

“Digipass is veel meer dan het bakske dat iedereen kent”



René De Witte
Journalist VFB

Gesprek met Jan Valcke, president en COO van VASCO Data Security

De analisten lieten het aandeel onbesproken en in de financiële pers viel ook al weinig over het bedrijf te lezen, maar beleggers die bij de pinken waren en begin dit jaar VASCO Data Security kochten, zouden het zich niet beklagen. In februari nog maar circa 6,50 dollar waard op Nasdaq en begin oktober even over de lat van 21 dollar gesprongen, men zou met veel minder tevreden zijn. Wat is dat met het bedrijf dat gespecialiseerd is in authenticatie, elektronische handtekeningen en het beheer van identiteiten en dat we allemaal wel kennen van de digipass die we ervan in huis hebben? Wat moeten de beleggers weten? Nogal veel.

‘Digipass is veel meer geworden dan dat bakske. De token is nog altijd onze omzetmachine, maar tegelijk werken wij aan nieuwe diensten die ons een stabiele inkomstenstroom moeten opleveren. De voorbije tien jaar stegen we gemiddeld met 22% per jaar. Sommige jaren was dat 40%. Een ander jaar gingen we

10% achteruit. Dat moet er dus uit. We willen in de toekomst een stabiele groei met recurrente inkomstenstromen’ zegt president en COO Jan Valcke.

VFB *Bij onze research vonden we over VASCO Data Security technische artikelen in de vakpers, maar in de algemene pers valt eigenlijk bitter weinig te lezen over het bedrijf en zijn activiteiten. Pour vivre heureux, vivons cachés?*

Jan Valcke Dat is zeker geen bewuste keuze. Wij proberen het maximum te doen met het minimum aan mensen en dus hebben we ingezet op wat voor ons het belangrijkste was: de vakpers. De algemene pers was niet zo belangrijk voor ons, maar dat zal veranderen nu we ons meer op de consument zullen richten. We zijn daar in de VS mee begonnen, kregen de voorbije weken al artikelen in USA Today, Times, enz.

VFB *Nu u het toch over de VS heeft. Men heeft het altijd over het ‘Amerikaans-Belgische’ bedrijf VASCO. Maar hoe Belgisch is VASCO nog?*

Jan Valcke Heel Belgisch. De helft van de 375 personeelsleden zijn Belg. Ons corporate headquarter is in Chicago ge-

vestigd, maar daar werkt slechts 10 man. In Zürich hebben we onze financiële hoofdzetel, maar de operationele hoofdzetel ligt hier in Wemmel. De rapportering over al onze activiteiten ter wereld gebeurt hier. Dat we in zoveel landen actief zijn, levert ons een comfortabele positie op. Terwijl het in de ene regio wat minder gaat, gaat het beter in de andere. Het geeft ons comfort omdat we van overal ter wereld informatie krijgen over de markten. Het geeft ons comfort op het vlak van het aantrekken van nieuwe mensen.

Marge verhogen

VFB *De digipass is voor VASCO eigenlijk pure business-to-business (B2B). U verkoopt apparaatjes aan de banken die het op hun beurt aan de klanten uitlenen. Gaat u zich nu rechtstreeks op de klanten richten? Is de volgende stap B2C?*

Jan Valcke Laat het mij eerst hebben over onze historiek. Tot 2005 waren we eigenlijk een één-product-bedrijf. We verkochten onze digipass aan banken. We verkochten dus hardware. Als beursgenoteerd bedrijf moet je aandeelhouderswaarde creëren. Om onze marge te verhogen zijn we een softwarebedrijf geworden, een ‘end-to-end authentication’ bedrijf. We leverden dus naast de hardware ook de software die er vanaf het bedrijf tot de klant voor zorgt dat kan worden nagekeken of uw identiteit ook authentiek is.

Wij verifiëren de identiteit niet. In België is het de overheid die dat doet. In sommige landen gebeurt dat door private bedrijven, maar dat is een totaal andere business dan de onze. Wij authenticeren een geverifieerde identiteit. Anders gezegd: wij beschermen de berichten en transacties tussen twee personen.

