



BGT

IA GÉNÉRATIVE **Comprendre son potentiel,** **éviter les pièges, et bâtir une** **stratégie solide**

Le livre blanc des dirigeants, décideurs et équipes qui veulent faire de l'IA un levier utile, humain et durable.



Pourquoi ce livre blanc ?

Et pourquoi il est plus que jamais temps de passer de la fascination à la transformation? Depuis 2022, l'IA générative s'est imposée comme l'une des plus grandes innovations accessibles au plus grand nombre : elle inspire, impressionne, interroge, et parfois dérange.

Ce livre blanc n'est pas un énième guide technique.

Il est conçu pour aider les entreprises à dépasser l'effet "waouh", et à transformer l'IA en outil de décision, de création de valeur et de sens.

Nous n'allons pas peindre un futur rose... ni tout noircir.

Nous allons vous donner les clés pour structurer une trajectoire IA lucide, humaine, et stratégique.

Avec des outils concrets, des cas réels, des mises en garde utiles... et surtout : des pistes pour avancer sereinement, efficacement et intelligemment.

Parce que **l'IA ne remplacera pas votre vision d'entreprise.**

Mais elle peut l'amplifier, la sécuriser et lui faire gagner des années... si vous la pilotez bien.





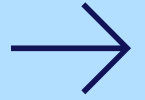
Piloter l'IA : De la promesse à l'impact

Ce livre blanc n'est pas là pour vous vendre un outil. Il est là pour vous redonner le pouvoir de choisir **comment et pourquoi faire entrer l'IA** dans votre quotidien stratégique.



**“L'IA n'est pas là pour remplacer l'humain.
Elle est là pour l'augmenter.”**

- CHAPITRE 1** • Comprendre le mythe de l'IA générative
Ce chapitre revient sur la manière dont l'IA a été présentée au grand public et au monde professionnel.
- CHAPITRE 2** • Pourquoi nos décisions face à l'IA sont souvent biaisées
Ce chapitre propose un décryptage psychologique et des outils simples pour reprendre le contrôle.
- CHAPITRE 3** • Ce que l'IA peut (et ne peut pas) faire aujourd'hui
Ce chapitre pose les limites techniques actuelles de l'IA générative
- CHAPITRE 4** • L'humain face à l'IA : freins et adhésion
Ce chapitre plonge au cœur du facteur le plus sous-estimé : la réaction des collaborateurs.
- CHAPITRE 5** • Réussir son projet IA : bonnes pratiques, cas concrets et stratégie d'entreprise
Ce dernier chapitre présente les ingrédients d'un projet IA qui fonctionne vraiment.



Avant-propos

Pourquoi maintenant ?

En moins de deux ans, l'intelligence artificielle générative est passée du statut de curiosité technologique à celui de miracle industriel annoncé. Promettant de révolutionner la création de contenu, le marketing, la relation client ou encore la programmation, elle s'est rapidement imposée comme la solution à tout... parfois avant même d'avoir fait ses preuves.

Mais aujourd'hui, une évidence s'impose; **la désillusion est à la hauteur du battage médiatique.**

Des projets abandonnés, des équipes licenciées, des outils incompris ou mal intégrés, et surtout des décideurs désorientés. Ce livre blanc propose une lecture lucide, critique, mais résolument constructive de ce phénomène mondial.

Une question centrale : À qui la faute ?

Est-ce un problème de technologie ?
De gouvernance ?
De compétences ?
Ou tout simplement... de récit ?

Ce livre blanc part d'une hypothèse

"Ce n'est pas l'IA qui est décevante, c'est la manière dont on l'a vendue."

Les problématiques

Pourquoi les promesses initiales de **l'IA ont été massivement surévaluées**?

Comment des biais cognitifs **inconscients affectent les décisions** technologiques?

Quelles sont les **vraies limites** techniques et organisationnelles de **l'IA** générative?

Quelles **méthodologies concrètes permettent de réussir un projet IA** aujourd'hui?

Pourquoi un **accompagnement expert** est devenu essentiel?

Quels **scénarios** futurs sont réellement **crédibles et exploitables**?

Méthodologie

Ce livre blanc repose sur :

Des recherches académiques récentes (Harvard, Oxford, Sciences Po, Stanford)

Des interviews d'experts et des témoignages inédits d'acteurs de terrain

Une analyse critique et comparée des stratégies des grandes puissances tech

Des études de cas réelles, des graphiques exclusifs et des encadrés pédagogiques puissants



Chapitre 1

Comprendre le mythe de l'IA générative

Ou comment la fiction a pris le pas sur l'analyse, et pourquoi il est temps de reprendre le contrôle du récit.

Le grand récit IA

En quelques mois, l'IA générative est passée de niche technique à phénomène mondial. **Tout le monde a entendu parler de ChatGPT, Midjourney, DALL-E, Copilot, Claude...**

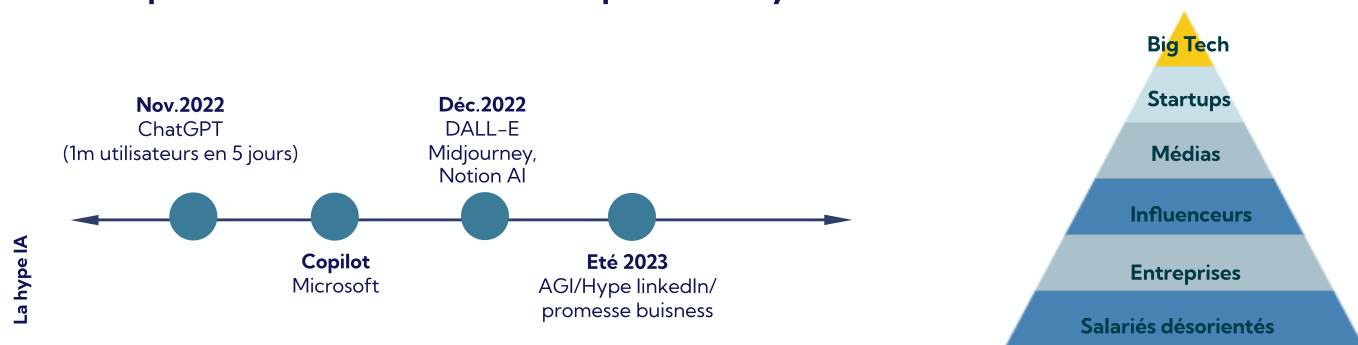
Mais plus vite encore que son adoption, c'est le récit autour de l'IA qui s'est imposé : celui d'une **révolution inévitable, d'un outil "magique", "créatif", "autonome"... parfois même "humain"..**

Depuis **fin 2022**, des dizaines de millions d'utilisateurs ont découvert des IA gratuites et accessibles capables de répondre, rédiger, dessiner, coder. L'effet "waouh" a été immédiat.

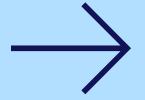
Mais en parallèle, un emballement s'est produit :

- "L'IA va remplacer 300 millions d'emplois" (*Goldman Sachs, 2023*)
- "ChatGPT est plus intelligent que 90 % des humains" (*LinkedIn, TikTok, 2023*)
- "Plus besoin de développeur, faites tout en no-code avec l'IA" (*startups SaaS, newsletters*)
- "Une IA qui comprend vos émotions et anticipe vos besoins" (*marketing produit 2024*)
- "Révolutionnez votre business en 3 clics avec l'intelligence artificielle" (*formations auto-proclamées, publicités LinkedIn*)
- "L'IA va transformer la culture d'entreprise en favorisant la créativité des collaborateurs" (*tribunes RH*)
- "Intégrez notre IA en 15 minutes, sans aucune compétence technique nécessaire" (*landing pages B2B*)
- "L'IA générative est 100 % fiable et peut même rédiger vos contrats juridiques" (*prospection email de certaines agences*)

Ces récits spectaculaires ont souvent remplacé l'analyse de fond.



