LIVRE BLANC

L'identité comme générateur de revenus :

Premiers pas avec la gestion de l'identité orientée client

- Qu'est-ce que la gestion d'identités ?
- Qu'est-ce que la gestion d'identités orientée client ?
- En quoi l'IRM est-elle stratégique pour votre organisation ?
- Comment l'IRM accélère-t-elle le délai de commercialisation ?
- Comment l'IRM renforce-t-elle la sécurité ?
- Comment l'IRM améliore-t-elle l'engagement de la clientèle ?
- Comment la plateforme IRM prend-elle en charge la confidentialité ?
- L'IRM peut-elle prendre en charge les populations à grande échelle ?
- Quelle est l'importance de l'open source sur votre stratégie d'identité orientée client ?
- Quel est le meilleur moyen d'évaluer une solution IRM ?

L'identité comme générateur de revenus : Premiers pas avec la gestion de l'identité orientée client

L'identité est une composante essentielle de la croissance numérique. Les entreprises et les organisations ne peuvent tirer pleinement parti des technologies mobiles, du cloud ou de l'Internet des objets (IdO, ou IoT en anglais) sans une stratégie d'identités évolutive et reproductible. Sans une telle stratégie, elles ne disposent d'aucun moyen d'identifier leurs clients et d'interagir avec eux de quelque manière que ce soit, par le biais d'un ordinateur portable, d'un mobile, d'une tablette, d'une voiture connectée, d'un objet connecté à porter (« wearable »), d'un appareil domotique ou de la toute dernière innovation en termes de connectivité. Ce guide a été conçu pour vous aider à comprendre les éléments fondamentaux de l'identité client et la manière dont elle peut vous aider à communiquer avec vos clients.

Qu'est-ce que la gestion d'identités ?

Dans sa forme la plus simple, la gestion d'identités (IM) englobe la création et l'administration des utilisateurs et des objets, ainsi que les règles qui régissent leur fonctionnement en ligne. **Elle répond à deux questions : Qui êtes-vous (ou de quoi s'agit-il) ? Que pouvez-vous (ou peut-il) faire en ligne ?**

Cela paraît simple, mais le nombre d'applications, appareils et objets qui entrent en ligne de compte dans les prises de décisions de ce type rend souvent le processus très complexe. Cela consiste à prendre chaque application (sur et hors sites) et à externaliser les capacités de gestion d'identités afin de gérer de manière centralisée les utilisateurs et les objets, ainsi que leurs politiques de connexion et d'autorisation. Pour certaines entreprises, cela revient à activer la gestion d'identités de!centaines, voire des milliers d'applications interagissant en ligne.

Qu'est-ce que la gestion d'identités orientée client ?

Alors que le passage au numérique devient une réalité pour l'économie mondiale, avec des marchandises et des services disponibles en ligne depuis une multitude d'appareils, les entreprises tout autant que les services publics prennent conscience que leur capacité à gérer les identités numériques de chaque client actuel ou potentiel, et de chaque citoyen est essentielle pour tirer parti des bénéfices qu'offrent les technologies du cloud, de la mobilité et de l'Internet des objets.

La gestion d'identités existante reposait sur des plateformes monolithiques qui utilisaient des règles statiques pour prendre des décisions. Elle n'a pas été conçue pour s'intégrer facilement à d'autres applications (sur ou hors sites), fournir un accès depuis n'importe quel type d'appareil, traiter des populations à grande échelle ou prendre des décisions selon le contexte du client. En résumé, la gestion d'identités (IM) traditionnelle n'est pas en mesure de répondre aux exigences des entreprises actuelles.

Ce dont ont besoin les entreprises et les services publics pour orienter les clients et les citoyens vers les biens et services pertinents à l'ère du numérique, c'est au contraire d'une gestion d'identités orientée client.

La gestion d'identités orientée client offre les capacités définies ci-après :

- Élimine le cloisonnement organisationnel (silos) avec un modèle d'identité commun à l'ensemble des services proposés par l'entreprise
- Développe un seul profil de client pour chaque utilisateur final
- Orientée vers les processus rapides et reproductibles
- Indépendante du dispositif
- Contextuelle
- Conçue pour traiter un volume à l'échelle d'Internet par millions

Cette nouvelle gestion d'identités étant destinée aux clients, conçue pour améliorer la flexibilité, l'évolutivité et l'Internet des objets, elle est à même d'interagir avec les objets connectés, à porter (« wearables »), les véhicules connectés, les boîtiers TV, les portails e-citoyens, les systèmes de sécurité domestiques, les appareils médicaux et tout autre objet « restant à inventer » que les clients adopteront dans les années à venir.

