

# Tech Minds

MORNING

Scaleway × ARTEFACT

**RAPPORT**

**Le CTO à l'ère de l'IA générative**  
Défis et opportunités pour transformer  
le secteur des services financiers.

# Le Tech Minds Morning du 20 mars en photos !

Tech Minds  
MORNING

Scaleway X ARTEFACT



## Introduction sur les enjeux du métier du CTO à l'heure de l'IA générative et retours d'expérience.

Robin Doumerc, CTO France, **Artefact**

Nicolas Limage, Head of Engineering, AI & Compute, **Scaleway**

## IA et scoring bancaire : comment repenser l'évaluation du risque crédit.

Benoît Rouppert, Directeur Data & IA, **Meilleurtaux**

Nicolas Limage, Head of Engineering, AI & Compute, **Scaleway**

## L'AI / Gen AI Factory : un modèle gagnant pour accélérer la mise à l'échelle de l'IA chez AXA France.

Hugo Hamad, Head of AI Factory, **AXA France**

Joffrey Martinez, Managing Partner & Global Lead FSI, **Artefact**

## De la donnée à la personnalisation : comment l'IA révolutionne l'expérience client dans les services financiers.

Fabrice Le Chatelier, Head of Data Science Office, **BNP Paribas**

Nicolas Limage, Head of Engineering, AI & Compute, **Scaleway**

## Data AI ready : Comment préparer ses données pour déployer la transformation IA de Bpifrance.

Vincent Roy, Head of Data Factory, **Bpifrance**

Joffrey Martinez, Managing Partner & Global Lead FSI, **Artefact**

## L'accélération de l'usage des technologies Data & IA dans le Private Equity.

Pierre-Yves Devrière, IT Head of Business Development, **Ardian**

Jérôme Petit, Managing Partner & Global Lead Private Equity, **Artefact**

## L'IA au service des paiements : comment Stripe utilise l'IA pour propulser la croissance des entreprises.

Arielle Le Bail, Head of Product France, **Stripe**

Nicolas Limage, Head of Engineering, AI & Compute, **Scaleway**

## Table ronde - Build vs Buy : Construire son IA ou adopter une solution existante ?

Benoît Rouppert, Directeur Data & IA, **Meilleurtaux**

Hugo Hamad, Head of AI Factory, **AXA France**

Fabrice Le Chatelier, Head of Data Science Office, **BNP Paribas**

Vincent Roy, Head of Data Factory, **Bpifrance**

Pierre-Yves Devrière, IT Head of Business Development, **Ardian**

Arielle Le Bail, Head of Product France, **Stripe**

Robin Doumerc, CTO France, **Artefact**

Nicolas Limage, Head of Engineering, AI & Compute, **Scaleway**



**Robin Doumerc**  
CTO France



**Nicolas Limage**  
Head of Engineering – AI & Compute



- Artefact est une société internationale de conseil en services data et IA : son siège est à Paris, et depuis 10 ans Artefact est spécialisé dans la conception et le déploiement de technologies d'intelligence artificielle et de solutions data-driven, dont la mission est d'accélérer l'adoption de l'IA pour un impact positif sur les individus et les organisations.
- Alliant le meilleur de l'expertise technologique et de l'excellence opérationnelle, Artefact accompagne plus de 1000 sociétés dans le monde pour accélérer leur transformation business, dont plus de 300 entreprises internationales telles qu'Orange, Samsung, L'Oréal ou encore Sanofi. Ses 1700 employés répartis dans 27 bureaux à travers le monde, interviennent dans tous les secteurs clés de l'économie : industrie, retail, luxe, grande consommation, santé, finance, etc...

