



MARCHÉ DU CRÉDIT ET LEVIERS DE TRANSFORMATION

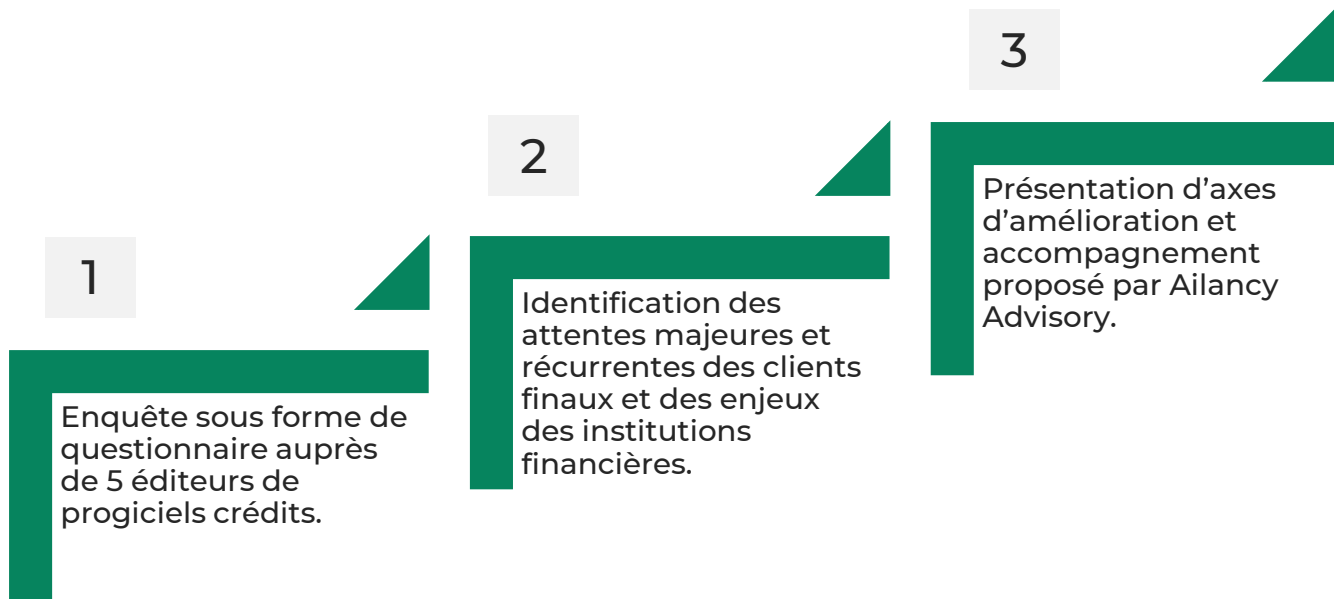
Repenser le crédit : enjeux, attentes
clients et leviers de transformation

Partie 1

Préambule

Issue d'une enquête conduite auprès de différents éditeurs de solutions de crédits, cette étude identifie et hiérarchise les **attentes des institutions financières, des entreprises et des ménages vis-à-vis des parcours crédit**. En outre les éléments sont enrichis avec des données de marché publiques.

Elle vise à faire émerger les **leviers d'amélioration prioritaires** afin d'**optimiser la réponse des institutions financières aux besoins du marché**.



Dans un contexte de redynamisation du crédit en janvier 2026, porté notamment par l'extension du **Prêt à Taux Zéro (PTZ)** sur le marché du **crédit immobilier**, les institutions financières font face à une pression croissante sur la performance et la gestion de leurs solutions de crédit.

La **digitalisation des parcours clients** et l'accélération des attentes pour des solutions simples, fluides et **100% digitales** renforcent cette dynamique.

Parallèlement, la **Directive sur le Crédit aux Consommateurs (DCC2 — Directive 2023/2225/UE)**, dont la transposition en droit français est attendue pour l'**automne 2026**, s'apprête à redéfinir le cadre du **crédit à la consommation**. En élargissant son périmètre à de nouveaux usages comme le **paiement fractionné** et en renforçant les **exigences de solvabilité et de formalisme contractuel**, la DCC2 impose aux acteurs du marché de repenser leurs produits, leurs processus d'octroi et leurs parcours digitaux, tout en conciliant **conformité réglementaire et qualité de l'expérience client**.

