

La Gen AI en action

Les enseignements 2024

L'intelligence artificielle générative redéfinit les pratiques, accélère les processus d'innovation et bouleverse les modèles organisationnels du tissu économique français.

Pour mieux en comprendre les contours, **Mozza** porte une conviction forte : le mieux, c'est d'en parler directement avec ceux qui façonnent cette transformation au quotidien. CPO des leaders mondiaux (OpenAI, Hugging Face, Google), fondateurs des plus belles start-ups AI françaises (Nabla, Dust, Gladia) ou Chief AI Officer... Depuis 2023, le podcast "**Mozza Bytes**" rassemble des intervenants de premier plan, mettant en lumière leurs visions, leurs défis et leurs réussites.

Ce document propose un tour d'horizon des échanges de 2024, organisés autour de six grandes thématiques :

- **Gouvernance** : Comment structurer l'adoption de l'IA ?
- **Éthique** : Comment concilier innovation et responsabilité ?
- **Cas d'usage** : Comment l'IA transforme-t-elle les pratiques métier ?
- **Stratégie** : Open source ou modèles fermés ?
- **Régulation** : La régulation européenne, frein ou levier d'innovation ?
- **Perspectives** : Quel futur pour l'IA générative ?

À travers ces témoignages, Mozza Bytes livre des clés concrètes pour faire de l'IA générative un véritable atout stratégique et un levier d'innovation durable.

Une année d'échanges

Mozza Bytes

En 2024, 17 nouveaux épisodes sont venus compléter la saison 1 du podcast **Mozza Bytes**, lancé en 2023. Ce rendez-vous bimensuel offre un espace d'échange privilégié avec des experts et acteurs clés de l'industrie pour explorer les transformations et innovations apportées par l'intelligence artificielle générative.

Complémentaire à la newsletter hebdomadaire "**Mozza Bytes**", le podcast rassemble une audience fidèle, totalisant plus de 10 000 heures d'écoute.

Chaque épisode délivre des analyses pointues et des pistes concrètes pour passer à l'action et faire de l'IA un véritable levier d'innovation et de transformation.



- **Sixte de Vauplane**, cofondateur et CEO de Animaj
- **Jean-Marie John Mathews**, cofondateur et CPO de Giskard
- **Vincent Nallatamby**, Product chez Google AI
- **Olivier Godement**, Head of Product chez OpenAI
- **Emmanuel de Maistre**, cofondateur et CEO de Scenario
- **Thomas Trinelle**, VP Product chez Gorgias
- **Jean-Louis Quéguiner**, CEO de Gladia
- **Vincent Colombet**, Directeur Produit chez DeepL
- **Arthur Muller**, CFO de Explain
- **Dounia Zouine**, ex Chief AI Officer de Brut
- **Thibaut Renouf**, CEO de Partoo
- **Arnaud Benard**, CEO de Galileo
- **Paul Berletoy**, CEO de Mojdo
- **Marion Carré**, CEO de Ask Mona
- **Anne-Claire Baschet**, Chief Data & AI Officer de Miraki
- **Jeff Boudier**, Directeur Produit chez Hugging Face
- **Arthur Waller**, CEO & Co-founder de Pennylane

Gouvernance : comment structurer l'adoption de l'IA ?

L'intelligence artificielle génère des opportunités sans précédent, mais son intégration soulève également des enjeux majeurs de gouvernance. Comment repenser les modèles organisationnels pour structurer efficacement les équipes et garantir une adoption fluide et alignée sur les objectifs stratégiques ?

1. Miser sur une gouvernance structurée et ouverte

- Mirakl, acteur majeur dans les solutions SaaS pour marketplaces, a adopté un modèle basé sur un trinôme stratégique – Chief Product Officer, CTO, Chief AI Officer. L'objectif ? Assurer une cohérence entre les priorités technologiques et les objectifs produits. Pour Anne-Claire Baschet, Chief Data & AI Officer, faire valider les décisions par un comité croisé garantit une vision à long terme tout en favorisant l'agilité.