“Notre objectif est d'accélérer l'impact et l'adoption de l'IA et de la data, en alliant le meilleur de l'innovation technologique et des modèles organisationnels. Le facteur clé de succès, c'est aussi l'humain pouvoir déployer à l'échelle nos solutions auprès du plus grand nombre.” - Robin Doumerc

- Une offre complète de services data et IA, de la stratégie au déploiement à l'échelle : Pionnière dans son domaine, à partir des données et de technologies avancées d'intelligence artificielle, les équipes de consultants métiers et d'ingénieurs travaillent ensemble pour développer des solutions qui créent de l'impact business et améliorent la productivité sur l'ensemble de la chaîne de valeur des entreprises, et ce dans le respect d'un usage éthique et responsable de la data. Nous déployons des solutions IA à l'échelle, embarquant des technologies IA génératives, telles que des offres dédiées à l'optimisation des services de Supply Chain/Logistique, de Production de produits & services marketing, des Call Centers, d'IA factory, etc...

- Scaleway est la branche IA du groupe Iliad, également propriétaire de Free en France et de Play en Pologne. Déjà présente dans plus de 60 pays, l'entreprise poursuit son expansion en Europe et à l'international. Elle propose plus de 100 services couvrant l'infrastructure, le platform-as-a-service (PaaS) et l'IA, appuyés par des data centers sécurisés et résilients.
- Scaleway se positionne comme le cloud souverain européen, avec trois piliers : big (répondre à tous les usages, notamment en IA), open (tarifs transparents, technologies open source, sans verrouillage), et efficient (souveraineté, durabilité, conformité aux normes européennes). Le développement interne de ses logiciels renforce son indépendance, et ses partenariats locaux soutiennent sa proximité client.
- La durabilité est au cœur de l'ADN de Scaleway, qui mise sur une énergie bas carbone, des systèmes de refroidissement innovants et un suivi rigoureux de son empreinte environnementale. Côté IA, elle propose un écosystème complet : modèles compatibles avec OpenAI, instances GPU, clusters de calcul et outils de traitement de données, pour des solutions rapides, fiables et sécurisées.

“De l'infrastructure aux plateformes d'IA, nous avons construit un écosystème robuste pensé pour l'innovation, soutenu par des centres de données sécurisés, faiblement carbonés, et un fort engagement en faveur de la souveraineté technologique européenne.” - Nicolas Limage



# IA et scoring bancaire : comment repenser l'évaluation du risque crédit ?



**Benoît Rouppert**

Directeur Data & IA



**Nicolas Limage**

Head of Engineering – AI & Compute



- **Introduction:** La discussion entre Benoît Rouppert et Nicolas Limage porte sur la manière dont l'IA transforme l'évaluation du risque crédit. Si Meilleurtaux a débuté comme courtier en crédit, l'entreprise s'est depuis diversifiée dans l'assurance et l'investissement. Sa mission reste d'aider les clients à trouver les meilleures solutions financières. L'IA est désormais au cœur des opérations, notamment pour traiter et structurer des données souvent non structurées.
- **Les défis liés à la donnée crédit :** Contrairement aux banques, Meilleurtaux dispose d'informations incomplètes. N'ayant pas d'historique de défauts clients, le courtier travaille avec des documents peu structurés : relevés bancaires, bulletins de salaire, etc. En France, la méfiance vis-à-vis de l'open banking reste forte, et l'essentiel des données clients provient encore de documents papier. L'IA permet d'extraire et structurer ces informations pour mieux comprendre les profils clients et les attentes des banques.
- **L'IA au service des partenaires :** Les partenaires bancaires fournissent aussi des données très diverses : PDF, mails, comptes-rendus d'appels. Meilleurtaux collabore avec plus de 100 établissements, chacun avec des conditions évolutives. L'IA aide à structurer cette information et à fournir aux conseillers une vision claire et à jour.
- **Les limites de l'IA et le rôle de l'humain :** L'octroi de crédit reste une décision humaine. L'IA prépare les données, mais la négociation repose sur trois parties : client, courtier et banque. Le jugement humain est essentiel pour comprendre les projets et adapter les offres.