→ [Pew Research Center (2023)] : perception anthropomorphe de ChatGPT et confusion fréquente avec l'intelligence humaine

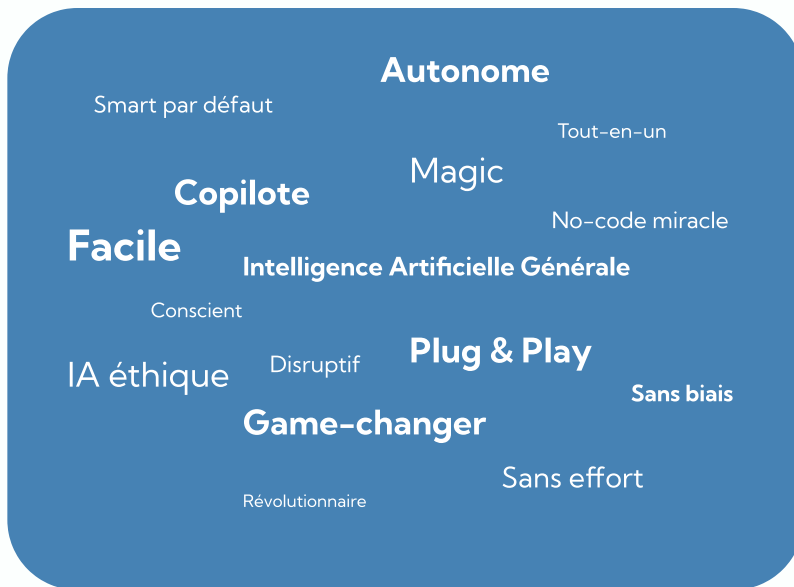


Pourquoi c'est arrivé ? Le rôle des mots

Les termes utilisés dans le débat public ont joué un rôle clé dans la création de la confusion. Souvent **issus du marketing** ou de **la vulgarisation** grand public, ils ont **produit des malentendus durables dans les entreprises**.

Voici quelques-uns des mots ou expressions les plus problématiques

Best of des termes valises



Les figures rhétoriques dominantes ?

Anthropomorphisme

l'IA "pense", "parle", "comprend"

Analogies biaisées

l'IA = "collègue", "assistant", "collaborateur"

Actions

Générer de la rareté cognitive

(incompréhension = fascination)

Stimuler l'investissement

Ces expressions, bien que séduisantes, ont plusieurs effets concrets de **survente des capacités** techniques inexistantes ou très partielles, créent des **attentes irréalistes** dans les comités de direction, **poussent à l'achat** ou au test sans cadrage méthodique. De plus Elles **affaiblissent la confiance** dès que les résultats ne correspondent pas à la promesse.

- Et surtout, elles rendent plus difficile la sélection d'un outil adapté à un vrai besoin métier

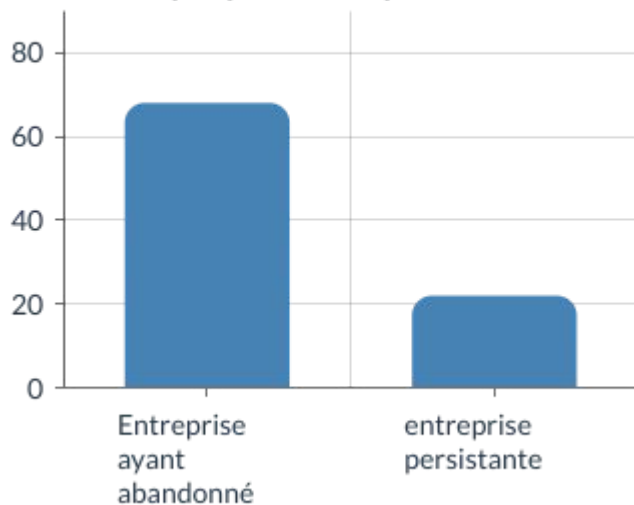
Clarifier le langage est la première étape vers une stratégie IA lucide et utile.

Ce que ce storytelling a provoqué

- **Explosion des décisions précipitées, souvent sans cadrage.**
- **Projets IA lancés pour des raisons d'image, pas de valeur.**
- **Confusion totale entre "outil impressionnant" et "solution utile".**

[Gartner (2023)] – Taux d'abandon élevé dans les tests IA.

% entreprises ayant testé un outil IA génératif en 2023 n'ont pas poursuivi après 6 mois



% directions RH ne savent pas évaluer les impacts réels des IA sur leurs métiers



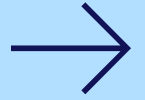
■ Evaluation juste
■ Evaluation erroné

% d'abandon due à la "déconnexion entre promesse et réalité"



■ Entreprise ayant abandonné ■ entreprise persistante

« 60 % of executives do not report measurable business value from their AI investments. »



Synthèse

Retenir

- L'IA a été racontée comme une révolution magique.
- Cette narration a biaisé la majorité des décisions entreprises.
- Le vrai travail commence par regarder l'IA sans filtre, sans peur, sans fascination.

Conclusion

- Réévaluer vos discours internes sur l'IA
- Identifier les mots / idées à "désapprendre" dans votre organisation
- Aligner vos ambitions IA à des objectifs métier réels



Chapitre 2

Pourquoi nos décisions face à l'IA sont souvent biaisées

Ce n'est pas l'IA qui fait échouer les projets. Ce sont les biais humains qui déforment notre façon de l'aborder.

On n'a pas vendu de l'IA, on a vendu de l'imaginaire.



La confusion autour de l'IA n'est ni accidentelle ni naïve . Elle est entretenue par ses acteurs : éditeurs, startups, plateformes technologiques, médias ou consultants, répondant à une logique commerciale parfaitement huilée.

L'IA ne nous trompe pas. Nous nous piégeons nous-mêmes en la surinterprétant.

L'usage stratégique de termes flous

Des mots comme "AGI" (Intelligence Générale Artificielle), "Assistant" , "no-code"(Création d'applications sans écrire de code), "IA créative" ... suggèrent une forme de puissance, de simplicité ou d'autonomie que les outils ne possèdent pas réellement.

Des récits de transformation sans preuves tangibles

"Nous avons révolutionné notre relation client grâce à l'IA."
Mais aucune mesure, aucun avant/après, ni indicateur réel.

Des silences techniques lourds de conséquences

- Sous estimation systématique des hallucinations
- Pas de discours sur le coût réel des modèles
- Silence sur les biais structurels des données d'entraînement

Des acteurs dominants bien identifiés

Les grandes plateformes misent sur l'effet vitrine et surjouent leurs capacités pour séduire investisseurs et clients

Les influenceurs "IA" recyclent des narratifs non vérifiés à forte viralité

Les acteurs de la surenchère narrative

Big Tech

Microsoft, Google, Meta :
guerre de positionnement tech

Startups

Runway, Jasper, Synthesia:
levées de fonds fondées sur la hype

Influenceurs IA

LinkedIn, TikTok

Exemple: Microsoft + OpenAI

des milliards d'investissement →

Mise en scène de l'AGI →

Aucun encadrement technique réel →

Confiance massive, usage flou

→ [McKinsey (2024)] : Global AI Executive Survey:

Les biais cognitifs et leurs illusions

« Our own cognitive shortcuts, not the AI itself, are the real threat to strategic decision-making. »*

« When we trust AI too much, we risk automating poor decisions at scale. »*

Biais

Le biais de Dunning-Kruger : il nous pousse à surestimer notre compréhension de l'IA. Résultat : des dirigeants pensent pouvoir piloter un projet seul, alors qu'ils sous-estiment la complexité réelle de l'intégration.

Le biais de confirmation : nous cherchons à valider nos croyances. On retient donc les exemples de succès IA... et on ignore les signaux faibles d'échec ou de rejet terrain.

Le biais du coût irrécupérable (sunk cost fallacy) : une fois l'investissement lancé, on a du mal à revenir en arrière. Même si le projet IA ne fonctionne pas, on continue "par principe".

L'effet halo technologique : un outil impressionne → on suppose qu'il est fiable. C'est un piège : l'esthétique ou la fluidité d'interface ne dit rien de la pertinence fonctionnelle.

Le biais de simplicité : "C'est du no-code, donc c'est simple." Or l'IA reste un outil statistique qui nécessite des règles, des tests, une supervision et une adaptation métier fine.

Illusions

... "On va voir ce que ça donne" :
Projets flous, mal évalués, sans indicateur de réussite.