“On voit l'IA comme une priorité d'entreprise : que tout le monde sache et puisse l'utiliser au quotidien, que nos product managers, nos équipes engineering, et les équipes data soient en capacité de revoir, et parfois de faire des choix drastiques. Par exemple, se demander : comment pourrait-on totalement repenser un produit développé depuis 12 ans avec de l'IA générative ?”

- Anne-Claire Baschet, Chief Data & AI Officer de Mirakl

- Chez Partoo, spécialiste des solutions SaaS pour améliorer la visibilité en ligne et la gestion de la relation client, la gouvernance repose sur une approche ascendante et inclusive. Sous l'impulsion de Thibaut Renouf, CEO, une chaîne Slack dédiée à l'IA a été créée, offrant aux équipes un espace pour partager informations, formations et outils. Une initiative simple et efficace pour renforcer la reconnaissance des contributions individuelles et favoriser une dynamique d'innovation collaborative essentielle à l'adoption de l'IA.

2. Former les équipes

- La formation joue un rôle clé dans la démocratisation de l'IA au sein des organisations. En témoigne Mirakl, où un programme interne a permis d'accompagner les collaborateurs dans l'adoption des outils d'IA générative, avec des ateliers pratiques et des assistants personnalisés. Anne-Claire Baschet rapporte que 80 % de leurs employés utilisent désormais ces outils dans leurs tâches quotidiennes, renforçant ainsi l'efficacité et l'engagement des équipes.
- Basée à San Francisco, Galileo AI, qui développe un assistant virtuel permettant de créer des interfaces UI sophistiquées à partir d'un simple prompt, met l'accent sur des formations spécifiques pour permettre aux designers et développeurs d'exploiter tout le potentiel des outils génératifs. Autant d'initiatives qui renforcent l'adoption des outils d'IA tout en adaptant les pratiques aux besoins spécifiques des métiers.

Gouvernance : comment structurer l'adoption de l'IA ?

3. Adopter une méthodologie collaborative

- Pour transformer les initiatives IA en succès concrets, Galileo AI mise également sur des cycles courts combinant des phases de prototypage rapide et des retours constants des designers et développeurs. Une approche qui garantit une mise en œuvre rapide, tout en répondant aux attentes métiers.

“LIA peut proposer une base, mais c'est dans les cycles itératifs, avec le feedback humain, qu'on affine réellement un design de qualité. Cela reste une collaboration entre l'outil et l'utilisateur.”

- Arnaud Bernard, CEO de Galileo

- Chez le média Brut, un projet d'avatar IA a été directement initié par les journalistes, illustrant comment des équipes non techniques peuvent impulser des innovations stratégiques. Avec le soutien d'une preuve de concept accessible et d'un accompagnement technique ciblé, ce projet témoigne de l'efficacité d'une approche itérative et collaborative.

“Le projet Avatar chez Brut est un cas que j'aime beaucoup, parce qu'il est né de l'impulsion des journalistes eux-mêmes. Ils ont vu dans cette technologie une opportunité de se former et d'innover dans leur manière de travailler”

- Dounia Zouine, ex-Chief AI Officer de Brut

Pour aller plus loin :

- Épisode 14 : Arnaud Benard, CEO de Galileo AI
- Épisode 17 : Dounia Zouine, ex Chief AI Officer de Brut
- Épisode 18 : Thibaut Renouf, CEO de Partoo
- Épisode 22 : Anne-Claire Baschet, Chief Data & AI de Mirakl
- Épisode 23 : Jeff Boudier, Directeur Produit chez Hugging Face

Éthique : comment concilier innovation et responsabilité ?

Alors que l'intelligence artificielle poursuit son déploiement massif, l'éthique s'impose en tant que priorité stratégique. Comment s'assurer que ses usages soient à la fois transparents, responsables et alignés sur des valeurs sociétales ? Quels mécanismes peuvent prévenir les biais et renforcer la confiance des utilisateurs ?

1. La confiance, socle de l'acceptation des technologies IA

Entreprises et leaders du secteur s'accordent sur une réalité incontournable : l'intégration réussie de l'IA repose sur des systèmes fiables, des processus transparents et une éthique irréprochable.

