

THE PRIVATE BANKER

printemps 2023

“Franchir le pas vers le métavers peut vraiment changer la donne pour une entreprise”

Thierry Jourquin

Après une démonstration sur le contact client dans le métavers lors de notre conférence du 25 novembre 2022, le cofondateur de XRintelligence se penche sur l'énorme potentiel que représente le métavers. Nous sommes à la croisée des chemins entre la technologie et les médias.



Métavers: “Expérimentez-le d’abord avec vos collègues”



© Frank Toussaint

Le métavers, un réseau en ligne d’univers en 3D, gagne du terrain, y compris dans le secteur bancaire. Selon Thierry Jourquin, cofondateur de XRintelligence et membre du Metaverse Standards Forum, le métavers peut doper l’efficacité des collaborations et offrir une façon inédite de présenter de nouveaux produits aux clients potentiels: “Je recommande d’expérimenter d’abord avec des collègues avant de vous adresser aux clients.”

Qu’est-ce que le métavers?

Thierry Jourquin: “Le métavers est un espace virtuel, une sorte d’extension de l’internet. Dans cette réalité alternative, on peut travailler, se rencontrer et se divertir. Contrairement au réseau 2D que représente l’internet, le métavers est un réseau en ligne d’univers en 3D avec des avatars.

Pour schématiser, le métavers est le résultat de trois évolutions. La réalité virtuelle, tout d’abord, où l’on est immergé dans un environnement entièrement numérique. L’impact de l’industrie du jeu, ensuite. Les plateformes de jeu comme Roblox et *Fortnite* attirent des millions de visiteurs avec des fonctionnalités de type métavers. Au seul mois d’avril, par exemple, Roblox comptait 52,2 millions d’utilisateurs. La troisième évolution est le monde de la blockchain, qui facilite une sorte de modèle économique numérique.”

Plusieurs secteurs font leurs premiers pas dans le métavers. Qu’en est-il du secteur bancaire?

Thierry Jourquin: “Les études révèlent que les clients recourront à la réalité augmentée (RA) ou à la réalité virtuelle (RV) comme canal alternatif pour les transactions d’ici à 2030. Il n’est dès lors pas surprenant que le secteur bancaire ait déjà expérimenté le métavers. L’un des précurseurs fut JP Morgan. La banque a annoncé l’ouverture d’un lounge à Decentraland: les visiteurs y trouvent des informations sur la blockchain et d’autres initiatives technologiques auxquelles JP Morgan participe. Un autre exemple est celui de HSBC, qui a acheté un terrain dans le métavers The Sandbox afin de séduire les fans de sport en ligne et les amateurs d’e-sports qui y évoluent. Bien sûr, il s’agit là avant tout de supports de communication utilisés par les spécialistes du marketing qui réfléchissent



Qui est Thierry Jourquin?

Thierry Jourquin a travaillé dans plusieurs entreprises de médias, dont IP, De Persgroep et Roularta. Il a fait ses débuts au sein de Kinepolis en 2010 avec l'arrivée du film *Avatar* et de l'expérience 3D. Thierry Jourquin est passionné par les points de rencontre entre la technologie et les médias. Il est cofondateur de XRintelligence, membre du Metaverse Standards Forum et du conseil d'administration de Stereopsia, un forum international consacré aux technologies et contenus immersifs. Il a participé à notre conférence du 25 novembre 2022 en tant qu'orateur et y a présenté une démonstration intéressante de la manière dont un contact client peut se dérouler dans le métavers.

“Le métavers offre de nombreuses possibilités, tant pour les employés que pour les clients”

Thierry Jourquin,
cofondateur de XRintelligence et membre du
Metaverse Standards Forum

à la manière, à l'endroit et au contenu de leur présence dans ce métavers. Cela dit, franchir le pas vers le métavers peut vraiment changer la donne pour une entreprise. Une banque de Corée du Sud autorise des conversations individuelles entre des avatars de clients et d'employés dans sa banque virtuelle, tout en donnant aux clients l'accès à des informations financières personnalisées. Bank of America dispense quant à elle une formation en RV pour ses employés et simule des scénarios réels de service à la clientèle pour les employés des filiales.”

