

---

## SÉMINAIRE CLIFF 2023

### "L'IR augmenté" ou comment l'IA va faire évoluer le métier de l'IR

Lundi 11 décembre 2023 – Verso by Victoire

#### Table ronde 2 : Risques et opportunités de l'IA pour les IR

---

Animée par **Jean-Benoît Roquette**, membre du Cliff

Intervenants :

- **Philippine de Schonen**, Head of IR de **Renault Group** et Trésorière du Cliff
- **Jean-Christophe Liaubet**, Managing Partner de **Fabernovel**
- **Thanh-Long Huynh**, CEO de **QuantCube**

Le monde est de plus en plus complexe et erratique, marqué par les crises, le sentiment de marché fait du *zig zag* et les IR sont sur la brèche pour rester pertinents. La **data** a toujours été au centre du métier, mais elle prend un **ampleur plus stratégique** avec l'arrivée de l'IA.

Le métier de relations investisseurs est un **métier d'artisan**, le relationnel en est le cœur, avec quelques centaines de contacts. Les **messages** sont rédigés de manière itérative, par un **processus laborieux, mais nécessaire en interaction avec le top management**. L'IA ne semble pas à première vue une urgence pour les IR. Mais certains *buy side* implémentent déjà des solutions d'IA dans leurs décisions d'investissement, il est ainsi essentiel de s'y préparer. Il faut donc **prendre conscience des nouveaux outils à disposition des investisseurs** et réfléchir à ceux qui peuvent être implémentés dans le quotidien de l'IR.

**QuantCube** est une société française, créée il y a 10 ans, avec une centaine de personnes, et spécialisée en **estimations macro-économiques en temps réel à partir du big data**. Avant de fonder QuantCube, Thanh-Long Huynh a été le premier, en 1998, à créer les stratégies quantitatives d'investissement pour la Société Générale à New York.

Pour faire de la performance financière, il faut analyser l'information avant tout le monde. Comment estimer les grandes variables macro-économiques en temps réel – croissance économique, inflation, production industrielle... – à partir de 4 sources de données alternatives (plus de 14 milliards de data point analysés) :

- données textuelles : analyse des réseaux sociaux en français, en anglais et en arabe – beaucoup d'informations sur le pétrole – et en chinois – sur les minerais ;
- données satellitaires (recherche financée par l'Agence Spatiale Européenne) : observation de la terre, radars, pollution atmosphérique...
- données de géolocalisation : suivi de 80 000 navires en temps réel (*commodities*, pétrole, minerais, LNG...), ce qui permet de suivre le commerce international ;
- données de consommation : avec la Banque de France, QuantCube a estimé le taux de réservation des hôtels, récupéré les données sur les offres d'emplois et un modèle économétrique permet d'estimer la croissance économique.

Les grandes variables macro-économiques sont présentées en temps réel pour expliquer la croissance. Le suivi des navires dans le monde donne une vision précise du commerce international. La densité de dioxyde d'azote dans l'air, émis par le secteur industriel lourd en Chine, permet de savoir où en est la croissance économique chinoise. Les données permettent également d'avoir une vision de l'inflation en temps réel, sans attendre les chiffres officiels (environ 2 semaines avant les publications officielles avec des taux de corrélation de 95%).



Les **principaux utilisateurs de ces données** sont aujourd'hui principalement des fonds anglo-saxons (essentiellement aux Etats-Unis et principalement des *hedge-funds*), et des fonds souverains, des banques centrales ou encore MSCI.

QuantCube offre des solutions similaires pour **suivre l'activité des entreprises**. Des analyses sectorielles sont d'ores et déjà été réalisées, notamment dans l'automobile. Par exemple, il est relativement facile d'évaluer le niveau d'activité de chaque **usine**, en utilisant les données télécoms (RGPD *compliant*) : en trackant le nombre de téléphone portables, il est possible de déterminer combien d'ouvriers travaillent dans l'usine et ainsi son niveau d'activité. De même, les données satellitaires vont permettre d'estimer les inventaires sur les différents ports (par marque, par modèle) et, via les navires, où les véhicules sont expédiés.

Renault l'a constaté récemment dans ses relations avec des investisseurs : un ***hedge fund***, par exemple, a utilisé de l'IA pour scanner tous les sites de ventes de véhicules à travers le monde pour traquer les véhicules bénéficiant de **promotions**. Mais l'algorithme a fait remonter des discounts de l'ordre de 1 à 5% comme s'ils étaient une preuve, alors que de tels niveaux de discount sont très courants. Un investisseur *long* anglo-saxon a fait une démonstration au CFO de Renault, avec un **scan complet de toutes les ventes de véhicules par constructeur**, y compris de tous les nouveaux opérateurs chinois, par modèle et par type de motorisation, croisé avec les annonces faites par les constructeurs pour traquer les écarts. L'ensemble était assez juste et frappant.

#### *Démonstration des outils QuantCube*

Les **émetteurs comme les pays ont donc perdu le monopole de l'émission de la donnée**. L'IA offre ainsi une nouvelle source de données, indépendante, et permettant à des investisseurs de prendre des positions « *contrarian* ». Cela accélère l'urgence pour les émetteurs de s'équiper en solutions d'IA, les investisseurs étant parfois mieux informés que l'entreprise elle-même de sa performance en temps réel. Il va être de plus en plus facile de démontrer que la réalité promise n'est pas la réalité effective le cas échéant.