Sommaire

1

Le marché du crédit

2

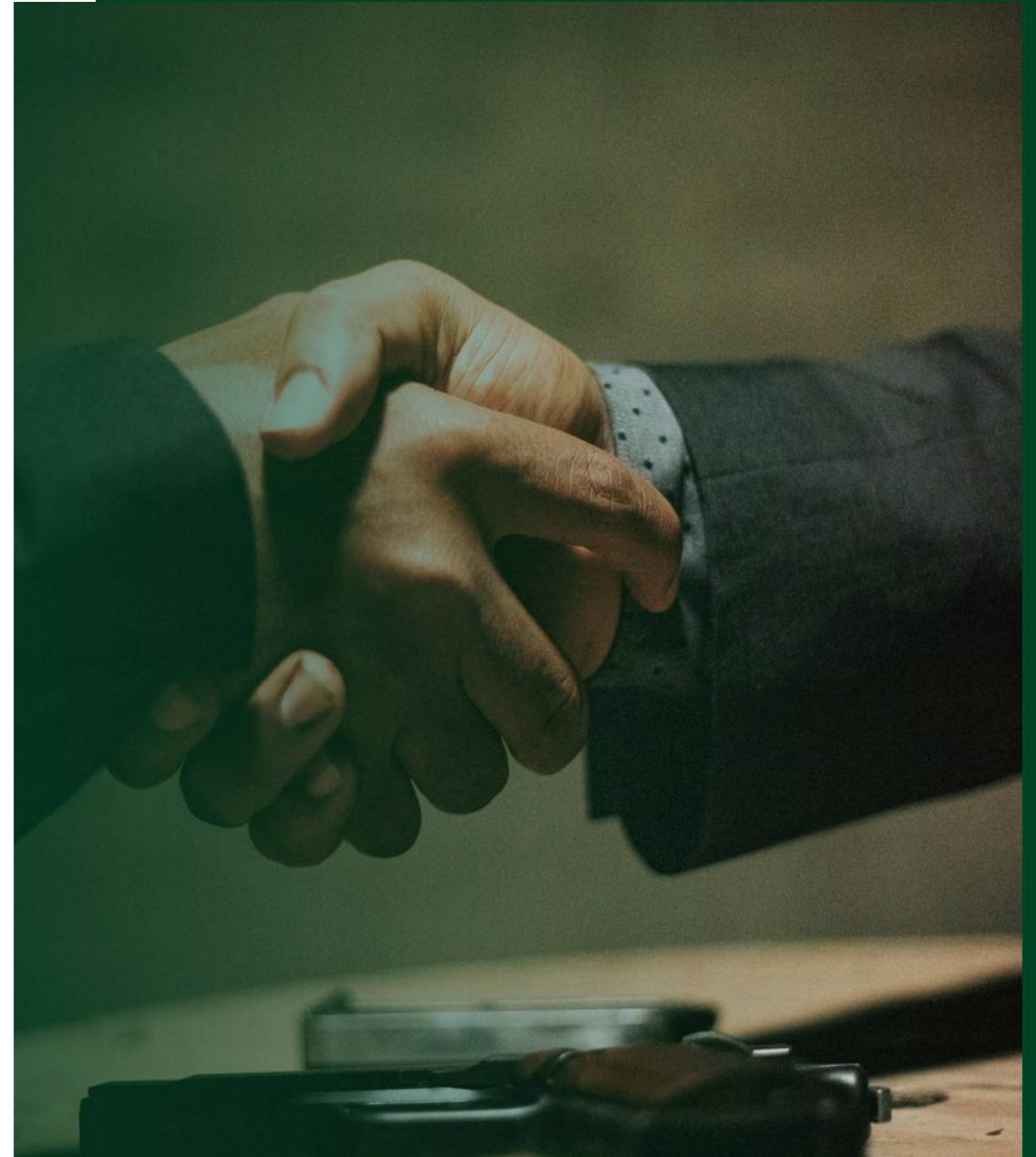
Attentes des clients finaux
et enjeux des Institutions Financières

3

Leviers d'actions

4

Conclusion



Un marché en
reprise,
des équilibres qui se
recomposent

1 Le marché du crédit confirme sa reprise en 2025

Depuis 2024, le marché du crédit connaît une reprise portée par la dynamique des crédits à l'habitat, tandis que les crédits à la consommation restent sous pression et que la croissance des encours aux entreprises demeure modérée.

Forte reprise du crédit immobilier

+33%

de crédits immobiliers souscrits en 2025 vs. 2024 (158,7 Mds€)

La baisse des taux, de 4 % en 2023 à 3,2 % en 2025, a relancé la demande des ménages et favorisé le retour des crédits longs.

Source : Banque de France

Le crédit à la consommation sous pression

18,1 %

des ménages français détiennent un crédit à la consommation en 2025 (vs 19% en 2024)

En 2025, 3,62 M de ménages détiennent un crédit à la consommation, dans un contexte de taux élevés.

Source : Observatoire du crédit aux ménages

Progression stable du crédit aux entreprises

1 408 Mds€

d'encours de crédits aux entreprises en déc. 2025 (+2,1% vs 2024)

Près de la moitié des crédits est destinée aux TPE-PME (541 Md€, +1,2 %), portée par le retour de la confiance des entreprises.

Source : Banque de France

Montants des nouveaux crédit immobiliers souscrits en 2022-2025

2022	2023	2024	2025
234,6 Mds€	139,1 Mds€	118,8 Mds€	158,7 Mds€
-	▼ 40,7%	▼ 14,5%	▲ 33,5%

- Montants des nouveaux encours souscrits/an
- Evolution par rapport à l'année précédente

Taux de détention des crédits à la consommation des ménages en 2022 - 2025

2022	2023	2024	2025
21,8%	20,9%	19,0%	18,1%
-	▼ 4,1%	▼ 9,1%	▼ 4,7%

- Taux de détention/an
- Evolution par rapport à l'année précédente

Source : Fédération Française Bancaire

Le marché du crédit immobilier

Le crédit immobilier est un marché fortement concentré autour des grands groupes bancaires qui s'appuient sur un écosystème de distributeurs (réseau traditionnel, banques en ligne, filiales spécialisées) pour couvrir tous les segments clients.

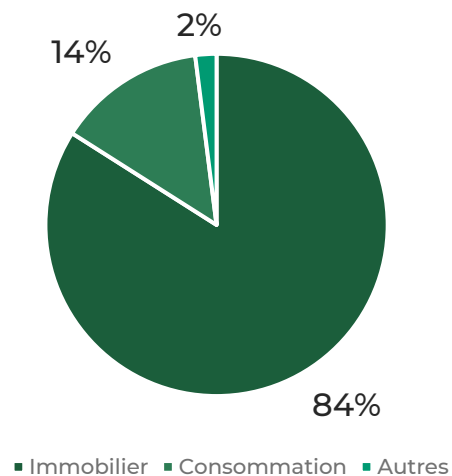
Qui domine ? Parts de marché des acteurs du crédit immobilier au 30 juin 2024



Source : Banque de France

L'immobilier dans l'endettement des ménages

Nature de l'endettement des ménages en 2024



Source : Observatoire des crédits aux ménages

Les tensions qui redessinent le marché

- › **+33,5%** de production de crédits immobiliers entre janv. 2025 et déc. 2025, soutenue par la **baisse des taux (4,17% → 3,30%)**, traduisant une nette reprise du marché.
- › **81,5%** des encours détenus par les groupes mutualistes, illustrant une forte concentration du marché, portée par leur maillage territorial et leur modèle centré client.
- › **75%** des clients privilégient encore l'agence physique pour souscrire un crédit immobilier, confirmant le poids du canal traditionnel.