La gestion d'identités orientée client consiste avant tout à utiliser l'identité pour supprimer le cloisonnement organisationnel (silos) et fournir une vue globale et unique de l'entreprise par le client ou utilisateur final. Elle utilise des données pour créer des profils de clients qui donneront aux entreprises et aux services publics les moyens de communiquer efficacement avec leurs clients et les citoyens. Comprendre qui sont ces clients et citoyens conduit les entreprises et les services publics à o"rir de meilleurs services et des produits plus pertinents, ce qui contribue à la fidélisation des clients et la satisfaction des citoyens. Les entreprises ont l'opportunité d'engager de nouvelles initiatives génératrices de revenus qui tirent parti de ces nouvelles données clients.

Ce qu'il faut retenir : l'évolution de la gestion d'identités vers une gestion d'identités orientée client a un nom : l'IRM (Identity Relationship Management, ou La gestion des identités et de leurs relations). L'IRM bénéficie de capacités uniques qui diffèrent des conditions de gestion d'identités traditionnelle.

En quoi l'IRM est-elle stratégique pour votre organisation ?

L'IRM permet aux entreprises d'activer rapidement l'identité pour de nouveaux services liés aux technologies du cloud, de la mobilité et de l'Internet des objets afin d'ffrir aux clients une expérience plus riche et uniforme sur un ensemble d'applications, d'appareils et d'« objets » connectés à Internet. Cela est possible grâce à :

- L'utilisation de l'identité pour apprendre à connaître votre client. L'IRM utilise le contexte en temps réel pour créer un aperçu unique du client. Cela permet d'offrir des services personnalisés basés sur des habitudes d'achat réelles. L'IRM crée des relations durables avec les clients, et plus important encore, crée de la confiance.
- La mise en place d'une plateforme d'identité commune à l'ensemble de l'entreprise pour partager les données les plus stratégiques à travers toute l'organisation. Les données et les informations du client ne sont plus cloisonnées dans les différentes unités opérationnelles (silos), mais sont transparentes dans l'ensemble des secteurs d'activité. Les unités opérationnelles peuvent ainsi répondre plus rapidement, de manière plus constante et collaborative pour faire face à l'évolution des besoins des clients.
- L'exploitation des avantages de son architecture modulaire, extensible et flexible, qui facilite les processus métiers reproductibles, répond aux besoins de millions d'utilisateurs et d'appareils simultanément, et réduit les temps de déploiements typiques des fournisseurs existants. Autant d'atouts qui permettent aux entreprises de réaliser des revenus supplémentaires et d'atteindre les objectifs stratégiques plus rapidement que leurs concurrents.

Les entreprises qui posséderont les outils pour établir facilement une expérience client enrichissante à tout moment, en tout lieu, depuis n'importe quel appareil ou objet, satisferont leurs clients actuels et en attireront rapidement de nouveaux. Ces entreprises définiront les critères de l'engagement des clients, contrairement à leurs concurrents qui n'ont pas commencé à déployer l'IRM et qui ne seront pas en mesure de fournir une expérience client comparable. Ces entreprises auront bien du mal à conserver une base de clientèle fidèle, et aucune chance de rattraper le temps perdu.

Ce qu'il faut retenir : vous ne pouvez pas tirer profit du cloud, de la mobilité, de l'Internet des objets ou de toute autre technologie en ligne sans identité. Il vous faut créer, gérer et protéger chacun de vos utilisateurs afin de pouvoir communiquer avec eux, c'est pourquoi l'identité est une condition sine qua non à votre passage au numérique.

Comment l'IRM accélère-t-elle le délai de commercialisation ?

L'IRM constitue un catalyseur de valeur commerciale directement lié au client, c'est pourquoi ces plateformes doivent être conviviales et pouvoir s'adapter rapidement pour suivre le rythme des exigences de la clientèle.