"Tout le monde peut l'utiliser" :
On observe une dispersion des usages, une perte de repères, et une confusion totale sur sa réelle utilité.

"C'est intelligent" :
Crée des attentes irréalistes... et donc des déceptions majeures.

"C'est automatique" :
Sans ajustement ni relecture humaine, les erreurs se multiplient

"C'est comme un humain" :
Biaise l'interprétation des résultats et peut fausser des décisions critiques.

"On n'a pas besoin de test" :
S'exposer à un rejet immédiat.

"On verra les KPI après" :
Condamner le projet à devenir invisible, ou inattaquable faute de preuves

"Les données, on les a déjà" :
L'illusion de la donnée propre

"Ça va remplacer des postes" :
Menace RH ...

* [Harvard Business Review (2023)] – Biais psychologiques fréquents dans les décisions IA

* [MIT Sloan Review (2024)] – Surconfiance, automatisation aveugle, biais cognitifs

Glossaire des mots pièges



Terme usité	Interprétation courante	Réalité technique	Niveau de flou
IA générale	IA humaine autonome	Hypothèse spéculative, non démontrée	●
Assistant	Assistance intelligent, fiable	Interface prédictive assistée	●
Créativité IA	Génie artistique automatisé	Recombinaison statistique sans conscience	●
Sans code	Automatisation facile	Interfaces préconfigurées avec limites	●
IA fiable	Toujours juste, vérifiée	Parfois biaisée, non traçable	●
IA autonome	Prise de décision sans contrôle humain	Réactions statistiques dans un cadre fermé	●
IA responsable	Ethique, inclusif, durable	Concept marketing sans normes unifiées	●
Prompt engineering	Contrôle absolu de l'IA	Ajustement empirique des requêtes	●
IA intégrée	Fusion naturelle aux outils	Intégration souvent partielle ou fragile	●
Intelligence artificielle	Système qui comprend et apprend comme un humain	Modèle statistique sans conscience, apprentissage supervisé ou non supervisé	●

“Mythe vs Réalité”

Mythe : “L’IA va remplacer les équipes”

Réalité : “L’IA mal comprise désorganise plus qu’elle n’automatise”

Le réveil brutal : désillusion humaine, technique et culturelle

À force de surpromesses, la réalité du terrain a fini par rattraper les entreprises. Et souvent, la chute a été brutale.

Scénario multisectoriels

PME marketing → abandon après 6 mois de génération de contenu IA mal reçu
Start-up SaaS → licenciement de l'équipe "IA générative" non rentable
E-commerce → perte de 300k€ sur IA de fiches produit incohérente
















Impacts humains & organisationnels

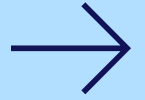
Technoshame : honte de ne pas comprendre → repli ou rejet
Fatigue numérique : surcharge cognitive → burn-out silencieux
Rejet culturel : "L'IA ? Encore un outil de plus..."

On ne résiste pas à l'IA. On résiste à l'absence de sens qu'on nous impose avec elle.

Comparatif culturel (Europe / USA / Chine)

Continent	Degré d'illusion	Réaction culturelle
US	élevé	résilience + teste rapide
UE	modéré mais tenace	blocage ou ralentissement
Chine	faible	intégration pilotée

Promesse	Réalité	Conséquence métier
 Contenu automatisé	 Ton inadapté, erreurs de fond	 Perte de crédibilité
 Décisions améliorées	 Données obsolètes ou biaisées	 Choix inadéquats
 Support instantané	 Réponses génériques	 Clients insatisfaits
 Innovation accélérée	 Peu d'Idées exploitables	 Projets au point mort
 Concurrence dépassée	 Avantage éphémère	 Retour au statu quo



Synthèse

Retenir

- **Ce n'est pas l'IA qui a menti, c'est le récit** qu'on a construit autour d'elle
- La plupart des projets IA échouent car ils démarrent sur des **illusions narrées, pas sur des besoins réels**
- **Une technologie ne vaut rien sans un cadre humain**, stratégique et maîtrisé

Conclusions

- **Cartographier les croyances et attentes floues** de vos équipes vis-à-vis de l'IA
- **Identifier les récits** internes qui freinent ou mythifient les usages
- **Créer un premier scénario** IA "terrain + utile + mesurable"

"La seule IA qui fonctionne... est celle qu'on comprend."



Chapitre 3

Ce que l'IA peut (et ne peut pas) faire aujourd'hui

Clarifier les capacités réelles de l'IA générative, ses limites, et les conditions de réussite.

Qu'es que l'IAG



L'IA ne pense pas. Elle anticipe le mot suivant.

Avant d'évaluer les usages de l'intelligence artificielle générative (IAG), il est indispensable d'en comprendre les fondements techniques.

Contrairement à ce que son nom laisse penser, **l'IA générative n'est pas une intelligence autonome. Il s'agit d'un système statistique** complexe entraîné à prédire le mot, le pixel ou la donnée suivante à partir d'un très grand volume d'exemples existants. Cette technologie repose sur ce qu'on appelle un **modèle de langage (LLM – Large Language Model) ou un modèle génératif pré-entraîné.**

Un LLM est un algorithme d'apprentissage profond entraîné sur d'immenses volumes de données textuelles. **Il ne comprend pas les mots** comme le ferait un humain. **Il prédit**, statistiquement, le mot le plus probable qui suit une séquence donnée.

Circuit de prédiction d'un LLM

texte → tokenisation → base de connaissances → prédiction → génération
Par exemple, s'il lit "Le chat est sur le...", il va prédire "toit" ou "canapé", en fonction de ce qu'il a appris.

Ces modèles, comme GPT, Claude, ou Gemini, **sont entraînés sur des milliards de textes, d'images ou de séquences de code.** L'objectif n'est pas de "comprendre" ou de "raisonner", mais de **produire une réponse qui semble cohérente statistiquement** avec la consigne donnée.

En d'autres termes, l'IAG fonctionne selon 3 principes fondamentaux :

La prédiction probabiliste : elle génère un contenu en "devinant" ce qui vient ensuite dans une suite logique.

L'absence de compréhension : elle ne saisit pas la signification réelle des mots ou des images qu'elle manipule.

L'adaptation à la consigne (prompt) : elle ajuste sa réponse à ce qu'on lui demande, mais sans contexte métier ou culturel durable.

- L'IA générative ne "réfléchit" pas : elle prédit statistiquement le mot/image/son le plus probable selon ce qu'elle a vu
- Elle ne "comprend" pas, elle associe
- Elle n'a pas de sens, d'intention, de conscience, ni de filtre moral intégré

→ [Pew Research Center (2023)] : perception anthropomorphique de ChatGPT et confusion fréquente avec l'intelligence humaine

Ce que l'IA ne peut pas faire

Pour piloter un projet IA de manière sérieuse, il faut comprendre en profondeur les limites structurelles de ces modèles, afin de savoir ce qu'ils ne pourront jamais faire seuls — et surtout, pourquoi

1. Les LLM (Large Language Models)

Génèrent du texte en calculant la probabilité qu'un mot suive un autre dans une phrase. Ils **ne "comprennent" pas ce qu'ils produisent**. Ils ne construisent pas de raisonnement logique, ne hiérarchisent pas les causes, ne font pas de déduction. **Cela interdit toute autonomie stratégique.** → *On ne peut pas leur déléguer une prise de décision métier.*

2. Elle ne connaît pas l'intention de l'utilisateur

Un LLM **ne perçoit que la forme linguistique de la consigne**. Il n'a aucune idée du contexte opérationnel ou des attentes implicites. **Si le prompt est mal calibré, ou trop vague, le résultat sera hors-sujet ou incohérent.** → *Le prompt engineering devient une compétence stratégique.*

3. Elle ne choisit rien

Une IA générative peut proposer, mais ne décide jamais. Elle n'a pas de critères internes pour arbitrer entre deux options. Elle ne possède ni vision produit, ni objectifs, ni contraintes de rentabilité. → Les arbitrages doivent toujours être humains.

