

L'avantage de l'adoption : la véritable valeur de l'IA générationnelle est l'affaire de tous



Le DRH d'Amara souhaite définir une feuille de route sur l'utilisation de l'IA générative. Amara sait que la valeur émerge lorsque les employés définissent et façonnent eux-mêmes les cas d'usage.



Business

**Intelligence artificielle.
Valeur réelle.**

Orange a déployé avec succès l'IA générative dans l'ensemble de l'entreprise, avec pour objectif de former la moitié de ses employés à cette technologie d'ici à la fin 2025.



Or, selon McKinsey, la plupart des entreprises « tardent à mettre en place les pratiques d'adoption et d'évolutivité créatrices de valeur », et seulement 1 % des dirigeants qualifient le déploiement de l'IA générative de « mature »¹ dans leur entreprise. Cette note de synthèse reprend certaines des leçons les plus précieuses tirées de nos deux années d'expérience avec l'IA générative. Elle contient des conseils pratiques et des stratégies éprouvées visant à aider nos clients à créer une véritable valeur et à accélérer leur propre transformation en matière d'IA générative.

McKinsey a qualifié l'année 2023 d'« année de rupture » en matière d'IA générative dans un rapport publié en août de cette même année². Avec le lancement, huit mois plus tôt, de ChatGPT, les attentes vis-à-vis de l'impact de l'IA générative demeuraient élevées. Dans ce même rapport, on apprenait que les trois quarts des personnes interrogées s'attendaient à voir l'IA générative « bouleverser la nature de la concurrence dans leur secteur au cours des trois prochaines années ».

À la même période, Orange se préparait à lancer son propre outil interne d'IA générative, désormais disponible sur le marché sous le nom de Live Intelligence. L'objectif était de permettre à nos employés de découvrir le potentiel des LLM pour l'amélioration de leur travail au quotidien. Pour commencer, il était évident que nous devons éviter que nos employés utilisent ChatGPT avec des données de l'entreprise. Cela aurait créé un risque de « shadow AI » et introduit des vulnérabilités de sécurité, pouvant entraîner des violations de confidentialité ou des problèmes de conformité. Pour éviter cela, nous avons souhaité leur donner accès à des outils d'IA générative, tout en mettant en place des règles de gouvernance pour garantir leur utilisation en toute sécurité.

Dès les débuts de l'IA, il nous est apparu clairement que cette technologie aurait un impact majeur dans trois domaines : amélioration des interactions clients dans nos centres d'appels, automatisation de certains aspects de nos opérations réseau et mise à disposition d'outils de productivité pour nos employés de bureau. C'est pourquoi, plutôt que de limiter l'utilisation à un petit groupe d'experts, nous avons ouvert Live Intelligence à l'ensemble de nos plus de 100 000 collaborateurs en septembre 2023. Nous leur avons montré ces cas d'usage et encouragé chacun à repérer les processus où l'IA générative pourrait leur être la plus utile.

Deux ans plus tard, nous comptons 12 000 à 15 000 utilisateurs quotidiens de Live Intelligence et 44 000 à 48 000 utilisateurs mensuels. Les utilisateurs ont ainsi créé plus de 20 000 agents IA personnels, dont environ 300 ont été industrialisés par des équipes centrales en agents IA « officiels ». En moyenne, nos employés économisent ainsi deux heures de travail par semaine. Nos employés de première ligne ont notamment pu mettre en place plusieurs agents d'IA destinés, par

exemple, aux techniciens d'intervention. À ce jour, 50 000 employés d'Orange Business sont entièrement formés à l'utilisation de cette technologie. Par ailleurs, cette adoption généralisée a abouti à la création d'une plateforme pour l'introduction de l'IA agentique (IA capable d'autonomie dans des actions complexes) destinée à préparer la prochaine étape, encore plus prometteuse, de notre parcours en IA générative.