“L'IA va venir outiller, éclairer la situation du client, ce que propose le partenaire... mais à la fin, ce sont trois humains qui doivent discuter et conclure le deal.” - Benoît Rouppert

- **Au-delà de l'IA générative :** L'IA générative ne représente qu'une partie des usages. Le machine learning et les réseaux neuronaux restent centraux, notamment pour détecter la fraude documentaire. Si l'IA aide à détecter les anomalies, elle peut aussi être utilisée à des fins frauduleuses, d'où l'importance du contrôle humain.
- **L'IA comme aide à la décision :** L'IA permet aussi d'orienter les clients vers les partenaires les plus adaptés à leur profil, en tenant compte d'objectifs variés comme le risque ou les engagements RSE. Elle permet d'aller au-delà d'une logique binaire de scoring et d'offrir des recommandations plus fines.
- **Analyse de la voix du client :** Meilleurtaux utilise l'IA générative pour analyser plusieurs milliers de messages de clients chaque mois. Cela permet d'identifier rapidement les points de friction et pistes d'amélioration produit—un travail autrefois impossible à cette échelle.
- **Une approche phygitale :** Malgré ces avancées, Meilleurtaux conserve un modèle « phygital » : l'IA optimise les processus, mais le contact humain reste clé, notamment pour des projets importants comme un crédit immobilier. La technologie ne remplace pas la confiance humaine.



# L'AI / Gen AI Factory : un modèle gagnant pour accélérer la mise à l'échelle de l'IA chez AXA France



**Hugo Hamad**  
Head of AI Factory



**Joffrey Martinez**  
Managing Partner &  
Global Lead FSI



- **Introduction et parcours :** Hugo Hamad, responsable de l'AI Factory chez AXA France, revient sur son parcours, des start-up tech à la structuration de capacités d'IA industrielles dans de grands groupes. Son expérience initiale dans la recommandation personnalisée en temps réel l'a conduit à promouvoir une data science orientée production, philosophie qu'il applique chez Crédit Agricole, Décathlon, puis AXA France, avec une approche produit et ingénierie de l'IA.
- **Vision stratégique : le programme NADIA :** AXA France a lancé un programme de transformation baptisé NADIA – « Nouvelle Ambition de la Data et de l'IA » – plaçant la data et l'IA au cœur de sa stratégie. Ce programme s'aligne sur les priorités du groupe : client, excellence opérationnelle et productivité. Il repose sur trois piliers : (1) l'acculturation et la montée en compétence des collaborateurs, (2) un modèle de gouvernance décentralisé permettant aux métiers de piloter leurs priorités, tout en assurant un cadre centralisé, et (3) la mise en place de socles technologiques solides, via notamment la création de Factories dédiées.
- **Le modèle AI Factory chez AXA France :** L'AI Factory est le modèle opérationnel d'AXA France pour déployer l'IA à grande échelle. Construite avec le soutien d'Artefact, elle repose sur trois volets : des équipes delivery (data scientists, ingénieurs ML, experts IT et métiers), une équipe plateforme (développant des briques technologiques réutilisables), et une gouvernance assurant le respect des réglementations et des principes internes. Ce dispositif permet de produire des solutions IA sécurisées, industrielles et responsables.

- **Passage à l'IA générative et aux agents :** AXA France évolue rapidement du machine learning vers l'IA générative et les agents autonomes. Cette transition implique de profonds changements en architecture, automatisation et intégration des données. Des plateformes comme « Smart Guide » accélèrent les cas d'usage, comme Axelle (assistant IT) ou Smart InAXA (accès sécurisé à la base de connaissances), avec un fort accent sur la confidentialité et le contrôle d'accès.



“On est aujourd'hui sur une ère drivée par la création de valeur, donc on est en train de pousser de plus en plus, dès le cadrage des sujets, d'estimer la valeur qu'on va créer derrière le cas d'usage et driver nos équipes derrière cette création de valeur.” - Hugo Hamad

- **Gouvernance et création de valeur :** La gouvernance est intégrée à la Factory pour répondre aux exigences réglementaires (comme l'AI Act) et garantir une IA fiable et responsable. AXA met aussi l'accent sur la création de valeur mesurable : chaque cas d'usage est évalué dès le cadrage pour maximiser son impact. L'objectif est d'aller au-delà de l'innovation, en apportant une valeur concrète, à grande échelle.
- **L'IA comme partenaire humain :** Enfin, AXA conçoit l'IA non comme un substitut, mais comme un collaborateur des équipes. Du service client aux processus internes, l'IA s'intègre progressivement au quotidien, augmentant les collaborateurs et rendant les opérations plus fluides, rapides et intelligentes.