Dans ce contexte, l'optimisation des modèles de distribution hybrides (digital + agence) constitue un levier clé pour les banques afin de regagner des parts de marché face aux acteurs mutualistes structurellement avantagés.

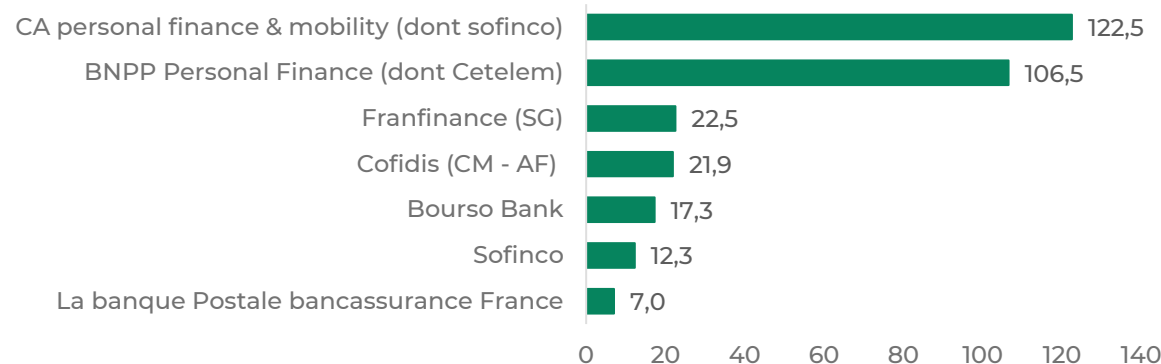
Le marché du crédit à la consommation

Le marché du crédit à la consommation est largement dominé par les grandes banques traditionnelles et leurs filiales spécialisées, qui concentrent l'essentiel des encours.

Qui capte les encours ?

En 2025, les **grands groupes bancaires et leurs filiales** captent l'essentiel des encours.

Total des encours de crédit en 2025 en € Mds

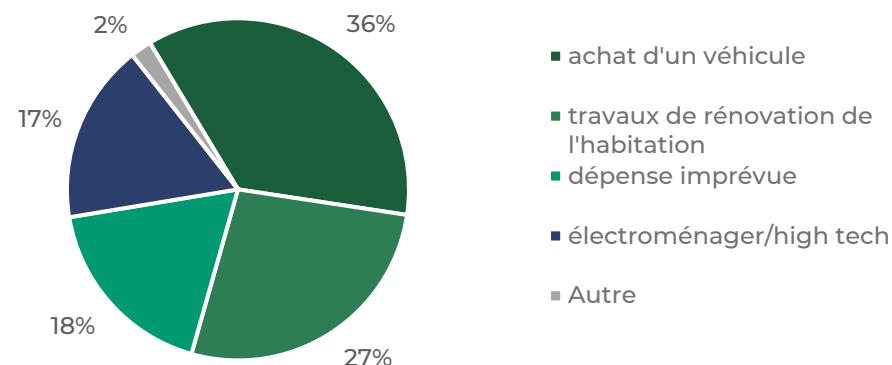


Source : Etude interne Ailancy.

Pour quoi ?

L'achat d'un véhicule constitue le **premier motif de souscription** d'un crédit à la consommation.

Affectation des crédits à la consommation en 2025



Source : Carte du France du crédit conso, Cofidis

Un marché stagnant et de plus en plus fragmenté

- › **18,1%** de taux de détention de crédit à la consommation, sur fond d'arbitrage des ménages en faveur de l'épargne de précaution (19% en 2024), comprimant structurellement la demande de crédit.
- › **24%** des crédits souscrits en 2026 sont des **LOA** et **19%** correspondent à du **paiement fractionné (BNPL)**, illustrant la montée des nouveaux circuits de financement et des nouveaux usages du crédit.

Dans ce contexte, les banques doivent à la fois **défendre leurs positions sur les financements à fort enjeu (véhicules, rénovations)** et **accompagner la croissance des nouvelles consommations de crédit (BNPL, LOA)** pour rester compétitives.

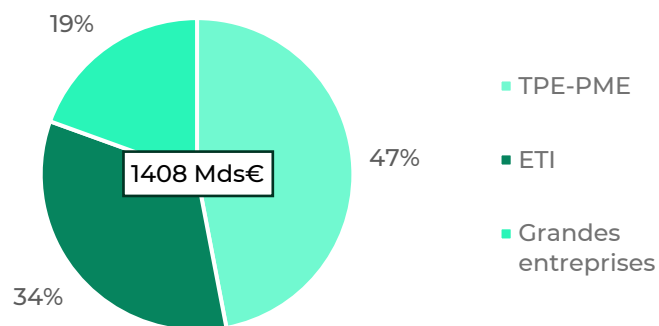
Le marché du financement des entreprises

Les TPE-PME portent **47%** des encours de crédit aux entreprises, alors qu'elles ne génèrent que **42%** de la valeur ajoutée marchande. Sur un marché total de 1 408 Mds€ (+2,1% en 2025), ce **déséquilibre** traduit moins une appétence au crédit qu'un accès structurellement limité aux marchés financiers et aux capitaux propres.

Qui emprunte ?

Les TPE-PME constituent le premier emprunteur...

Encours en Mds € des différents structures

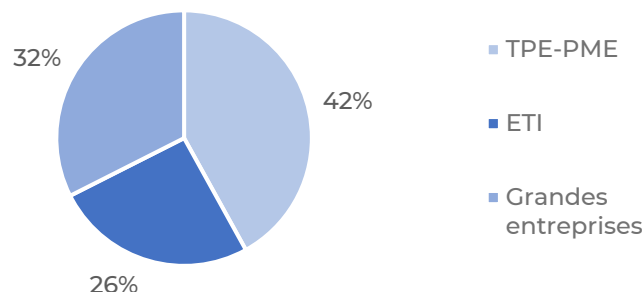


Source : Banque de France

Quel est leur poids économique ?

...alors qu'elles ne génèrent **que 42 %** de la valeur ajoutée des entreprises marchandes.

