

Finologiee obtient un double agrément de PSF de Support

Finologiee, une nouvelle société créée par les quatre entrepreneurs luxembourgeois qui avaient fondé Digicash, est la première entreprise «FinTech» à obtenir un double agrément de PSF* de Support, octroyé par le ministre des Finances luxembourgeois.

Finologiee agira désormais sous la supervision de la Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF), l'autorité de régulation du secteur financier au Grand-Duché de Luxembourg. La société lancera ses produits PSD2 et KYC dans les prochaines semaines.

Finologiee exploite une plate-forme numérique qui simplifie la connectivité entre les institutions financières et un grand nombre de fournisseurs de solutions dans le domaine de la «FinTech», permettant essentiellement de créer un catalogue d'«Apps» pour ses clients institutionnels. Les établissements peuvent facilement y trouver et implémenter des composants vérifiés par Finologiee, permettant par exemple la validation de documents d'identité, le chat vidéo, les signatures électroniques, l'accès à un compte bancaire (PSD2), divers outils en matière de «KYC» ou de mise à jour de dossiers clients ainsi que des fonctions



Pierre GRAMEGNA, ministre des Finances et Raoul MULHEIMS, CEO de Finologiee

de messagerie. Finologiee développe également ses propres «Apps» et regroupe les meilleurs produits «FinTech» au sein de sa plate-forme.

L'agrément de Finologiee couvre deux types d'activités : «agent de communication à la clientèle» et «opérateur de systèmes informatiques secondaires et de réseaux de communication du secteur financier» (Articles 29-1 et 29-4 de la Loi du 5 avril 1993 relative au secteur financier). L'obtention de l'agrément de

PSF de Support constitue pour Finologiee une étape clé dans son évolution, et permettra, de concert avec les succès antérieurs de ses équipes, de mettre en œuvre des solutions numériques profitant aux institutions financières. Au cours des dix-huit derniers mois, Finologiee a développé et testé ses solutions et va maintenant pouvoir les déployer pour ses clients.

L'objectif immédiat, reposant sur les besoins de ses clients, consiste, pour

Finologiee, à mettre en production deux composants clés sur sa plate-forme. «PSD2 for Banks», un système permettant aux banques de répondre aux exigences de la Directive révisée sur les Services de Paiement (DSP2), sera déployé pour vingt-trois établissements financiers. En parallèle, l'application «KYC Onboarding», facilitant l'ouverture de nouvelles relations clients, et comprenant des parcours utilisateur dynamiques basés sur le risque de l'utilisateur, sera opérationnelle. Il s'agit d'une boîte à outils en marque blanche destinée aux acteurs régulés.

Pierre Gramegna, le ministre des Finances, précise : «Je suis très satisfait de voir que le secteur FinTech luxembourgeois continue à favoriser le développement d'entreprises locales. Finologiee est un bel exemple illustrant l'efficacité de l'écosystème FinTech luxembourgeois. Ses agréments, sa réglementation avisée et son cadre approprié permettent à une nouvelle génération de sociétés de porter l'innovation.»

Raoul Mulheims, le CEO de Finologiee, tient le propos suivant : «Finologiee est la quatrième start-up que j'ai co-fondée depuis 1999. Je suis à peu près certain que nous avons ici tous les ingrédients nécessaires, notamment une équipe expérimentée, et quatre co-fondateurs ayant partagé un parcours commun ces

douze dernières années. Nous sommes très enthousiastes pour construire l'avenir de Finologiee et convaincus de la valeur de ses solutions pour le secteur financier. L'intérêt suscité par le marché démontre que Finologiee peut avoir un impact significatif et devenir une entreprise européenne de premier plan dans le secteur des «FinTech».»