# De la donnée à la personnalisation : comment l'IA révolutionne l'expérience client dans les services financiers.



**Fabrice Le Chatelier**

Head of Data Science Office



**BNP PARIBAS**



**Nicolas Limage**

Head of Engineering – AI & Compute



- **Stratégie IA et organisation des équipes** : BNP Paribas a structuré une organisation solide autour de l'IA, via son Data Science Office intégré au Chief Data Office du groupe. Cette entité pilote une vingtaine d'équipes réparties dans les métiers, afin d'harmoniser les pratiques, mutualiser les plateformes et coordonner les projets data transverses.
- **Cas d'usage de l'IA traditionnelle** : L'IA est déjà largement utilisée, avec 850 cas d'usage identifiés, dont 40% orientés vers l'expérience client. Cela inclut la segmentation, l'hypermersonnalisation, la détection de fraude, l'optimisation des prix et l'analyse de la satisfaction client via le NLP. Des modèles prédictifs aident aussi à recommander des produits adaptés. L'IA traditionnelle reste centrale, avec un potentiel de rentabilité estimé bien supérieur à celui de l'IA générative, selon certaines études.
- **Nouveaux usages de l'IA générative** : Les LLM permettent de revisiter des projets comme les assistants virtuels, désormais plus performants et moins scriptés. L'IA générative assiste également les collaborateurs : préparation de rendez-vous, suggestions pendant les échanges, génération de comptes-rendus et de plans d'action. Elle facilite aussi la continuité entre les canaux de contact (mail, agence, chat) et automatise des processus documentaires comme la promesse de vente, avec un gain de 5 jours sur le traitement.
- **Personnalisation dans la gestion d'actifs** : L'IA générative permet de transformer des rapports bruts en narratifs clairs et personnalisés pour chaque client. Elle explique l'évolution des portefeuilles, les arbitrages réalisés ou les effets des marchés, tout en réduisant la charge des conseillers. Cela améliore la compréhension et renforce la satisfaction client.

- **Sécurité, souveraineté et conformité réglementaire** : BNP Paribas héberge ses modèles IA dans son propre cloud sécurisé. Ce choix garantit un contrôle renforcé sur les données sensibles et permet d'intégrer des modèles open source ou privés, notamment via un partenariat avec Mistral. Des scans de sécurité sont systématiques, et la conformité au RGPD, à l'explicabilité et à la lutte contre les biais est assurée grâce à une gouvernance éprouvée et à la formation des data scientists.
- **Une maturité IA déjà bien établie** : Les premiers projets IA ont démarré dès 2016. Certaines équipes ont été créées ex nihilo, d'autres sont issues de services utilisant déjà des modèles statistiques (actuariat, risk management, quant). Cette expérience permet à la banque de s'adapter sereinement aux enjeux récents de l'IA générative, dans un cadre robuste et contrôlé.



“Ce qu'on a aujourd'hui, c'est que sur la base des informations du portefeuille client, on a des IA génératives qui nous permettent de construire un narratif adapté. Ça veut dire qu'on est clairement capables de dire : sur l'évolution de vos investissements, il s'est passé ceci, cela... C'est personnalisé, spécifique au client, et ça a beaucoup de valeur.” - Fabrice Le Chatelier



# Data AI ready : Comment préparer ses données pour déployer la transformation IA de Bpifrance



**Vincent Roy**  
Head of Data Factory



**Joffrey Martinez**  
Managing Partner &  
Global Lead FSI



- **Préparer les données à l'ère de l'IA générative** : L'importance de la préparation des données reste inchangée avec l'IA générative : qualité, volume, contextualisation et labellisation demeurent essentiels. Ce qui évolue, c'est la prise de conscience collective du potentiel des LLMs, souvent expérimentés dans la sphère privée. Mais si créer une application est devenu plus accessible, l'évaluer et l'améliorer reste complexe. Cela a contribué à remettre la qualité des données au cœur des priorités.
- **Cas d'usage concret chez Bpifrance** : Un exemple clé est l'assistance à la rédaction de notes de synthèse pour les chargés d'affaires. Grâce à des LLMs à long contexte, Bpifrance intègre l'ensemble des documents d'analyse d'entreprise dans le prompt. Les résultats sont prometteurs mais encore insuffisants pour une mise en production, notamment à cause des limites des modèles à reconnaître leurs incertitudes. L'usage de RAG est envisagé pour renforcer la fiabilité des réponses en s'appuyant sur des corpus documentaires existants.