Malheureusement, toutes les statistiques semblent montrer que notre réussite reste une exception plutôt que la norme. Une étude récente du MIT a révélé que, malgré des investissements de 30 à 40 milliards de dollars dans l'IA générative, 95 % des entreprises ne constatent aucun effet mesurable. Il ressort également de cette étude que le problème « n'est pas lié à la qualité du modèle ou à la réglementation, mais à l'approche adoptée »³. Tout cela montre qu'il pourrait être utile de partager notre expérience avec le déploiement interne de Live Intelligence et de mettre en avant les enjeux plus larges pour d'autres entreprises.

En première ligne :

Richard (Customer Insights - Groupe Orange)



En déployant Live Intelligence en interne, Orange Business présente l'image d'une entreprise responsable qui offre un environnement sécurisé pour l'expérimentation. Mon message à mes collègues et au-delà, à tout le monde, est simple. Je voudrais les inciter à essayer cette technologie, car elle sera bientôt incontournable. Il est donc essentiel d'acquérir les compétences nécessaires dès maintenant. Je dirais que Live Intelligence est un excellent moyen de découvrir l'IA générative. Avec un peu de pratique pour la formulation des requêtes, vous serez rapidement surpris par les résultats.



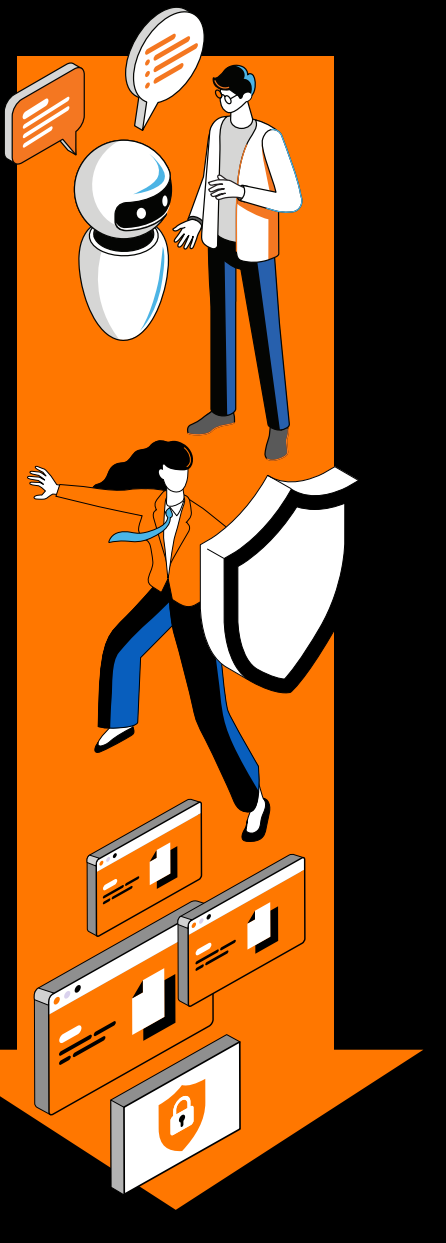
De haut en bas...

Dès le début, nous avons fait de l'intégration des principes éthiques et des pratiques responsables en matière d'IA une priorité, et ce, non seulement pour répondre aux exigences de conformité, mais aussi pour assurer le succès durable de notre entreprise. Des recherches scientifiques récentes (INRIA, 2024) soulignent qu'une IA responsable est essentielle pour instaurer la confiance, garantir l'équité et obtenir l'acceptation de la société, autant de conditions indispensables à une adoption durable et à la création de valeur réelle pour l'entreprise.

Une mise en œuvre réussie de l'IA exige également une surveillance continue et une réduction des biais (George et al., 2025). Chez Orange, nous procédons de manière proactive à des examens systématiques des biais, ainsi qu'à des audits réguliers d'équité, et nous privilégions une communication transparente avec les diverses parties prenantes. Le modèle de gouvernance d'Orange Business, notamment son Comité d'éthique de l'IA et ses équipes pluridisciplinaires dédiées, garantit un déploiement de l'IA conforme aux normes éthiques, à la législation en vigueur et aux valeurs sociétales, ce qui favorise la confiance et la création de valeur à long terme. Ces mesures nous aident à garantir

que nos systèmes d'IA offrent des résultats équitables pour tous les utilisateurs et soutiennent nos objectifs commerciaux plus larges.