In de gamingwereld is dat helemaal anders. Niemand kan u beletten om te spelen onder de naam van – ik zeg maar wat – Mickey Mouse. Het enige wat het gamingbedrijf interesseert, is dat u betaalt. Uw identiteit doet er niet toe. Toch is ook hier het aspect van veiligheid en dus van verificatie belangrijk, maar dan wel vanuit de vraag van de consument. De speler wil uiteraard niet dat zijn account wordt gehackt.

In online loterijen is het opnieuw anders. In heel wat landen is spelen op de loterij verboden onder een bepaalde leeftijd. Uw identiteit moet dus worden geverifieerd. En voor het

“De token is nog altijd onze omzetmachine, maar tegelijk werken wij aan nieuwe diensten die ons een stabiele inkomstenstroom moeten opleveren.”

authenticeren zijn wij er. In de online wereld zullen er heel wat toepassingen zijn waarbij men zijn identiteit zal moeten bewijzen. Denk maar aan het recht dat men in de toekomst zal hebben om online zijn medisch dossier te raadplegen. Healthcare is dus een ander belangrijk toepassingsgebied voor onze software.

“Wij authenticeren een geverifieerde identiteit. Anders gezegd: wij beschermen de berichten en transacties tussen twee personen.”

Business-to-consumer

VFB *Hoe komt u tot B2C?*

Jan Valcke Via Mydigipass.com, een dienst die we in 2013 hebben uitgerold. (Noot: wie zich registreert bij Mydigipass.com kan van daaruit inloggen op websites zonder dat hij telkens opnieuw zijn paswoorden moet inbrengen. MyDigipass.com is ook een digitale paswoordenkluis.) We gaan nu een hele stap verder met Mydigipass.com. Het concept is alweer een ‘single sign on’, een eenvoudige inschrijving door de consument. Vanuit Mydigipass.com kan hij zijn elektronische handtekening gebruiken, contracten tekenen, op de loterij spelen, producten of diensten aankopen, noem het maar. Wij zorgen voor de authenticatie tussen de consument en de partners aan de andere kant van Mydigipass.com. Je kunt op twee manieren op Mydigipass.com komen. Ofwel via ons, ofwel via een van onze klanten. We zitten nu in de fase van het afsluiten van samenwerkingsverbanden. Er zijn vandaag al een honderdtal partners, de meeste in de vs.

VFB *Heb je daar een digipass voor nodig?*

Jan Valcke Om je te registreren en een account te maken, heb je een digipass nodig, hetzij een app die je op je smartphone hebt

gedownload, ofwel het apparaatje. Voor bepaalde toepassingen heb je een geverifieerde identiteit nodig en dan heb je een eID-kaartlezer nodig. Belfius heeft 1,2 miljoen klanten uitgerust met een digipass met twee slots: een voor de bankkaart, een voor de eID-kaart.

Er is bij ons genoeg massa om dit nieuwe businessmodel te creëren.

VFB *Hoe brengt Mydigipass.com straks geld op?*

Jan Valcke Op twee manieren. De eerste is met de eenmalige fee die we krijgen voor de





“De absolute challenge vandaag is om technologie te ontwikkelen zonder paswoorden, namelijk op basis van biometrische gegevens..”

toepassingen. De tweede manier is met de betaling per aantal clicks, per aantal keer dat we authenticeren. Hier spelen we op de massa. Dat moet een stabiele inkomstenstroom opleveren. Vandaag is het zo dat we de kwantiteit bij de banken halen en de marge buiten de banken. Het niet-bancaire willen we dus fors uitbreiden. Dat moet onze recurrente inkomsten doen stijgen.

VFB *Wanneer verwacht u dat Mydigipass.com omzet gaat genereren?*

Jan Valcke Ik hoop dat het vanaf 2016 een substantiële inkomstenbron is, maar pin me hier niet op vast. Dit is zeker geen guidance.

