FASST

Parcours patrimoniaux

L'orchestration des données, des produits et des partenaires au service d'une expérience client unifiée

AG2R LA MONDIALE FIDUCIAL matmut

Livre blanc • Édition 2026

6 numéros de PARCOURS CLIENT, 1 corpus éditorial



Inter Gestion REIM
Franck Inghels



INOVÉA
Fabien Parent



EM Avocat
Émilie Mazzei



MATMUT
Tristan de La Fonchais



AG2R La Mondiale
Loïc Le Foll



FIDUCIAL Gérance
Jean-Philippe Martin

Plan

Ouverture éditoriale 4
Parcours patrimoniaux : vers une expérience client unifiée
Corpus éditorial des six magazines PARCOURS CLIENT.

Préface 6
Accompagner la transformation des parcours financiers et assurantiels
Xavier Favre, Président du Groupe FASST.

01. Du besoin client aux solutions 8
Témoignages : Loïc Le Foll, Jean-Philippe Martin, Fabien Parent.

02. Expérience client, conseil et performance opérationnelle 13
Témoignages : Tristan de La Fonchais, Loïc Le Foll, Fabien Parent.

03. Une plateforme technologique d'orchestration, unifiée et sans silos 22
Témoignages : Tristan de La Fonchais, Loïc Le Foll, Fabien Parent.

04. API, interopérabilité et continuité de la donnée 28
Franck Inghels, Fabien Parent, Jean-Philippe Martin.

05. Conformité, sécurité et confiance institutionnelle 36
Fabien Parent, Tristan de La Fonchais, Jean-Philippe Martin, Émilie Mazzei, Loïc Le Foll, Xavier Favre.

06. IA supervisée, agents IA et automatisation intelligente du conseil institutionnelle 49
Fabien Parent, Émilie Mazzei, Tristan de La Fonchais, Loïc Le Foll, vision FASST.

Cas d'usage 56
Quatre situations pour comprendre la transformation des parcours patrimoniaux
Loïc Le Foll, Jean-Philippe Martin, Fabien Parent, Tristan de La Fonchais, Émilie Mazzei, Xavier Favre.

Conclusion 64
Vers une nouvelle génération de parcours patrimoniaux
Xavier Favre, Président du Groupe FASST.

Ouverture éditoriale

Parcours patrimoniaux : vers une expérience client unifiée

La distribution de produits financiers et d'assurance entre dans une nouvelle phase de transformation. Les établissements doivent aujourd'hui concilier l'élargissement des offres, l'évolution des usages clients, la pression réglementaire, les exigences de sécurité, la recherche de productivité et la nécessité d'une meilleure interconnexion entre les acteurs.

Cette transformation ne concerne pas uniquement la digitalisation d'un acte de souscription. Elle interroge plus largement la manière dont les parcours sont conçus, organisés et pilotés. Les dispositifs historiques ont souvent été structurés par produit, par canal, par partenaire ou par système. Cette organisation reste nécessaire pour maîtriser les règles propres à chaque solution, mais elle montre ses limites lorsqu'elle crée des ruptures dans l'expérience client, conseiller ou distributeur.

Le client final exprime d'abord un objectif patrimonial : préparer sa retraite, diversifier son allocation, transmettre, protéger ses proches, générer des revenus complémentaires ou accéder à de nouvelles classes d'actifs. Le parcours doit donc permettre de partir de ce besoin, puis d'orienter vers les solutions adaptées, dans un cadre conforme, sécurisé et documenté.

L'enjeu est de passer d'une logique de parcours fragmentés à une logique d'orchestration. Cette orchestration suppose de mieux relier la donnée client, les produits, les règles réglementaires, les canaux, les partenaires, les systèmes d'information, les documents et les contrôles.



Elle doit permettre de réduire les ressaisies, d'améliorer la qualité des dossiers, d'accélérer les traitements, de renforcer la traçabilité et de proposer une expérience plus cohérente.

Ce livre blanc s'inscrit dans cette perspective. Il réunit les regards croisés de six clients et partenaires issus de l'écosystème financier, assurantiel et patrimonial. Leurs témoignages éclairent plusieurs dimensions complémentaires : l'évolution des besoins clients, la conformité dans l'intérêt du client, la connectivité, la productivité des réseaux, l'expérience conseiller, la cybersécurité, l'innovation responsable, l'intelligence artificielle, l'assurance-vie patrimoniale et la transformation des usages autour des SCPI.

