continue à progresser rapidement dans le monde grâce à l'amélioration de l'accès, des services et des contenus. En outre, le coût décroissant du haut débit devrait encore doper la pénétration d'Internet et, partant, augmenter le temps passé en ligne ainsi que le montant qui y est dépensé. Selon les estimations du Credit Suisse, ce montant devrait passer de 170 milliards de dollars en 2006 à 263 milliards de dollars en 2010.

Selon la société d'études sur Internet comScore, le nombre d'internautes actifs dans le monde a atteint 763 millions en mars 2007. Ceux-ci ont visité plus de 2 billions de pages Web en mars, soit 9% de plus que pour le mois précédent. Certes, les Etats-Unis et l'Europe restent les marchés Internet les plus importants, mais les régions qui progressent le plus rapidement sont l'Amérique latine et la région Asie-Pacifique. Une étude menée par PricewaterhouseCoopers (PwC) indique que le marché mondial de la publicité sur Internet et de l'accès au Web devrait progresser de 13% par an sur la période allant de 2005 à 2010.

Forte pénétration du haut débit

Le secteur va connaître un boom ces prochaines années avec le remplacement des connexions traditionnelles par le haut débit. «La pénétration grandissante du haut débit, qui ne se dément pas, devrait tirer toute la branche», affirme Heath Terry, analyste Internet au Credit Suisse, avant d'ajouter: «Le coût décroissant du haut débit et l'augmentation de la vitesse de connexion devraient faire exploser l'utilisation du Web et ses diverses applications.» Si bien que la pénétration globale d'Internet dans les ménages pourrait atteindre 47% en 2010, alors qu'elle n'était que de 17% en 2001 et de 34% en 2006 selon PwC.

Google domine les moteurs de recherche

Les moteurs de recherche sont les sites les plus visités de la Toile, qui devient une source majeure d'informations pour nombre d'utilisateurs. L'attrait du Web va d'ailleurs aller grandissant avec la sophistication des systèmes de recherche. Une étude réalisée par Nielsen Net Ratings révèle ainsi que près de 80% des internautes dans le monde y recourent et que 22 milliards de recherches sont effectuées chaque mois, Google se taillant la part du lion (près des deux tiers) devant Yahoo! (presque un cinquième).

L'essor de la publicité électronique

Les gens passant de plus en plus de temps en ligne, les publicitaires leur emboîtent le pas. Selon les estimations du Credit Suisse, le montant consacré à la publicité électronique a atteint 17 mil-

liards de dollars en 2006, une progression de 35% par rapport à 2005. Et il devrait passer à 51,6 milliards de dollars d'ici à 2010 selon PwC. L'e-commerce, c'est-à-dire la vente de biens et services commandés sur Internet ou dont le prix est négocié sur le Web ou par e-mail, progresse lui aussi à vive allure. Selon les données du Census Bureau (office statistique) américain, l'e-commerce représente aux Etats-Unis 2,8% du total des ventes de détail réalisées en 2006, soit 109 milliards de dollars, en hausse de 24% par rapport à 2005.

L'e-commerce se généralise

«L'e-commerce est le segment d'Internet qui a connu la plus forte progression (environ 25% par an) au cours des quatre dernières années, précise Heath Terry. Et nous pensons que cette tendance va se poursuivre, dans la mesure où les internautes prennent l'habitude de conclure des transactions importantes en ligne et où il y a toujours plus de jeunes utilisateurs, qui ont grandi avec Internet. Ce qui devrait profiter à des entreprises comme eBay, Amazon ou les distributeurs traditionnels bien implantés sur la Toile. Nous pensons que l'e-commerce est bien valorisé, puisque le cours des actions des entreprises de ce secteur est 29 fois plus élevé que le bénéfice par action estimé pour 2008, soit une légère prime par rapport au cours des actions pour l'ensemble du secteur Internet.»

de

Heath Terry
Analyste Internet au Credit Suisse

«La pénétration grandissante du haut débit, qui ne se dément pas, devrait tirer toute la branche.»