Traditionnellement, les systèmes IAM (gestion des identités et des accès) étaient constitués d'assemblages de produits provenant de di"érentes acquisitions, ce qui donnait lieu à des « suites logicielles » particulièrement lourdes et excessivement complexes, avec des capacités redondantes et incompatibles. Ces produits étaient tristement célèbres pour la lenteur de leur déploiement et de leur intégration, qui bien souvent se soldaient par un échec. Les acteurs de cette niche IAM ont créé des solutions rationalisées pour traiter des problèmes spécifiques, mais sans aucune solution d'identité globale, laissant les entreprises totalement démunies pour déployer et utiliser l'identité rapidement et facilement.

L'IRM nécessite un modèle d'identité unifié. **Le principe fondamental de l'IRM est que l'identité doit être exposée de manière simple et reproductible, de sorte à faciliter le lancement de nouveaux services.** La finalité ultime est de délivrer de nouveaux services plus rapidement, avec des délais exprimés non plus en années mais en mois, puis de mois en semaines.

Ce qu'il faut retenir : il est essentiel de disposer d'une plateforme d'identité commune avec une seule API reproductible pour que les développeurs mettent en place des services d'identité. Il doit s'agir d'un processus que les développeurs pourront facilement utiliser et reproduire, et qui garantit la fiabilité, l'apprentissage et la flexibilité.

Comment l'IRM renforce-t-elle la sécurité ?

Plus d'un milliard de mots de passe ont déjà été dérobés, et ce nombre ne cesse d'augmenter. Afin de protéger les identités, vous devez mettre en place un modèle de sécurité plus robuste, multi-couche, dont l'IRM fait partie intégrante. L'IRM utilise les indices de contexte pour décider si l'accès est autorisé ou pas, et dans quelle mesure. Même avec des identifiants corrects, une tentative de connexion à partir d'une adresse IP non reconnue ou à une heure atypique de la journée peut déclencher des mesures de précaution de sécurité supplémentaires sur la plateforme IRM. Il peut s'agir de questions de sécurité ou de l'envoi par sms de codes de vérification sur le téléphone portable d'un utilisateur, par exemple. La plateforme IRM est si puissante qu'elle analyse les informations en temps réel pour prendre des décisions d'accès sécurisé.

Ce qu'il faut retenir : votre plateforme IRM doit prendre en charge une prise de décision dynamique en fonction du contexte en temps réel. Les approches statiques d'évaluation d'accès et des politiques d'autorisation limitent votre capacité à protéger efficacement votre ressource la plus précieuse : le client.

Comment l'IRM améliore-t-elle l'engagement de la clientèle ?

L'IRM vous permet de mettre en place un design orienté vers l'identité. En d'autres termes, elle vous permet d'utiliser l'identité pour transformer la manière dont l'utilisateur final entre en interaction avec son environnement et exploite le contexte et les données en temps réel pour personnaliser cette expérience. En voici plusieurs illustrations :

Voiture connectée — Votre véhicule sait qui vous êtes et, plus important encore, sait qui vous n'êtes pas. Votre conjoint(e) peut avoir des préférences différentes en termes de positionnement du siège et des rétroviseurs, de stations de radio, de température du véhicule, etc. Et sa liste des destinations typiques peut inclure l'épicerie à droite de la route sur son trajet, les cinémas équipés de l'IMAX 3D et les stations d'essence où le litre est à moins de 1,40 € pour le super. Votre véhicule connecté connaît les préférences personnelles de chaque conducteur et règle les préférences de siège, rétroviseurs, radio, température et GPS en fonction de la personne qui prend le volant, car chacun d'entre vous a une identité unique associée à vos identifiants, où des données personnalisées peuvent être notées, enregistrées et utilisées par la voiture pour répondre à vos besoins spécifiques. Pour l'entreprise, l'avantage est double : la satisfaction et la fidélité de la clientèle. En retour, le client est récompensé de sa fidélité lorsqu'il achète un nouveau véhicule de la même marque qui connaît déjà toutes ces préférences. Les clients sont incités à changer de véhicules plus fréquemment afin de tirer profit des améliorations continues de cette technologie, tout comme ils le font à présent avec leurs Smartphones. Les bénéfices de l'entreprise augmentent lorsque les clients restent fidèles, effectuent des achats plus fréquemment et choisissent des options qui permettent davantage de personnalisation.