“On s’est tous rendu compte du potentiel de l’IA générative, mais ce qui m’a saisi, c’est le contraste entre la facilité avec laquelle on peut créer une application et la complexité qu’il y a derrière pour l’évaluer, l’améliorer, et surtout en garantir la fiabilité. Et c’est justement ce qui remet la qualité des données au centre de la réflexion.” - Vincent Roy

- **Amélioration de la qualité de données** : La qualité est abordée via la structuration de la donnée, avec deux leviers : d'un côté, les métadonnées issues de la donnée elle-même (fraîcheur, complétude, etc.) ; de l'autre, une structure exogène via une ontologie d'entreprise déjà existante. Cette combinaison permet d'enrichir la donnée non structurée et d'ajouter un cadre déterministe au raisonnement probabiliste des LLMs. L'objectif est d'harmoniser les vocabulaires métier et faciliter l'exploitation des données à travers les silos.
- **Usage des données synthétiques** : Face à l'absence ou à la sensibilité de certaines données (ex. fraude), Bpifrance explore la génération de données synthétiques. Toutefois, l'exclusivité de la donnée synthétique réduit la performance des modèles. L'approche retenue consiste à combiner un dataset réel avec des données générées. Ce jeu mixte permet non seulement l'entraînement, mais aussi l'évaluation des performances des LLMs via des benchmarks structurés, comme Finance Bench, et le fine-tuning sur des cas d'usage ciblés.
- **Conclusion** : La transformation IA nécessite un socle de données solide et structuré. Si les LLMs offrent de nouvelles opportunités, leur intégration dépend fortement de la qualité, du sens métier et de la gouvernance des données. La structuration sémantique et l'activation des assets existants, comme les ontologies, deviennent alors des piliers pour une IA vraiment utile et maîtrisée.



# L'accélération de l'usage des technologies Data & IA dans le Private Equity

Tech Minds  
MORNING

Scaleway X ARTEFACT



**Pierre-Yves Devrière**  
IT Head of Business  
Development

ARDIAN



**Jérôme Petit**  
Managing Partner &  
Global Lead Private Equity

ARTEFACT

- **Présentation d'Ardian et de son écosystème** : Ardian est un acteur majeur du private equity, avec 177 milliards d'actifs sous gestion, plus de 200 sociétés en portefeuille et des bureaux dans 19 pays. Son activité couvre des investissements de tailles variées dans des secteurs diversifiés comme les infrastructures, l'immobilier ou encore le co-investissement avec/dans d'autres fonds. Cette complexité a poussé Ardian à structurer une stratégie Data et IA ambitieuse pour renforcer sa capacité d'analyse et de pilotage. Ardian est actionnaire de la société Artefact depuis décembre 2021.
- **Structuration initiale autour de des infrastructures** : L'initiative data a débuté dans l'équipe Infrastructure avec la création d'une équipe de data science dédiée. Celle-ci a mené des projets tels qu'Air Carbon, pour optimiser l'empreinte carbone des aéroports détenus, ou Opta, visant à améliorer les performances des champs d'éoliennes. Ces cas d'usage ont permis de générer des gains opérationnels tangibles et d'établir un lien direct entre technologie, portefeuille et performance.



