

FORMATIONS LANCÉES DANS LE DOMAINE DU MARKETING

# « Démocratiser et dédramatiser l'IA »

Quatre experts s'associent pour monter les Consultants de l'IA, des cycles de formation à l'intelligence artificielle générative en commençant par le marketing. Alors que les entreprises françaises sont encore très prudentes vis-à-vis de cet outil, l'objectif est de démontrer en quoi il peut « générer de la valeur sans pour autant supprimer des emplois ».

100 millions d'utilisateurs en deux mois là où Instagram avait dû patienter 30 mois et Uber 70. Pour François Mandroux, ce qu'a réalisé la société Open AI avec Chat GPT est « du jamais vu au monde ». Et ce n'est qu'un début. À horizon 2030, l'IA représentera selon une étude 26% du produit intérieur brut en Chine, 14,5 % aux États-Unis et 10 % en Europe. « Quelque chose est en train de se passer ».

L'ancien directeur général de Master Group, premier acteur de la communication dans l'Océan Indien, a été tellement bluffé par l'intelligence artificielle générative qu'il s'est associé avec trois autres experts (Rémy Exelmans, gérant de

Boîte à Image Formations et spécialiste de la stratégie d'entreprise; Romuald Dariot, président de Rungo, solutions numériques spécialisées; et Bertrand Hoarau, spécialiste en création de contenus vidéo) pour monter les Consultants de l'IA. Les quatre hommes se présentent comme des « formateurs augmentés » et entendent proposer des formations d'une journée autour de l'IA en commençant par cette question: « Quel impact et comment l'utiliser en marketing ? ».

Il s'agit d'apporter des compétences pratiques (notamment l'art du prompt, à savoir les éléments et questions transmis à l'outil d'IA en vue d'obtenir les meilleurs résultats

possibles) aux directions et services marketing-communication. La première session est programmée le 17 mai à Sainte-Marie.

L'objectif de ces modules, présentés comme « une première à La Réunion » et éligibles à différents financements, est de « démocratiser et dédramatiser l'IA générative en la rendant accessible aux entreprises ».

« Déferlante »

En France, il y a encore du boulot. Si des outils comme Chat GPT, Copilot ou Mistral sont connus par plus de la moitié de la population, 72 % des dirigeants de TPE-PME trico-

lores déclarent ne pas les utiliser ou ne pas en trouver l'usage selon une étude de la Banque publique d'investissement... alors que 50 % des directions marketing s'en servent aux États-Unis.

Pour Rémy Exelmans, l'IA est « une révolution, une déferlante, qui aura un impact dans toutes nos activités ».

François Mandroux partage l'analyse: « Il y a un engouement fantastique pour ces outils qui permettent un accès simple et rapide à une base de données. L'IA stimule l'imagination mais nous ne sommes pas obligés de reprendre ce qu'elle nous dit. En revanche, elle nous permet de rebondir ».

« Cela enrichit notre point de vue, complète Romuald Dariot. L'IA nous dit des choses auxquelles nous aurions pu penser ou pas ».

« Métiers en péril »

Les Consultants de l'IA ne le cachent pas: l'intelligence artificielle suscite encore un certain nombre de « réserves », notamment en termes de sécurité mais aussi concernant le risque que ces robots remplacent tôt ou tard des travailleurs. Une partie de la formation est d'ailleurs consacrée à une « analyse critique ».

« L'IA va mettre en péril certains métiers intellectuels comme les

journalistes, les architectes ou les ressources humaines s'ils ne font rien, analyse Rémy Exelmans. Mais elle va surtout leur permettre de travailler autrement et de garder leur job. »

« Une bonne partie des entreprises à La Réunion n'a pas les moyens de développer un niveau marketing digne des marchés d'aujourd'hui, estime François Mandroux. Pour celles-là, l'IA est un vrai atout. Elle ne va pas supprimer l'emploi mais générer plus de valeur. Les responsables marketing sont souvent débordés. L'IA va les aider à dégager du temps pour des tâches plus valorisantes que de compiler de l'information. Elle va permettre un gain de temps et d'argent. Mais elle ne remplacera jamais une bonne étude de marché ».

Cédric BOULLAND



De gauche à droite: Rémy Exelmans, Bertrand Hoarau, François Mandroux et Romuald Dariot, les quatre experts qui ont créé les Consultants de l'IA. (Photo Cédric Boulland)