Portail d'assurance — Les clients souscrivent en général plusieurs polices d'assurance : habitation, véhicule, assurance vie, entre autres, et chaque individu, véhicule et habitation fait l'objet d'un contrat distinct. Les clients autant que les compagnies d'assurance préféreraient regrouper toutes les polices d'un client en un seul et même endroit, associé à son identité numérique. Pour le client, cela facilite la gestion, l'achat et la modification des polices, ainsi que les paiements, l'obtention de devis et de documents, 24h/24. Pour la compagnie d'assurance, ce processus permet également de cerner au plus près les besoins des clients et de mieux les accompagner : connaître leur lieu de résidence, les polices qu'ils ont souscrites, leur nombre et leur tarif, etc. Cela lui offre par ailleurs l'opportunité de proposer des polices complémentaires susceptibles d'intéresser les clients.

Services publics en ligne — En associant les citoyens à une identité numérique, les administrations peuvent offrir des services sécurisés aux citoyens et aux entreprises, par exemple pour obtenir des actes de naissance et de décès, s'inscrire auprès d'établissements scolaires et demander des prêts étudiants, gérer des services de prestations sociales et des informations de santé, ou régler des contraventions, une carte grise, les factures d'électricité et les impôts en ligne. Autant de services que les citoyens peuvent réaliser eux-mêmes rapidement et simplement, sans passer des heures à faire la queue ! Les citoyens obtiennent rapidement les services dont ils ont besoin et retiennent de l'expérience une impression positive du rôle de l'administration dans leurs vies.

Boîtier TV — Votre boîtier TV comprend qui regarde la télévision et connaît vos préférences. Lorsque vous vous connectez, il peut s'arrêter sur vos séries, genres, stars préférés et vous en suggérer des similaires. Lorsque vos enfants se connectent, il bloque certaines chaînes ou certains films qui ne sont pas adaptés à un jeune public. Encore mieux, lorsque vous passez le seuil de la porte et qu'il reconnaît que votre téléphone se trouve sur les lieux, et ainsi que vous vous trouvez à la maison, il peut donner aux enfants l'autorisation de regarder certaines séries ou même d'allumer la télévision ! Les boîtiers TV reliés à la plateforme IRM sont capables d'offrir un contenu aux utilisateurs en fonction des politiques associées à leurs identités. Ces boîtiers TV peuvent prendre des décisions intelligentes concernant la personne autorisée à regarder un programme (quel programme, quand et où).

Objets connectés à porter (« wearables ») — Qu'il s'agisse de votre montre qui se connecte aux informations de votre carte de crédit dans un café afin de vous éviter de sortir votre portefeuille, de vos chaussures qui se synchronisent à votre ordinateur portable après votre randonnée afin de pouvoir consulter les données de votre séance sur la durée, ou de votre couvre-chef qui diffuse votre application de musique favorite lors de votre trajet dans le froid pour aller au travail, la plateforme IRM peut fournir de nouvelles applications à tout ce qui peut être une plateforme d'application. Les choix d'équipements qui nous sont proposés sont innombrables et les options d'équipements numériques ne feront qu'augmenter à l'avenir. Si nous voulons être connectés, la plateforme IRM nous fournira les moyens de recevoir n'importe quel service et n'importe quelle application sur l'appareil de notre choix, que l'on souhaite porter directement sur nous ou non.

Ce qu'il faut retenir : L'IRM peut être connectée à n'importe quel appareil à l'aide d'une connexion Internet, qu'il s'agisse d'un téléphone, d'une montre, d'un thermostat, d'un réfrigérateur, d'une voiture ou d'une chaussure. Fondamentalement, tout ce qui peut être connecté sera connecté et, par conséquent, doit disposer d'une fonction d'identité. Votre plateforme IRM doit être capable de fournir des services d'identité à n'importe quel objet.

Comment la plateforme IRM prend-elle en charge la confidentialité ?

La plus grande crainte des clients est que leurs données soient piratées. Heureusement, l'IRM a dès le départ été conçue pour des déploiements orientés client à grande échelle. Il ne s'agit pas simplement d'une plateforme IAM existante poussée dans ses limites pour essayer de s'adapter au client numérique en constante évolution, mais plutôt d'un système conçu pour connecter un grand nombre d'utilisateurs et de dispositifs en même temps, et de réagir rapidement au contexte, en coupant l'accès d'un appareil inconnu ou en bloquant la saisie de données qui ne s'appliquent pas à l'utilisateur en cours.

