

LA VEILLE

DIGITAL ACHATS

par
acxias
L'AGENCE DIGITAL ACHATS



INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

L'IA générative replace l'acheteur au cœur des processus



À l'instar des autres directions fonctionnelles et opérationnelles, les achats se préparent à vivre une véritable révolution avec l'arrivée de l'intelligence artificielle générative. Apparue dans le sillage des technologies d'IA de première génération, cette version évoluée visant à comprendre des requêtes formulées en langage naturel et à générer des contenus en temps réel, va transformer dans les prochaines années les activités des acheteurs.

Avec l'IA générative, ou IA-Gen, jamais une technologie n'était passée aussi vite du stade de la recherche à celui de l'adoption en entreprise. Il y a un an et demi, OpenAI créait un séisme en lançant ChatGPT, son agent conversationnel capable de comprendre des requêtes formulées en langage naturel (prompt) et de générer des réponses textuelles en temps réel, dans n'importe quelle langue et dans des styles variés. Depuis, les solutions similaires et l'engouement se sont emballés, une course effrénée mettant dé-

sormais aux prises la plupart des grands acteurs de la technologie, pour surpasser la concurrence avec le LLM (Large Language Model) le plus puissant. Ces derniers mois, Microsoft et Google ont ainsi lancé leur agent respectif Copilot (basé sur ChatGPT) et Gemini, qui apportent des améliorations sensibles à leurs versions antérieures Bing Chat et Google Bard, pendant qu'OpenAI continue d'innover pour rendre toujours plus performant son outil « star de 2023 ». De nombreux autres d'acteurs, parmi lesquels des start-up plus ou moins spécialisées (Aleph Alpha, Anthropic,

Cohere, Mistral AI, etc.), ont aussi progressivement rejoint cette course qui évolue désormais vers l'IA Gen « multi-modale » capable de traiter également des images, des documents audios ou vidéos, et même du code.

Si ChatGPT a été un choc pour le grand public, il a également conduit les entreprises à s'intéresser à ces solutions d'IA générative. D'abord pour en parler à leurs équipes et démystifier le sujet. Mais surtout pour imaginer des cas d'usage permettant de gagner en efficacité. Dans le dernier Hype Cycle du cabinet d'études Gartner sur les technologies émergentes, l'IA Gen aurait en tous cas dépassé le « pic des attentes exagérées » et la « descente de la désillusion », pour s'installer durablement dans toutes les directions opérationnelles et fonctionnelles des entreprises. Avec déjà des premières mises en œuvre. Ainsi, six entreprises sur dix ayant participé à un récent sondage en ligne réalisé par Acxias indiquent avoir commencé à utiliser l'IA-Gen dans le cadre de leur processus achats : à travers un prototype pour la plupart d'entre elles (48 % du total de réponses), ou avec déjà des fonctionnalités opérationnelles (12 %) à différents stades de la chaîne de traitement.

PAGE SUIVANTE POUR LA SUITE →