“Dans un secteur comme le private equity, où les données sont souvent privées, hétérogènes et dispersées, notre enjeu était de réussir à les centraliser, les normaliser et les rendre disponibles de façon sécurisée. L'IA, à partir de cette base, nous permet aujourd'hui d'identifier des opportunités, de mieux répondre aux exigences croissantes de nos investisseurs, et de créer des synergies concrètes entre nos sociétés en portefeuille.” - Pierre-Yves Devrière

- **Mise en place d'une data plateforme unifiée** : Ardian a ensuite lancé une plateforme data centralisée, intégrant des données structurées, internes et externes. Ce référentiel unique vise à industrialiser la collecte, la transformation et la distribution de données pour des usages de BI, d'analytics, et d'IA. La transition vers le cloud a joué un rôle clé dans cette évolution, facilitant l'accès aux données et stimulant l'émergence de nouveaux cas d'usage.
- **Cas d'usage IA et adoption interne** : Ardian a développé des assistants (bots) pour démocratiser l'accès aux données, ainsi que des outils pour soutenir les relations investisseurs, en automatisant la préparation de réponses complexes à partir de l'historique. D'autres projets concernent la valorisation des synergies entre entreprises du portefeuille via l'analyse sémantique et le croisement d'informations pour favoriser des opportunités de collaboration.
- **Facteurs clés de succès et conseils** : L'adoption a nécessité une forte acculturation, la mise en place d'une gouvernance stricte des données et l'animation d'une communauté interne autour de la data. Les hackathons ont permis de dynamiser l'innovation et l'engagement. Ardian souligne l'importance de gérer les attentes, souvent polarisées, et de garantir la qualité et la disponibilité des données, en particulier dans un environnement non public comme le private equity.
- **Perspectives d'avenir** : Les prochaines étapes consistent à couvrir toute la chaîne de valeur, de la détection d'opportunités à la croissance des entreprises en portefeuille. Ardian souhaite aussi accompagner ses participations dans leur propre transformation data et IA, et structurer davantage les processus métiers autour de ces technologies, face à une complexité croissante.



# L'IA au service des paiements : Comment Stripe utilise l'IA pour propulser la croissance des entreprises



**Arielle Le Bail**

Head of Product France



**Nicolas Limage**

Head of Engineering – AI &  
Compute



- **Présentation de Stripe et de sa mission :** Stripe est une plateforme d'infrastructure financière qui aide des millions d'entreprises, de la start-up à la multinationale, à accepter les paiements en ligne et en personne, à générer des revenus et à saisir de nouvelles opportunités. Le rôle du Head of Product France est de s'assurer que la gamme de produits Stripe réponde aux besoins spécifiques des entreprises françaises.
- **Lutte contre la fraude grâce à l'IA :** Stripe fait face à une fraude toujours plus sophistiquée. Les attaques incluent des vérifications de cartes volées ou des énumérations de numéros. Pour y répondre, Stripe s'appuie depuis longtemps sur le machine learning, en s'appuyant sur un immense volume de données (1400 milliards de dollars de transactions en 2024). L'outil Stripe Radar analyse 16 000 variables par transaction pour détecter les anomalies. Une innovation récente permet de créer des règles anti-fraude via le langage naturel, transformé en requêtes SQL grâce à des LLM, facilitant ainsi le travail des équipes non techniques.
- **Les start-up IA et leur croissance rapide :** Stripe est en première ligne pour observer les start-up d'IA. Ces entreprises monétisent plus vite que les précédentes générations de start-up SaaS. Par exemple, le seuil de 5 millions de revenus annuels est atteint en 27 mois contre 34 précédemment. Cette rapidité s'explique par des coûts d'infrastructure initiaux élevés, nécessitant un retour sur investissement rapide. Stripe les aide avec des modèles de facturation complexes (à l'usage, à l'unité de langage) et des capacités de déploiement global dès le premier jour, y compris la gestion des taxes locales.

- **Optimisation de l'expérience utilisateur :** L'IA est aussi utilisée pour améliorer les taux de conversion. Stripe personnalise dynamiquement les méthodes de paiement affichées en fonction du contexte de l'acheteur (historique, localisation, appareil, etc.). Cela permet de maximiser les ventes et de réduire les abandons d'achat, tout en continuant à limiter la fraude.
- **Développement de l'agent commerce :** Stripe investit dans l'intégration du paiement dans les agents autonomes. Un nouveau toolkit permet aux développeurs d'ajouter la capacité de paiement à ces agents, tout en gardant un contrôle strict. Par exemple, avec Stripe Issuing, les agents peuvent générer des cartes virtuelles à usage unique. En 2023, environ 700 entreprises dans ce domaine ont rejoint Stripe.
- **Vers une IA généralisée au service de la croissance :** Au-delà de la fraude et du paiement, Stripe mobilise l'intelligence artificielle pour créer de la valeur à chaque étape du parcours client. Que ce soit pour automatiser des tâches complexes, simplifier les processus de facturation ou accompagner l'expansion internationale, l'IA devient un levier stratégique pour aider les entreprises à innover plus vite et à se développer à grande échelle.



