

## Mise au point

## «Fin» &amp; «tech» – un mariage qui promet!

Le monde entier en parle.

Surutilisé, je dirais presque galvaudé, ce nouveau concept a inondé les journaux, les conférences, les débats sur la future orientation du secteur financier, voire de l'économie. Composée des termes «finance» et «technologie», l'expression «Fintech» désigne l'ensemble des nouvelles technologies de pointe qui modifient la chaîne de valeur dans les services financiers.

Les technologies dans le secteur financier ne datent pas d'hier: songeons par exemple à l'introduction de la première carte de crédit du Diners Club, qui a soulevé des vagues en 1951. En 1967, Barclays a inauguré à Londres le premier distributeur automatique au monde; une percée technologique majeure. La sensation technologique des années '70: l'émergence du Nasdaq, premier marché électronique d'actions. Au cours des années '80 et '90, le secteur financier a embrassé des innovations technologiques de plus en plus sophistiquées, à commencer par les gros ordinateurs, en passant par les systèmes de gestion de données et fi-

nalement le déploiement d'Internet. L'utilisation des technologies dans le monde de la finance n'est donc pas aussi nouvelle qu'on nous le laisse croire ces derniers temps. Rappelons aussi que Bloomberg et Thomson Reuters ne viennent pas de découvrir les Fintech aujourd'hui.



La différence fondamentale entre les Fintech précitées et celles qui font l'objet des débats plus récents réside toutefois dans le rôle renforcé du consommateur.

On discute beaucoup de l'impact des Fintech sur le comportement du consommateur, mais je pense qu'en réalité, c'est plutôt le consommateur qui a influencé l'émergence de ce nouveau business model. Le consommateur aujourd'hui est habitué à accéder instantanément aux informations et aux services personnalisés dont il a besoin. Il sort son smartphone et gère ses activités bancaires par le biais d'une application. Le credo des Fintech: la «user-friendliness».

Cette évolution change profondément l'organisation des entreprises: une entreprise Fintech n'est pas organisée en fon-

ction du bien ou du service, mais selon les besoins du consommateur. Ainsi, le client est non seulement devenu un «omni consommateur» (il peut consommer partout et à tout moment), mais aussi un «prosommateur» qui représente la fonction triangulaire «investisseur-producteur-consommateur» du client, un concept qui est notamment connu dans l'économie dite collaborative ou participative, que d'aucuns qualifient (à juste titre) d'économie «sur demande».

Si le changement des habitudes et des attentes du consommateur fait pousser les activités Fintech, leur vrai catalyseur est le «big data», le «pétrole du XXI<sup>e</sup> siècle».

Bien que le concept d'une base de données existe depuis plusieurs décennies, leur degré de profondeur et de complexité n'est en rien comparable à celui du big data. L'évolution impressionnante de la puissance informatique au cours des dernières années a amélioré considérablement la traçabilité des données, ce qui fait que leur volume a littéralement grimpé en flèche, voire de façon exponentielle. Et pour cause: d'après IBM,

90% de toutes les données qui existent aujourd'hui dans le monde ont été créées... au cours des deux dernières années (<https://www-01.ibm.com/software/data/bigdata/what-is-bigdata.html>)! La seule disponibilité de ces données ne constitue cependant pas la clé de la réussite. Une grande quantité de données, en soi, ne sert pas à grand-chose; il faut savoir l'analyser, l'exploiter et l'utiliser. En puisant dans le «cloud computing», le support informatique qui sécurise et rend à tout moment accessibles les larges quantités d'informations, et en appliquant des algorithmes basés sur l'intelligence artificielle (et humaine?), les entreprises Fintech peuvent exploiter ces données, ce qui leur permet d'offrir des services hautement personnalisés et de créer par ce moyen de la valeur.

Les Fintech sont en train d'écrire la finance de demain. La question est de savoir si le Luxembourg pourra également surfer sur la vague de ce nouveau monde - une réflexion que je vais développer dans mon prochain article.

CARLO THELEN,  
DIRECTEUR GENERAL  
DE LA CHAMBRE DE COMMERCE