Répartition de la valeur ajoutée des entreprises marchandes (ex. secteur agricole et financier)

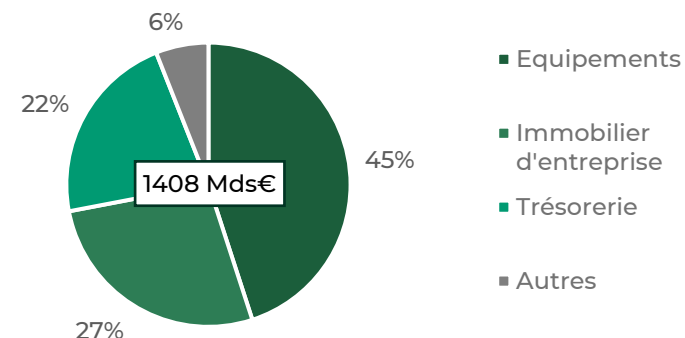


Source : INSEE, Esane 2023 (marchand non agri. non fin.)

Pourquoi empruntent-elles ?

Principalement pour financer l'investissement productif.

Structure des encours des crédits aux entreprises



Source : Banque de France

Un marché en bonne santé mais structurellement concentré

- › **99,8%** des entreprises françaises sont des TPE-PME – elles emploient **~46%** des salariés et génèrent **~42%** de la valeur ajoutée des entreprises marchandes* ...
- › ... Mais portent seulement **47%** des encours, faute d'alternatives accessibles – **marchés financiers hors de portée** et **capitaux propres plus coûteux** à leur échelle.

Dans ce contexte, les banques disposent d'une **opportunité double** : insister sur le **segment PME à fort potentiel** et la **personnalisation des financements pour ce segment**.

*hors secteurs agricoles et financiers

Source : Banque de France

Des attentes clients qui redéfinissent les priorités des banques

Besoins clients



Enjeux
institutions
financières



Leviers d'actions

Les attentes des clients finaux redéfinissent le crédit ...

À partir d'un questionnaire soumis auprès d'une dizaine d'éditeurs de logiciels de crédit et l'analyse des données de marché, nous avons reconstitué les principales attentes exprimées par les clients finaux (particuliers, professionnels et entreprises)



Time-to-yes

Les clients finaux attendent un **parcours de crédit simple, omnicanal et intuitif**, avec un **minimum d'informations à fournir**, une **décision rapide** et un **déblocage accéléré des fonds**.



Parcours digital, fluide et autonome

Les clients attendent un **parcours 100 % en ligne**, leur permettant de **simuler, demander et gérer leur crédit** de manière **simple, intuitive et sans friction**.



Centralité de l'humain

78% des clients finaux souhaitent pouvoir **échanger avec un conseiller (en agence ou en ligne)**, notamment en cas de doute ou de situation complexe, afin de bénéficier d'un accompagnement personnalisé.



Produits innovants

Les clients se tournent de plus en plus vers des **solutions de financement innovantes (BNPL, microcrédit, leasing, crédit intégré, crédit participatifs)**, à condition qu'elles soient **simples, rapides à mobiliser et intégrées aux usages quotidiens**.



Offres intégrées au quotidien (embedded finance)

Les clients attendent des **solutions de crédit intégrées aux parcours d'achat ou de consommation**, avec une **expérience fluide et sans rupture**.



Produits verts et responsables

Les clients attendent des **solutions de financement alignées avec leurs engagements environnementaux et sociaux**, intégrant des **critères ESG clairs et transparents**.



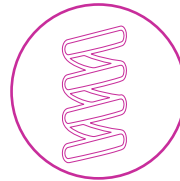
Transparence et lisibilité des décisions

Les clients attendent une **décision transparente**, avec une **compréhension claire des délais**, et, en cas de refus ou de conditions spécifiques, une **explication simple, claire et justifiée**.



Personnalisation des offres

Les clients attendent des **offres personnalisées**, adaptées à leur **situation**, leurs **besoins** et leur **capacité financière**.



Variété de produits

Les clients attendent une **gamme de produits adaptée à leurs différents besoins, capacité financière et leurs moments de vie** (consommation, immobilier, professionnel, crédit bail, leasing/LOA, Lombard, etc.).



Modularité du crédit

Les clients attendent des solutions **flexibles et modulables**, leur permettant d'**ajuster les mensualités, les échéances et les conditions** en fonction de l'évolution de leur situation.

... et impactent les institutions financières

... ainsi que les principaux enjeux des institutions financières.



Dépendance à une architecture SI historiquement fragmentée

Moderniser et simplifier l'architecture SI via le **remplacement des systèmes obsolètes**, la **modularité** et l'**interopérabilité**, afin de soutenir l'évolution des parcours et des outils.



Renforcement des contraintes réglementaires

Mettre en place des dispositifs assurant la **conformité**, la **traçabilité** et l'**explicabilité des décisions**, en intégrant les **contraintes réglementaires dès la conception des processus (Compliance by Design)**.



Complexification de la maîtrise du risque et scoring

Renforcer les dispositifs de **gestion des risques (crédit, fraude, modèles)** et de **cybersécurité** afin de **sécuriser les opérations** et **protéger les données**.



Pression d'efficience opérationnelle sur la chaîne du crédit

Accélérer l'**optimisation** et l'**automatisation** de la chaîne crédit afin de **gagner en productivité**, **réduire les délais de traitement** et **maîtriser les coûts opérationnels**.



Capacité d'adaptation au marché et innovation

Accélérer la **conception** et le **déploiement** de nouvelles offres et modèles de distribution afin de **répondre rapidement aux évolutions des usages** et de **faire face à l'intensification concurrentielle**.



Transformation organisationnelle

Faire évoluer les **modes de fonctionnement**, la **gouvernance** et les **compétences** afin d'**aligner l'organisation sur les priorités stratégiques**.



Excellence des parcours digitaux

Concevoir des **parcours digitaux simples, intuitifs et omnicanaux** (en particulier sur les phases d'octroi) afin de garantir une **expérience fluide, cohérente et différenciante**.

Des enjeux et des besoins interdépendants ...