4. Elle n'est pas sensible au contexte métier

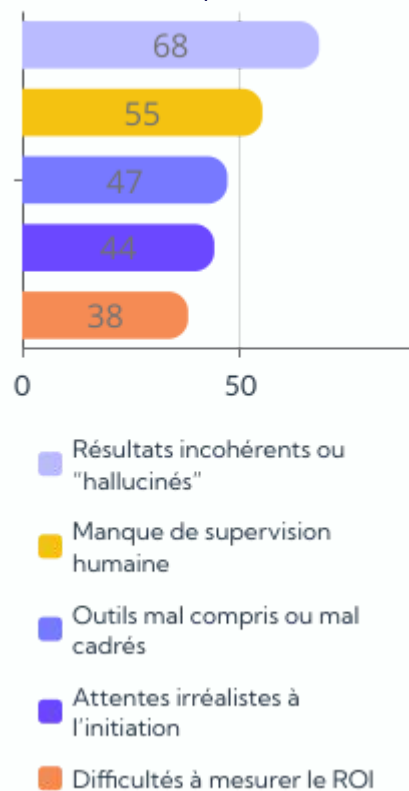
L'IA ne sait pas si elle s'adresse à un client mécontent, à un cadre dirigeant, ou à un étudiant. Sans données spécifiques injectées dans un cadre précis (fine-tuning, embeddings, RAG), elle applique les mêmes schémas génériques à tout. → Les résultats sont génériques tant qu'il n'y a pas d'intégration métier forte.

5. Elle ne reconnaît pas ses erreurs

Un LLM génère une réponse, quelle que soit sa pertinence. Il ne dit jamais "je ne sais pas", sauf si on lui impose une mécanique pour le faire. Il n'a pas de système d'autocontrôle fiable. → C'est à l'utilisateur de valider chaque réponse, et de détecter les erreurs.

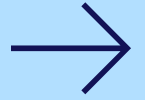
L'IA ne raisonne pas

Les limites les plus souvent identifiées en entreprise
(sources croisées : BCG, Accenture, IBM, internes BGTconsult.ai)



« Hallucinations occur in over 20% of long-form generations. »*

*[Anthropic + Stanford (2024)] – Étude sur les hallucinations des grands modèles de langage



Ce que l'IA peut faire

Ce que l'IA peut faire **dépend** bien plus **de l'architecture** dans laquelle on l'intègre que de l'outil lui-même.

Techniquement, l'IA générative excelle dans les tâches dites automatisables par le langage : rédaction, reformulation, synthèse, extraction d'informations, structuration de données textuelles. Elle est particulièrement efficace pour produire des résultats à partir de données structurées, dans des cas où l'enjeu est la rapidité et non la précision critique.

Voici ce qu'un LLM classique peut accomplir dans un cadre professionnel bien défini

. Production textuelle assistée

Génération de contenus formatés à partir d'un prompt structuré : e-mails, rapports, synthèses de réunion, notices techniques, argumentaires commerciaux. Le modèle est particulièrement efficace dans des structures textuelles répétitives ou normées.

. Extraction et structuration de données non structurées

Les LLM peuvent extraire des entités nommées, des concepts ou des variables métier à partir de documents PDF, formulaires, notes de service ou tickets clients. En couplant avec des embeddings (représentation numérique d'un mot, d'une phrase ou d'un document, qui capture son sens pour que l'IA puisse le comparer à d'autres contenus.) ou du RAG (IA qui cherche avant de répondre), cela devient un outil de pré-analyse documentaire ou de structuration automatique.

. Réécriture intelligente contextuelle

Réécriture d'un contenu dans un autre registre (ex. : langage expert → langage grand public), simplification lexicale, traduction métier, adaptation au ton d'une marque. C'est une fonction utile dans la communication RH, le juridique ou l'assistance aux non spécialistes.

. Support à la décision et simulation de cas

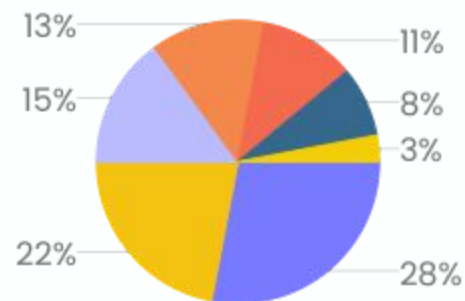
Génération d'alternatives, comparaisons argumentées, ou simulation de réponses à partir de cas métiers préchargés. Cette logique est utilisée dans le conseil, les formations, les assistants internes ou les chatbots enrichis par documents.

. Chaînage d'opérations (workflow IA)

En enchaînant plusieurs appels LLM avec des règles conditionnelles ou via API, on peut construire des mini-processus automatisés : pré-analyse + rédaction + reformulation + tagging + envoi, dans une logique d'assistance ou d'automatisation partielle.

Quels usages les entreprises activent réellement avec l'IA générative ?

(source : études McKinsey / Deloitte / Gartner 2023–2024)



- Génération de contenu marketing
- Résumé et synthèse de documents
- Support client automatisé
- Analyse et extraction d'informations
- Réécriture / reformulation
- Aide à la rédaction interne
- Brainstorming

Checklist de mise en œuvre d'un projet IA

✓ **1. Cadrer un besoin réel**, ciblé, mesurable
Identifier un point de douleur récurrent, une tâche à faible valeur ajoutée ou un processus long
Définir l'objectif avec précision : gain de temps ? homogénéité ? montée en qualité ? réduction d'erreurs ?
Prioriser une tâche à entrée textuelle claire et résultat attendu observable

✓ **2. Choisir la bonne technologie et le bon type d'IA**
Vérifier que le besoin est réellement automatisable par IA générative (et non une IA analytique ou RPA (Robotic Process Automation))
Préciser le type de contenu attendu : résumé, rédaction, extraction, reformulation, idée brute...
Comparer les modèles disponibles (GPT, Claude, Mistral, Gemini...) selon : précision, coût, intégrabilité

✓ **3. Définir les rôles humains dans le processus**
Déterminer qui produit le prompt, qui valide le résultat, qui intègre l'output (résultat)
Former les utilisateurs à la lecture critique des résultats IA (logique, ton, erreurs fréquentes)
Créer un binôme "réfèrent IA" + "réfèrent métier" pour chaque cas d'usage

✓ **4. Intégrer la supervision, l'audit et la documentation dès le départ**

- Mettre en place une grille d'évaluation : contenu juste ? complet ? bien formulé ? biaisé ?
- Documenter les cas d'échec, erreurs, faux positifs → capitaliser sur l'usage
- Prévoir un plan de rollback (retrait du modèle) en cas de dérive ou de rejet utilisateur

✓ **5. Définir des indicateurs de performance concrets (ROI)**

- Estimer le temps moyen gagné / document ou tâche
- Suivre l'évolution de la qualité perçue (retours utilisateurs internes ou clients)
- Estimer l'impact financier : coûts évités, efforts réduits, production augmentée

✓ **6. Cartographier les flux de données existants Où sont les données exploitables par l'IA ?** (textes, documents, CRM, emails...)

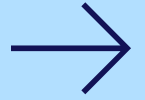
- Sont-elles accessibles, structurées, nettoyées ?
- Sont-elles confidentielles ou sensibles (RGPD) ?
- Cette étape est clé pour identifier les limites légales et techniques dès le départ.

✓ **7. Identifier les contraintes internes**

- Le projet est-il conforme au RGPD, à la politique de confidentialité, au code de déontologie interne ?
- Des blocages sociaux ou politiques sont-ils à prévoir (inquiétude RH, tension hiérarchique, syndicats) ?
- Un projet IA peut échouer même s'il est techniquement parfait, s'il heurte la culture interne.

✓ **8. Anticiper la montée en charge**

- Si le POC réussit, a-t-on déjà prévu l'architecture cible ?
- Qui pilote la phase post-déploiement ?
- L'outil est-il scalable (volumétrie, nombre d'utilisateurs, gouvernance) ?
- Un bon projet IA commence avec la fin en tête.



Synthèse rapide pour décideurs

Retenir

- L'IA générative n'est ni intelligente, ni fiable, ni transparente par défaut
- Sa puissance est réelle, mais ses limites sont profondes, parfois risquées
- L'adopter sans cadre = exposer son entreprise à des failles systémiques

Conclusion

- Créez une fiche de risques IA par usage métier
- Mettez en place une double validation humaine pour tout contenu critique généré
- Intégrez dans chaque comité projet IA une question sur explicabilité / traçabilité / énergie

"Ce n'est pas l'IA qui doit s'adapter à vous. C'est vous qui devez définir ses conditions d'usage."

