

Contact presse :
Florence Lièvre
Tél. : 01 47 54 50 76
E-mail : florence.lievre@capgemini.com

L'intelligence artificielle crée des emplois pour les organisations qui l'ont déployée et stimule les ventes

4 entreprises sur 5 ont créé des emplois en ayant adopté l'intelligence artificielle, selon la nouvelle étude du Digital Transformation Institute de Capgemini

Paris, le 7 septembre 2017 – [Capgemini](#), l'un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance, publie les résultats de son étude « [Turning AI into concrete value: the successful implementers' toolkit](#) », réalisée auprès de 1 000 entreprises ayant un chiffre d'affaires supérieur à 500 millions de dollars et qui ont recours à l'intelligence artificielle (IA), que ce soit en phase de test ou à grande échelle¹. Cette étude déjoue les craintes de destruction massive d'emplois à court terme que provoquerait l'adoption de l'IA et révèle les perspectives de croissance qu'offre cette dernière. En effet, l'IA est à l'origine directe de création de postes dans 83% des sociétés interrogées et, dans trois quarts des cas, d'une augmentation des ventes de 10%.

Création d'emplois

Les résultats de cette enquête, menée auprès de dirigeants de sept secteurs d'activité dans neuf pays, montrent que quatre entreprises sur cinq (83%) ont créé des emplois grâce à l'adoption de l'intelligence artificielle, avec deux tiers des postes créés au niveau cadre ou cadre supérieur. Par ailleurs, parmi les sociétés qui utilisent déjà les technologies d'IA à grande échelle, plus de trois sur cinq (63%) n'ont pas supprimé de postes du fait de l'adoption de l'IA.

Outre la tendance à favoriser la création de postes à responsabilité, le rapport montre également que les entreprises considèrent l'intelligence artificielle comme un moyen de réduire le temps consacré aux tâches répétitives et administratives pour se concentrer sur celles à plus forte valeur ajoutée. La plupart des organisations interrogées (71%) ont entrepris des actions proactives de formation ou de perfectionnement des employés pour tirer profit de leurs investissements dans l'IA. Parmi celles qui ont procédé à une mise en œuvre à grande échelle, la vaste majorité estime que l'IA simplifiera les tâches complexes (89%) et que les machines dotées d'intelligence coexisteront avec les hommes dans les entreprises (88%).

« *Ce que nous souhaitons c'est que l'être humain puisse utiliser le meilleur de ses capacités* », explique Michael Natusch, responsable mondial de l'IA chez Prudential. « *L'IA permet de consacrer moins de temps aux tâches monotones autrefois exécutées par l'homme, permettant ainsi de se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée pour l'entreprise et pour les clients.* »

¹ « A grande échelle » : fait référence ici à une implémentation qui va au-delà de petits projets pilotes ou tests et qui est transverse aux unités opérationnelles, aux fonctions et zones géographiques des organisations.

L'expérience client, première motivation des organisations ayant adopté l'intelligence artificielle

D'après cette étude, les entreprises technophiles ont recours à l'intelligence artificielle pour stimuler les ventes, dynamiser les opérations, améliorer l'engagement client et recueillir des informations pertinentes pour les activités. Les résultats sont prometteurs : trois quarts des sociétés voient déjà leurs ventes augmenter de 10% depuis la mise en œuvre de cette technologie. Les entreprises qui ont adopté l'IA misent beaucoup sur l'amélioration de l'expérience client : 73% d'entre elles considèrent que l'IA peut les aider à accroître leurs taux de satisfaction client, et 65% pensent qu'elle pourrait renforcer la fidélité de leur clientèle.

Occasions manquées

Cependant, l'étude montre que de nombreuses entreprises doivent encore aligner leurs investissements dans l'intelligence artificielle aux opportunités commerciales. Les experts en technologies poussent les sociétés à privilégier les grands projets autour de l'intelligence artificielle, souvent difficiles à mettre en place, au détriment de projets plus raisonnables qui pourraient être tout autant bénéfiques. Ainsi, plus de la moitié d'entre elles (58%) se concentrent sur les mises en œuvre « nécessaires », ou sur des projets à forte valeur ajoutée mais très complexes tels que ceux relatifs au service client, alors que seules 46% procèdent aux mises en œuvre « indispensables », de faible complexité mais à forte valeur ajoutée. Se positionner à la fois sur ces deux types de projets leur serait davantage bénéfique, avec pour résultat, par exemple, la possibilité de réduire le taux de perte client jusqu'à 26% en moyenne pour celles qui mettent en place un grand nombre de « best practices ».

Les secteurs traditionnels en tête

Les secteurs traditionnels et fortement réglementés sont à la pointe de l'innovation en matière d'intelligence artificielle : les télécoms (49%), la grande distribution (41%) et les banques (36%) ont mis en œuvre l'IA à grande échelle, tandis que les industries automobile (26%) et manufacturière (20%) connaissent actuellement les taux d'utilisation de l'IA les plus faibles.