Ces contributions ne sont pas abordées comme une succession d'interviews. Elles sont mobilisées pour nourrir une réflexion d'ensemble sur l'avenir des parcours patrimoniaux et sur les conditions nécessaires à leur transformation.

L'objectif de ce livre blanc est de proposer une lecture structurée de cette évolution : partir du besoin client, améliorer l'expérience et la performance opérationnelle, construire une plateforme technologique d'orchestration, assurer l'interopérabilité des systèmes, intégrer la conformité et la sécurité dès la conception, puis envisager l'IA comme un levier d'assistance et de personnalisation sous supervision humaine.

À travers cette approche, le livre blanc entend contribuer à une conviction : la prochaine génération de parcours patrimoniaux devra être unifiée, multiproduits, conforme, sécurisée, interopérable et pilotée par la donnée.

Préface

Accompagner la transformation des parcours financiers et assurantiels



Par Xavier Favre
Président du Groupe FASST

Les acteurs financiers et assurantiels évoluent dans un environnement où les attentes des clients, les exigences réglementaires, les modèles de distribution et les architectures technologiques se transforment simultanément. Cette évolution impose aux établissements de repenser leurs parcours non plus comme une succession d'actes isolés, mais comme des dispositifs complets, capables de relier le conseil, la conformité, la donnée, les produits, les partenaires et les systèmes.

Cette conviction dépasse le seul champ patrimonial. Elle s'inscrit dans la stratégie globale du Groupe FASST, qui accompagne également les transformations des parcours de prévoyance, de retraite, d'épargne salariale et de santé. Dans ce livre blanc, nous avons choisi de concentrer l'analyse sur les parcours patrimoniaux, car ils constituent un terrain particulièrement révélateur des enjeux d'orchestration, de conformité, d'interopérabilité et d'expérience client.

Pendant plusieurs années, la digitalisation a constitué une première étape structurante. Elle a permis de dématérialiser des formulaires, de fluidifier certains actes, de réduire l'usage du papier et d'accélérer des processus historiquement administratifs. Mais cette étape ne suffit plus. Les établissements doivent désormais franchir un palier supplémentaire : celui de l'orchestration.

Orchestrer un parcours patrimonial, c'est permettre à plusieurs dimensions de fonctionner ensemble : la connaissance client, les objectifs patrimoniaux, l'analyse d'adéquation, les règles de conformité, les documents précontractuels et contractuels, les signatures, les partenaires, les produits, les flux de données et les systèmes existants. C'est aussi donner aux conseillers, aux distributeurs, aux middle-offices, aux équipes conformité et aux directions métiers un cadre plus cohérent, plus lisible et plus industrialisable.

Cette évolution suppose une plateforme technologique capable de dépasser les silos historiques. Elle doit pouvoir intégrer plusieurs familles de produits, se connecter aux outils existants, dialoguer avec les partenaires, gérer les spécificités réglementaires, sécuriser les traitements et accompagner les parcours dans la durée. La valeur ne réside plus seulement dans la digitalisation d'un acte. Elle réside dans la capacité à organiser un parcours complet, de l'entrée en relation jusqu'aux opérations et au suivi.

Dans les métiers financiers et assurantiels, cette ambition ne peut être dissociée de la confiance. Une plateforme destinée à des acteurs régulés doit répondre à des exigences élevées en matière de conformité, de sécurité, de gouvernance, de traçabilité et de résilience. Les données manipulées sont sensibles : identité, situation familiale, patrimoine, revenus, fiscalité, objectifs, profil de risque, pièces justificatives, décisions de conseil et documents contractuels. Leur traitement impose un niveau de maîtrise à la hauteur des attentes des établissements et de leurs clients.

L'interopérabilité est essentielle : les plateformes doivent se connecter aux environnements existants — CRM, systèmes de gestion, référentiels, portails partenaires, API ou reporting — tout en préservant la maîtrise des données et des processus.

L'IA apporte des leviers concrets d'analyse, de contrôle, de complétude et de personnalisation. Dans le patrimoine, elle doit rester supervisée et gouvernée : elle augmente le conseiller, sans s'y substituer.