Une de nos préoccupations au sujet de l'IA générative concernait la protection des données. Cette problématique est aussi importante pour l'employeur que pour l'utilisateur. Les premières questions qui nous étaient posées en 2023, lorsque nous avons commencé à tester M365 Copilot et à déployer Live Intelligence, étaient toujours les mêmes : « Où vont mes données ? » et « Quelles données puis-je utiliser ? » Notre réponse comprenait deux volets.



Tout d'abord, nous avons élaboré un cadre technique et juridique garantissant qu'aucune donnée envoyée à un LLM n'est conservée ni réutilisée, mais uniquement traitée dans le but de générer une réponse à une requête. Nous avons répété cet exercice avec chaque éditeur LLM que nous avons inclus dans Live Intelligence. Nous nous sommes également engagés à héberger toutes nos données en Europe et, lorsque nous avons intégré la recherche web à l'outil, nous avons fait en sorte que le moteur de recherche utilisé respecte les mêmes règles.

Ensuite, nous avons publié une charte d'IA responsable qui définit les principes généraux d'utilisation de l'IA applicables au sein d'Orange. Cette charte décrit les risques et les avantages de la technologie, précise les outils de gouvernance et les mesures de protection des données personnelles mis en place, ainsi que les conditions d'utilisation. (Par exemple, nous n'utiliserons jamais d'images générées par l'IA dans nos supports publicitaires destinés au public.)

Nous avons également sensibilisé nos employés à l'utilisation éthique et conforme des données. Nous avons notamment interdit l'utilisation de l'IA générative pour classer les CV des candidats en fonction d'une offre d'emploi spécifique. En précisant clairement la manière dont nos employés doivent, ou non, utiliser l'IA générative, nous avons créé un cadre qui leur permet de faire appel à cet outil de manière sécurisée, conforme et responsable.

Avec ces garde-fous en place, nous avons pu autoriser toute personne qui souhaitait créer et partager un assistant IA à le faire, et ce sans validation centrale. Les collaborateurs ont ainsi pu utiliser rapidement leurs assistants sans avoir à justifier leur valeur auprès d'une autorité centrale pas forcément familiarisée avec le contexte d'utilisation. C'est ainsi que nous avons pu créer les 20 000 assistants personnels mentionnés précédemment.

Pour limiter davantage les risques liés à cet accès démocratisé à Live Intelligence, et en complément de la liste des assistants personnels partagés, nous disposons d'une bibliothèque d'assistants officiels. Proposés à l'ensemble du groupe, ces derniers sont optimisés pour une utilisation à l'échelle de l'entreprise et ont été conçus pour minimiser les émissions et les coûts. Nous procédons également à un exercice de curation post-publication, qui consiste notamment à supprimer les agents inutilisés ou en double, et à vérifier leur conformité avec la charte. Il vient compléter le cycle, la responsabilité du développement des cas d'utilisation passant du centre aux différents métiers, puis revenant au centre.



Sécurité dès la conception

Le rôle de l'équipe de sécurité en tant que facilitatrice de l'IA générative a été abondamment commenté. Ses membres sont souvent considérés comme des « empêcheurs de tourner en rond » que l'on essaie fréquemment de contourner.

C'est une approche très dangereuse si l'on considère la puissance d'un outil tel que l'IA générative. Le risque zéro n'existe pas, mais il est important d'éviter les risques inacceptables ; c'est pourquoi nous recommandons d'impliquer les équipes de sécurité dès le début afin d'évaluer les dangers et de définir des stratégies pour les atténuer. Si un cas d'usage de l'IA générative présente un risque inacceptable, mieux vaut y renoncer dès l'étape de preuve de concept (PoC) plutôt que d'investir des dizaines de milliers d'euros, ou plus, dans son développement. (Pour mieux comprendre comment sécuriser les applications optimisées par l'IA générative, consultez notre blog « Personnes, processus et technologie : les trois piliers d'une sécurité réussie pour l'IA générative ».)