Une nouvelle vie virtuelle

Faire du shopping sans avoir les bras chargés de paquets, danser toute la nuit sans avoir mal à la tête le lendemain, c'est possible dans une seconde vie virtuelle. Impossible par contre de trouver une succursale d'une grande banque dans le monde virtuel de « Second Life ». Le cyberspace aurait-il des limites ?

Nous sommes en 2002. Le pavillon « Cyberhelvetia » de l'Expo.02 est installé dans un cadre idyllique au bord du lac de Bienne, au milieu de l'artéplage. L'univers virtuel hébergé sur un serveur du Credit Suisse à l'intérieur de ce pavillon bien réel est, quant à lui, beaucoup moins impressionnant. Ce projet inédit en Suisse de première ville virtuelle ne manque pas d'audace. Les visiteurs doivent choisir une identité avant de rejoindre une communauté auto-organisée. Les infrastructures sont rudimentaires, les canalisations et les hôpitaux inexistantes. La ville, baptisée « Cy », est réduite à sa plus simple expression, et pourtant environ 33 000 habitants s'y sont installés afin de conquérir le monde virtuel. Nul besoin de déménageurs ni de permis de construire pour emménager. La procédure de naturalisation se fait en quelques clics et l'imagination est sans bornes concernant le choix des pseudos (noms fictifs). Une seule contrainte pour les « InCyders » : ne pas prendre le même nom qu'un autre membre de la communauté. Ensuite, il ne reste plus qu'à choisir les traits de son personnage parmi la centaine de modèles proposés et à se mettre en quête d'un logement approprié. La vie virtuelle peut alors commencer. Comme dans le réel, il faut se constituer un réseau d'amis et l'entretenir. La communauté dispose même de son propre journal, le CyPress. Il est également possible de se faire photographe de-

vant une vitrine par l'un des trente photomats virtuels. Au total, plus d'un million de portraits ont ainsi été réalisés. Après l'Expo.02, le projet Cyberhelvetia, d'une durée limitée, a été poursuivi par quelques centaines d'InCyders passionnés. Mais le travail de pionnier effectué par le Credit Suisse n'a été reconnu qu'après plusieurs années.

Le développement fulgurant d'Internet

Le temps a passé depuis l'Expo.02. Les nouvelles technologies ont permis de réaliser d'autres projets virtuels dont la plupart étaient en germe depuis longtemps. L'initiative Cyberhelvetia et bien d'autres encore, qui remontent aux premiers balbutiements d'Internet, montrent qu'il existait déjà à l'époque de la nouvelle économie des concepts très semblables à ceux qui ont du succès aujourd'hui. Et puis, l'enthousiasme suscité au départ par Internet a cédé la place au désenchantement lorsque les actions des sociétés « point com » se sont effondrées. Un examen plus précis de la situation fait apparaître clairement que les idées d'alors étaient souvent d'avant-garde, mais qu'elles n'étaient pas relayées par la technique. Des choses aussi simples que commander une pizza en ligne duraient une éternité : après s'être connecté au modem, il fallait effectuer la commande avec une connexion lente et endurer des temps d'attente interminables qui mettaient les nerfs à vif et coûtaient cher.

Priorité à l'interactivité

Ce n'est qu'avec l'introduction de tarifs forfaitaires, fixés indépendamment de la durée et de la fréquence de consultation, qu'un grand pas en avant a été fait. Et dès que les accès à larges bandes, rapides et bon marché, ont permis d'exploiter intelligemment diverses applications Web, Internet s'est définitivement imposé sur le marché. D'anciennes idées, légèrement adaptées, ont alors été relancées. Et soudain, tout fonctionnait. Le site de vidéos « YouTube » est un exemple emblématique de cette percée. Basé sur un concept simple – les utilisateurs chargent leurs vidéos et les mettent à la disposition du public –, ce site a rencontré un énorme succès. Une telle popularité a évidemment son prix : les deux créateurs de YouTube ont vendu récemment leur produit à Google pour 1,65 milliard de dollars. Cinq ans plus tôt, un projet similaire aurait échoué, car les utilisateurs moyens n'auraient pas réussi à surmonter les obstacles techniques et financiers.