Ce livre blanc donne la parole à des clients et partenaires qui observent, chacun depuis leur position, les mutations en cours. Leurs témoignages éclairent les enjeux de conformité, de connectivité, de productivité, d'expérience client, d'IA, de cybersécurité, d'assurance-vie patrimoniale et de SCPI. Ils confirment que le marché entre dans une nouvelle étape : celle d'une distribution financière et assurantielle plus unifiée, plus interopérable et davantage pilotée par la donnée.

La conviction du Groupe FASST est claire : la transformation des parcours patrimoniaux ne se fera pas uniquement par l'ajout de nouvelles fonctionnalités. Elle reposera sur des plateformes technologiques capables d'orchestrer les parcours, de sécuriser les opérations, de connecter les écosystèmes et de concilier expérience client, conformité, interopérabilité, efficacité opérationnelle et robustesse technologique.

C'est cette trajectoire que nous souhaitons contribuer à construire aux côtés des acteurs financiers et assurantiels.

Du besoin client aux solutions

La distribution patrimoniale s'est historiquement structurée autour des produits : assurance-vie, capitalisation, PER, SCPI, compte-titres, private equity, titres non cotés, produits structurés ou opérations après-vente. Cette organisation par enveloppe ou par support reste indispensable. Chaque solution répond à des règles propres, à des contraintes réglementaires spécifiques, à des modalités de gestion particulières et à des circuits opérationnels distincts.

Pour autant, cette logique produit ne peut plus constituer, à elle seule, le point d'entrée de l'expérience client.

Le client final exprime d'abord un objectif patrimonial. Il souhaite préparer sa retraite, diversifier son allocation, transmettre, protéger ses proches, générer des revenus complémentaires, accéder à des actifs réels ou investir progressivement dans la durée. Le produit intervient ensuite, comme la traduction opérationnelle, financière, fiscale et réglementaire de cet objectif.

L'enjeu n'est donc pas de faire disparaître la logique produit. Elle reste nécessaire pour sécuriser les parcours et appliquer les règles propres à chaque solution. L'enjeu est de ne plus faire porter cette complexité au client, au conseiller ou au distributeur sous forme de parcours successifs, de démarches cloisonnées ou de ruptures d'expérience.



L’assurance-vie : un socle patrimonial dans une offre qui s’élargit

Dans son interview publiée dans **PARCOURS CLIENT — AG2R La Mondiale — Numéro 5 — Septembre 2025**, Loïc Le Foll rappelle la place structurante de l’assurance-vie dans l’écosystème patrimonial français.

> **“L’assurance vie reste aujourd’hui l’outil patrimonial le plus utilisé en France.”**
>
> Loïc Le Foll, Directeur Général, AG2R La Mondiale



Ce rappel est essentiel. L’assurance-vie demeure une enveloppe de référence pour les clients, les conseillers, les banques privées, les assureurs, les CGP, les family offices et les réseaux de distribution. Elle conserve une place centrale dans la structuration patrimoniale, en raison de sa souplesse, de son cadre juridique, de sa profondeur d’offre et de son usage dans la durée.

Mais cette centralité ne signifie pas que le parcours doive rester organisé autour d’un produit isolé. L’assurance-vie s’inscrit désormais dans une offre plus large, dans laquelle les supports, les modes de gestion et les classes d’actifs se diversifient.

La SCPI : préserver la logique patrimoniale tout en répondant aux nouveaux usages

La transformation des parcours ne concerne pas uniquement l'assurance-vie. Elle touche également les véhicules immobiliers et les produits de long terme, notamment les SCPI.

Dans son interview publiée dans PARCOURS CLIENT — FIDUCIAL Gérance — Numéro 6 — Mars 2026, Jean-Philippe Martin rappelle que l'innovation ne doit pas modifier la nature profonde du produit.

"Oui, mais il s'agit d'une transformation maîtrisée. La SCPI ne change pas de nature. Elle reste un produit de long terme, adossé à des actifs réels, avec une logique patrimoniale forte. En revanche, elle doit innover, se réinventer, tout en restant robuste."

Jean-Philippe Martin, Directeur Général, FIDUCIAL Gérance



Cette approche est importante pour le fil conducteur du livre blanc. La transformation des parcours ne consiste pas à banaliser les produits patrimoniaux ou à en réduire les spécificités. Elle consiste à mieux les intégrer dans une expérience globale, tout en respectant leur nature, leur horizon, leurs contraintes et leur logique d'investissement.

