



Commerçants : comment profiter de l'IA tout en maîtrisant les risques ?

## Décryptage



Pour offrir à leurs clients une expérience d'achat engageante avec un investissement moindre, les commerçants peuvent recourir aux outils d'Intelligence Artificielle générative. Le champ des possibles est large mais soulève des questions comme la confidentialité des données ou le droit d'auteur. Arnaud Cliquennois, fondateur d'AI-FORWARD, décrypte les opportunités mais aussi les risques liés à l'IA.

## L'IA : un gain de temps et de productivité prouvés

Aujourd'hui, de nombreux commerçants se montrent encore frileux quant à l'utilisation d'outils d'Intelligence Artificielle : ces technologies leur semblent trop complexes et éloignées de leur cœur de métier. Pourtant, celles-ci sont une chance pour générer de nouveaux revenus avec un investissement moindre. Les gains en matière de productivité sont déjà prouvés, allant jusqu'à 20 %\* d'amélioration de l'EBITDA pour les entreprises qui intègrent l'IA dans leurs processus. Un chiffre qui peut facilement doubler lorsque l'IA s'intègre de manière personnalisée dans tous les process de l'entreprise.

Pour **Arnaud Cliquennois**, à la tête d'**AI-FORWARD** ; société qui forme les entreprises à l'utilisation de l'intelligence artificielle, l'IA générative permet de soulager une charge de travail parfois très importante : « *La majorité des salariés sont à 140 % de taux de charge et c'est encore plus marquant lorsqu'on est entrepreneur et qu'on ne compte pas ses heures. Les outils vont nous permettre de gagner du temps sur les tâches ennuyeuses, répétitives et chronophages pour se concentrer sur les tâches valorisantes* ».

Dans le domaine du commerce, l'IA est une solution efficace pour gérer la communication et le marketing simplement et à moindre coût : création de contenus pour son site web, animation des réseaux sociaux, campagnes publicitaires... Une aide très utile, notamment lors des périodes chargées : soldes, fêtes de fin d'année ou encore Black Friday. « *La communication et le marketing ne vont pas être au même niveau que ceux proposés par une agence spécialisée, mais les petits commerces vont voir une réelle plus-value, ils peuvent créer quelque chose d'intéressant qui va attirer les clients* », précise l'expert. Autre atout de ces outils d'IA, ils peuvent servir d'assistance administrative : prise de notes, rédaction de mails, automatisation des processus de facturation et de comptabilité... Pour Arnaud Cliquennois, la liste est infinie et s'impose comme un moyen pour les commerçants de gagner en efficacité.

# Implémenter l'IA dans son entreprise : comment minimiser les risques ?

Avant de choisir **une solution d'IA générative** pour son commerce, le dirigeant d'AI-FORWARD recommande de se former. Qu'il s'agisse d'une formation professionnelle ou en autodidacte, il existe de nombreux contenus sur ce sujet pour maîtriser les fondamentaux. « *Savoir comment fonctionne la machine, la comprendre, c'est une première étape indispensable pour bien s'en servir.* »

S'il est utile d'aller plus loin dans l'apprentissage pour obtenir un résultat satisfaisant, il est également indispensable d'en connaître les éventuels risques. Lors de ses formations, Arnaud Cliquennois veille à encourager un usage raisonné et sécurisé de l'IA car le principal risque de son usage en entreprise concerne la fuite de données. Pour lutter contre ce qu'on appelle le « shadow AI », désignant l'utilisation de solutions d'IA en entreprise sans l'approbation du dirigeant, il recommande de prioriser la formation des collaborateurs puis l'encadrement des pratiques dans les plus grandes entreprises. « *De manière générale, on sous-estime largement l'impact de l'IA générative, qu'il soit positif ou négatif. Il arrive encore trop souvent que des salariés transmettent des données sensibles, voire confidentielles à des outils comme ChatGPT, qui vont ensuite être récoltées et traitées aux Etats-Unis où les réglementations ne sont pas les mêmes que sur le continent européen* » précise-t-il.

En Europe, certaines lois et réglementations (telles que **le RGPD**) qui **protègent les données des utilisateurs et le droit d'auteur**, mais aussi les œuvres originales, ont un impact sur l'usage de l'IA. Sur ce dernier, Arnaud Cliquennois se veut rassurant. Puisqu'une IA ne peut être qualifiée d'auteur ou d'inventeur, la responsabilité des contenus revient aux éditeurs des logiciels. Aujourd'hui, les commerces n'ont donc pas à craindre d'éventuels procès lorsqu'ils génèrent des contenus promotionnels via l'Intelligence Artificielle. Pour des raisons de transparence et d'éthique, il recommande tout de même de mentionner lorsqu'une image est générée par une IA.

Si les outils d'IA générative permettent aux commerçants de créer **des expériences d'achat personnalisées et engageantes**, et ainsi de rester compétitifs, ils doivent prêter attention à plusieurs aspects pour maximiser les avantages tout en minimisant les risques. Les outils d'IA doivent rester pour eux des outils d'assistance, d'intelligence augmentée, offrant la possibilité de se délester de tâches chronophages et de se concentrer sur la proximité et le conseil apportés à la clientèle. « *L'IA ne va certainement pas remplacer leur métier, mais ce qui est sûr, c'est que savoir bien l'utiliser va être une clé de réussite.* » conclut Arnaud Cliquennois.

\*Source : Technology report 2024, Bain & Company

© CCI Paris Ile-de-France



Du lundi au vendredi de 9H00 à 17H30

URL de la page convertie en PDF : <https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/pme/profiter-des-avantages-de-l-ia-tout-en-maitrisant-les-risques>