De même, il existe un contraste frappant entre les régions du monde. L'Inde arrive en tête - plus de la moitié (58%) des entreprises qui ont déployé des initiatives d'IA l'ont fait à grande échelle - suivie par l'Australie (49%). Les pays européens - notamment l'Espagne (31%), les Pays-Bas (24%) et la France (21%) - sont moins avancés dans ce domaine. Cela montre que les entreprises qui évoluent dans ces marchés ne sont pas encore prêtes à adopter l'IA.

Comme l'affirme Ron Tolido, Chief Technology Officer Insights & Data du groupe Capgemini : *« L'IA a la capacité de révolutionner toutes les entreprises, quel que soit leur secteur d'activité et le marché dans lequel elles évoluent ; son potentiel est illimité. Cependant, il existe un contraste important entre celles qui exploitent les solutions d'IA à grande échelle et en récoltent les fruits, et celles qui sont encore en phase de test.*

Certaines concentrent leurs efforts sur les projets d'IA très complexes et manquent ainsi des opportunités sur des projets faciles à réaliser qui pourraient leur apporter des résultats rapidement. Les entreprises, en particulier celles qui n'ont pas déployé l'IA à « grande échelle », devraient se concentrer sur ces projets plus simples pour bénéficier plus rapidement de toutes les opportunités offertes par l'IA. »

Comment se lancer dans l'intelligence artificielle

Les entreprises qui souhaitent exploiter le plein potentiel de l'intelligence artificielle sont confrontées à de nombreux défis et auront besoin de définir clairement les domaines où elles, et leurs clients, pourront tirer le meilleur parti de l'IA sur le long terme. En conclusion, le rapport identifie les étapes clés avant d'initier la mise en œuvre d'un projet d'IA, parmi lesquelles :

- prendre en considération les dimensions technologiques mais aussi humaines
- identifier les domaines où l'IA peut offrir les avantages les plus importants sur le long terme
- allier vision descendante et exécution ascendante
- préparer l'entreprise à la mise en œuvre.

Vous pouvez télécharger une copie du rapport en cliquant [ici](#).

Méthodologie de l'étude

Cette étude du *Digital Transformation Institute* de Capgemini met en lumière les opportunités et bénéfices de l'intelligence artificielle pour les entreprises. Le rapport rassemble les témoignages de 993 personnes interrogées dans neuf pays : Australie, France, Allemagne, Inde, Italie, Pays-Bas, Espagne, Royaume-Uni et Etats-Unis. Il s'agit de dirigeants d'entreprises, multinationales et start-ups exerçant leurs activités dans sept secteurs (l'automobile, la banque, les assurances, l'industrie, les télécommunications et les Utilities) qui ont fait le choix d'investir dans l'intelligence artificielle. Le chiffre d'affaires des entreprises ayant répondu à cette étude est supérieur à 500 millions de dollars. L'enquête a été réalisée entre mars et juin 2017.

À propos de Capgemini

Avec plus de 190 000 collaborateurs, Capgemini est présent dans plus de 40 pays et célèbre son cinquantième anniversaire en 2017. Le Groupe est l'un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance et a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 12,5 milliards d'euros. Avec ses clients, Capgemini conçoit et met en œuvre les solutions business, technologiques et digitales qui correspondent à leurs besoins et leur apportent innovation et compétitivité. Profondément multiculturel, Capgemini revendique un style de travail qui lui est propre, la « [Collaborative Business Experience™](#) », et s'appuie sur un mode de production mondialisé, le « [Rightshore®](#) ».

Plus d'informations sur : www.capgemini.com

Rightshore® est une marque du groupe Capgemini

À propos du Digital Transformation Institute

Le Digital Transformation Institute est le centre de recherche de Capgemini sur les technologies numériques. L'institut publie régulièrement des études sur l'impact des technologies numériques au sein des organisations et des grands secteurs économiques. L'équipe de l'Institut s'appuie sur le réseau international d'experts de Capgemini et travaille en étroite collaboration avec les partenaires académiques et technologiques du Groupe. Il dispose également de plusieurs centres de recherche dédiés en Inde, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.

À propos de Capgemini Consulting

Capgemini Consulting est la marque de conseil en stratégie et transformation du groupe Capgemini. Leader dans la transformation des entreprises et des organisations, Capgemini Consulting aide ses clients à concevoir et mettre en œuvre des stratégies innovantes au service de leur croissance et de leur compétitivité. La nouvelle économie numérique est synonyme de ruptures mais aussi d'opportunités. Les 3 500 consultants de Capgemini Consulting travaillent avec des entreprises et des organisations de premier plan pour les aider à relever ces défis en menant à bien leur transformation numérique.

Plus d'informations sur : <http://www.capgemini-consulting.com/>