Il est également essentiel de trouver un équilibre parfait entre la sécurité et la facilité d'accès. Si les utilisateurs se heurtent à trop de difficultés pour utiliser un outil d'IA générative approuvé par l'entreprise, le risque d'un recours au « shadow AI » est fort ; alors que votre propre solution a été conçue pour éviter cela. Nous avons donc travaillé très dur pour doter Live Intelligence d'une interface conviviale et qu'elle soit accessible via notre solution d'authentification unique existante, sans avoir besoin de créer un compte ou de générer un nouveau mot de passe. La garantie d'un accès fluide à Live Intelligence était la clé d'une adoption à grande échelle.

Diriger en montrant l'exemple



Le rôle des dirigeants d'une entreprise dans l'intégration de l'IA générative est souvent sous-estimé. En effet, un rapport récent de McKinsey a révélé que moins de **30 % des PDG soutiennent directement leur programme d'IA**. Parmi ceux qui s'engagent sur ce type de projet, **27 % voient leurs idées sur le marché en trois mois maximum**, soit bien plus rapidement que la moyenne de trois à six mois observée ailleurs⁴.

Chez Orange Business, nous avons conçu un parcours de formation spécialement destiné aux cadres ainsi qu'une formation personnalisée pour les membres du Comité Exécutif. Notre PDG, **Aliette Mousnier-Lompré**, a assisté à toutes les réunions cruciales et a publiquement partagé sa propre utilisation de Live Intelligence. Pour elle, il ne faisait aucun doute que l'IA générative représentait un atout stratégique pour l'entreprise, et pas un outil informatique parmi d'autres. Notre expérience confirme les conclusions d'une étude du cabinet BCG, selon laquelle la proportion de salariés ayant une opinion positive de l'IA générative passe de 15 % à 55 % lorsque le soutien de la direction est solide.

Nous avons également choisi d'aligner le déploiement de l'IA générative sur les principes mêmes de notre stratégie commerciale. C'est pourquoi nous nous sommes concentrés sur l'impact attendu de cette technologie sur nos opérations réseau, sur les interactions au sein de notre centre de contact et sur la productivité du personnel administratif. La communication sur ces objectifs a permis de gagner la confiance et l'adhésion des employés ; ils ont ainsi pris conscience que l'initiative ne visait pas à réduire les effectifs, mais à les préparer à de futures réussites.

Encore une fois, cette approche correspond aux recommandations de McKinsey : « Les dirigeants doivent clairement définir les points de création de valeur, ainsi que la manière dont l'IA est susceptible de créer cette valeur et dont les risques seront atténués. Cela contribue à renforcer la collaboration entre les équipes métiers, techniques et de gestion des risques. Bien que difficile, l'alignement du leadership est une étape cruciale pour garantir la cohérence des projets d'IA, éviter toute responsabilité et obtenir des résultats commerciaux⁵. »

Concernant le respect des pratiques responsables en matière d'IA, nous sommes également déterminés à montrer l'exemple. Nous mettons tout en œuvre pour obtenir des certifications reconnues telles que Positive AI et GEEIS, et nous menons des évaluations internes approfondies. Cet engagement, combiné à notre souci des principes d'une « IA verte » durable, garantit que la mise en œuvre de l'IA générative apporte des bénéfices concrets pour l'entreprise tout en répondant aux exigences éthiques et environnementales. Des initiatives comme notre solution Live Intelligence ou nos normes d'éco-conception font partie intégrante d'une stratégie visant à instaurer la confiance et à créer de la valeur grâce à une innovation responsable.

L'engagement d'Orange en faveur de la responsabilité environnementale de l'IA

Malgré l'immense potentiel de l'IA, des inquiétudes subsistent quant à la consommation d'énergie élevée de cette technologie et à son impact environnemental dans un contexte où la transparence concernant l'empreinte carbone des modèles d'IA générative demeure insuffisante. Nombreux sont ceux qui estiment que les informations récentes publiées par des leaders du secteur, Google et Mistral notamment, ne suffisent pas à une surveillance rigoureuse.