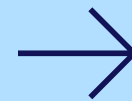


Chapitre 4

L'humain face à l'IA : freins et adhésion

Ce chapitre plonge au cœur du facteur le plus sous-estimé : la réaction des collaborateurs.

La nature complexe de la résistance à l'IA



Ce ne sont ni les algorithmes, ni les infrastructures, ni les innovations qui déterminent le succès d'un projet IA. Ce sont les femmes et les hommes qui l'utilisent — ou qui le rejettent

Alors que l'essentiel du discours autour de l'IA se concentre sur les capacités des modèles, la puissance des algorithmes ou la sophistication des API, la résistance humaine reste le facteur le plus sous-estimé. Pourtant, selon une étude McKinsey de 2023, 74 % des projets IA échouent ou stagnent non pas pour des raisons techniques, mais pour des causes humaines : incompréhension, rejet, inertie ou désengagement."

Cette résistance est multiforme : elle peut être ouverte (refus verbal), passive (non-utilisation), détournée (usages alternatifs) ou symbolique (dévalorisation de l'outil). Elle est souvent rationnelle, car elle reflète une absence de sens partagé, un déficit d'explication ou un sentiment d'insécurité professionnelle.

Les émotions associées à cette résistance ne doivent pas être ignorées :
L'anxiété cognitive, face à un outil perçu comme trop complexe ou imprévisible
Le déclassement symbolique, lorsqu'un salarié a l'impression que sa compétence devient "remplaçable"

Le manque de confiance collective, lorsqu'une technologie est imposée sans discussion
Une résistance n'est pas une faiblesse. C'est un signal d'alerte organisationnel : elle indique qu'un écart s'est creusé entre la technologie proposée et l'environnement humain qui doit l'accueillir.

« Le rejet de l'IA est souvent moins rationnel que symbolique. »

Technoshame : honte de ne pas comprendre → silence ou repli

Surcharge cognitive : IA perçue comme "outil en plus" → rejet

Syndrome de l'imposteur : "Je vais mal m'en servir, donc je n'essaye même pas"

Clivage générationnel : jeunes plus à l'aise, seniors sous pression

Peurs projetées : "L'IA va me juger", "Je vais perdre mon rôle"

La nature complexe de la résistance à l'IA

<https://www.igr.univ-rennes.fr/fr/quand-lhumain-repond-a-lintelligence-artificielle-par-lemotion-chronique-de-rebecca-dickason/>

profils psychologiques simples

Chaque organisation qui implémente de l'IA active — consciemment ou non — génère une série de mécanismes psychologiques : sentiment d'illégitimité, peur de l'inutilité, crainte d'être évalué différemment, perte de contrôle narratif ou opérationnel. Ignorer ces signaux, c'est construire sur du sable.

L'anxieux

Il a peur de mal faire. Face à un outil dont il ne comprend pas le fonctionnement, il se replie, évite de tester, refuse de poser des questions. Il doute de sa légitimité à utiliser l'IA. Il est paralysé par l'idée de se tromper

Le statuaire

Il voit l'IA comme une menace à sa position, son expertise ou son autorité. Il redoute que sa "valeur" perçue dans l'organisation s'effondre si l'outil prend trop de place. Il peut discréditer l'outil pour préserver son influence.

Le pragmatique débordé

Il n'est pas contre, mais ne voit pas l'intérêt immédiat. Elle est submergée par ses urgences et considère que l'IA est un "truc en plus" dont elle n'a pas le temps de s'occuper.

L'hyper-technosceptique

Il veut tout comprendre, tout maîtriser. Il bloque tant qu'il n'a pas de preuve technique que l'outil est fiable, éthique, utile. Son exigence le rend lent à embarquer — mais très influent dans son réseau.

Le suiveur passif

Il utilise ce qu'on lui donne. Mais s'il n'est pas accompagné, formé, encouragé... il décroche. Il ne s'opposera jamais ouvertement, mais ne s'appropriera jamais vraiment non plus.

Le prescripteur rationnel

Il est convaincu que l'IA peut être utile, mais uniquement dans certains cas bien cadrés. Il joue souvent un rôle de relais positif... à condition qu'on le considère comme légitime dans sa posture.

Le motivé intuitif

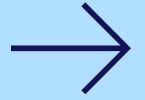
Il voit le potentiel de l'IA, aime expérimenter, propose des idées, mais peut s'essouffler s'il ne voit pas de retour d'écoute ou de valorisation.

la résistance n'est pas une posture unique, mais une dynamique de protection, d'évaluation, ou de prudence

plusieurs symptômes d'une résistance latente à l'IA

- Une utilisation formelle mais désengagée
- Des préjugés
- Une absence de feedback
- Un contournement actif de l'outil
- Des signaux faibles telle que des pilotes mort-né
- Une assimilation de l'IA à un gadget ou à une mode passagère

Le vrai coût du facteur humain négligé



Constat 74 % des projets IA échouent

53 % des collaborateurs déclarent ne pas comprendre pourquoi l'IA est introduite dans leur quotidien (Capgemini, 2023)
61 % des managers estiment ne pas être suffisamment formés pour accompagner leurs équipes sur le sujet (Gartner, 2024)
48 % des outils IA achetés restent sous-utilisés ou abandonnés après la phase de test (IDC, 2023)

Ce déséquilibre entre investissement technologique et investissement humain crée une fracture stratégique. On parle d'IA comme d'un "levier de performance", alors qu'en réalité elle devient une source de tension, de désorganisation, voire de défiance.

Ce coût ne se mesure pas uniquement en chiffre. Il se mesure en perte d'élan collectif, en crispation culturelle, en baisse de confiance. Et surtout, en ralentissement stratégique profond.

Données estimées (McKinsey, BCG, Gartner)

Causes d'échec des projets IA



- Manque d'adhésion humaine
- Objectifs mal définis
- Absence de stratégie d'acculturation IA
- Problèmes techniques ou d'outillage
- Problèmes réglementaires ou juridiques

"Plus de 3 échecs sur 5 relèvent de problèmes humains. Et pourtant... c'est le poste budgétaire le plus négligé."

En entreprise, on déploie l'outil, mais on oublie d'embarquer les usages.

Psychologie de l'adoption : comprendre pour agir

Dans les sciences cognitives et comportementales, l'adoption d'une technologie suit une série d'étapes mentales et émotionnelles.

Le modèle TAM (Technology Acceptance Model), très utilisé dans les sciences de gestion, identifie deux variables clés : **l'utilité perçue et la facilité perçue d'utilisation**. Si l'outil est perçu comme difficile à prendre en main ou inutile dans le quotidien, alors l'adoption échoue, même s'il est objectivement performant.

"L'humain ne réagit pas aux outils. Il réagit aux récits."

- **La dissonance cognitive** : lorsqu'une personne perçoit un écart entre ses valeurs, ses habitudes et ce qu'on lui demande de faire avec l'IA, elle rationalise son rejet.
- **L'auto-efficacité perçue** : si je ne me sens pas compétent, je n'essaie même pas. Et si j'essaie, je me protège en dévalorisant l'outil si je n'y arrive pas.
- **L'identité professionnelle** : tout changement qui touche les routines de travail est vécu comme une remise en question du "métier" — et donc de soi. Le rejet n'est pas rationnel, il est identitaire.

En intégrant ces grilles de lecture, on comprend que **l'adhésion n'est pas binaire**. Il existe une multitude de zones grises, de postures intermédiaires : adhésion de façade, curiosité sans usage, test unique non renouvelé, usage forcé désengagé.

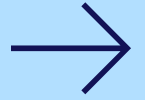
C'est pourquoi un **chef de projet IA** doit agir comme un médiateur des perceptions, pas seulement comme un gestionnaire de déploiement. Il doit être capable de :

- **Lire les signaux faibles** (silences, détours, blagues, sous-entendus...)
- **Interroger les blocages** avec bienveillance, sans les médicaliser ni les minimiser
- **Réintroduire de la clarté**, du sens, de la maîtrise

Le "syndrome du test unique"

"Un test raté sans explication devient une vérité gravée. L'outil n'est pas "à revoir". Il est, dans la tête du collaborateur, définitivement classé comme 'inutile'."