“Nous utilisons le machine learning depuis longtemps grâce à notre vaste ensemble de données. Avec Stripe Radar, notre solution de lutte contre la fraude, les utilisateurs peuvent utiliser l'IA pour personnaliser leurs règles de fraude en langage naturel, sans compétences techniques. Nos modèles LLM convertissent automatiquement ces expressions en requêtes SQL, permettant aux experts métier de déployer rapidement leur expertise sans intermédiaire technique.” - Arielle Le Bail



# Build vs Buy : Construire son IA ou adopter une solution existante ?



**Benoît Rouppert**  
Directeur Data & IA

meilleurtaux



**Hugo Hamad**  
Head of AI Factory



**Fabrice Le Chatelier**  
Head of Data Science Office



BNP PARIBAS



**Vincent Roy**  
Head of Data Factory

bpi france



**Pierre-Yves Devrière**  
IT Head of Business Development

ARDIAN

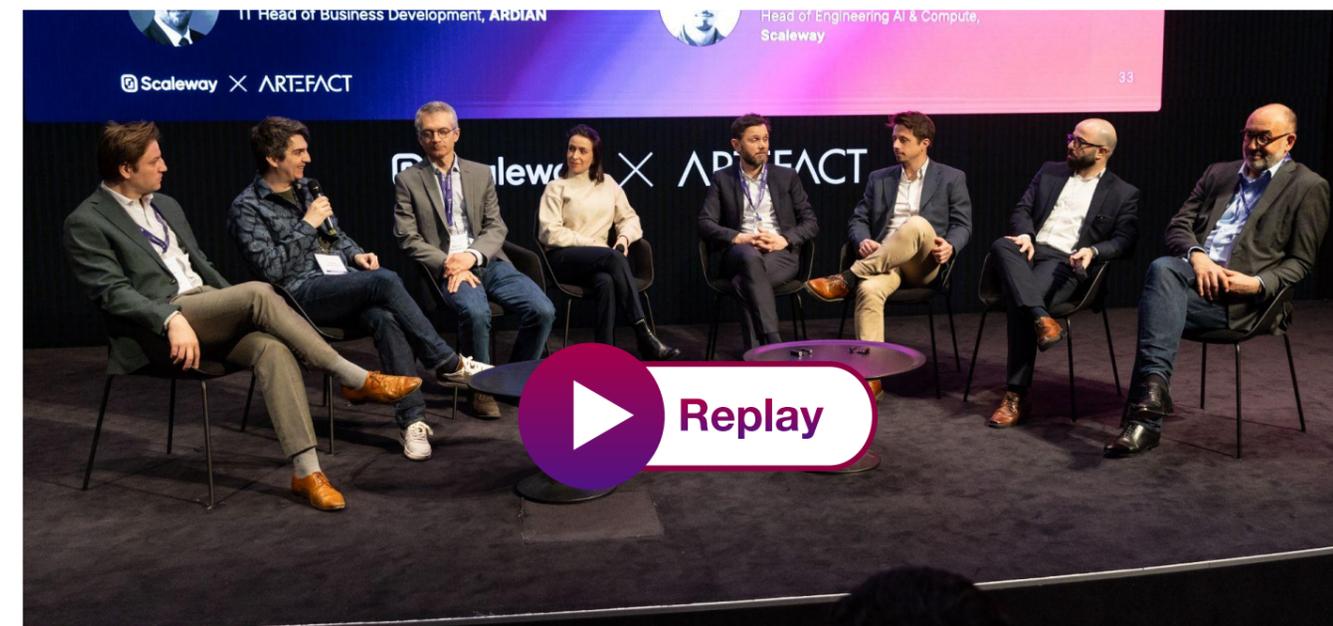


**Arielle Le Bail**  
Head of Product France

stripe

- **Confidentialité des données et gouvernance dans les secteurs régulés** : Dans les environnements régulés comme la finance, la confidentialité et la sécurité sont essentielles. Chez AXA France, une approche « sécurité par défaut » est appliquée à tous les processus. Des programmes de sensibilisation et des comités de gouvernance encadrent la classification des données, la validation des usages et la détection d'anomalies, garantissant une utilisation sûre et conforme de la data et de l'IA.
- **Contexte géopolitique et souveraineté numérique** : Les récents bouleversements géopolitiques renforcent le besoin de diversifier les fournisseurs cloud. Un retrait complet des hyperscalers américains semble peu réaliste, mais des solutions de cloud souverain et des stratégies fournisseurs modulaires sont explorées pour maintenir flexibilité et indépendance.
- **Développement interne ou achat, et choix de modèles** : Le choix entre construire en interne ou utiliser des solutions externes dépend du cas d'usage. L'expérimentation de plusieurs LLM permet d'évaluer performances, coûts et souveraineté. Certains usages sensibles, comme la lutte contre la fraude, justifient des investissements internes.

- **Coûts de l'IA et intégration du FinOps** : La tarification à base de tokens rend la budgétisation complexe. Pour y répondre, les entreprises intègrent le FinOps dès le départ : elles suivent l'usage durant les phases pilotes et projettent les coûts futurs. Cette couche financière est cruciale pour piloter les investissements IA.