Risico-authenticatie

VFB *Wat kan e-commerce betekenen voor VASCO?*

Jan Valcke Dat is een ander domein. De authenticatie die wij nu met de digipass doen, gebeurt met dynamische paswoorden, met algoritmen. Stel dat men dat paswoord zou stelen, dan zou de hacker het toch niet meer kunnen gebruiken, omdat het een eenmalig paswoord is dat beperkt in de tijd gebruikt kan worden. De cybercriminaliteit is voor ons dus geen gevaar. Anders is het met statische paswoorden die wel kunnen hergebruikt en dus misbruikt worden. In dit domein hebben we ontwikkelingen die we ‘risk based authentication’ noemen. Men authenticereert de

persoon aan de hand van zijn risicoprofiel. Een e-trader kan bijvoorbeeld beslissen dat hij niet verkoopt als het leveringsadres aan de andere kant van de wereld ligt dan het adres waarop de creditcard is afgeleverd. Dat doet een belletje rinkelen en kan de e-trader doen beslissen om de bestelling niet uit te voeren. Daarvoor hebben we ook decision tools ontwikkeld.

VFB *Is VASCO ook met biometrische authenticatie bezig?*

Jan Valcke (knikt) De absolute challenge vandaag is om technologie te ontwikkelen zonder paswoorden, namelijk op basis van biometrische gegevens. Uw gedrag of fysieke aanwezigheid zal dan belangrijker zijn dan uw paswoord. We zitten dan in het domein van de continue authentication waarbij je op je lichaam een tag of een wearable draagt – een badge, een uurwerk ... – dat verbonden is met je smartphone die dan weer is uitgerust met onze ‘digipass for apps’ met daarin dan zogenaamde contextual authentication. Zoals u ziet: alles heet bij ons digipass, al heeft het al lang niet meer alleen met ons ‘bakske’ te maken.

VFB *Wanneer mogen we de biometrische authenticatie in de praktijk verwachten?*

Jan Valcke We zijn nu volop bezig met research. Je mag verwachten dat de eerste volwaardige toepassingen nog 2 jaar op zich

zullen laten wachten, al is dat moeilijk in te schatten met researchprojecten.

VFB *Wat is de rol van ons land in die technologische innovaties? Vindt VASCO gemakkelijk mensen?*

Jan Valcke We hebben hier in Wemmel een innovatiecentrum dat research doet naar producten die ten vroegste over twee jaar op de markt zullen komen. Hier mensen vinden is niet altijd evident. Dat heeft met onze coconformaliteit te maken. Dat we een researchcentrum hebben in Cambridge is niet toevoeging. Dat heeft onder meer met intellectuele eigendomsrechten te maken. Wij betalen de research volledig maar worden nadien wel eigenaar van de ontwikkelingen. Belgische universiteiten willen die rechten vaak delen wat voor een beursgenoteerd bedrijf gevoelig ligt. Tja ...

Marktleider

VFB *Is de digipass, zoals we die vandaag kennen, geen uitdovend verhaal?*

Jan Valcke Men zou geneigd zijn te denken dat de token zijn tijd heeft gehad, maar wat zien we? Rabobank heeft laatst 4,5 miljoen exemplaren van onze nieuwste generatie digipass gekocht: de Raboreader. Dit is een apparaat dat veel complexer, gebruiksvriendelijker en wat duurder is dan de vorige generatie. Men wil meer veiligheid, meer gebruiksgemak en meer toepassingen. Er is nog steeds een sterke vraag naar hardware. De reden is dat hardware nog altijd veiliger is dan software. Ik sta vaak versteld van hoeveel hardware wij nog verkopen.

VFB *VASCO zit nu aan zijn 200 miljoenste token. Wat met de concurrentie? RSA Security verloor heel wat klanten toen in 2011 uitlekte dat de tokens van drie grote klanten waren gehackt.*

Jan Valcke RSA Security heeft toen aan klanten de mogelijkheid geboden de tokens te laten vervangen: 40 miljoen in totaal. Dat geeft u een beeld van hoeveel groter wij zijn. Het is niet zozeer het hacken dat RSA Security klanten heeft gekost, maar de berichten achteraf over de samenwerking met de Amerikaanse inlichtingendienst NSA. Dergelijke berichten maken ondernemingen steeds bewust over het aspect veiligheid. De Amerikaanse retailer Target werd vorig jaar gehackt tijdens de drukste koopjesperiode van het jaar in de vs, namelijk Thanksgiving. De ver-

koop van Target daalde in het daaropvolgende kwartaal met 5,3% en de ceo nam nog geen half jaar daarna gedwongen ontslag als een direct gevolg van deze hack. Het nieuws van die impact op de business en de ontslagen, is ingeslagen als een bom. Beveiliging is nu een taak voor het hoger management en dat doet voor ons nieuwe deuren opengaan.