La SCPI reste un produit de long terme, porté par des actifs réels et une logique patrimoniale. Mais les usages évoluent. Les épargnants, les distributeurs et les conseillers attendent davantage de simplicité, de lisibilité, de transparence et de suivi. Jean-Philippe Martin le formule ainsi :

"Les épargnants attendent désormais des parcours simples, fluides, accessibles à tout moment. Ils attendent aussi davantage de transparence, de pédagogie et de suivi.

Jean-Philippe Martin, Directeur Général, FIDUCIAL Gérance

Ce témoignage éclaire une tension centrale : préserver la robustesse du produit tout en transformant l'expérience d'accès, de souscription et de suivi. Le sujet n'est donc pas seulement de digitaliser la SCPI. Il est de l'intégrer dans un parcours patrimonial plus large, capable de relier le besoin client, le conseil, la conformité, la souscription, les documents et la relation dans la durée.

Dans une approche unifiée, la SCPI devient l'une des réponses possibles à un objectif patrimonial : diversification, recherche de revenus potentiels, exposition à des actifs réels, investissement long terme. Elle ne doit pas être traitée comme un parcours isolé, mais comme une composante d'une stratégie patrimoniale globale.

Rendre le conseil patrimonial plus accessible, plus lisible et plus suivi dans la durée

Le passage du produit au besoin client suppose également de repenser l'accessibilité du conseil. La gestion de patrimoine ne peut pas être uniquement abordée comme un univers réservé à une clientèle déjà très patrimoniale. Elle doit permettre à un plus grand nombre d'épargnants d'accéder à une approche structurée, progressive et suivie.

Cette vision complète utilement les témoignages précédents. Elle rappelle que le besoin client ne se limite pas à la sélection d'un support ou d'une enveloppe. Il renvoie à une démarche d'accompagnement, de pédagogie et de conseil global.

Le client doit pouvoir comprendre la logique des solutions proposées, leur articulation avec ses objectifs, leur niveau de risque, leur horizon, leurs contraintes et leur place dans une stratégie patrimoniale d'ensemble.

Le parcours patrimonial ne peut pas être réduit à une souscription ponctuelle. Il doit s'inscrire dans une relation continue, capable d'accompagner l'évolution de la situation du client, de ses projets, de ses priorités et de son patrimoine.

Du besoin à la recommandation : organiser une réponse cohérente

Les témoignages de Loïc Le Foll, Jean-Philippe Martin et Fabien Parent convergent autour d'une même idée : les produits restent essentiels, mais ils ne doivent plus constituer le seul point d'entrée de l'expérience patrimoniale.

L'assurance-vie demeure un socle majeur. Les supports non cotés enrichissent les allocations. La SCPI conserve sa logique patrimoniale de long terme. Le conseil global doit devenir plus accessible. Le suivi dans la durée devient une composante de la valeur apportée au client.

Cette évolution impose de structurer les parcours autour d'un socle commun : la connaissance client, les objectifs patrimoniaux, le profil investisseur, la tolérance au risque, les préférences ESG, les contraintes de liquidité, l'horizon d'investissement, la situation familiale, la fiscalité et les éléments de conformité.

C'est à partir de ce socle que les solutions peuvent être orchestrées.

Le rôle d'une plateforme technologique unifiée n'est pas de simplifier artificiellement la diversité des produits. Il est de permettre aux établissements et aux réseaux de distribution de mobiliser cette diversité de manière cohérente, à partir d'une compréhension consolidée du besoin client.

Le passage du besoin aux solutions suppose donc une architecture capable de relier plusieurs dimensions : conseil, conformité, données, produits, documents, signatures, partenaires et suivi dans le temps.



C'est cette articulation qui permet de dépasser la logique de parcours produit isolé pour construire une expérience patrimoniale unifiée, adaptée aux objectifs du client et aux exigences des acteurs régulés.

Expérience client, conseil & performance opérationnelle

La transformation des parcours patrimoniaux ne relève pas uniquement de l'expérience utilisateur. Elle ne consiste pas seulement à rendre une interface plus agréable, à fluidifier un écran ou à dématérialiser un formulaire. Elle engage directement la qualité du conseil, l'efficacité des réseaux de distribution, la complétude des dossiers, la rapidité des cycles de traitement et la capacité des établissements à absorber davantage de volumes sans complexifier leurs organisations.