Quatre enjeux se détachent nettement : innovation & adaptation au marché, excellence des parcours digitaux, modernisation du SI et conformité réglementaire – des priorités interdépendantes qui appellent une réponse coordonnée

Besoins Clients	Parcours Digitaux	Embedded Finance	Personnalisation	Time-to-yes	Flexibilité	Innovation	Transparence	Humain & Relation client	Variété Produit	ESG	
Enjeux IF											
Transformation Organisationnelle				1	1		1	3			6
Efficience Opérationnelle	3			3				1			7
Maîtrise des Risques & Scoring			3	3	1		1				8
Contraintes réglementaires		1	3				3		1	3	11
Architecture SI fragmentée	3	3	1	1	1	1			1		11
Excellence des parcours digitaux	3	3	1	3	1	3	1	1			16
Adaptation au marché et innovation	3	3	1	1	3	3		1	3	3	21

Méthodologie

- 3 Impact fort
- 1 Impact partiel
- Impact faible

La matrice décryptée

La matrice fait ressortir une hiérarchie claire.

L'innovation et l'adaptation au marché dominant (score 21), suivies de l'excellence des parcours digitaux (16).

Ces deux enjeux sont structurellement liés à la modernisation du SI (11), qui en est le prérequis.

Les contraintes réglementaires (11) constituent quant à elles un impératif transverse que les banques ne peuvent ignorer, sous peine de fragiliser l'ensemble de la chaîne crédit.

... qui permettent d'établir un classement stratégique

Au-delà des scores, la matrice dessine une **feuille de route** : quatre enjeux se détachent comme les leviers les plus déterminants pour la **compétitivité des institutions financières** dans les prochaines années

1

Capacité
d'adaptation au
marché et innovation

- › Être en capacité de **concevoir et lancer rapidement de nouvelles offres et produits**, en réponse aux **évolutions des usages, des attentes clients et de la concurrence**, tout en assurant une veille active sur les innovations d'autres secteurs
- › Un enjeu clé pour **rester compétitif** et saisir les opportunités de croissance dans un environnement en constante évolution

2

Capacité
d'adaptation au
marché et innovation

- › Développer des **parcours clients simples, intuitifs et homogènes** sur l'ensemble des canaux digitaux afin de garantir une **expérience fluide, sans rupture et différenciante**
- › Une **expérience digitale réussie** constitue désormais un levier clé de **fidélisation**, d'attractivité client et de **conquête**

3

Dépendance à une
architecture SI
historiquement
fragmentée

- › **Moderniser** et rationaliser le système d'information, c'est avant tout **s'affranchir de la dette technique** qui pèse sur la capacité d'innovation et renchérit chaque évolution
- › Un **SI performant** et intégré permet de **réduire structurellement le *cost-to-innov***, d'**accélérer l'intégration de nouveaux outils** et de **soutenir l'évolution continue des offres et services**

4

Renforcement des
contraintes
réglementaires

- › Intégrer les **exigences réglementaires** croissantes **dès la conception des processus** (by Design) afin de garantir la **conformité**, la **traçabilité**, la **sécurité** et l'**explicabilité des décisions**
- › La conformité réglementaire constitue un **prérequis essentiel** pour **sécuriser l'activité**, **limiter les risques** et **préserver la confiance** des clients et des partenaires

De l'enjeu à l'action : les leviers de transformation prioritaires

Besoins clients



Enjeux
institutions
financières



Leviers d'actions



5 leviers d'action activables sur nos 4 enjeux prioritaires pour les banques

L'expérience des interventions d'Ailancy auprès des institutions financières fait ressortir 5 leviers stratégiques pour l'évolution de l'activité de crédits.

1. Innovation produits & parcours

- Embedded finance & nouveaux produits (BNPL, microcrédit)
- Portails omnicanaux
- UX fluide et centrée utilisateur

2. Modernisation SI & data

- Migration legacy & cloud
- Gouvernance et qualité de la data
- Automatisation & industrialisation des chaînes de crédit

3. Mutualisation & partenariat

- Synergies et partenariats stratégiques
- ITO/BPO sur les chaînes de crédit
- Mutualisation des infrastructures et données

4. Contrôle augmentée par l'IA

- Automatisation des processus de contrôle
- Outils IA pour risques et conformité
- Sécurité, traçabilité et pilotage renforcés

5. Valorisation du rôle social du banquier

- Banquier acteur du développement local
- Produits responsables, verts et inclusifs
- Accompagnement personnalisé des clients

Les bénéfices clients

- **Flexibilité du crédit** renforcée
- **Centralité de l'humain** dans le parcours client
- Développement d'**offres intégrées au quotidien**
- Accès à des **produits innovants**
- **Parcours simples** et 100 % **digitaux**
- Réduction du **time-to-yes** et accélération des décisions de crédit

- **Robustesse et fiabilité** du SI renforcées
- Parcours digitaux plus **fluides et continus**
- **Immédiateté** accrue des opérations et de la visualisation
- **Personnalisation renforcée** des expériences et des offres

- **Tarifs plus compétitifs** grâce à la mutualisation
- **Expérience simplifiée** via des solutions intégrées
- **Accélération du time-to-market** des services

- **Sécurité accrue** et renforcement de la confiance
- **Réponse immédiate** aux demandes clients
- **Lutte renforcée contre la fraude**
- **Réduction des délais** de vérification
- **Confiance renforcée** dans la relation bancaire

- **Conseils personnalisés** pour des projets à impact positif
- **Renforcement du lien humain** et de la confiance
- Contribution à une **économie plus solidaire et durable**

3 Analyse croisée des enjeux et des leviers d'action

La matrice confirme une **logique de séquençement** : certains leviers sont **structurants et transverses** – innovation, SI, mutualisation – d'autres sont **différenciants et ciblés** – contrôle par l'IA, rôle social. Leur activation coordonnée maximise l'impact sur la **performance et la résilience des institutions financières**