Chez Orange Business, la gestion responsable de l'environnement est au cœur de notre stratégie en matière d'IA. Nous nous engageons fermement à atteindre la neutralité carbone d'ici à 2030 et nous travaillons aux côtés de nos clients pour les aider à réaliser leurs propres ambitions en matière de neutralité carbone. En ce qui concerne l'IA générative, nous accordons la priorité au développement de systèmes d'IA qui non seulement créent de la valeur, mais réduisent également l'impact environnemental. À cette fin, nous avons mis en place un groupe de travail chargé de superviser les pratiques responsables en matière d'IA, et de s'assurer de notre respect du Règlement sur l'intelligence artificielle grâce à des équipes spécifiques par région et par unité opérationnelle.

Nous développons activement des indicateurs clés de performance (KPI) destinés à permettre aux équipes opérationnelles de mieux comprendre l'empreinte carbone liée à l'intégration de l'IA dans nos produits et services. Notre objectif est d'aider les équipes à faire rimer résultats financiers avec considérations environnementales.

Enfin, nous évaluons en permanence la taille de nos modèles d'IA, en gardant à l'esprit que les modèles plus petits ont généralement un impact environnemental moindre. Cela implique d'évaluer soigneusement la performance, le coût et la durabilité afin de garantir une innovation responsable.

... et de bas en haut



Compte tenu des risques existants, il est naturel que les entreprises cherchent à exercer un contrôle sur leurs initiatives d'IA générative en adoptant une approche rigide et descendante. Or, notre expérience nous conduit à penser que la responsabilité de la génération des cas d'usage de l'IA générative devrait passer des décideurs aux unités opérationnelles, puis revenir aux décideurs. C'est pourquoi nous recommandons aux entreprises en quête d'innovation pilotée par l'IA de combiner une approche verticale de la gouvernance avec un accès démocratisé aux outils d'IA générative.

Avec des garde-fous appropriés en place, ce sont les travailleurs eux-mêmes, au plus près des workflows individuels, qui sont les mieux placés pour repérer les applications les plus utiles de l'IA générative. C'est pourquoi nous n'avons pas cherché à identifier un groupe d'utilisateurs experts qui seraient formés à utiliser la technologie, ni tenté de microgérer les usages que nos employés en feraient. Au lieu de cela, nous avons collaboré avec différents métiers, dont les RH, la finance, le marketing, afin d'identifier les domaines où l'IA générative était la plus susceptible d'apporter de la valeur. (Ce processus est désormais disponible pour nos clients via le programme Future Firestarter, qui aide les entreprises à définir les cas d'usage les plus pertinents pour elles.)

Les collaborateurs veulent utiliser l'IA générative au travail. S'ils disposent d'un outil convivial, facile à utiliser et sécurisé, son adoption s'accéléra rapidement. Mais ce que nous avons appris, c'est que la transparence est essentielle pour que la collaboration naisse de cet enthousiasme initial. Live Intelligence ne permet pas seulement aux employés de créer et de partager des assistants IA. Cet outil leur donne une visibilité complète sur tous les paramètres ainsi que sur le système de requêtes. Ces fonctionnalités ont été essentielles en matière d'éducation, d'inspiration et d'adoption durable de l'outil. Le fait

que nos employés apprécient réellement Live Intelligence (qui affiche un Net Promoter Score de 66) a conduit de nombreux utilisateurs de la première heure à mobiliser leurs collègues dans cette technologie à travers des initiatives spontanées et locales, telles que des cafés Live Intelligence ou des hackathons d'équipe.

Pour profiter au maximum de la valeur de cette innovation, il est important de surveiller cette activité et de rendre opérationnels les services qui présentent une utilité pour le reste de l'entreprise. Si Live Intelligence ne détient aucune information d'identification personnelle, conformément à l'un des engagements pris envers les employés dans la charte, cet outil nous permet de surveiller l'utilisation (une mesure cruciale de l'adoption), ainsi que le nombre et la nature des assistants IA créés par les employés.

Le tableau de bord central décrit ci-dessus est l'une des fonctionnalités clés de Live Intelligence : il offre une vue d'ensemble claire de l'activité de l'IA, permet aux entreprises de surveiller les coûts et les émissions de carbone. Nous avons constaté que nos employés apprécient de pouvoir choisir le LLM le plus adapté à leurs requêtes, ce qui leur permet de gérer à la fois les coûts et l'empreinte carbone liés à leur utilisation de Live Intelligence. Ce choix leur donne les moyens d'agir de manière responsable, notamment en matière d'impact environnemental.

