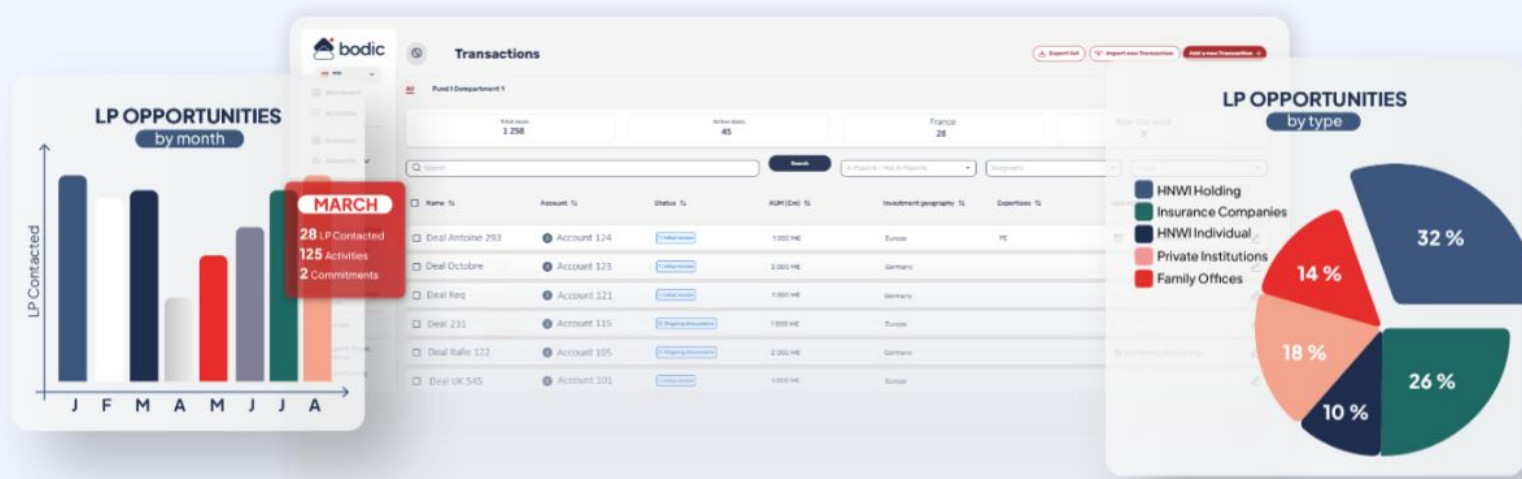




Votre partenaire DATA pour optimiser
les performances de votre société de gestion



Les Fiches Pratiques IA DATA
5 minutes pour comprendre un concept technique

**F#27 - IA & Data dans les sociétés de gestion :
et si on parlait ROI ?**

Décembre 2025

www.bodic.eu

Constat : Le piège de l'enthousiasme sans mesure

- ❖ **L'IA générative est passée du proof of concept au budget stratégique en deux ans.** L'adoption est là, mais une question domine désormais chez les Partners et les LPs : Quel est le ROI concret et auditable d'une stratégie IA ?
- ❖ **Le mythe de la "valeur magique" :** L'IA est trop souvent perçue comme un raccourci technologique. Or, elle ne crée pas de valeur ex nihilo, elle amplifie l'efficacité des processus existants.
- ❖ **L'alignement manquant :** L'IT est souvent jugé sur la vitesse de déploiement, mais le métier est jugé sur la performance, le risque et la conformité.
⇒ Le ROI doit faire le lien entre ces deux mondes.

Les 3 dérives qui annulent le ROI

- ❌ **L'usage sans objectif :** L'outil est déployé avant d'avoir défini l'énoncé du problème et l'objectif métier précis. **Résultat :** adoption faible, ROI nul.
- ❌ **L'automatisation des erreurs :** Confondre l'automatisation de tâches avec la création de valeur. Si la donnée est incohérente, l'IA devient un **multiplicateur d'erreurs**.
- ❌ **L'absence de baseline :** Sans mesure objective des processus "avant" (temps, erreurs, cycle), il est impossible de justifier et de prouver l'investissement "après".

Mesurer l'IA par le prisme métier

Le ROI Data & IA doit sortir du cadre purement IT : on doit s'aligner sur les métriques clés de la gestion d'actifs : performance, risque, conformité, levée de fonds

L'IA peut être vue comme une "Augmentation Cognitive" : meilleure capacité à analyser, comprendre et décider

Le ROI ne vient pas de l'IA elle-même, mais de la façon dont elle **augmente l'utilisateur** dans son flux de travail, en lui offrant **Contexte, Structure et Vitesse** (comme l'illustrent les Fiches #25 et #26 sur le Streaming et les HUD).