Enjeux IF	Leviers d'action	Innovations Produits/Parcours	Modernisation du SI et data	Mutualisation ou Partenariat	Agentisation des contrôles	Valorisation du rôle social du banquier
Capacité d'adaptation au marché et innovation		3		1		
Excellence des parcours digitaux		3	3		1	
Dépendance à une architecture SI historiquement fragmentée		3	3	3	1	
Renforcement contraintes réglementaire				1	3	1
		9	6	5	5	1

Méthodologie

Chaque levier est évalué selon son niveau de réponse à chaque enjeu stratégique :

3 = levier totalement répondant (High)

1 = partiellement répondant (Medium)

0 = non-répondant (Low)

Conclusion

- « **Innovation produits & parcours** » s'impose comme le **levier le plus structurant** : il adresse simultanément l'adaptation au marché, l'excellence des parcours digitaux et la modernisation du SI – couvrant à lui seul les trois enjeux prioritaires
- « **Modernisation du SI & data** » et « **Mutualisation & partenariats** » en sont les **prérequis incontournables** : sans socle technique solide ni logique de partage, aucune transformation durable n'est possible
- « **Contrôle augmenté par l'IA** » répond directement au **durcissement réglementaire** tout en fluidifiant les parcours
- « **Valorisation du rôle social du banquier** » constitue le **levier le plus différenciant**, ancré dans la confiance et la proximité client.

Ensemble, ces cinq leviers forment un écosystème cohérent : leur activation coordonnée est la condition d'une transformation réussie.

Cap sur la
transformation : et
maintenant, on fait
quoi ?



Conclusion : Une transformation globale et coordonnée

Cette étude pose le cadre. Cinq analyses approfondies viendront éclairer chaque levier, pour passer de l'ambition de transformation à l'action concrète.



Approche systémique : les 5 leviers forment un écosystème cohérent et complémentaire. Leur activation conjointe maximise l'impact sur la performance et la résilience.

Innovation produits & Parcours

Problématique :
Comment faire évoluer l'offre de crédit et les parcours d'octroi pour répondre aux nouveaux usages (BNPL, embedded finance, instantanéité) ?

Modernisation du SI & data

Problématique :
Comment moderniser un socle SI historiquement contraint pour industrialiser les chaînes de crédit et exploiter le potentiel de la data ?

Mutualisation & partenariat

Problématique :
Quels partenaires et logiques de mutualisation adopter pour accélérer la mise en marché et optimiser les coûts opérationnels ?

Agentisation des contrôles

Problématique :
Comment absorber le durcissement des exigences réglementaires sans alourdir les délais de traitement ni les coûts opérationnels ?

Valorisation du rôle social du banquier

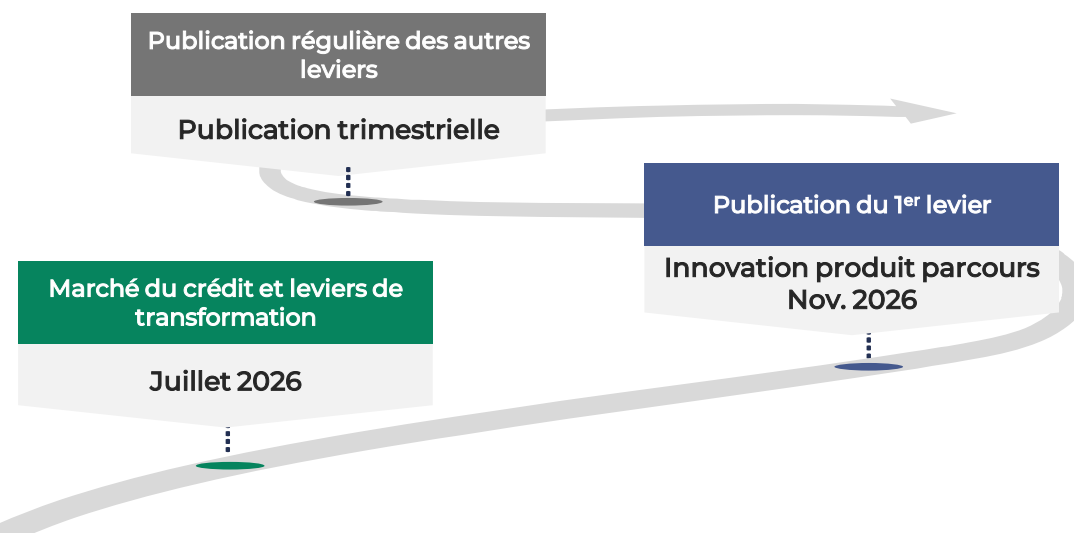
Problématique :
Comment repositionner le conseiller comme acteur d'accompagnement et de confiance dans un parcours crédit digitalisé ?



Bénéfices tangibles

- **Amélioration de l'expérience client** sur l'ensemble des parcours (digital, humain, produits) : des parcours de souscription plus fluide, time to yes réduit.
- **Gains d'efficacité opérationnelle, et maîtrise des coûts** – réduction des délais de traitement.
- **Renforcement de la conformité réglementaire** – réduction du risque de non-conformité et des sanctions associées, capacité à absorber les évolutions réglementaires sans surcoût majeur.
- **Positionnement différenciant et ancrage territorial renforcé** – captation de nouvelles clientèles, renforcement de l'image de la banque responsable.

Planning des prochaines publications



Teaser – Levier #1 : Innovations Produits / Parcours

Réinventer l'octroi : vers un crédit bancaire plus rapide, plus fiable et plus rentable

Le parcours d'octroi de crédit rime souvent avec contraintes : réglementaires, risques opérationnels. Pourtant, c'est l'un des rares moments où la banque décide de la qualité de son portefeuille, obtient la satisfaction client et dessine sa rentabilité.

Notre conviction : Faire du crédit un parcours unifié, instantané et sécurisé, sans rupture entre souscription, décision et mise en financement

Pourquoi le parcours d'octroi de crédit est devenu stratégique ?

Ce qui se joue à l'octroi conditionne tout l'aval : satisfaction client, fraude, recouvrement et rentabilité.