En première ligne : Anne (Coach en transformation agile – Orange France)



Je dois rester informée des pratiques actuelles susceptibles d'aider nos équipes de développement agile. Nous testions déjà ChatGPT, mais notre directeur IT nous a recommandé d'utiliser Live Intelligence, qui est une solution interne, sécurisée et officiellement approuvée. L'outil est simple, intuitif, et d'une prise en main rapide. Pour développer des compétences, j'ai également coanimé pendant un an un atelier de pratiques avec des collègues : partage de conseils, de retours d'expérience et comparaison de différents modèles de langage. Grâce à des réunions régulières tout au long de l'année, nous avons construit une formidable base de compétences partagées.



Soutenir le changement

La démocratisation de l'accès aux outils d'IA générative ne peut fonctionner que si l'on apporte aux employés le soutien nécessaire qui leur permettra de les utiliser de manière optimale. Un utilisateur mal formé a souvent besoin de plusieurs tentatives pour saisir une requête correcte, ce qui diminue la productivité, crée de la frustration, et augmente les coûts et les émissions.

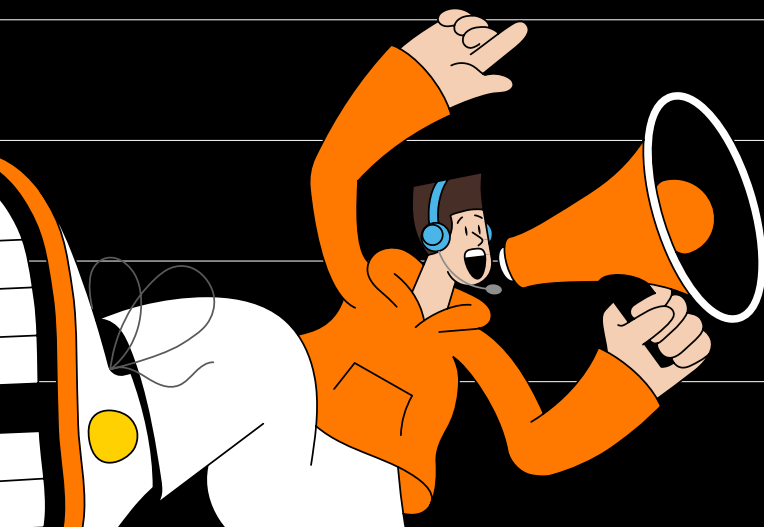
Cependant, c'est un domaine trop souvent négligé par les entreprises qui déploient leurs projets d'IA générative. Selon une étude de McKinsey, seuls 29 % des employés se sentaient pleinement accompagnés dans leur utilisation des outils pilotés par l'IA. D'après un rapport publié par « Jobs for the Future », seulement 31 % des employés affirmaient qu'une formation à l'IA leur avait été proposée par leur employeur, et une enquête du cabinet BCG a montré qu'à peine plus d'un tiers (36 %) des employés s'estimaient correctement formés à l'IA générative. Parallèlement, une étude de McKinsey a révélé que 48 % des employés déclaraient qu'une formation les inciterait à utiliser davantage des outils d'IA générative au quotidien.

Chez Orange Business, une formation (non obligatoire) à l'IA générative a été offerte à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise. Elle proposait des webinaires, des cours formels et du mentorat. Le cabinet BCG a constaté qu'au moins cinq heures de formation étaient nécessaires pour donner aux utilisateurs l'assurance suffisante pour une utilisation correcte de l'outil. C'est également la conclusion à laquelle nous sommes arrivés. Avec plus de 50 000 employés formés dans 28 pays, nous pouvons affirmer que le développement d'une main-d'œuvre

compétente en intelligence artificielle constitue une condition essentielle pour toute entreprise souhaitant tirer de la valeur de cette technologie.