- Une **IA sans récit est perçue comme une intrusion**
- Une **IA insérée dans un projet collectif est accueillie comme une opportunité**



Stratégie d'adhésion

POSTURE	ATTITUDE TYPIQUE	RISQUES	BÉNÉFICES POTENTIELS
Réactive	"On suit ce que fait le marché"	Dépendance, inertie	Apprentissages, rapides
Opportuniste	"On teste ce qui semble marcher"	Manque d'alignement	Adaptabilité, itérations
Architecte	"On structure, on aligne, on gouverne"	Prise de temps initiale	Résilience, durabilité

• Étape 1 — Poser les bases psychologiques de l'adhésion

- Expliquer le "pourquoi" stratégique du projet IA (valeur attendue, bénéfices collectifs, limites reconnues)
- Créer un cadre narratif positif
- Donner une place active à la parole terrain dès la phase de cadrage : enquêtes, entretiens, ateliers d'écoute

• Étape 2 — Créer des rôles clairs et distribués

- Un référent IA métier (non technique) par équipe
- Un référent technique
- Un binôme utilisateur pilote + ambassadeur local

• Étape 3 — Sécuriser les premières expériences terrain

- Définir un cas d'usage simple, utile, rapide à tester
- Concevoir un scénario d'usage guidé avec un prompt préconstruit et un objectif clair
- Organiser une séance d'appropriation active
- Célébrer l'expérience, capitaliser les premiers effets positifs, formaliser les blocages sans jugement

• Étape 4 — Organiser un parcours d'acculturation continu

- Séquences de formation courtes et ciblées
- Ressources accessibles en libre service
- Espaces de feedback réguliers

• Étape 5 — Piloter l'adhésion comme un indicateur stratégique

- Taux d'adoption actif (usages déclarés, usages mesurés, usages partagés)
- Degré de confiance perçue (via questionnaires anonymes + recueil qualitatif)
- Qualité perçue → feedback émotionnel + suggestions terrain

Synthèse rapide pour décideurs

Retenir

La résistance n'est pas un obstacle : c'est un signal. Elle traduit une tension entre la promesse technologique et la réalité vécue sur le terrain. Elle doit être écoutée, traduite, valorisée.

L'adhésion est psychologique avant d'être fonctionnelle. Elle repose sur la confiance, la compréhension du "pourquoi", la sécurité perçue. Elle ne se décrète pas — elle se construit.

Chaque collaborateur vit l'IA à partir de son identité métier.

L'acceptation dépend du sentiment de compétence, de reconnaissance et d'utilité dans le quotidien professionnel.

Le facteur humain est le principal point de bascule. C'est lui qui détermine l'adoption réelle, la durabilité de l'usage, et le retour sur investissement du projet.

Une stratégie d'adhésion se pilote. Elle se mesure, s'accompagne, s'ajuste. Elle exige un cadrage rigoureux, une acculturation continue et un espace de dialogue structuré.

Réussir l'IA, c'est réussir une transformation humaine. C'est faire de la technologie un levier d'intelligence collective, et non un prétexte à l'automatisation aveugle.

Si vous n'avez qu'une seule chose à retenir : l'IA n'est jamais neutre. Elle est perçue, ressentie, racontée. Et ce récit, c'est vous qui le pilotez.



Chapitre 5

Réussir son projet IA : méthode, cas concrets et pilotage stratégique

Comment transformer un projet IA en levier de valeur concrète, durable, mesurable.

Construire une architecture robuste pour les projets IA

6C sont les fondations d'un projet IA

La méthode des 6C est conçue pour guider toute entreprise dans la structuration de projets IA, depuis la formulation du besoin jusqu'à sa mise à l'échelle. Elle constitue une boussole stratégique et opérationnelle, à appliquer en séquence ou comme grille d'audit.

1. Cadrage

Commencez par définir précisément le problème métier à résoudre, avec des indicateurs de référence (temps passé, niveau d'erreur, insatisfaction client).

Ce cadrage doit inclure :

Un livrable attendu clair

Un processus existant documenté

Un pilote terrain (réfèrent métier) pour challenger la réalité opérationnelle

2. Cas d'usage

Sélectionnez un usage simple mais stratégique, à faible risque et fort potentiel d'impact. Il doit être :

Fréquent et répétitif

Automatisable via un input textuel ou structuré

Facile à valider humainement après sortie IA

3. Choix technologique

Ne partez jamais de l'outil. Posez d'abord la question : "De quoi ai-je besoin ?". Puis choisissez :

Modèle de langage (GPT, Claude, Mistral...) selon budget / data / langue

Type d'intégration : prompt engineering, API, outil no-code, bot personnalisé

Modalités de sécurité, gestion des accès et journalisation

4. Conduite du changement

C'est ici que tout se joue. Il faut :

Former, rassurer, accompagner en co-expérimentation

Créer un espace test libre mais guidé

Collecter des feedbacks via grille qualitative (utilité perçue, clarté, valeur ajoutée)

5. Cohérence stratégique

Assurez-vous que le projet s'inscrit dans une vision d'entreprise plus large : digitalisation, excellence opérationnelle, qualité client, marque employeur...

Validez l'alignement avec les objectifs du CODIR

Anticipez les scénarios d'extension ou de duplication

6. Capitalisation

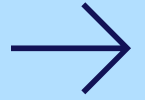
A chaque usage, construisez des briques réutilisables :

Bibliothèque de prompts ou cas d'usage validés

Grille d'évaluation / de supervision IA

Logique de passage du test → à l'industrialisation (si validé)

Mesurer l'impact d'un projet IA



Étape 1 : définir les indicateurs de performance clés (KPI)

Dès le cadrage, établissez des indicateurs précis, reliés à un objectif métier clair.

Exemple : Temps de traitement moyen avant/après-
Taux de qualité perçue des contenus générés (notation utilisateurs)-

Nombre d'erreurs évitées, taux de relecture nécessaire-
Volume de tâches automatisées ou raccourcies

Étape 2 : choisir une méthode d'évaluation adaptée

AB Testing → comparaison entre deux groupes (avec/sans IA)

Tableau de bord dynamique → suivi en continu des performances sur 30, 60, 90 jours

Journal d'usage → retour utilisateur structuré + évaluation subjective + notes sur valeur perçue

Matrice Effort/Gain → classer les cas d'usage selon l'effort requis vs la valeur générée

Étape 3 : suivre dans la durée et itérer

La mesure ne doit pas être ponctuelle. Elle doit s'ancrer dans une logique de pilotage continu :
Itérations successives de prompts / outils / usage par les équipes.

Séances d'analyses collectives : "qu'est-ce qu'on gagne réellement ?"

Identification des usages à abandonner, maintenir, étendre

Facteurs clés de succès

- Les équipes pilotent l'IA comme un projet de transformation, pas comme un POC isolé
- Elles associent systématiquement les référents métier aux phases d'expérimentation
- Elles intègrent un retour d'expérience formalisé dans chaque déploiement
- Elles mettent en place des rituels d'usage et de feedback, même informels

Exemples d' IA qui fonctionnent vraiment

Voici une sélection de cas d'usage d'IA réellement déployés, avec pour chacun : objectif, technologie utilisée, résultats observés (moyen déduit des différentes sources)

Service client (logistique)

- 🎯 Objectif : accélérer les réponses clients sans dégrader la qualité
- ⚡ Techno : GPT-4 + prompts internes
- 📊 Résultat : -31 % temps de traitement, +17 % satisfaction

Rédaction RH (formation)

- 🎯 Objectif : standardiser les offres d'emploi et gagner du temps
- ⚡ Techno : GPT + tonalité RH + validations juridiques
- 📊 Résultat : +2 j/homme gagnés/semaine, meilleure perception de la marque employeur

Direction de TPE innovante

- 🎯 Objectif : résumer et structurer l'information stratégique
- ⚡ Techno : ChatGPT + moteur RAG + corpus interne
- 📊 Résultat : +50 % de réactivité décisionnelle

Fiches produits (e-commerce)