Les 4 Leviers où un GP crée du ROI

Levier de Valeur	Objectif Principal	Impact ROI
1. Productivité Opérationnelle	Réduction du <i>temps à délivrer</i> sur les tâches récurrentes	Hard ROI - Gain de temps mesurable
2. Qualité des Décisions	Standardisation et anticipation des risques d'investissement	Soft ROI - Amélioration de la performance
3. Gouvernance & Data Quality	Création de la confiance et réduction du risque réglementaire	Long ROI - Protection de la licence d'opérer
4. Relations LP	Transparence accrue et expérience Investisseur supérieure	Stratégique Accélération des levées

Le cadre BODIC : Mesurer le triple ROI

Pour obtenir un ROI réel, il faut l'encadrer avec un triptyque de métriques

Gains quantitatifs : Le "Hard ROI"

C'est la mesure directe de l'efficacité opérationnelle et de la réduction de friction.

Ex Impact : Heures économisées par analyste CI par mois (ex: -20h/mois sur l'agrégation de data), réduction du **taux de correction** des docs réglementaires (ex: -30% d'erreurs sur les data LP/ESG), **Vitesse de Cycle** (ex: closing LP +15% + rapide)

Gains qualitatifs : Le "Soft ROI"

C'est le gain lié à l'augmentation cognitive et à la meilleure circulation du savoir.

Ex Impact : Amélioration de la **cohérence** des analyses (due diligence homogènes), meilleure **circulation** du savoir interne, **réduction du "bruit"** dans l'adonnée et décisions plus étayées.

Gains Stratégiques : Le "Long ROI"

Il justifie l'investissement à long terme et la scalabilité.

Ex Impact : Capacité à lancer **plus de véhicules** sans surcoût (scalabilité sans surcoût), **attractivité LP** renforcée (via un LP Portal augmenté), et **conformité simplifiée** (traçabilité des flux pour DORA/IA Act).

Le Triptyque de l'exécution du ROI

Le ROI n'est pas un résultat automatique. Il est conditionné par trois facteurs clés, et tout manquement rend l'investissement vain

La maturité Data

La Golden Source (source unique de vérité) est non négociable.

Une Gouvernance Data stricte et le Data Lineage doivent être en place.

L'IA ne peut pas se substituer à une mauvaise gestion de données. Un output d'IA non auditable sur sa source est un risque réglementaire inutilisable

La précondition

La qualité des cas d'usage

Choisir 3 cas d'usage maximum qui ont un fort impact immédiat sur les métiers (LP, CI, ESG, *Portfolio*). Ils doivent être mesurables en 90 jours.

Le piège est la dispersion. Le ROI est maximisé par la focalisation sur les processus critiques

Le ciblage

L'adoption par les équipes

Mettre en place la conduite du changement et la montée en compétences (*Data Literacy*). L'IA doit être un soutien, jamais une infantilisation ou un outil de surveillance intrusive.

Un outil non utilisé est un ROI négatif. L'IA doit être perçue comme un *augmentateur*, non un remplaceur

L'humain au centre

Ces trois dimensions conditionnent 100% du ROI.
Si l'une manque, les deux autres sont fragilisées

Structurer son ROI IA : La méthode itérative

Le ROI en IA Data est le fruit d'une exécution méthodique et itérative, loin de l'approche "Big Bang" :

1. **Mesurer l'existant** : Quantifier le temps, les erreurs et la qualité du cycle de processus actuel ;
2. **Prioriser 3 cas d'usage** : Sélectionner ceux qui ont un ROI immédiat et qui sont alignés sur la stratégie métier ;
3. **Préparer la donnée** : Assurer la *data quality*, la *gouvernance* et l'harmonisation des sources critiques pour les cas d'usage choisis ;
4. **Déployer le MVP IA** : Lancement du *Minimum Viable Product* (MVP) IA (agents, automatisations) uniquement sur les cas d'usage ciblés ;
5. **Mesurer à 30, 60, 90 Jours** : Évaluation rigoureuse des KPIs du cadre Bodic (Hard, Soft, Long ROI) ;
6. **Industrialiser et passer à l'échelle** : Poursuivre l'investissement uniquement si les KPIs sont positifs.

Conclusion : L'IA est un multiplicateur

Les agents IA et l'orientation flux imposent un nouveau modèle de SI. Le ROI est au rendez-vous, mais il n'est pas magique.

Il ne faut pas confondre IA et automatisation : **automatiser un mauvais processus n'améliore rien**. L'IA ne crée pas de valeur si la donnée ou le workflow sont défectueux.