Nous avons démarré avec une poignée de formateurs. Aujourd'hui, des centaines de personnes ont pour mission de former leurs collègues à l'IA générative. Il s'agit d'un investissement important de notre part, avec au total plusieurs milliers d'heures de formation dans l'ensemble de l'entreprise. Il était cependant essentiel d'atteindre cette masse critique pour créer une dynamique : avec davantage d'utilisateurs, nous pouvons concentrer les ressources sur l'amélioration et le perfectionnement de l'ensemble des outils, favorisant ainsi un cercle vertueux d'adoption et d'innovation.

La formation qu'Orange Business propose à ses clients est dispensée à la fois à distance (webinaires) et en présentiel. Outre une formation aux modèles, elle permet aux utilisateurs de mieux utiliser et d'intégrer les outils d'IA générative de manière efficace au sein de l'entreprise. Ce type de formation ne se contente pas de mettre l'accent sur les compétences techniques, elle aborde également les aspects éthiques, la sensibilisation aux préjugés et l'utilisation responsable.



29 % des employés se sentaient accompagnés dans leur utilisation des outils d'IA

31 % des employés affirmaient qu'une formation à l'IA leur avait été proposée par leur employeur

36 % des employés s'estimaient correctement formés à l'IA générative

48 % des employés déclaraient qu'une formation les inciterait à utiliser davantage des outils d'IA générative au quotidien.

Une véritable révolution

Nous recommandons également de tirer parti des compétences et de l'enthousiasme des premiers utilisateurs. Ce groupe est devenu un acteur clé parmi les bénévoles des communautés informelles qui se sont formées autour de l'utilisation de notre outil d'IA générative interne.

Au départ, ces groupes étaient très peu structurés, mais à mesure que les différents métiers clarifiaient leurs objectifs, nous avons pu identifier des « GenAI Transformers », dont le rôle est essentiel à une adoption généralisée de l'IA générative. Pour valoriser cette activité transversale, nous avons travaillé avec leurs managers afin de formaliser cette fonction dans le cadre de leurs activités quotidiennes.

Avec le développement de nos capacités en IA générative, le leadership informel des communautés d'apprentissage a été intégré aux fiches

de poste. Par ailleurs, des structures de reporting ont été mises en place afin que la direction puisse comprendre et suivre les évolutions au sein des différents métiers. Tout en prenant soin de concilier les perturbations survenant dans nos processus métiers avec notre sens des responsabilités, nous avons veillé à maintenir un dialogue constant avec les employés et les unités opérationnelles afin de garantir la pertinence et la durabilité des changements.

En première ligne : Hélène (Facilitatrice, Développement Managérial, Ressources Humaines - Orange France)

“

J'ai utilisé l'IA générative pour co-créer, en seulement quelques heures, une session de formation d'une journée entière sur le thème des dragons ! Avec Live Intelligence, j'ai pu inventer cinq personnages de dragons uniques, chacun reflétant un style de facilitateur différent. Ensemble, nous avons élaboré des descriptions de personnages, des figurines, des jeux de cartes et même un quiz de personnalité. C'est une activité complète et innovante qui reçoit toujours d'excellents retours, et que je réutilise régulièrement. Sans l'aide de l'IA, ce projet m'aurait facilement pris deux semaines, ou m'aurait obligé à faire appel à un prestataire externe. Au final, l'IA m'a permis d'économiser beaucoup de temps et d'argent. De plus, cela m'a donné accès à des compétences telles que le profilage psychologique, que je ne possède pas, et a véritablement stimulé ma créativité.

”

La base de la pyramide

Le résultat final de cette innovation basée sur l'IA générative est un gain de temps net d'environ deux heures par employé et par semaine. Ce ne sont pas les économies de productivité massives souvent promises par cette technologie, mais nous estimons que l'investissement en vaut la peine, voire qu'il est essentiel, et ce, pour deux raisons.

Premièrement, l'IA générative a eu un impact mesurable sur l'engagement des employés. Les assistants d'IA générative créés par nos employés automatisent de nombreuses tâches chronophages (et souvent fastidieuses), telles que la rédaction de comptes rendus de réunion, la programmation de feuilles de calcul, la recherche d'informations, ce qui élimine beaucoup de stress et allège leur charge mentale. Ces améliorations de l'expérience employé sont essentielles pour attirer et fidéliser nos collaborateurs.