- 🎯 Objectif : enrichir et automatiser les fiches produits SEO
- ⚡ Techno : GPT + template + injection attributs
- 📊 Résultat : production x4, SEO +38 %, taux de clic +19 %

Conformité RGPD (société tech)

- 🎯 Objectif : analyser des documents internes pour conformité
- ⚡ Techno : IA juridique + base documentaire + moteur de règles
- 📊 Résultat : -60 % temps pré-analyse, +80 % audits formalisés

Gestion de projet (ESN)

- 🎯 Objectif : automatiser mails, comptes-rendus, roadmaps
- ⚡ Techno : IA embarquée dans Notion, Slack et CRM interne
- 📊 Résultat : -50 % de temps de rédaction, + cohérence perçue client

Lead scoring (SaaS B2B)

- 🎯 Objectif : prioriser automatiquement les leads froids à recontacter
- ⚡ Techno : IA sur CRM + prompts scoring comportemental
- 📊 Résultat : +22 % conversion, baisse du coût d'acquisition

Compte-rendu réunion (cabinet conseil)

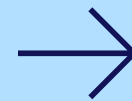
- 🎯 Objectif : générer des synthèses de réunion automatisées
- ⚡ Techno : transcription + IA de structuration + prompts
- 📊 Résultat : +2h/consultant/semaine, +31 % satisfaction client

Appels d'offres (bureau d'études)

- 🎯 Objectif : accélérer la rédaction des réponses marchés publics
- ⚡ Techno : prompts + corpus modèle + IA générative
- 📊 Résultat : 3x plus de soumissions traitées, meilleurs scores

...

Aller plus loin : vers des architectures IA avancées et hybrides



Une fois les premiers cas d'usage validés, certaines entreprises développent des projets IA plus complexes, en intégrant plusieurs couches technologiques et en combinant différents outils. Voici un aperçu non exhaustif des possibilités d'extensions avancées

Combinaison de modèles

Coupler un LLM (type GPT-4) avec un moteur de recherche contextuel (RAG)
Ajouter un classifieur métier entraîné en amont pour orienter les réponses IA
Intégrer plusieurs modèles spécialisés (texte, image, audio, tableau) dans un même pipeline

ne jamais complexifier pour complexifier — mais pour scaler, fluidifier ou augmenter la qualité métier.

Interfaçage avec les systèmes métiers

Connexion à l'ERP pour traitement automatisé de documents internes
Extraction / structuration de données CRM à partir d'échanges textuels
Automatisation de réponses dans un système ticketing ou service client

Workflows automatisés pilotés par IA

IA générative + no-code (Make, Zapier, Notion AI, n8n...)
Scénarios complexes : input document → résumé → vérification → envoi automatique
Boucles d'apprentissage utilisateur + enrichissement base de prompts interne

IA comme agent intelligent autonome

Construction d'agents IA orientés mission (sales, recrutement, support juridique)
Coordination multi-agents (par ex. un bot qui rédige + un autre qui valide + un troisième qui reformule selon le ton de la marque)
Architecture d'agent en "chaîne de valeur" pilotée par API

Ces usages nécessitent des compétences techniques plus poussées (développement, DevOps, MLops), mais surtout un cadrage stratégique très rigoureux.

“Expert IA” ... ou illusion cognitive ?

« L'IA est devenue un label marketing plus qu'une compétence technique. »

Pourquoi tout le monde se prétend “expert IA”

Facteurs déclencheurs :

L'IA générative est impressionnante → illusion de simplicité

La maîtrise d'un outil (ChatGPT, Midjourney...) est **confondue avec une compétence stratégique**

L'absence de normes claires sur les métiers liés à l'IA

L'effet vitrine de LinkedIn → expert autoproclamé + storytelling gonflé

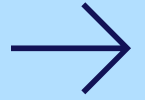
A. Jean dans Le Figaro (2024) – “Attention à ces pseudo-experts qui promettent de vous former à l'IA en quelques heures”

Le Monde Informatique (2022) – “Des milliers de profils LinkedIn générés par IA ont envahi les réseaux sans éveiller de soupçons. »

Les 5 profils à fuir

PROFIL À FUIR	INDICE D'ALERTE	RISQUE PRINCIPAL
Le “buzz consultant”	Beaucoup de slides, peu d'écoute	Marketing sans implémentation
Le “no-code messie”	Automatiser tout sans contrainte	Sous-estimation des complexités
L'illusionniste API	Parle d'API sans schéma d'architecture	Dangers RGPD / sécurité
Le “prompt master”	Ne parle que de prompt, jamais de métier	Hors-sol opérationnel
ORD02297	IA + cybersécurité + RSE + Web3 en une page	In transit

Ce que fait (vraiment) un expert IA



Les 4 profils réellement utiles dans un projet IA :

Le traducteur métier / IA → convertit un besoin business en cas d'usage structuré

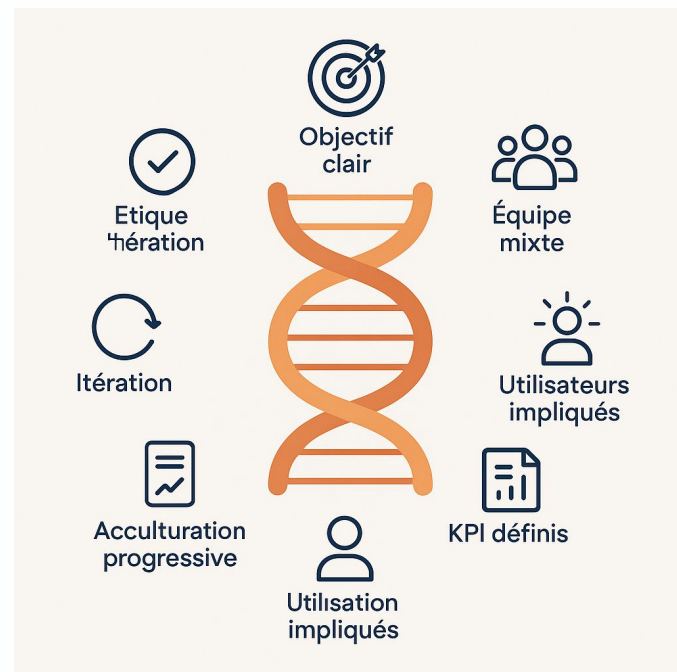
L'architecte technique → modélise, sécurise, optimise l'intégration IA dans l'écosystème

Le facilitateur / formateur → acculture, vulgarise, embarque les équipes

Le stratège IA → anticipe, priorise, mesure et cadre l'évolution IA dans l'entreprise

Évaluer un expert IA en 7 critères

- 🔍 Comprend vos enjeux métier (et pas seulement l'outil)
- 🧠 Traduit l'IA en décisions stratégiques concrètes
- 📊 Maîtrise les limites techniques autant que les promesses
- 👉 Travaille avec les équipes, pas à leur place
- 📈 Propose des KPIs pertinents, pas des buzzwords
- 🕒 Pose plus de questions qu'il ne vend de solutions
- 🚫 N'a pas peur de dire "Non, ce n'est pas utile ici"





Conclusion

Ce qui va faire la différence maintenant



Formuler une vision IA d'entreprise → claire, humaine, réaliste

Cadrer un projet pilote utile et mesurable, avec les bons indicateurs

Identifier vos freins émotionnels et culturels internes → et les traiter

Sélectionner vos partenaires IA avec exigence → valeur, pas vitrine

Mettre en place une gouvernance IA transverse, durable et évolutive

"L'IA n'est pas une priorité. Votre stratégie l'est. Et l'IA n'en est qu'un levier."

- 👉 Vous ne devez pas devenir expert en IA.
- 👉 Vous devez devenir expert de vos propres usages IA.
- ✓ En posant des limites claires
- ✓ En construisant une stratégie utile et alignée
- ✓ En choisissant l'impact sur l'effet waouh
- ✓ En restant aux commandes

Et si vous n'étiez pas seul ?

Il ne s'agit pas de "rattraper le train". Il s'agit de poser votre propre trajectoire.

Et si votre trajectoire IA commençait ici ?