Avant :

- Un passage obligé entre compréhension du besoin et financement
- Un filtre du risque (voire une affiliation au risque et non au commerce)
- Un centre de coût (back office)

Aujourd'hui, l'octroi devient un moment central / stratégique :

- Premier moment de vérité pour le client (Time-to-Yes)
- Premier point de contact réel avec le risque
- Déterminant de la performance future du crédit

C'est pour cela que la transformation de l'octroi est devenue un sujet stratégique, et non plus uniquement opérationnel.

Rapidité : levier n°1 de transformation

Le problème n'est pas la décision, c'est l'orchestration

La lenteur ne vient pas de la décision, mais de la collecte documentaire, des reprises manuelles, des contrôles redondants et des exceptions

Accélérateur n°1 : industrialiser et se concentrer sur les exceptions

- Automatiser le traitement standard (moteur de décision/console centralisée)
- L'humain intervient sur les exceptions à forte valeur ajoutée : cas complexes, spécificités clients ou risques importants

Résultats : décisions temps réel, expertise mieux utilisée, risques mieux maîtrisés

Accélérateur n°2 : passer du document à la donnée certifiée

- Exploiter des sources fiables / sécurisées (Open Banking/DSP2, identité digitale, données publiques - impots.gouv, Wallet européen, BATICA, Infogreffe, INPI...)
- Réduire les documents / dématérialiser les justificatifs (Inovatic, Luminess)

Résultats : plus de fiabilité, moins de fraude documentaire, parcours fluide

Mieux décider : levier n°2, indissociable du premier
Aller plus vite n'a de sens que si la décision est meilleure

Pendant longtemps, améliorer le risque signifiait : ajouter des règles et des outils, multiplier les contrôles, refuser par prudence

Levier 1 : aller plus vite... mais surtout mieux décider

Une meilleure décision n'est pas plus stricte, elle est plus riche :

Plus de données utiles Lecture plus fine de la solvabilité Vision comportementale

Résultats : décision plus juste, moins de faux positifs

Levier 2 : intégrer la fraude dès l'octroi

La fraude ne doit plus être traitée après l'octroi, mais au moment de la décision

Analyse du client Cohérence des parcours Signaux faibles en temps réel

Résultats : moins de pertes, moins de coûts aval, plus de confiance

Levier 3 : gouverner la décision (IA incluse)

Décider mieux implique de gouverner mieux

Explicabilité & Traçabilité Supervision humaine Cadre clair

Pas d'IA sans gouvernance = condition de confiance et de maîtrise des risques

Quand vitesse et qualité créent mécaniquement de la valeur
La rentabilité est une conséquence directe de l'efficacité

Vitesse → valeur commerciale

Décisions rapides Moins d'abandon Meilleure conversion

Chaque minute gagnée est un point de transformation potentiel

Qualité de décision → valeur risque

Meilleure allocation du risque Moins de défauts Moins de fraude et de coûts de recouvrement

La rentabilité commence toujours par une bonne décision d'octroi

Vitesse + Qualité

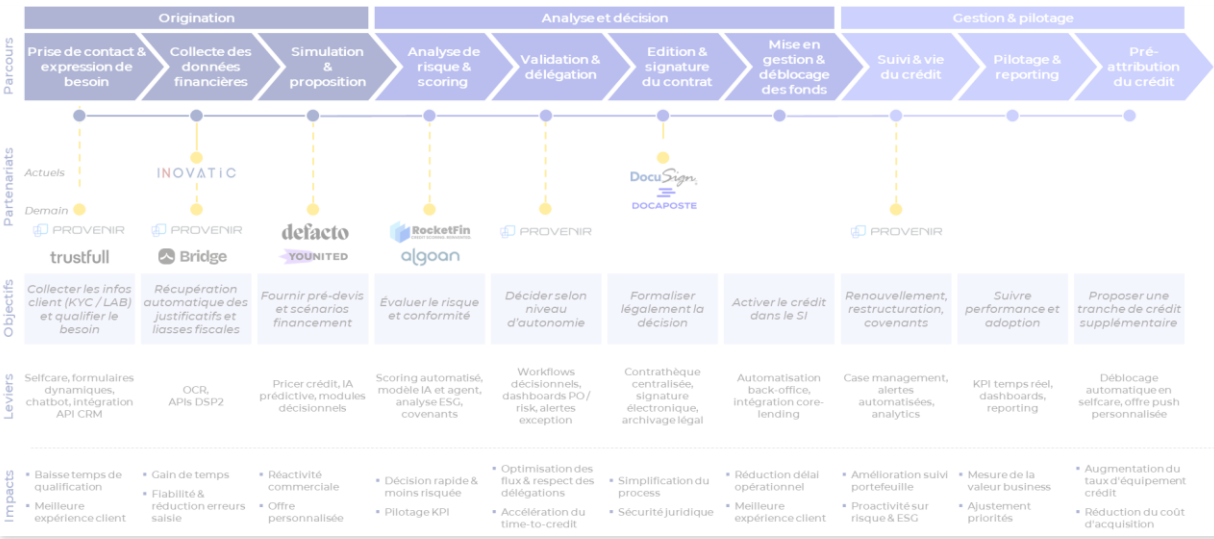
Automatisation à grande échelle Baisse des coûts Expertise humaine recentrée