Pour les compagnies d'assurance, les banques, les sociétés de gestion, les courtiers grossistes et les réseaux de distribution, l'expérience client devient progressivement un sujet de performance opérationnelle. Un parcours plus lisible, mieux guidé et plus cohérent permet de réduire les ressaisies, de limiter les erreurs, d'automatiser l'affichage des documents utiles, de sécuriser la collecte des informations, d'améliorer la qualité des dossiers dès l'origine et d'accélérer le passage du conseil à la souscription.

Cette évolution modifie la manière d'apprécier le retour sur investissement d'un parcours digital. Le ROI ne se mesure pas uniquement à travers l'adoption d'un outil. Il se mesure dans la réduction du temps moyen de traitement, la diminution des tâches administratives répétitives, l'amélioration du taux de complétude, la réduction des allers-retours entre les équipes, l'accélération du cycle de vente et la capacité à industrialiser les parcours sans dégrader la qualité du conseil.

Dans cette perspective, l'expérience client et l'efficacité opérationnelle ne sont pas deux sujets séparés. Elles relèvent d'une même exigence : permettre au client, au conseiller, au distributeur et aux équipes internes de travailler dans un parcours plus cohérent, mieux structuré et plus productif.

Adapter l'expérience au niveau d'autonomie et d'accompagnement attendu

La transformation des parcours patrimoniaux doit d'abord tenir compte de la diversité des profils clients. Tous les clients n'attendent pas le même niveau d'accompagnement, ni le même degré d'autonomie. Certains souhaitent accéder à des outils performants, piloter eux-mêmes une partie de leurs décisions et disposer d'une information immédiatement accessible. D'autres recherchent avant tout une relation de proximité, un accompagnement dans la durée, une pédagogie renforcée et une expertise humaine.

Dans son interview publiée dans **PARCOURS CLIENT — MATMUT — Numéro 4 — Mars 2025**, Tristan de La Fonchais distingue ces profils avec clarté :

> **"Le premier profil est celui des clients autonomes. Ce sont des investisseurs avertis, passionnés par les marchés financiers et l'épargne."**
>
> Tristan de La Fonchais, Membre du Comité Exécutif Groupe Matmut-Finances et Patrimoine, Directeur Général Matmut Vie, Président Matmut Patrimoine



Cette première catégorie traduit une évolution forte des usages. Une partie des clients attend des environnements digitaux capables de leur donner accès à l'information, aux documents, aux arbitrages possibles, au suivi et aux étapes clés de leur parcours. Cette attente impose des interfaces plus lisibles, des données mieux structurées et une capacité à rendre le parcours compréhensible sans multiplier les interventions manuelles.

Mais l'autonomie n'est pas le seul modèle. Tristan de La Fonchais rappelle également l'importance des clients accompagnés :

> ***"Pour ces clients, la valeur ajoutée repose sur la qualité du conseil et la proximité de la relation. C'est pourquoi il est essentiel pour les compagnies d'assurance de proposer une expérience sur mesure, alliant digitalisation et expertise humaine."***
>
> Tristan de La Fonchais, Matmut

Cette citation est structurante. Elle rappelle qu'un parcours digital performant ne doit pas conduire à une standardisation excessive de la relation. Le sujet n'est pas d'opposer autonomie et accompagnement, mais de permettre aux établissements de gérer les deux dans un même cadre. Une expérience unifiée doit pouvoir s'adapter au niveau de maturité du client, à la complexité du besoin, à la nature du produit, au canal utilisé et au rôle du conseiller.

L'enjeu opérationnel est donc double : offrir plus d'autonomie lorsque le client la recherche, et renforcer la qualité de l'accompagnement lorsqu'elle constitue la valeur centrale de la relation.

Donner aux conseillers des outils adaptés à la complexité des patrimoines

La transformation de l'expérience ne concerne pas uniquement le client final. Elle concerne tout autant le conseiller, le banquier privé, le CGP, le distributeur, le middle-office et les équipes conformité. Dans les parcours patrimoniaux, l'utilisateur professionnel doit pouvoir disposer d'une vision consolidée, d'un accès fluide aux informations, d'un environnement ergonomique et d'un outil capable d'accompagner la complexité des situations traitées.