Finologiee est dirigée par l'équipe d'entrepreneurs qui a été à l'origine de Digicash, le produit et réseau de paiement mobile de premier plan au Luxembourg. Dix-huit mois après l'annonce du partenariat et de la cession à Payconiq - la société qui a acquis Digicash Payments SA en août 2017 - les fondateurs de Finologiee, Raoul Mulheims (CEO), Georges Berscheid (CTO), Jonathan Prince (CSO) et Didier Spick (CFO) vont de l'avant avec une solution facilitant la mise en place d'un nouvel écosystème numérique.

Choisir à nouveau le Luxembourg comme point de départ pour cette nouvelle entreprise était un choix logique pour les fondateurs : le ferme soutien apporté à la «FinTech» par le gouvernement luxembourgeois et le secteur financier du pays constituant un tremplin idéal pour construire une activité dans la finance numérique.

* Professionnel du Secteur Financier

Les challenges de la digitalisation : la vidéo

Etre proactif dans sa transformation digitale peut s'apparenter à un parcours du combattant tant les tarifs proposés par certains prestataires apparaissent comme prohibitifs. Pourtant des solutions existent. Focus sur la production de vidéos avec Patrick SAMPAIO, Head of Quality chez 360Crossmedia.

Quels sont les défis de la transformation digitale pour les entreprises ?

Les entreprises font face à une contradiction : on leur demande d'opérer un virage digital et de changer nombre de leurs procédures, et en même temps, ces changements s'accompagnent de coûts parfois exorbitants.

Prenez l'exemple de la vidéo, qui est mon domaine de prédilection. Les entreprises souhaitent à la fois produire des vidéos en quantité pour alimenter leur communication interne et externe, mais font face à un dilemme cornélien : ire extérieur, et augmenter de façon insupportable le coût de chaque vidéo.



«La 360BOX se présente comme une innovation destinée aux entreprises désirent s'orienter vers le digital.» Patrick Sampaio

La 360BOX répond à ces problématiques en faisant baisser le prix de production d'une vidéo à moins de 10€.

Quel est le concept de la 360BOX ?

Elle donne aux entreprises la possibilité d'opérer leur transformation digi-

talement en produisant des vidéos quotidiennement à un prix qui ne représente qu'une infime partie du prix habituel. Le principe consiste à s'affranchir des prestataires extérieurs, et d'intégrer en interne la production de vidéos professionnelles. Plus besoin de réalisateur, de caméraman, de monteur ou

d'ingénieur du son : il suffit de la brancher sur le secteur pour enregistrer avec toutes les fonctions professionnelles : générique personnalisé, streaming live, affichage des points clés, etc. Aucun compromis sur la qualité n'a été fait : toutes les productions se font en HD, avec les mêmes composants que ceux utilisés par les chaînes de télévision. Une formation permet d'assurer une parfaite autonomie à nos clients. L'existence de la 360BOX repose sur deux idées d'importants budgets d'accéder à la réalisation de vidéos professionnelles.

Notre ambition initiale de baisser le prix à 50 € par vidéo, apparaît même dépassé avec le modèle S de la 360Box, qui le fait descendre à 10 € ! Les composants choisis et l'architecture de la boîte ressemblent à un iPhone : il suffit de brancher l'alimentation dans une prise à 220 volts et le tournage peut commencer. Une seule personne - même novice - peut s'en servir.

Quelle est la plus-value pour le client ?

La 360BOX permet de faire des vidéos professionnelles un bien de grande

consommation. Une 'commodity' comme disent les anglais. Seuls quelques grandes entreprises peuvent se permettre d'avoir des ressources et de l'espace mobilisés en permanence pour produire des vidéos.

Avec notre 360BOX le coût est tellement bas et l'utilisation tellement simple que tous les services peuvent l'utiliser : le PDG, les Sales, la Communication et évidemment les Ressources Humaines. Ensemble, ils créent du contenu en interne ou en externe, des interviews et des modules de co-learning où chaque compétence se partage en un clic. Ils entrent ainsi des deux pieds dans leur transformation digitale.