- Chez **Pennylane**, fintech spécialisée dans la comptabilité et la gestion financière, l'IA est pensée telle un copilote. Elle soutient les experts-comptables dans leurs tâches en automatisant les processus répétitifs et en libérant du temps pour des activités à forte valeur ajoutée. Cette approche garantit que les décisions critiques restent sous contrôle humain, offrant un cadre rassurant pour intégrer l'IA dans un environnement sensible.
- **Modjo**, expert dans l'analyse conversationnelle pour les équipes commerciales, apporte une vision pragmatique, et rappelle que les réticences initiales face aux nouvelles technologies tendent toujours à s'estomper avec le temps. Un constat qui renforce l'idée que l'éthique et la pédagogie sont deux leviers indispensables pour accompagner la transformation digitale.
- Olivier Godement, Head of Product chez **OpenAI**, confirme que la mise en œuvre de l'IA repose sur des tests rigoureux et des collaborations avec des experts pour garantir la sécurité et la robustesse des modèles. En intégrant des batteries d'évaluations poussées et en ajustant les systèmes en fonction des retours, OpenAI vise à établir de nouveaux standards qui renforcent la confiance et l'acceptation des technologies IA.

“Le critère principal chez OpenAI, c'est un critère de sécurité. À partir du moment où on a un modèle, c'est définir à quel point on est confiant que déployer ce modèle dans le monde réel va avoir un effet bénéfique concrètement sur le monde.”

– Olivier Godement, Head of Product chez OpenAI.

2. Investissement sur la qualité des données

- La qualité des données constitue un socle essentiel pour garantir la fiabilité et la transparence des modèles IA. Chez **Ask Mona**, start-up spécialisée dans l'IA au service des institutions culturelles, Marion Carré (CEO) met l'accent sur l'importance des contrôles des traitements de données, combinés à des systèmes de vérification à plusieurs niveaux, pour éviter les biais dans les réponses générées. Cette rigueur permet d'offrir des résultats fiables, notamment dans des contextes critiques comme l'éducation et la transmission de connaissances.

“Dès le départ, nous avons positionné nos travaux sur la nécessité de contrôler la donnée et de maintenir une surveillance continue. Cela nous permet de garantir la qualité des informations délivrées tout en prévenant les dérives possibles, notamment sur des sujets sensibles.”

– Marion Carré, CEO chez Ask Mona

Éthique : comment concilier innovation et responsabilité ?

- Chez le média **Brut**, l'IA générative est abordée avec pragmatisme pour en maximiser l'impact tout en maîtrisant les limites. Dounia Zouine, ex-Chief AI Officer, insiste sur un point clé : ces modèles, bien que puissants, ne génèrent que ce que les données fournies leur permettent d'apprendre. Pour garantir des résultats fiables et minimiser les biais, Brut investit dans des données contextualisées et de haute qualité. Cette stratégie s'accompagne d'un travail constant avec les équipes pour développer un esprit critique face aux propositions générées par l'IA. Le résultat : des modèles plus robustes, mieux alignés sur les attentes des utilisateurs et capables de répondre aux besoins spécifiques de l'entreprise.

3. Lutter contre les failles et défis techniques

- Les hallucinations des modèles d'IA figurent parmi les défis les plus complexes à résoudre. Jean-Louis Quéguiner, CEO de Gladia, la startup française spécialisée dans la reconnaissance et la génération vocale, met en avant l'importance de se concentrer sur des cas d'usage spécifiques comme la transcription vocale, où la précision est essentielle. En adressant des besoins critiques, notamment le multilinguisme, Gladia réduit les biais et améliore la fiabilité des résultats.
- Chez Pennylane, la plateforme de gestion comptable et financière, l'accent est mis sur la transparence des algorithmes pour minimiser les erreurs générées par les modèles d'IA. Cette approche garantit une adoption maîtrisée de l'intelligence artificielle dans un secteur où la précision est cruciale.
- Jean-Marie John Mathews, cofondateur et CPO de Giskard, rappelle que la lutte contre les biais et les failles des modèles commence dès la conception. Grâce à des outils de monitoring avancés, la startup spécialisée dans la validation de la robustesse des systèmes IA permet d'identifier et de corriger les biais à un stade précoce, garantissant des modèles IA plus sûrs et adaptés aux exigences métier.
- « Ce que l'on observe souvent, c'est que dès les premières expérimentations, les équipes négligent de définir des critères de qualité précis, des métriques claires permettant de vérifier que chaque ajustement ne dégrade pas la performance du modèle, que ce soit en termes d'hallucinations ou de sécurité des contenus. » – Jean-Marie John Mathews, cofondateur et CPO de Giskard.