Les émetteurs vont ainsi avoir de **nouveaux interlocuteurs : des IAs génératives**. Demain, il y aura sans doute des cabinets d'analyse financière qui seront des *chatbots*. Il va falloir engager la « relation » avec ces nouveaux interlocuteurs.

Puisque le temps disponible de l'IA est infini, les IRs risquent de faire face à un tsunami de **questions de plus en plus complexes et pointues**.

Tout le monde s'accorde pour dire que l'IA va permettre de libérer les équipes relation investisseurs des tâches à faible valeur ajoutée et leur permettre de se concentrer sur les grands moteurs de création de valeur. Mais **peu de solutions concrètes sont déjà offertes**. Voici un exemple de commentaire tiré de la littérature actuelle sur le sujet: « *L'intelligence artificielle offre aux équipes relation investisseurs une meilleure maîtrise de l'océan de data, les fameux DATA LAKE, à sa disposition, leur permettant d'identifier des tendances, des schémas, des corrélations qui ne sont pas immédiatement apparents à l'être humain. Grâce à la capacité de l'IA d'analyser et traiter de grandes quantités de data en temps-réel, les IRs peuvent prendre des décisions mieux informées, répondre à des changements dans le marché plus rapidement et communiquer avec les investisseurs de manière plus impactante.* ». La réflexion est intéressante, mais ne propose rien de concret pour le quotidien.

Jean-Christophe Liaubet et Philippine de Schonen ont proposé des pistes de réflexion et de solutions concrètes. Les solutions d'IA pour les IR peuvent être catégorisées en 4 grandes domaines :

- **Market intelligence** : l'IA peut analyser, synthétiser et produire les « *sentiment reports* » suite à publication des résultats, le *benchmark* des résultats des *peers*, etc... Tous ces rapports qui prennent un temps fou.
- **Génération de contenus IR** : rédaction du premier draft du communiqué de résultats, *management quote*, Q&A, *slide-show*, génération de vidéo du management sans l'implication de celui-ci, traduction instantanée en de multiples langues. Les réponses aux questionnaires RSE pourraient être automatisées.



- **L'investor expérience** : les interfaces relationnelles n'ont pas évolué, notamment sur les sites investisseurs. Une interface d'IA peut offrir une expérience plus personnalisée et impactante au travers de *chatbot* par exemple.
- Par rapport à la perte de monopole de la donnée et l'arrivée de nouveaux interlocuteurs que sont les AI génératives, il faut être alerte sur ce qu'elles vont « dire » sur votre entreprise. Il va être nécessaire de **développer des outils/agents de supervision qui vont constamment screener ce que disent ces LLM d'analyse** sur la Société ou l'industrie pour définir rapidement les réponses ou corriger leurs erreurs notamment dans les cas d'hallucinations de l'IA. Un test avec Bard (le ChatGPT de Google) au sujet des résultats semestriels d'Ubisoft est édifiant : des chiffres faux, des explications qui ne sont pas les raisons principales et une *guidance* totalement farfelue. Et lorsque l'on fait remarquer à Bard que ses chiffres sont faux, il le reconnaît immédiatement, avant de les corriger et de communiquer les bons chiffres cette fois !

L'IA est déjà présente dans les usines Renault et dans les produits ; elle arrive dans les fonctions *corporate*. La direction des relations investisseurs de Renault a lancé **trois prototypes** :

- Génération de contenu pour le **DEU** : avec la prochaine introduction en Bourse d'Ampère, il va falloir réaliser deux DEU, avec de nombreuses reprises de l'un pour l'autre.
- Premiers drafts de **réponses aux questions** des investisseurs, souvent récurrentes.
- Le **targeting** avec les *brokers* est de plus en plus complexe, il faut le reprendre, en utilisant le *benchmark* des pairs.

Une IA générative pourrait-elle aider les IR à **anticiper la réaction des marchés financiers, des équipes internes, des réseaux sociaux, à une annonce à venir** ? Début 2023, Ubisoft a fait un *profit warning* et, au même moment, a annoncé un plan de réduction des coûts. Une phrase, qui se voulait bienveillante, a été ajoutée dans le mail interne aux équipes : « la balle est dans votre camp ». Malheureusement, cette phrase a été interprétée comme si le management se défaussait sur les salariés, aussi bien en interne qu'en externe. Une IA prédictive, testée en amont, aurait peut-être décelé cet angle mort. Un test a été fait avec Bard sur cet exemple précis et la réponse est impressionnante avec deux réactions potentielles : une perception positive comme celle qui était imaginée ; et une perception négative qui a été la réalité. Les niveaux de réflexion sont donc relativement satisfaisants même si d'autres tests ont été moins convaincants.

Dans de nombreuses sociétés, l'utilisation de l'IA n'est pas autorisée pour des raisons de confidentialité : existe-t-il des solutions offrant un **environnement sécurisé** pour les relations investisseurs ? Des **modèles LLM** voient le jour pour des données internes qui peuvent être couplées dans des données externes maîtrisées. Et les données internes ne viennent pas nourrir des bases externes.