Quelles sont les opportunités offertes par le métavers pour la banque privée?

Thierry Jourquin: “Les possibilités sont nombreuses, tant pour les employés que pour les clients. Grâce à l'espace 3D, le travail à distance est parfaitement possible, car les équipes éloignées les unes des autres ont la sensation de travailler côte à côte. La distance sociale se réduit, ce qui garantit une meilleure ambiance au sein de l'équipe, une plus grande concentration sur le contenu pertinent et une créativité accrue. Le métavers recèle également un potentiel considérable dans le cadre d'un processus d'apprentissage. La simulation de circonstances et situations réelles rend en effet l'apprentissage plus attrayant. Avec, à la clé, davantage de moyens d'accueillir de nouveaux collègues et de former le personnel. Mais aussi d'attirer la prochaine génération de collaborateurs.”

Et du point de vue du client lui-même?

Thierry Jourquin: “Dans le métavers, les clients peuvent vérifier leur solde, payer leurs factures, effectuer des transferts et des transactions par le biais de canaux de réalité étendue (extended reality, ou XR). Les banques disposant d'une agence virtuelle fournissent un service aux clients qui recherchent des prêts hypothécaires ou d'autres produits élaborés. Dans le métavers, il est par ailleurs tout à fait possible d'organiser des événements communautaires pour présenter de nouveaux produits d'investissement à des clients

potentiels. Plus loin dans l'avenir, les banquiers privés pourront développer des actifs numériques de produits nouveaux et existants. Chez XRintelligence, nous avons récemment créé le *digital twin* d'une agence Ethias. Un tel jumeau numérique peut instaurer une sensation de connexion entre la banque physique et la banque virtuelle, et assurer de nouvelles sources de revenus aux banques. En outre, les clients disposant d'actifs numériques n'ont parfois pas le temps de passer en agence ou de se rendre à des salons professionnels. Souvent très demandeurs de discussions autour de ce type d'investissement, ils se rendent dans la première banque qui peut offrir ce genre de solution.”

Quel est le meilleur point de départ pour les banquiers privés, à vos yeux?

Thierry Jourquin: “Je suggère toujours de mettre d'abord en place une piste interne entre collègues avant d'aller vers les clients. Une première étape pourrait être de tester la collaboration à distance. La banque a une agence à Bruxelles et une autre à Anvers? Dans ce cas, les employés des deux sites peuvent expérimenter avec des casques afin de se rencontrer dans le métavers. J'ai testé ce type de système avec un collègue pendant les deux vagues de coronavirus. Il faut certes y consacrer un certain temps, mais le moment est idéal pour éduquer le public à cette technologie! Développez des prototypes rapides afin que vos dirigeants comprennent mieux le potentiel du métavers. Montrez-leur de quelle façon le métavers rassemble les individus, les espaces et les objets dans les mondes virtuel et réel, suscite un sentiment d'appartenance et favorise la collaboration. Donnez la possibilité en interne de tout explorer. Commencez à élaborer des cas d'utilisation et voyez ce qui fonctionne. Cette technologie est prometteuse mais il faut aussi qu'elle améliore le travail au quotidien! Il convient donc de procéder par étapes. En transformant certains collaborateurs de l'entreprise en ambassadeurs, vous parviendrez à intégrer ce concept à l'ADN de votre organisation. Et une fois cette étape franchie, le concept sera prêt à être présenté aux clients.”

“En transformant certains collaborateurs de la banque en ambassadeurs, vous parviendrez à intégrer le concept du métavers à l'ADN de votre organisation”

Thierry Jourquin



Parfois, je m'arrête
après un article.

Prenez de
l'avance.

Il suffit parfois de quelques mots pour provoquer un déclic.

A L'Echo, nous ne vous reprocherons jamais d'arrêter de nous lire après un titre, un article ou dix minutes. C'est la preuve que vous avez lu quelque chose qui a provoqué en vous un déclic et fait jaillir une idée. Une idée à laquelle vous voulez vous consacrer sans attendre. C'est notre raison d'être. Alors lisez-nous de A à Z ou déposez-nous quand vous voulez, du moment que vous prenez de l'avance.

L'Echo