VFB *Het recente nieuws dat Russische hackers het hadden gemunt op JP Morgan Chase was dus goed nieuws voor VASCO. En voor de koers van het aandeel.*

Jan Valcke (knikt) VASCO vindt dit uiteraard geen goed nieuws, maar wat wel opvalt, is dat aandelen van security bedrijven het goed doen op momenten dat er online fraude in het nieuws komt.

VFB *VASCO noteert op Nasdaq. Hebt u enig idee hoeveel aandelen bij Belgische beleggers in portefeuille zitten?*

Jan Valcke We schatten het aandeel Belgische investeerders op 10 procent van de 40 miljoen aandelen

VFB *Wat is de free float?*

Jan Valcke Ongeveer 25 procent van de aandelen zit bij het management. De rest is dus in principe de free float.

VFB *Het jaar zag er na het tweede kwartaal goed uit. Wordt 2014 een goed jaar?*

Jan Valcke U weet dat ik daar niet mag op antwoorden. 2012 en 2013 waren niet goed. Dat komt grotendeels doordat onze forecasts niet goed waren en we dus bakzeil hebben moeten halen. Aandeelhouders houden hier niet van. We zijn dus zeer voorzichtig geworden in onze prognoses. Maar al onze verwachtingen zullen gereflecteerd worden in onze verwachtingen voor de rest van het jaar die we communiceren op 28 oktober. (Noot: op het moment van het gesprek zijn de Q3-resultaten nog net niet bekend.)

VFB *De wereldmarkt van identity-protection producten bedroeg vorig jaar 4,5 miljard dollar. Met een omzet van 155 miljoen dollar vorig jaar, is VASCO een kleine speler.*

Jan Valcke We zijn inderdaad een nichebedrijf, maar in onze niche zijn we wel marktleider. VASCO is wereldleider op vlak van sterke authenticatie en elektronische handtekeningen voor financiële instellingen. Meer dan de helft van de top100-banken wereldwijd is klant van VASCO.

De rechthoeken

Om het samen te vatten, gaat Jan Valcke naar het bord in de vergaderzaal. Hij tekent een kader met vier kleinere rechthoeken erin. Links boven schrijft hij: bestaande producten voor bestaande markten. 'Hier vindt u onze digipass.' Dan rechtsboven. 'Hier vindt u de nieuwe producten voor de bestaande markten, zoals risk based authentication.'

'Als we de technologie niet hebben, kopen we die in, zoals we gedaan hebben met de overname van Risk IDS dit jaar en die van Cronto in 2013. We hebben geld, dat is geen probleem. Maar we blijven voorzichtig in onze acquisities. Dat hebben we geleerd van de overname Diginotar in Nederland, waar we zowat 10 miljoen euro hebben voor betaald en dat failliet ging. Een rechter heeft de vorige eigenaars veroordeeld om een groot deel van dat bedrag terug te betalen. Wat ook belangrijk wordt, zijn onze incubatie-initiatieven.'

Met de stift op het vak, linksonder: 'Hier vindt u de nieuwe producten voor de nieuwe markten. Healthcare is zo een nieuwe markt.' Dan, rechtsonder. 'Hier gaat het om bestaande producten die we naar nieuwe markten willen brengen. Zo zijn we in de gaming gestapt met digipassen die speciaal voor online games zijn ontwikkeld.'

We hebben nog één vraag, Lernout & Hauspie indachtig. Die deed ontwikkelingen die – aldus het verhaal – zijn (in)gepikt door de Amerikaanse inlichtingen- en militaire diensten. Is Valcke niet bang voor spionage? Diefstal van technologie?



“We zijn inderdaad een nichebedrijf, maar in onze niche zijn we wel marktleider.”

Jan Valcke Wij blijven op het domein van de commerciële veiligheid. Militaire veiligheid werkt met andere, speciale algoritmen. Of de NSA kan inbreken in een van onze producten? Ik denk het niet.