Dans son interview publiée dans **PARCOURS CLIENT — AG2R La Mondiale — Numéro 5 — Septembre 2025**, Loïc Le Foll souligne cette attente des professionnels de la distribution patrimoniale :



> ***"Aujourd'hui, un conseiller en gestion de patrimoine ou un banquier de 30 ou 40 ans s'attend à travailler avec des outils digitaux performants."***
>
> Loïc Le Foll, Directeur Général, AG2R La Mondiale

Cette attente n'est pas seulement générationnelle. Elle traduit une évolution du métier. Les conseillers doivent traiter davantage d'informations, intégrer des obligations réglementaires plus nombreuses, répondre à des clients mieux informés, mobiliser plusieurs solutions patrimoniales et documenter plus précisément leurs recommandations. Loïc Le Foll précise la nature de cette attente :

> ***"Il veut pouvoir consolider la vision globale de son client, piloter différents segments patrimoniaux, accéder à une interface fluide, intuitive, ergonomique."***
>
> Loïc Le Foll, Directeur Général, AG2R La Mondiale

Cette citation permet de repositionner l'ergonomie au bon niveau. Elle n'est pas un simple élément de confort. Elle devient une condition d'efficacité professionnelle. Un outil fluide, intuitif et ergonomique permet de mieux exploiter la donnée, de mieux visualiser la situation du client, de piloter plusieurs dimensions patrimoniales et de réduire le temps consacré à des tâches sans valeur ajoutée.

L'expérience conseiller devient ainsi un facteur direct de performance opérationnelle : elle conditionne l'adoption des outils, la rapidité de traitement, la qualité des dossiers et la capacité à accompagner plusieurs segments patrimoniaux dans un même environnement.

Faire de la digitalisation un levier de productivité mesurable

Le témoignage de Fabien Parent apporte une dimension très opérationnelle à cette réflexion. Dans **PARCOURS CLIENT — Conformité — Numéro 2 — Juin 2024**, il relie directement expérience client, productivité des équipes et intégration technologique.

> ***"Cependant, notre mission va au-delà de la simple conformité. Elle inclut également l'amélioration continue de l'expérience client et l'optimisation de la productivité de nos équipes. En intégrant des technologies avancées dans nos processus de souscription, nous transformons ces défis en opportunités pour renforcer la confiance des clients et l'efficacité de notre réseau"***
>
> Fabien Parent, Directeur commercial, INOVÉA (jusqu'en juin 2024)

Ce propos montre que la performance opérationnelle ne s'oppose pas à la qualité du conseil ou à la conformité. Au contraire, elle en devient l'un des prolongements. Un parcours mieux structuré permet de collecter les informations de manière plus fiable, de réduire les tâches administratives, d'améliorer la traçabilité et de libérer du temps pour l'accompagnement client.

Fabien Parent insiste ensuite sur le rôle du parcours digital :

Un des aspects cruciaux de notre stratégie est la mise en œuvre d'un parcours de souscription fluide, complet, et 100% digital.
Cette démarche réduit considérablement les tâches administratives répétitives, permettant ainsi aux conseillers de se concentrer sur des activités à plus forte valeur ajoutée, telles que la personnalisation des conseils présentés aux clients.



Fabien Parent, Directeur commercial,
INOVÉA (jusqu'en juin 2024)

Adapter l'expérience au niveau d'autonomie et d'accompagnement attendu

Cette citation éclaire précisément la logique de ROI opérationnel. La valeur du parcours digital ne se limite pas à la suppression du papier. Elle se mesure à sa capacité à réduire les tâches répétitives, à améliorer l'efficacité des équipes et à réallouer le temps conseiller vers ce qui constitue le cœur de la relation : la compréhension du besoin, la pédagogie, la personnalisation et la qualité de la recommandation.

Le parcours digital devient donc un accélérateur de productivité, mais aussi un moyen de renforcer la valeur du conseil.

Automatiser ce qui peut l'être pour renforcer la qualité du parcours

La performance opérationnelle repose aussi sur la capacité à automatiser certaines étapes sans dégrader la qualité de la relation. Il ne s'agit pas d'automatiser le conseil lui-même, mais de réduire les frictions qui ralentissent le traitement des dossiers et mobilisent inutilement les équipes.