Le ROI provient :

- ★ D'une gouvernance data solide - **Fondation**
- ★ De cas d'usage ciblés et mesurables - **Priorité**
- ★ D'équipes formées et engagées - **Adoption**
- ★ D'une exécution méthodique et itérative - **Vitesse**

En réalité : L'IA n'est pas un raccourci. C'est un multiplicateur. Elle multiplie la qualité d'un système déjà bien conçu. Et elle multiplie les défauts d'un système mal pensé. Le ROI doit être construit, et non espéré.

Contactez BODIC pour structurer et mesurer le ROI de vos initiatives Data & IA

contact@bodid.eu

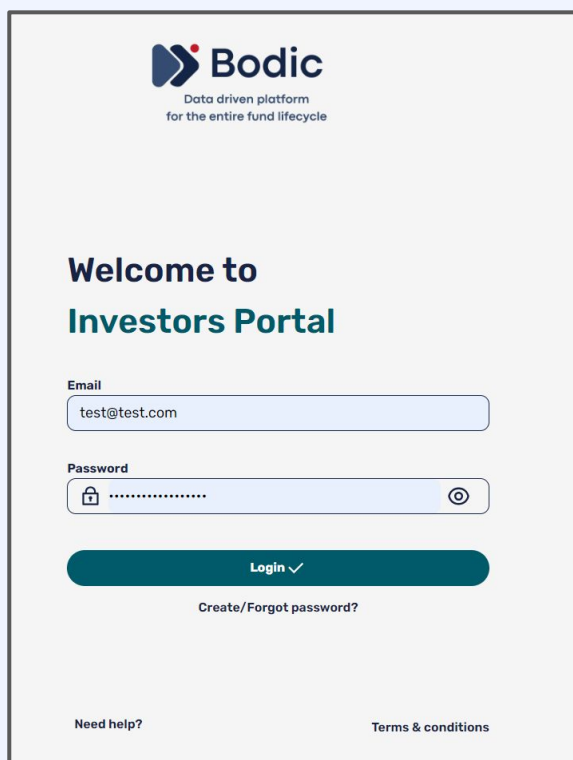
www.bodid.eu

Cette fiche vous a plu ? N'hésitez pas à partager ce post !

Envie d'aller
plus loin ?

Découvrez nos
solutions sur
www.bodic.eu

contact@bodid.eu



Bodic
Data driven platform
for the entire fund lifecycle

Welcome to
Investors Portal

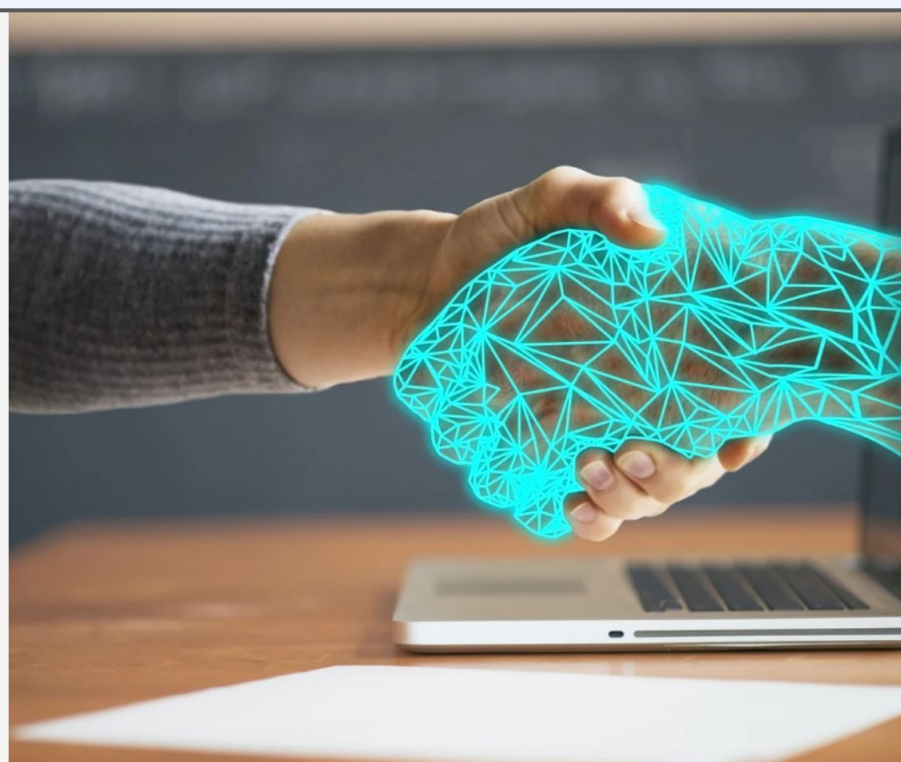
Email

Password

Login ✓

[Create/ Forgot password?](#)

[Need help?](#) [Terms & conditions](#)



Les 10 points
d'une digitalisation réussie
pour une société de gestion

- LIVRE BLANC 2025 -

Télécharger
notre livre blanc