Pour aller plus loin :

- Épisode 9 : Jean-Marie John Mathews, cofondateur de Giskard
- Épisode 11 : Olivier Godement, Head of Product chez OpenAI
- Épisode 14 : Jean-Louis Quéguiner, CEO de Gladia
- Episode 20 – Paul Berletoy, CEO de Modjo
- Épisode 21 : Marion Carré, CEO de Ask Mona
- Épisode 25 : Arthur Waller, CEO de Pennylane

Usage : Comment l'IA transforme-t-elle les pratiques métier ?

L'intelligence artificielle générative redéfinit les pratiques de nombreux secteurs, de la comptabilité à la culture, en passant par le design et les médias. Chaque étape de la chaîne de valeur – tous secteurs confondus – est désormais susceptible d'être perturbée de manière unique. Tour d'horizon des transformations en cours.

- **Comptabilité et finance** : Chez **Pennylane**, les processus comptables tels que la saisie et la réconciliation sont désormais automatisés, permettant une économie de 30 % du temps hebdomadaire pour les équipes financières. Pour Arthur Waller, CEO, cette transformation contribue à redéfinir le rôle des comptables, les positionnant comme véritables conseillers stratégiques.
- **Design et création** : **Galileo AI** démocratise l'accès à des outils de création avancés grâce à son modèle freemium. En générant des maquettes à partir de simples prompts textuels, l'outil couvre jusqu'à 70 % des besoins créatifs en quelques minutes. Un gain d'efficacité particulièrement apprécié dans des environnements où le temps est critique. **Animaj**, de son côté, exploite l'IA pour transformer les processus de création dans l'animation et le storytelling. Leur technologie permet de générer rapidement des contenus animés personnalisés, réduisant de 90 le temps nécessaire pour produire des animations complexes, en permettant des mouvements spécifiques et non-humanoïdes.
- **Ventes et relations commerciales** : La plateforme **Modjo** optimise les performances commerciales en analysant les interactions avec les clients. L'IA complète automatiquement les CRM et propose un coaching personnalisé, économisant jusqu'à 4 heures par semaine pour chaque commercial.

"Le vrai défi, ce n'est pas juste d'analyser les données, mais d'identifier les trois informations clés qui permettront de prendre une décision rapidement. C'est ça qui transforme vraiment le quotidien des équipes commerciales." – Paul Berlotti, CEO de Modjo

- **Culture et éducation** : **Ask Mona** enrichit les expériences utilisateur avec des assistants conversationnels intégrés dans des lieux emblématiques comme le Centre Pompidou. Résultat : une réduction de 50 % des demandes répétitives des visiteurs, tout en offrant des interactions personnalisées.
- **Médias et journalisme** : Dans un contexte de forte concurrence, **Brut** a expérimenté les avatars IA pour produire des contenus automatisés. Pour Dounia Zouine, ex-Chief AI Officer, cette innovation repose sur une transparence totale avec le public, en s'assurant que les contenus respectent des standards éthiques élevés.
- **Expérience client** : Chez **Partoo**, l'IA transforme la gestion des avis clients en automatisant les réponses pour plus d'un million de commentaires. Ce système permet aux points de vente d'améliorer leur efficacité tout en renforçant la satisfaction client.
- **E-commerce** : **Gorgias** repense la gestion des interactions client avec l'IA générative. Grâce à cet agent conversationnel, la plateforme automatise jusqu'à 60 % des demandes de support tout en permettant aux agents humains de se concentrer sur les cas complexes.

"Notre vision, c'est de faire de l'IA un outil intégré au workflow, pas un remplaçant. L'IA traite les requêtes répétitives, mais les agents restent au cœur des interactions critiques." – Thomas Trinnell, VP Product chez Gorgias.

Stratégie : Modèles fermés vs. ouverts : comment s'adapter ?