Ce qui n'est pas automatisable doit être traité par des experts

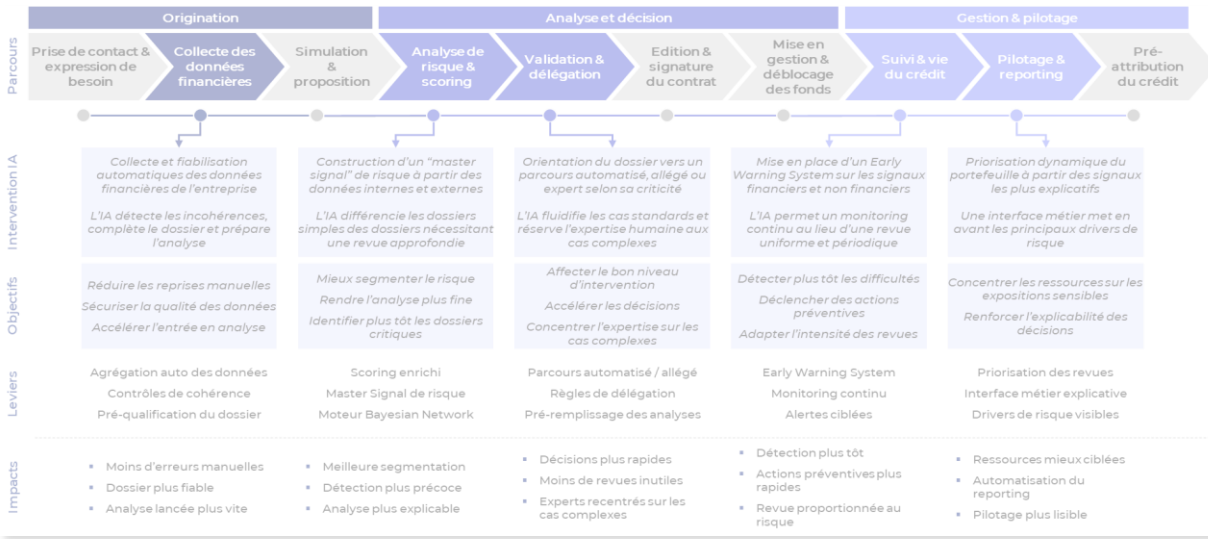
Réinventer l'octroi, ce n'est plus arbitrer entre vitesse, risque et rentabilité : c'est reconnaître qu'ils sont désormais indissociables

- une décision fondée sur les bonnes données
- prise au bon moment par le bon acteur (humain ou machine)
- alignée avec le niveau de valeur et d'appétence au risque

Des partenariats possibles pour construire les parcours crédits de demain



Parcours de crédit assisté tout au long par l'intelligence artificielle



Une offre de service complète dédiée à l'industrie financière

+ 18 ans

Le Cabinet a été fondé en 2008



> 300

Consultants répartis sur 4 entités



53 M€

Chiffre d'affaires groupe



> 1400

Missions réalisées



Conseil en organisation et management

Stratégie de développement

Compétitivité des organisations

Risques & conformité

Conduite de grands projets

Transformation des SI

Accélération digitale



Expertises et Solutions

Expertise fonctionnelle métier

Apport méthodologique

Maîtrise de solution

Réalisation technologique

Offres en Nearshore d'externalisation de services

Traitements d'opérations



Conseil en Cyber Sécurité

Gouvernance sécurité et Mise en conformité réglementaire

Gestion des risques et intégration de la sécurité dans les projets

Pilotage de Programmes et Projets Sécurité

Protection des données, lutte contre la fuite de données

Résilience

Gestion des identités et des accès (IAM)



Conseil en Stratégie IA

Interaction Client IA

IA pour les développeurs

Coût et efficacité augmentée IA

Organisation et contrôles IA

Gouvernance et qualité Data

Mise à l'échelle et acculturation



JE M'ABONNE

En 15 ans, Ailancy est devenu un acteur de référence du conseil en transformation, organisation et management dédié aux Services Financiers. **En tant que leader déterminé à repenser les codes du secteur, le cabinet entretient depuis sa création une veille constante sur l'actualité et conduit des travaux de prospective de l'évolution du secteur Banque, Finance et Assurance** en y associant des consultants, des doctorants chercheurs, des experts et professionnels du secteur.

A travers des études, des notes de convictions, des newsletters, des tables rondes, des clubs, des webinaires et des conférences, Ailancy décrypte les grandes transformations qu'elles soient sociétales, technologiques ou réglementaires.

A travers ses évènements, publications et ses différentes interventions, Ailancy s'engage dans les transformations impactantes et durables de l'industrie financière.

Au-delà des travaux de recherche par secteur d'activité (Banque, Finance et Assurance), trois tribus étudient transversalement des transformations majeures :

La finance durable

- Comment assurer la transition vers une économie bas carbone ?
- Comment intégrer des critères ESG dans les décisions d'investissement ?
- Comment lutter efficacement contre le risque de greenwashing ?
- Comment promouvoir une transparence accrue pour encourager des pratiques financières responsables et durables ?
- Comment intégrer les exigences de la finance durable dans l'organisation et accompagner les clients dans leurs transitions ?

Les IA Génératives

- Quels sont les grands enjeux des IA génératives dans les services financiers ?
- Comment mettre en place une organisation favorisant l'adoption de cette nouvelle rupture technologique aussi bien côté IT que métier ?
- Comment acculturer les équipes aux enjeux des Gen AI ?
- Comment protéger les données sensibles, garantir la transparence et l'explicabilité des décisions automatisées ?
- Quel encadrement des usages des IA dans les services financiers ?
- Quelle est la place de l'humain et des IA ?

L'Open Finance

- Post-DSP2, où en sommes-nous de l'open banking, des modèles BaaS (Bank as a Service) et BaaP (Bank as a Platform) ?
- Quelle différence entre l'Open Banking et l'Open Finance ?
- Quelles sont les menaces et opportunités offertes par FiDA (Framework for Financial Data Access) et cette nouvelle économie de la donnée ?
- Faut-il et comment collaborer avec les fintechs ?
- Comment gérer l'interopérabilité entre les systèmes via les APIs ?

Contacts



➤ **DE BROGLIE Ghislain**
Associé Innovation & Digital
ghislain.debroglie@ailancy.com
+33 6 68 33 83 28



➤ **REVEILLARD Guillaume**
Directeur Associé Banque de
Détail
guillaume.reveillard@ailancy.com
+33 7 86 12 21 77



➤ **AGUERRE Xalbat**
Senior Manager Banque de Détail
xalbat.aguerre@ailancy.com
+33 6 58 96 10 87



➤ **MEVEL Alban**
Manager Wealth Management
alban.mevel@ailancy.com
+33 6 06 42 00 81



32 rue de Ponthieu
75008 Paris
contact@ailancy.com