Fabien Parent donne des exemples concrets :

> ***L'ergonomie de notre système joue un rôle primordial dans ce processus. Par exemple, l'accès instantané aux documents, la complétude automatique des champs et l'édition instantanée des rapports de conseil permettent un gain de temps significatif.***
>
> Fabien Parent, Directeur commercial, INOVÉA (jusqu'en juin 2024)

Ce type d'automatisation répond à plusieurs objectifs. Il réduit le temps passé sur la recherche documentaire. Il limite les erreurs liées à la ressaisie. Il favorise la complétude du dossier dès l'origine. Il accélère la production des documents nécessaires au conseil et à la conformité. Il permet également d'améliorer l'expérience client, car le parcours devient plus fluide, plus lisible et moins dépendant d'allers-retours administratifs.

Dans un modèle de distribution à grande échelle, ces gains deviennent structurants. Réduire quelques minutes sur chaque dossier, limiter les reprises manuelles, éviter les documents manquants ou accélérer l'édition des rapports peut avoir un impact significatif sur les délais, la qualité de service et la capacité à traiter davantage de volumes.

La productivité ne doit donc pas être analysée uniquement comme une réduction de coûts. Elle doit être comprise comme une capacité à absorber la croissance, à améliorer la qualité d'exécution et à sécuriser les parcours.

Accélérer le cycle de vente et renforcer la qualité des dossiers dès l'origine

Un parcours patrimonial unifié contribue également à accélérer le cycle de vente. Lorsque les informations client sont collectées de manière structurée, que les documents sont automatiquement proposés, que les champs sont précomplétés, que les contrôles sont intégrés dans le parcours et que les règles métier guident le conseiller, le dossier progresse plus rapidement et avec moins de ruptures.

Cette accélération ne repose pas uniquement sur la rapidité d'exécution. Elle repose sur la qualité du dossier dès l'origine. Un dossier plus complet, mieux documenté et mieux contrôlé réduit les allers-retours avec le client, le distributeur, le middle-office ou la conformité. Il permet également de sécuriser plus tôt les étapes critiques du parcours : connaissance client, profil investisseur, adéquation, justificatifs, pièces réglementaires, documents précontractuels et signatures.



Dans cette perspective, la transformation du parcours devient un levier d'efficacité globale. Elle améliore l'expérience client, mais elle produit aussi des effets mesurables sur les organisations : réduction des temps de traitement, diminution des erreurs, meilleure complétude, meilleure priorisation des dossiers et fluidification des échanges entre acteurs.

C'est également un facteur de scalabilité. Un établissement qui structure mieux ses parcours peut absorber une augmentation du nombre de dossiers sans accroître proportionnellement ses ressources opérationnelles. Le modèle devient plus industrialisable, sans renoncer à la qualité du conseil.

Faciliter le lancement de nouveaux produits et enrichir l'offre

La performance opérationnelle ne se limite pas au traitement des dossiers existants. Elle concerne aussi la capacité des établissements à lancer plus rapidement de nouveaux produits, à intégrer de nouveaux partenaires et à enrichir leur offre.

Dans un environnement fragmenté, chaque nouveau produit peut nécessiter un parcours spécifique, de nouvelles interfaces, de nouveaux documents, de nouvelles règles, de nouveaux circuits de validation et de nouvelles intégrations. Cette complexité ralentit le time-to-market et limite la capacité des acteurs à adapter leur offre aux évolutions du marché.

À l'inverse, une plateforme unifiée permet de capitaliser sur un socle commun : donnée client, règles métier, documents, contrôles, habilitations, signatures, API, suivi des dossiers et reporting. Le lancement d'un nouveau produit ne part plus d'une feuille blanche. Il s'inscrit dans une architecture déjà conçue pour accueillir plusieurs familles de solutions.

Cette logique est essentielle pour les acteurs qui souhaitent proposer une offre plus complète : assurance-vie, capitalisation, PER, SCPI, titres non cotés, private equity, produits structurés, opérations après-vente, services patrimoniaux complémentaires ou dispositifs assurantiels. Elle permet de répondre plus finement aux besoins des clients, tout en maîtrisant mieux les coûts d'intégration, les délais de déploiement et les exigences de conformité.

La complétude de l'offre devient alors un levier de service, mais également de développement. Elle permet aux établissements et aux réseaux de distribution de proposer des réponses plus adaptées, sans multiplier les environnements ni complexifier l'expérience utilisateur.

Faire de l'orchestration un levier de développement

Pour FASST, la capacité à développer une offre patrimoniale plus riche repose sur une conviction : la performance d'un parcours se joue autant dans l'expérience proposée que dans la capacité à orchestrer efficacement la donnée, les règles, les produits et les acteurs.