Internet est de plus en plus interactif. Des millions de blogs envahissent le cyberspace. Leur avantage est double : les frais de maintenance sont réduits et il est souvent possible d'y saisir des commentaires, par exemple à propos d'un article. Le lecteur devient donc lui-même auteur. Cette notion de communauté caractérise la plupart des projets Web2.0. Les sites Wikipédia, par exemple, sont conçus sur ce principe. Les articles de ces encyclopédies en ligne sont rédigés et modifiés par les lecteurs. Une telle approche permet de mettre de vastes connaissances à la disposition d'un large public. Mais cette nouvelle forme de diffusion du savoir comporte aussi des risques : les sites Wikipédia peuvent faire l'objet de manipulations. Cependant, l'autorégulation fonctionne plutôt bien puisque les lecteurs peuvent compléter et corriger les articles insatisfaisants.

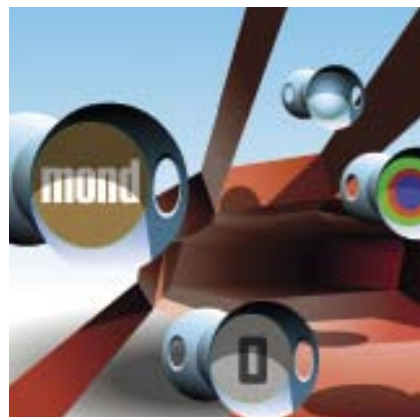
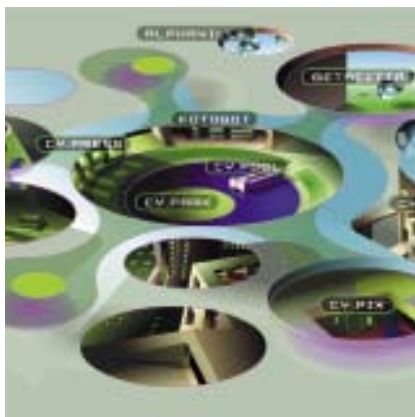
Un nouveau projet de réalisation de soi virtuelle baptisé « Second Life » est en plein essor. En y regardant de plus

près, on s'aperçoit qu'il présente des similitudes évidentes avec Cyberhelvetia (possibilité de créer son propre personnage et son domicile virtuel). Dès que l'utilisateur a téléchargé le logiciel, il est immédiatement plongé dans un univers virtuel en trois dimensions (3D).

Les effets du progrès technologique sont aussi visibles ici. Les fonctionnalités de Second Life sont nettement plus nombreuses que celles de son prédécesseur. L'internaute peut par exemple dessiner sa maison ou ses vêtements ou encore créer des succursales virtuelles de sa propre société. Les terrains sont loués ou achetés en Linden Dollars, monnaie officielle de Second Life qui peut être acquise avec de vrais dollars. Compte tenu de l'engouement et de la promotion médiatique dont ce jeu fait l'objet, le nombre d'utilisateurs qui se connectent chaque jour (30 000) n'est pas tellement élevé par rapport aux six millions de personnes enregistrées sur le site.

Offensive sur le 3D

Second Life fait plutôt figure de gadget, car il ne propose rien de fondamentalement nouveau. Les réseaux de contacts et les autres moyens de communication abondent sur Internet. Les bannières publicitaires traditionnelles, le shopping en ligne et les sites d'entreprises sont déjà des instruments incontournables du marketing en ligne. La seule innovation de Second Life est la tridimensionnalité. On peut s'attendre à ce que cet élément soit repris par d'autres applications Web dans le cadre du nouveau système d'exploitation Vista. Mais une chose est sûre : Internet n'a pas encore atteint ses limites et il n'est pas exclu qu'une troisième vie virtuelle succède un jour à Cyberhelvetia et à Second Life. **sds**



«Cy», la première ville virtuelle de Suisse (photos du haut), fut lancée par le Credit Suisse dans le cadre du projet «Cyberhelvetia» lors de l'Expo.02. Ce concept novateur à l'époque fait aujourd'hui presque partie de notre quotidien (photos du bas) grâce au monde virtuel de «Second Life».

