

Comment l'intelligence artificielle nous rendra meilleurs

Entre produits gadgets et services révolutionnaires, l'intelligence artificielle oscille entre les espoirs les plus fous et les désillusions les plus cruelles. Pourtant, les startups utilisant l'IA pourraient bien, pas à pas, modifier radicalement nos modes de vie.

Temps de lecture : minute

9 avril 2018

C'est le sujet du moment. Alors que Cédric Villani a rendu les conclusions de la mission qui lui avait été confiée et qu'Emmanuel Macron vient de présenter les mesures que le gouvernement entend porter dans le domaine, l'intelligence artificielle suscite autant d'espoirs que de débats. Les entrepreneurs n'ont évidemment pas attendu l'intérêt des politiques pour se lancer dans l'aventure et imaginer ce que les nombreuses technologies liées à l'IA pourraient changer à notre quotidien.

Est-on au seuil d'un âge d'or de l'intelligence artificielle ? La technologie n'est pas nouvelle, émergée dès les années 1950 mais ne pouvant alors pas prospérer en raison de supports hardware trop peu puissants. Alors qu'aujourd'hui, n'importe quel smartphone est capable d'embarquer une IA... le tout dans la poche de l'utilisateur. Et les créateurs technophiles s'en donnent à cœur joie, testant divers outils utilisant l'IA. Le concours EDF Pulse, organisé par l'énergéticien sur les thématiques de la maison, la ville, la santé et l'entreprise de demain, a enregistré pas moins de 41% de candidatures liées à l'IA cette année.

Certaines startups ont flairé le bon filon et se servent de l'IA comme d'un argument marketing. A l'instar du design thinking il y a quelques années ou plus récemment des ICO et de la blockchain, l'intelligence artificielle

constitue parfois un mot-valise, devenu à la mode et dont les entrepreneurs usent... et abusent. Mais les experts de la sélection EDF Pulse qui ont analysé les 424 dossiers de candidatures débusquent rapidement les innovations qui portent véritablement de la valeur.

Des intelligences artificielles

La diversité des briques technologiques utilisées par l'intelligence artificielle fait le bonheur des inventeurs. Du machine learning au big data, nombreux sont les domaines dans lesquels les entrepreneurs peuvent faire étalage de leurs talents. Ce qui, mécaniquement, donne à voir une pléiade de startups utilisant l'IA dans des domaines variés et pour des usages très différents, comme en témoigne la richesse des solutions présentées dans chacune des 4 catégories du concours EDF Pulse cette année: *smart home, smart city, smart business et smart health & self.*

“Aujourd’hui, on constate qu’il existe non pas une intelligence artificielle mais des intelligences artificielles. Et le réel enjeu, c’est leur démythification” nous explique Guillaume Gombert, senior project manager chez Fabernovel, l'agence qui accompagne EDF dans le sourcing et l'évaluation des startups pour les Prix EDF Pulse.

Santé, énergie, sécurité, domotique... Les secteurs bousculés par l'IA ne manquent pas. Mais les services présentés sont-ils pour autant aussi révolutionnaires qu'on veut bien le croire ? N'est-ce pas simplement une technologie de confort, destinée à démocratiser les majordomes ? Plus facilement accessible, avec des cycles de vente plus courts et une visibilité plus grande, le marché B2C fait les beaux jours de l'IA. Et certains s'en servent comme d'un tremplin. Certaines startups misent ainsi d'abord sur le marché grand public pour glaner leurs premiers clients avant d'étoffer ensuite leur gamme avec des produits ou services orientés vers les professionnels.

D'autant que l'avenir de l'IA pourrait bien résider dans la capacité des startups à d'abord transformer les entreprises et les institutions publiques. *“Le marché B2B est colossal, martèle Guillaume Gombert. Les clients n'ont pas les mêmes budgets et les entreprises qui adressent villes ou industries n'ont pas les mêmes business models que celles qui ciblent des consommateurs.”*

Un humain augmenté ?

L'expert cite l'exemple de la robotique, un sujet sensible mais qui doit pourtant permettre de rationaliser les coûts pour les entreprises et devrait profondément modifier la place de l'humain dans celles-ci. Mais aussi l'énergie, secteur dans lequel le marché B2C est morcelé entre des millions d'individus là où les entreprises sont moins nombreuses mais dotées d'un poids bien plus important. Si les entreprises et les collectivités se mobilisent pour consommer de façon plus responsable, étant donné leur poids dans la consommation totale, cela aura un impact bien plus grand que s'il faut évangéliser chaque particulier.

D'autant que *“les transformations sociétales proviennent de la mutation du B2B”*, rappelle Guillaume Gombert. Ainsi, *“le collaborateur est d'abord un particulier. Or, on constate aujourd'hui une ségrégation des usages avec des façons de travailler à l'ancienne alors qu'à domicile, l'employé est hyper technophile”*. Et l'intelligence artificielle est notamment pensée comme un moyen d'apprendre aux humains à mieux se comporter, comme dans le cas d'une consommation plus responsable. Après la *smart city* ou la *smart home*, bientôt le *smart human* ?

Maddyness, partenaire média de EDF Pulse.