Chez BGTconsult.ai, nous croyons qu'un projet IA ne se réussit pas uniquement avec de bons outils. Il se réussit avec une vision claire, un cadrage stratégique précis, une capacité d'accompagnement humain solide et une obsession pour l'impact réel.

Nous vous aidons à poser les bonnes fondations :

Définir des cas d'usage utiles, mesurer ce qui compte vraiment, **former vos équipes** pour qu'elles ne subissent pas l'IA mais la maîtrisent. **Construire** non pas des expérimentations gadgets, mais **des outils opérationnels alignés avec vos objectifs d'entreprise**.

Notre approche repose sur une conviction forte :

L'IA n'est un levier puissant que si elle est pleinement comprise, intégrée et alignée sur vos enjeux de valeur .

Pas de discours technocentré

Pas de mode passagère

Pas de solutions génériques

Nous travaillons sur mesure, au rythme de vos besoins, avec une exigence simple : faire de l'IA un levier d'agilité, de performance et d'alignement humain.

Envie d'avancer avec clarté et ambition ?

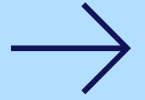
Nous sommes prêts à construire votre stratégie IA, pas à vous vendre des outils.

Parlons transformation, parlons usages, parlons résultats.

✉ thibault@bgtconsult.ai

🌐 <https://bgtconsult.ai/>





Synthèse

Ce que vous pouvez retenir

Une IA utile est une IA alignée, gouvernée, partagée et mesurable

Le rôle du décideur n'est pas d'être expert. C'est d'être stratège responsable

Le choix de l'IA est un choix d'organisation, de vision et de marque

Actions concrètes

Rédigez une vision IA d'entreprise en 1 page claire → usages, limites, objectifs

Mettez en place un comité de pilotage IA interfonctionnel

Ajoutez un "filtre IA" dans chaque grande décision stratégique (outil, fournisseur, RH, communication...)

repositionner l'IA comme reflet stratégique de la marque

- Votre manière d'intégrer l'IA dit qui vous êtes vraiment
- Une IA "open source" ou "cloud souverain" ne raconte pas la même histoire
- L'IA doit être cohérente avec vos engagements RSE, RH et clients

Base documentaire du livre blanc

Les liens ci-dessous ont été sélectionnés pour leur fiabilité, leur fraîcheur et leur pertinence dans le cadre d'une démarche d'intégration de l'IA en entreprise — qu'elle soit technique, humaine, organisationnelle ou stratégique.

Sources & Références

Échecs et défis des projets IA

https://www.rand.org/pubs/research_reports/RRA2680-1.html
<https://www.ciodive.com/news/AI-project-fail-data-SPGlobal/742590>
<https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2024/11/15/why-85-of-your-ai-models-may-fail>
<https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2023/04/10/why-most-machine-learning-applications-fail-to-deploy>
<https://cybernews.com/ai-news/ai-projects-failure-rate-issues/>
<https://www.techspot.com/news/104473-report-reveals-80-ai-projects-fail-doubling-project.html>

Facteurs de succès des projets IA

<https://research.aston.ac.uk/en/publications/critical-success-factors-for-artificial-intelligence-projects>
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/jm2-06-2024-0204/full/html>
<https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2024/09/13/for-ai-adoption-success-focus-on-these-five-critical-value-drivers>

Impact de l'IA sur la performance des employés

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4951891
<https://www.frontiersin.org/journals/artificial-intelligence/articles/10.3389/frai.2024.1473872/full>
<https://arxiv.org/abs/2412.04796>
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1047831024000294>
<https://www.businessinsider.com/kpmg-trust-in-ai-study-2025-how-employees-use-ai-2025-4>

Base documentaire du livre blanc

Adoption et usage de l'IA en entreprise

<https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-2024>
https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/quantumblack/our%20insights/the%20state%20of%20ai/2025/the-state-of-ai-how-organizations-are-rewiring-to-capture-value_final.pdf
<https://www.accenture.com/content/dam/system-files/acom/custom-code/ai-maturity/Accenture-Art-of-AI-Maturity-Report-Global-Revised.pdf>
<https://newsroom.accenture.com/news/2024/new-accenture-research-finds-that-companies-with-ai-led-processes-outperform-peers>
<https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/accenture-com/document-2/Accenture-Work-Can-Become-Era-Generative-AI.pdf>
<https://newsroom.accenture.com/news/2022/more-than-60-percent-of-companies-are-only-experimenting-with-ai-creating-significant-opportunities-for-value-on-their-journey-to-ai-maturity-accenture-research-finds>
<https://www.deloitte.com/global/en/about/press-room/ai-institute-new-generative-dossier-reveals-key-business-ready-cases-deployment.html>
<https://www.reuters.com/business/emerging-economies-lead-way-ai-trust-survey-shows-2025-04-28/>
<https://www.reuters.com/business/world-at-work/workers-could-save-122-hours-year-by-adopting-ai-admin-tasks-says-google-2025-04-24>
<https://www.businessinsider.com/duolingo-ceo-how-ai-will-be-used-performance-reviews-headcount-2025-4>
<https://www.businessinsider.com/consulting-ai-mckinsey-bcg-deloitte-pwc-kpmg-chatbots-ai-tools-2025-4>
<https://www.theguardian.com/technology/2025/apr/25/microsoft-says-everyone-will-be-a-boss-in-the-future-of-ai-employees>

IA et gestion des talents / RH

<https://news.sap.com/2024/11/sap-successfactors-delivers-ai-hr-innovations-successconnect/>
<https://news.sap.com/2024/10/new-ai-sap-successfactors-hcm-suite-workforce-management-upskilling-organizational-evolution/>
<https://community.sap.com/t5/human-capital-management-blogs-by-members/sap-successfactors-ai-roadmap-key-takeaways-from-successconnect-2024/ba-p/13928945>
<https://futurumgroup.com/insights/sap-embeds-ai-across-successfactors-suite-transforming-workforce-management>

...

Base documentaire du livre blanc

Publications académiques & stratégiques

MIT Sloan Management Review

<https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/practical-ai-implementation-success-stories-mit-sloan-management-review>

<https://sloanreview.mit.edu/article/10-urgent-ai-takeaways-for-leaders>

<https://sloanreview.mit.edu/article/why-ai-demands-a-new-breed-of-leaders>

Harvard Business Review

<https://hbr.org/2025/01/what-companies-succeeding-with-ai-do-differently>

<https://hbr.org/2024/05/how-to-implement-ai-responsibly>

<https://hbr.org/2023/09/reskilling-in-the-age-of-ai>

Brookings Institution

<https://www.brookings.edu/articles/generative-ai-the-american-worker-and-the-future-of-work>

<https://www.brookings.edu/articles/how-will-ai-affect-productivity>

<https://www.brookings.edu/articles/machines-of-mind-how-generative-ai-will-power-the-coming-productivity-boom>

Pew Research Center

<https://www.pewresearch.org/social-trends/2025/02/25/workers-views-of-ai-use-in-the-workplace>

<https://www.pewresearch.org/internet/2025/04/03/public-and-expert-predictions-for-ais-next-20-years>

OCDE

https://www.oecd.org/en/publications/fostering-an-inclusive-digital-transformation-as-ai-spreads-among-firms_5876200c-en.html

https://www.oecd.org/en/publications/the-impact-of-artificial-intelligence-on-productivity-distribution-and-growth_8d900037-en.html

L'IA ne changera pas votre entreprise. Mais votre posture, oui.

En quelques mois, l'IA générative est devenue omniprésente.

Mais entre fascination, panique et emballement collectif, un constat s'impose : Ce n'est pas la technologie qui crée la confusion. C'est le récit qu'on en fait. Et les décisions qu'on prend sans recul.

Ce livre blanc vous a permis de déconstruire les illusions, clarifier les enjeux, détecter les risques... et surtout, poser un cadre de décision mature, stratégique, réaliste.

- ✓ L'IA n'est pas magique. Elle est mathématique.
- ✓ Un outil performant mal intégré = un échec garanti.
- ✓ Les peurs ne viennent pas de l'IA, mais de notre absence de cadre.
- ✓ La plupart des projets IA échouent par défaut de pilotage, pas de compétence.
- ✓ Le vrai enjeu est d'aligner IA, vision, culture, métier et gouvernance.