Une plateforme unifiée permet de capitaliser sur un socle commun de connaissance client, de conformité et de données patrimoniales pour alimenter plusieurs parcours et plusieurs familles de produits. Les informations déjà collectées sont réutilisées au fil du parcours, les contrôles sont intégrés au bon moment et les dossiers peuvent être transmis aux partenaires financiers et assurantiels sans multiplier les ressaisies ni les ruptures. Pour les établissements et les réseaux de distribution, cette orchestration répond directement aux enjeux de productivité : améliorer la complétude des dossiers, réduire les tâches administratives et les allers-retours, accélérer la souscription et absorber davantage de volumes sans recréer de nouveaux silos. Elle permet également d'intégrer plus facilement de nouveaux produits ou partenaires dans une architecture déjà conçue pour le multiproduits.

La capacité à croître ne dépend donc plus seulement du nombre de parcours digitalisés, mais de la capacité à les industrialiser sur un même socle, tout en préservant la qualité du conseil, la conformité et la maîtrise opérationnelle.

La performance opérationnelle comme condition de passage à l'échelle

Les témoignages de Tristan de La Fonchais, Loïc Le Foll et Fabien Parent convergent vers une même idée : un parcours performant ne se limite pas à une bonne expérience client. Il doit aussi soutenir la qualité du conseil, l'efficacité des réseaux, la productivité des équipes et la capacité des établissements à passer à l'échelle.

Le client attend une expérience lisible et adaptée à son niveau d'autonomie. Le conseiller attend une vision consolidée, une interface fluide et des outils capables de l'aider à piloter plusieurs dimensions patrimoniales. Les équipes opérationnelles attendent des dossiers plus complets, moins de ressaisies, moins d'allers-retours et des traitements plus rapides. Les directions métiers attendent une capacité à accélérer la distribution, à lancer de nouvelles offres et à absorber davantage de volumes sans alourdir les organisations.

La transformation des parcours patrimoniaux doit donc être analysée à travers une double lecture : l'expérience et la performance.

L'expérience permet d'améliorer la relation client, de renforcer la lisibilité du conseil et de faciliter l'adoption des outils.

La performance permet de mesurer l'impact opérationnel : temps moyen par dossier, taux de complétude, volume de ressaisies, délai de traitement, rapidité du cycle de vente, capacité de lancement produit et scalabilité du modèle.

C'est cette articulation qui donne toute sa portée à une plateforme technologique d'orchestration. Elle ne vise pas seulement à moderniser un parcours. Elle doit permettre aux établissements financiers et assurantiels d'organiser une distribution plus fluide, plus efficace, plus mesurable et plus adaptée aux exigences d'un marché multiproduits.

FASST : un même environnement pour orchestrer vos parcours patrimoniaux

Du besoin client à la souscription, réunissez dans un même parcours :

- **Connaissance client & conformité**
  KYC, LCB-FT, DDA, MiFID II, analyse et justification du conseil.
- **Distribution multiproduits**
  Assurance-vie, PER, capitalisation, comptes-titres, SCPI, produits financiers et non cotés.
- **Données & interopérabilité**
  Agrégation financière, API, connecteurs et connexion aux outils métier.
- **Continuité du parcours**
  Une donnée collectée, enrichie et réutilisée tout au long du parcours.



Moins de ressaisies



Des dossiers plus complets



Une souscription plus fluide



Une distribution multiproduits sans silos

Vous lisez un extrait

Il vous reste 44 pages à lire.

La suite de ce livre blanc est accessible gratuitement, et sans attendre.

Scannez pour poursuivre la lecture

Ou rendez-vous sur

https://ressources.fasst.io/livre-blanc-orchestration-parcours-patrimoniaux

Dans la version complète

- **Les 4 cas d'usage détaillés**, du besoin client au déploiement en établissement régulé
- Le chapitre conformité, sécurité et confiance institutionnelle
- **Les témoignages** de Loïc Le Foll, Émilie Mazzei, Xavier Favre et Tristan de La Fonchais

FASST

Prenez rendez-vous avec un expert

Nos spécialistes sont disponibles pour échanger avec vous, analyser vos besoins et vous proposer des solutions sur-mesure.

upsideo.fr
contact@upsideo.fr