La plateforme IRM prend également en charge des normes telles que OAuth2, OpenID Connect et SCIM et peut-être plus important encore, l'UMA (« User-Managed Access »). L'UMA a pour objectif de laisser un individu contrôler l'autorisation des applications et services en ligne pour partager les données de cette personne. Facebook, par exemple, ne pourrait pas partager vos données avec Instagram sans votre autorisation. Si vous décidez de l'endroit où vont vos données, vous gardez le contrôle.

Ce qu'il faut retenir : l'identité est votre dernière ligne de défense en matière de sécurité. Si des identifiants sont dérobés, vous devez utiliser le contexte en temps réel pour évaluer les risques et vous protéger contre un accès non autorisé. Votre solution IRM est capable de gérer les risques et d'utiliser les données contextuelles en temps réel pour traiter les demandes d'accès et l'exécution des politiques.

L'IRM peut-elle prendre en charge les populations à grande échelle ?

La plateforme IRM a été conçue pour prendre en charge des millions d'utilisateurs simultanés, car elle a été pensée à l'échelle d'Internet. Les plateformes IRM sont destinées à répondre aux besoins des clients et des citoyens, et pas simplement!des employés. C'est pourquoi elles sont intrinsèquement créées pour gérer des trafics et des volumes élevés.

Ce qu'il faut retenir : les plateformes existantes ont été conçues pour les employés sur les lieux de l'entreprise et ne peuvent pas répondre aux exigences actuelles et futures des clients. Les plateformes d'identités orientées vers le client créées pour l'IRM ont été pensées pour fonctionner à l'échelle d'Internet et sur divers appareils, avec à l'esprit une très bonne experience utilisateur.

Quelle est l'importance de l'open source dans votre stratégie d'identité orientée client ?

L'open source commercial fait partie intégrante du modèle IRM et traite de nombreuses problématiques d'identité auxquelles les entreprises doivent faire face actuellement.

Le logiciel propriétaire est une boîte noire fermée. Les fournisseurs propriétaires vous installent un produit sans aucune transparence sur ce qui se trouve dans le logiciel. En fait, entant que client, le processus de développement ne vous est pas accessible, et vous pouvez rarement influencer la conception d'une fonctionnalité. Vous êtes par ailleurs soumis à la volonté du fournisseur s'il choisit de mettre un terme au logiciel.

Avec des projets open source, vous avez le défi contraire. En général il n'y a pas un fournisseur spécifique qui mène l'effort, le code n'est pas renforcé pour la version entreprise et aucune grande entreprise ne soutient l'effort, cela afin de garantir que vous obtenez le produit commercial qui répond à vos besoins.

L'open source commercial est une approche hybride. Vous bénéficiez du meilleur des deux mondes. Vous obtenez une transparence complète dans le processus de développement et pouvez participer à l'évolution du produit de manière collaborative. Mais vous avez aussi le support et l'assurance d'un fournisseur de logiciels commerciaux qui offre tout ce dont les fournisseurs de logiciels propriétaires disposent, y compris les performances et les qualités critiques essentielles à l'entreprise, les licences logicielles, l'assistance 24h/24 et l'indemnisation juridique.

Ce qu'il faut retenir : les applications orientées client sont généralement personnalisées autour des principaux moteurs de votre activité. La capacité de travailler avec un fournisseur d'open source commercial et d'influencer la réalisation d' une plate-forme d'identité sont inestimables. Cela vous permet d'influer directement sur la conception de votre plateforme d'identité afin de mieux répondre à vos besoins métiers.

Quel est le meilleur moyen d'évaluer une solution IRM ?

Afin de pouvoir évaluer efficacement une solution IRM potentielle, vous devez vous assurer qu'elle répond aux conditions requises indiquées ci-après. Les fournisseurs potentiels doivent clairement exposer comment la solution permettra de répondre à chacune de vos conditions. Pour finir, vous devez tester la solution. Une évaluation rigoureuse dès le départ vous permettra d'éviter des années d'efforts et de difficultés ultérieurement.

Il est important de se méfier de l'argumentaire des démonstrations préfabriquées qu'avancent certains fournisseurs. Vous devrez assister à une démonstration en direct. Tout le monde peut affirmer disposer d'un ensemble modulaire, léger et flexible, mais si la simple installation du logiciel mobilise 20 ingénieurs pendant 20 jours, les chiffres parlent d'eux-mêmes... Si vous ne comprenez pas en quoi la solution vous sera utile, agissez avec prudence jusqu'à ce que ce soit le cas.