Le débat entre modèles ouverts et fermés reflète une tension fondamentale dans l'adoption de l'intelligence artificielle : faut-il privilégier l'autonomie technologique ou la simplicité d'intégration ?



Nous sommes aujourd'hui dans une anomalie où la majorité des entreprises construisent de l'IA sur des technologies qu'elles ne contrôlent pas. Avec des modèles fermés, un simple changement de version peut modifier les réponses générées ou bloquer certains usages, sans possibilité d'intervention. À l'inverse, les modèles ouverts permettent une personnalisation fine et un contrôle total."

- Jeff Boudier, Directeur Produit chez Hugging Face

- Les modèles open source, comme ceux proposés par Hugging Face, offrent une transparence et une capacité d'adaptation sans égal. Selon Jeff Boudier, Directeur Produit, ces modèles permettent aux entreprises d'ajuster les solutions à leurs besoins spécifiques, tout en maintenant un contrôle total sur les mises à jour et l'intégration.



Mon conseil serait de concentrer sa technologie sur ce qui va permettre de guider les modèles d'intelligence artificielle avancés en fonction des besoins réels de l'utilisateur, du contexte d'utilisation, et des informations spécifiques à son cas. C'est là que vous créez de la valeur. En investissant dans cette direction, vous profitez des avancées continues de ces modèles sans être en concurrence directe avec les grandes plateformes comme OpenAI ou Mistral."

- Arthur Muller, CFO chez Explain

- Les modèles fermés, tels que GPT-4 ou Claude, séduisent par leur intégration rapide et leur accessibilité grâce à des API clé-en-main. Cependant, cette simplicité engendre une dépendance accrue vis-à-vis des fournisseurs. Arthur Muller, CFO d'Explain, met en lumière les défis posés par cette dépendance, notamment pour des cas d'usage nécessitant une flexibilité technique et une confidentialité rigoureuse.

Pour aller plus loin :

- Épisode 9 : Arthur Muller, CFO chez Explain
- Épisode 16 : Jeff Boudier, Directeur Produit chez Hugging Face

Régulation : La régulation européenne, contrainte ou levier ?

Les réglementations européennes, telles que l'AI Act, suscitent de vifs débats. Si elles traduisent une volonté de mobiliser l'IA de manière éthique et responsable, elles imposent également des contraintes qui peuvent limiter l'accès à certains outils.

- Vincent Nallatamby, Product Manager chez **Google AI**, souligne l'importance de cette spécificité européenne, qui oriente l'innovation vers des usages adaptés aux enjeux locaux. Sa réflexion ? Ces cadres incitent finalement les entreprises à repenser leur approche, notamment en matière de design produit, pour mieux intégrer des considérations culturelles et sociétales. Chez Google Labs, par exemple, les ajustements aux attentes européennes ont permis de développer des solutions IA en phase avec les besoins des utilisateurs finaux tout en respectant des standards élevés de confidentialité.

“Chez Google, les considérations de régulation, de confidentialité et de respect des données sont omniprésentes et structurent toute la chaîne de développement produit. Ces contraintes, bien que parfois perçues comme des freins à l'innovation rapide, sont finalement essentielles pour construire des solutions en phase avec des attentes élevées en matière d'éthique et de responsabilité.”

- Pour Jeff Boudier, Directeur Produit chez **Hugging Face**, l'open source constitue une réponse efficace à ces contraintes. L'approche collaborative permettrait en effet de rivaliser avec les modèles propriétaires souvent dominés par les États-Unis, tout en favorisant la transparence. Une approche qui a permis à des entreprises comme Mirakl de maximiser leur indépendance technologique en se détachant des solutions fermées.
- En combinant une infrastructure sécurisée basée en Europe et des algorithmes de pointe, **DeepL**, leader européen de la traduction automatisée, illustre comment les contraintes peuvent devenir des moteurs d'innovation.

“Si la France et l'Europe ont pu sembler en retrait sur certaines révolutions comme celle d'Internet, nous avons une excellence mathématique et une rigueur qui nous positionnent idéalement pour tirer parti des avancées en IA. Les normes élevées de confidentialité et d'éthique ouvrent des opportunités uniques pour repenser des outils adaptés aux besoins de nos marchés locaux.”

