

L'adoption de l'intelligence artificielle par les entreprises passe (d'abord) par les dirigeants

Une étude menée par BCG Gamma sur l'adoption de l'intelligence artificielle en entreprise présente les entreprises françaises comme à la traîne par rapport à la Chine, notamment. En cause : un manque de mobilisation des dirigeants sur ce sujet.

L'intelligence artificielle suscite les convoitises et la concurrence s'installe entre les pays du monde. Actuellement, la Chine serait la plus avancée en la matière avec 32% des entreprises chinoises ayant adopté la technologie dans leurs processus quotidien, contre 22% aux États-Unis et 20% en France et en Allemagne. C'est le résultat de l'étude menée par BCG Gamma dans sept pays du monde: l'Allemagne, l'Autriche, la Chine, les États-Unis, la France, le Japon et la Suisse. L'enquête a ciblé les dirigeants de PME ainsi que de grands groupes de plus de 50 000 employés, disposant d'un minimum de connaissances sur l'IA et ses potentialités.

« Aujourd'hui, tout le monde parle d'intelligence artificielle, dans les faits, il y a des vrais gagnants et des vrais perdants, avance Sylvain Duranton, Directeur monde de BCG Gamma. Au niveau des entreprises d'abord, on voit que 20%

des entreprises environ ont réussi à créer des équipes IA crédibles et à porter certaines des solutions IA à l'échelle. Pour 80%, ce n'est pas le cas. C'est vrai également entre pays, il y a des pays très avancés comme la Chine, plus avancés comme les États-Unis et le Canada et des pays qui sont dans le peloton, un peu à la traîne, comme la vieille Europe et la France fait partie de ces pays aux côtés de l'Allemagne ou du Japon. »

En effet, en France, seules 49% des entreprises ont décidé de mettre en place un projet d'intelligence artificielle. Et si 20% ont réussi, 29% sont encore en cours. Dans le même temps, en Chine, 85% des entreprises sont actives en la matière, 32% des projets ayant abouti et 53% étant en cours de mise en oeuvre. Et si l'intelligence artificielle touche, en Chine, tous les six secteurs scrutés par l'étude (l'industrie, l'énergie, les services financiers, le retail, la santé et les technologies médias et télécoms) avec plus de 80% des poids lourds du secteur ayant adopté l'IA, en France, seuls les trois derniers secteurs sont vraiment concernés. Ils sont en effet les seuls dans lesquels au moins 50% des poids lourds ont mis en place des projets d'intelligence artificielle (respectivement 57%, 51% et 63%).

Avancer, sans se poser (trop) de questions

« Qu'est-ce qui fait qu'une entreprise gagne ou pas en matière d'IA ? La réponse est très claire, il faut un management qui ose. Un management audacieux pour s'attaquer à la culture du travail », explique encore Sylvain Duranton. Pour cela, il avance trois grandes décisions à prendre par les dirigeants.

La première, foncer, ne plus perdre de temps à faire de longues études d'impact avant de lancer des initiatives. Parmi les entreprises qui ont adopté l'IA, 75% auraient déclaré ne pas avoir fait ce type d'étude et savoir ce que l'IA va leur rapporter. Une pratique inhabituelle car les grands projets nécessitent souvent des études détaillées avant d'être lancées.

La deuxième décision à prendre serait d'accélérer le cycle d'innovation. En moyenne, le cycle d'innovation serait de 13 mois en France, souligne l'étude, contre moins de 8 mois en Chine. Cette méthode agile dans le développement des solutions IA ferait toute la différence, le nombre d'acteurs se lançant dans des projets d'intelligence artificielle étant d'autant plus élevé que les cycles sont courts. Cycles qui doivent à la fois inclure la mise en place des outils nécessaires et la formation des salariés qui les utiliseront.

Enfin, la décision la plus importante, selon Sylvain Duranton, serait de modifier en profondeur l'organisation des entreprises. *« Aujourd'hui, les entreprises qui*

parviennent à travailler au-delà des silos sont deux fois plus nombreuses que les autres à parvenir » à mettre en place un projet d'IA, selon l'expert. Pourtant, travailler en silos semble toujours être la norme pour 71% des Français, 66% des Allemands, 72% des Américains et même 50% des Chinois.

« Le management a un rôle clé en matière de choix des sujets et de déploiement des solutions d'IA. Lorsque les dirigeants sont à la manœuvre et pilotent ces sujets, ces initiatives ont beaucoup plus de chances de réussir. C'est le gage ultime de succès« , conclut Sylvain Duranton.

Article écrit par NY ANDO RANDRIANARISOA