Enfin, la fonctionnalité la plus impressionnante, le «Live Show» permet de filmer plusieurs personnes situées dans différents endroits du monde en direct et de donner l'illusion aux spectateurs qu'ils se trouvent sur le même plateau de télévision. Il nous suffit d'envoyer une 360BOX par endroit où les speakers se trouvent. La réalisation se fait de chez 360Crossmedia pour une somme dérisoire.

4 key questions you should ask yourself before implementing a Data Quality program

An email sent to a client with information about another customer, or a client who has been taxed more than they should have been, or a decision taken based on an incorrect report. Each of these situations carry a high cost for the organisation in which they occur, either reputational or operational. They are all caused by the incorrect treatment of data which could be avoided with an effective Data Quality program.

A governance structure can be built around data quality which can be initiated by answering the following key questions.

What are the data quality issues you currently face?

The first action to perform when implementing a Data Quality program is to build a Data Quality inventory. This inventory should include details of all existing data quality issues in the organ-

isation or in a specific department. The people best positioned to help you build this inventory of issues are the ones closest to the data, such as people who input or update data or the data users. Listen to them and ask them about corrections they frequently do, complaints they receive or incidents they report. This information will help you create the first list of data quality issues.

How are you going to prioritize the data quality issues logged?

The prioritisation of the issues logged should be linked to the organisation objectives. Does your organisation want to improve client satisfaction? Then give a higher priority to those data quality issues which make clients unhappy. Does your organisation want to be more efficient? Give a higher priority to the data quality issues which result in increased workload. The prioritisation exercise should be done and validated by all stakeholders. With this you will ensure that everybody understands and knows what data quality issues will be analysed in the first place. Once all data quality issues are logged and prioritised you can begin

analysing them and the most important, solving them!

Which steps are you going to follow to analyse and solve a data quality issue?

Five-step approach to solving data quality issues can be improved. By following these steps, you will appropriately identify, measure and control known data quality issues:

Step 1: Definition

Define and document the data elements that need to be analysed to find the root cause of the data quality issue and determine the data dimensions which will be used to measure the quality of the data (e.g. completeness, accuracy, uniqueness, timeliness, etc.).

Step 2: Measurement

Measure the current quality of the data elements defined based on the data dimensions selected (e.g. 85% of values of a data element are completed).

Step 3: Quality Threshold and Benefits

Engage with your key stakeholders, and with them define the minimum data quality threshold expected along with the achievable benefit delivering

this data quality improvement. (e.g. 90% of completeness, instead of the current 85%, will increase revenues by 2%).

Step 4: Solutions and Cost

Find and recommend a solution (or several solutions) to improve data quality from the current level to the threshold defined in step three (e.g. cost of going from 85% of completeness to 90%). You should also determine the cost of implementing the solution or solutions proposed. In tallying costs, indirect costs such as reputation or penalties such as the ones proposed by the GDPR should be considered.

Step 5: Remediation and Control

If the benefit of the solution proposed is higher than the cost of implementing it, you should perform a remediation action. After this a control must be established to inform you to act when the quality of the data is lower than the required threshold.

What is your communication plan?

One of the crucial actions to achieve the implementation of a Data Quality program is communication (a communication strategy should be part of a wider Data Governance framework within the

company). Before starting a Data Quality program, it is important that all stakeholders are informed about the benefits of good data quality and about the costs of poor data quality, as this will increase the chances to get their full support. It is also essential that stakeholders are informed along the journey about the progress of the program, the data quality issues prioritised, the solutions implemented, and the improvements brought to the company. Again, this should allow them to see the benefits of the program and the necessity to keep it.

The implementation of a Data Quality program should be based on the answers to these four questions. This program allows you to have a complete and prioritised overview of the data quality issues your company or department faces, and it gives you immediate added value by providing a methodology to remediate them. Consequently, you will be less likely to send emails to clients with other clients' information, less clients will be wrongly taxed, and less decisions will be based on incorrect reports!

Source : Harwell Management