Ce qu'il faut retenir : afin de vous aider dans votre processus d'achat, veillez à cocher les cases suivantes avant de vous engager dans une solution d'identité orientée client. Certaines entreprises offrant des suites logicielles de gestion d'identité orientés client ne sont pas équipées d'une plateforme IRM, et au contraire réaffectent une solution IAM existante. Si la solution répond aux critères ci-dessous, il s'agit d'une véritable plateforme IRM, prête à l'emploi et capable de résoudre vos besoins d'identité orientée vers le client.

- ☐ **1.** A-t-elle été conçue pour les clients et les citoyens, ou pour les employés ?
- ☐ **2.** Est-elle contextuelle ?
- ☐ **3.** Peut-elle permettre des services orientés client ?
- ☐ **4.** Peut-elle produire un profil de client uniforme dans l'ensemble des unités opérationnelles ?
- ☐ **5.** Le délai de commercialisation passe-t-il de semaines en mois, ou de mois en années ?
- ☐ **6.** Prend-elle en charge tous les types de dispositifs ?
- ☐ **7.** Est-elle hautement évolutive ?
- ☐ **8.** Les processus sont-ils reproductibles, afin de pouvoir lancer de nouveaux services sans tout recommencer à chaque fois ?

Ressources supplémentaires sur http://forgerock.com/resources:

- Rapport d'analyste!: Forrester : Les organisations orientées client doivent suivre une approche stratégique pour une gestion des identités et de leurs relations
- Livre blanc : ForgeRock® Open Identity Stack
- Webinaire : La gestion des identités et de leurs relations - la clé vers une transformation Digitale réussie

À propos de ForgeRock

ForgeRock, le fournisseur de gestion des identités et de leurs relations enregistrant la plus forte croissance au monde, instaure des relations clients sécurisées pour l'Internet moderne. L'Open Identity Stack de ForgeRock, axée sur l'utilisation des identités en ligne pour faire croître les revenus, élargir la portée et lancer de nouveaux modèles d'activité, pilote des solutions pour bon nombre des plus grandes entreprises et organisations gouvernementales du monde. Fondée en 2010, l'équipe dirigeante de ForgeRock cumule 80 années d'expérience au sein de l'industrie logicielle et comprend des icônes et des innovateurs de l'open source, ainsi que des investisseurs provenant de trois des sociétés leader en capital investissement - Accel Partners, Foundation Capital et Meritech Capital. Pour de plus amples informations et des téléchargements gratuits, veuillez consulter le site http://www.forgerock.com ou suivre ForgeRock sur Twitter à l'adresse http://www.twitter.com/forgerock.

SAN FRANCISCO +1-415-599-1100
VANCOUVER +1-360-229-7105
OSLO +47-2108-1746
BRISTOL +44-1935-804797
GRENOBLE +33-625-14-96-92
LONDON +44-20-3598-4786
SINGAPORE +65-6709-5705

À propos de ForgeRock ForgeRock® est le fournisseur de gestion des identités et de leurs relations qui enregistre la plus forte croissance au monde ; il instaure des relations clients sécurisées pour l'ensemble des applications, des appareils ou des objets. Concentré sur les usages de la gestion des identités numériques afin d'accroitre le revenu, l'offre Open Identity Stack de Forgerock sécurise à ce jour plus qu'un demi milliard d'identités au sein de deploiements de solutions dans les plus grandes entreprises et gouvernements dans le monde. Fondée en 2010, l'équipe dirigeante de ForgeRock cumule 80 années d'expérience au sein de l'industrie logicielle et comprend des icônes et des innovateurs de l'open source, ainsi que des investisseurs provenant de trois des sociétés leader en capital investissement - Accel Partners, Foundation Capital et Meritech Capital. Pour en savoir plus et accéder aux téléchargements gratuits, rendez-vous sur http:\\www.forgerock.com ou suivez ForgeRock sur Twitter à l'adresse http:\\www.twitter.com/forgerock.

ForgeRock est une marque déposée de ForgeRock Inc. ou de ses filiales aux États-Unis et dans d'autres pays.