Bulletin plus

Editeur Credit Suisse, case postale 2, 8070 Zurich **Rédaction** Andreas Thomann (ath) (direction de projet), Joy Bolli (jb), Alireza Darvishy (ad), Dorothee Enskog (de), Tanya Fritsche (tf), Mandana Razavi (mr), Sebastian Schiendorfer (sds), Franziska Vonaesch (fva) **Internet** www.credit-suisse.com/infocus > Dossiers > Internet **Marketing** Veronica Zimmic **Réalisation** Arnold Design AG, Uerikon ZH: Daniel Peterhans, Monika Häfliger, Michele Iseppi, Urs Arnold, Petra Feusi (gestion de projet) **Mise en page** Arnold Design AG, Uerikon ZH **Impression** NZZ Fretz AG, Schlieren **Adaptation française** Service linguistique du Credit Suisse: Anne Civel, Michèle Perrier, Virginie Mainguy, Marie-Sophie Minart, Stéphane Plagnol **Crédits photographiques** John Abbott, page 17; Andreas Hofer, page 19; Jan Potente, Das Fotoarchiv, page 14; Martin Stollenwerk, pages 3, 7, 8, 10, 12, 15; www.coproduktion.ch, couverture

TOP OF SWITZERLAND

N2O Informatique Sarl, Grand-Rue 9, **1180** Rolle www.n2oinformatique.ch • Idea Systems, Route des Avouillons 6, **1196** Gland, www.ideasystems.ch • VnV computer, Zennaro & Cie, Daniel-Jeanrichard 30, **2400** Le Locle, www.vnv-computer.ch • PC Lotus GmbH, Neumarktstr. 9, **2502** Biel/Bienne, www.pc-lotus.ch • B&C Computer GmbH, Lagerhausweg 30, **3018** Bern, www.bc-computer.ch • Netchange Informatik GmbH, Dorfstr. 12, **3084** Wabern, www.net-change.ch • Netchange Informatik GmbH, Bernstr. 3-5, **3421** Lyssach, www.netchange.ch • APS Informatik GmbH, Schlosstr. 1, **3550** Langnau i. E., www.aps-informatik.ch • BEO-Computer GmbH, Frutigenstr. 6, **3600** Thun, www.beo-computer.ch • PC-Center, Petersgraben 21, **4051** Basel, www.pccenter-basel.ch • PCI Computer Systems AG, Mühlemattstr. 48, **4104** Oberwil BL, www.pccomputer.ch • RS Computer GmbH, Luzernerstr. 1, **5630** Muri AG, www.rscomputer.ch • Walker Radio TV und PC GmbH, Attinghauserstr. 130, **6460** Altdorf, www.walkerpc.ch • Comptel Sagl, Via al Ticino 19, **6514** Sementina, www.comptel.ch • Foletti Computer, Via Cantonale 16B, **6928** Manno, www.foletti.com • PC-help.ch GmbH, Richtstr. 19, **7000** Chur, www.pc-help.ch • Diversimex GmbH, Seestr. 330, **8038** Zürich, www.diversimex.ch • Syntron Elektronik & PC, Schützengraben 24, **8200** Schaffhausen • Bacher Data AG, Ferrachstr. 35, **8630** Rüti ZH, www.bacherdata.ch • MS Informatik GmbH, Landsgemeindeweg 14, **8853** Lachen, www.ms-informatik.ch • MS Informatik GmbH, Zielstr. 25, **9050** Appenzell, www.ms-informatik.ch • Computer Direct SG AG, Zürcherstr. 6, **9500** Wil SG, www.computerdirect.ch

Vous trouvez les points de vente sous:

www.littlebit.ch

LA SUISSE ET LITTLEBIT: DES NOMS
SYNONYMES DE HAUTE QUALITÉ.



littlebit
NOTEBOOK
www.littlebit.ch



Stingray Z84

Processor: Intel® Core™ 2 Duo Processor T7300 •
Memory: 1 GB • Graphic: nVidia Geforce 8600M GS,
512 MB • Harddisk: 120 GB SATA • Optical: DVD+/-RW
8x DL • Operating System: Microsoft® Windows®
Vista Premium

sFr. 1'990.- TVA incl.