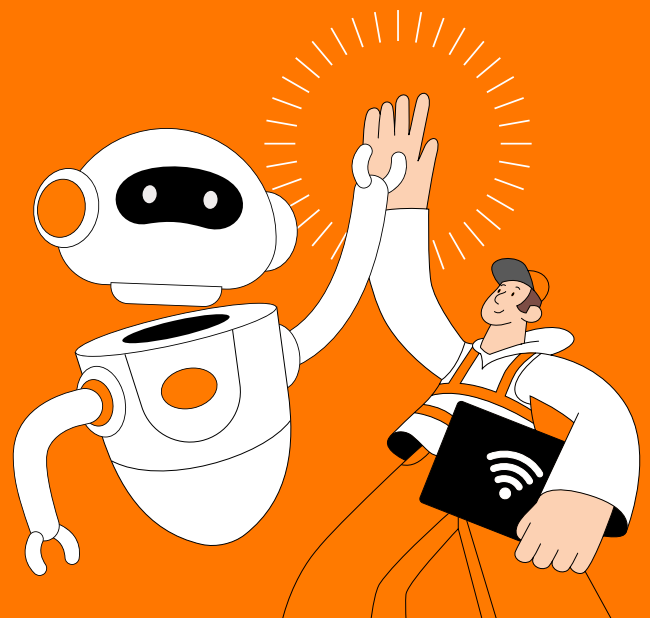
Nous pensons également que l'intégration de l'IA générative dans l'ensemble de l'entreprise a contribué à la création d'un socle solide de compétences en IA générative. Il s'agit de la base d'une pyramide de cas d'usage à trois niveaux et d'un préalable nécessaire au niveau de la productivité pilotée par l'IA agentique qui se trouve au-dessus, et soutient lui-même le dernier étage, celui de la transformation. (Pour en savoir plus sur notre Pyramide des cas d'usage, veuillez lire notre Livre blanc, « [Un modèle innovant de création de valeur : Comment la pyramide des cas d'usage à trois niveaux ouvre la voie à des services d'IA générative réussis](#) »

Ce processus crée de la valeur sous forme de satisfaction des employés et permet de multiplier par dix la productivité grâce à la mise en œuvre réussie de l'IA agentique. Nous sommes convaincus qu'il s'agit là d'un facteur essentiel qui nous permettra de concrétiser le potentiel de transformation de l'IA générative et d'en tirer une réelle valeur ajoutée.

Le fruit de nos efforts

Déployer l'IA de manière responsable a nécessité des évaluations rigoureuses des pilotes, des analyses continues des biais, un engagement des parties prenantes et le respect des cadres de gouvernance, des pratiques intégrées à notre méthodologie éprouvée de mise en œuvre de l'IA générative. Notre engagement en faveur d'une utilisation responsable de la technologie a non seulement placé l'IA générative au cœur de notre entreprise, mais a également renforcé la réputation d'Orange en tant que leader de l'innovation éthique, favorisant la confiance des clients et l'acceptation sociale, des conditions essentielles au succès durable de l'entreprise.

Même si ce succès doit autant à notre héritage qu'à notre stratégie, la combinaison d'une gouvernance descendante et d'un accès démocratisé aux outils d'IA générative, qui a caractérisé notre approche de la mise en œuvre de l'IA générative, s'est révélée être la bonne démarche. En mobilisant l'ingéniosité collective de nos collaborateurs et en leur offrant des moyens de concrétiser les meilleures idées, nous avons pu créer une dynamique d'innovation participative, en permettant à chacun d'expérimenter, d'apprendre et de contribuer à la transformation de l'entreprise.



Sources

- <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai>
- <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2023-generative-ais-breakout-year>
- chrome-extension://efaidnbmnbbpajpccglclefindmkaj/https://mlq.ai/media/quarterly_decks/v0.1_State_of_AI_in_Business_2025_Report.pdf
- <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/seizing-the-agentic-ai-advantage>
- <https://www.mckinsey.com.br/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/superagency-in-the-workplace-empowering-people-to-unlock-ais-full-potential-at-work>