Pour aller plus loin :

- Épisode 3 : Vincent Nallatamby, Product chez Google AI
- Épisode 12 : Arnaud Benard, CEO de Galileo AI
- Épisode 15 - Vincent Colombet, Directeur Produit chez DeepL
- Épisode 16 : Jeff Boudier, Directeur Produit chez Hugging Face

Perspectives : Quelles futures applications pour l'IA ?

Alors que l'intelligence artificielle gagne en maturité, l'exploration laisse place à la concrétisation, souvent à l'intersection de la créativité humaine et des capacités technologiques. Cette dynamique soulève une question essentielle : comment réinventer les pratiques d'aujourd'hui pour façonner les outils et expériences du futur ? Regards croisés sur ces pistes d'innovation qui pourraient devenir les nouveaux standards de demain.

1. Des agents intelligents au cœur des processus

- Les prochains mois pourraient voir émerger des agents intelligents capables d'intégrer des workflows complexes et de prendre des décisions autonomes. Ces outils, portés par des pionniers comme **Galileo AI** et **Mirakl**, transforment déjà des pratiques courantes : réservation de services, gestion d'agendas ou négociation en temps réel. Ils ne se contentent plus de répondre à des requêtes mais accompagnent les entreprises dans des scénarios à haute valeur ajoutée.

2. Émergence de nouveaux modèles économiques

- Dans le secteur concurrentiel des médias, l'IA représente à la fois une opportunité et un défi. La collision entre la production automatisée de contenus et le modèle économique des médias traditionnels force une réinvention des pratiques.

“Nous avons constaté que les performances, comme le watch time ou l'engagement des vidéos, n'étaient pas dégradées par l'utilisation de l'IA. Cela montre que le public est prêt à interagir avec ces formats, à condition de rester transparent sur leur nature .”

– Dounia Zouine, ex Chief AI Officer de Brut.

3. De nouveaux paradigmes de création et de collaboration

- Au-delà de l'automatisation, l'IA ouvre la voie à des modèles collaboratifs entièrement nouveaux dans le design, l'éducation et la création culturelle. Chez **Scenario**, Emmanuel De Maistre anticipe un futur où les contenus visuels et sonores seront générés à la demande, révolutionnant notamment les secteurs comme le jeu vidéo ou les expériences immersives. De leur côté, **Ask Mona** et **Galileo AI** imaginent une IA qui libère les créatifs des tâches répétitives, leur permettant de se concentrer sur leur vision stratégique et artistique.

“Avec Scenario, on s'aligne sur une vision où tout pixel sera généré en temps réel. Cela ouvre la voie à des jeux vidéo infiniment évolutifs, où chaque expérience est adaptée en fonction des préférences du joueur. Notre technologie permet aux studios de passer de la conception statique à une génération dynamique et totalement personnalisée, un véritable game-changer pour l'industrie.”

– Emmanuel de Maistre, CEO de Scenario

A propos

Depuis 2019, **Mozza** accompagne les entreprises les plus ambitieuses dans la conception ou la refonte de leurs produits digitaux pour créer des expériences marquantes et impactantes. Avec l'arrivée de l'IA générative, Mozza accompagne ses clients dans l'adoption de ces nouvelles technologies et la transformation de leurs modèles économiques.

Nous apportons des solutions sur-mesure pour intégrer l'IA dans vos flux de travail et votre produit, en s'adaptant aux besoins de vos équipes et de vos clients :

- **Stratégie** : nous vous aidons à identifier et sélectionner les cas d'usage et à fort potentiel pour votre activité.
- **Solutions personnalisées** : nous concevons les produits adaptés, en concertation avec vos équipes tech.
- **Innovation continue** : nous formons vos équipes pour garantir le déploiement et l'innovation continue.

Les projets conçus chez Mozza s'appuient sur une méthodologie rigoureuse et une approche centrée sur la valeur ajoutée. En cultivant une vision ancrée dans l'excellence produit, la compréhension approfondie des enjeux business et la collaboration, Mozza se distingue par sa capacité à relever des défis complexes dans des environnements variés pour façonner le futur des produits numériques.

mozza.io

Vous voulez échanger ? Ecrivez-nous :
david@mozza.io