- **Accompagnement des utilisateurs et adoption interne** : L'adoption repose sur une documentation claire et des prompts guidés. Par exemple, des guides de ton préconfigurés permettent aux équipes marketing d'utiliser les LLM efficacement, sans expertise technique. Cela favorise l'usage tout en assurant cohérence et sécurité.
- **Précision et méthodes de validation hybrides** : Les tâches à fort risque, comme les paiements, exigent des vérifications. Les LLM sont couplés à des outils OCR classiques pour croiser les données critiques, comme les IBAN. Ce double contrôle renforce la fiabilité des automatisations.
- **Interopérabilité et stratégies multi cloud** : Pour éviter la dépendance fournisseur, les entreprises misent sur l'interopérabilité via des couches d'abstraction et des standards API. Une logique multi cloud s'impose, bien que migrer les systèmes historiques reste un défi nécessitant une transition progressive.
- **Rôle humain et montée en compétences** : L'IA soutient l'expertise humaine sans la remplacer. L'accent est mis sur l'upskilling et le reskilling pour adapter les collaborateurs à l'évolution des métiers. Une culture de l'expérimentation, avec droit à l'erreur, est clé pour innover durablement.
- **Accélérer l'IA en Europe** : L'écosystème IA européen est dynamique, mais doit croître plus vite. Favoriser l'expansion internationale, limiter la dette technique et cultiver la créativité sont essentiels pour faire émerger des leaders mondiaux sans renier les valeurs européennes.



# Tech Minds

MORNING

Scaleway × ARTEFACT

## CONTACTS

### ARTEFACT

19 rue Richer, 75009 Paris

[artefact.com](https://artefact.com)

### SCALEWAY

11 bis Rue Roquépine, 75008 Paris

[scaleway.com](https://scaleway.com)



**Joffrey Martinez**

Managing Partner Artefact  
& Global Lead FSI

[joffrey.martinez@artefact.com](mailto:joffrey.martinez@artefact.com)

**ARTEFACT**



**Jérôme Petit**

Managing Partner Artefact & Global  
Lead Private Equity

[jerome.petit@artefact.com](mailto:jerome.petit@artefact.com)

**ARTEFACT**



**Robin Doumerc**

CTO France

[robin.doumerc@artefact.com](mailto:robin.doumerc@artefact.com)

**ARTEFACT**



**Serkan Erdal**

Account Executive Cloud & AI - FSI

[serdal@scaleway.com](mailto:serdal@scaleway.com)

**SCALEWAY**