

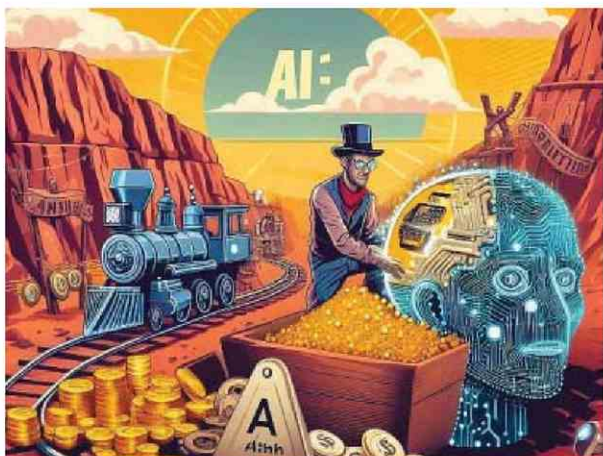


BUSINESS / Culture tech

Le récap de l'IA

INNOVATION Les technologies d'intelligence artificielle n'en sont encore qu'à leurs balbutiements dans le monde professionnel et les loisirs, et pourtant, les marques et leurs agences commencent à prendre les paris sur l'avenir du web.

CÉCILIA DI QUINZIO



LE RENDEZ-VOUS IA ET LIBRE ARBITRE, LE 28 NOVEMBRE À LA CNIL

La Cnil organise son événement de réflexion éthique air « IA et libre-arbitre : sommes-nous des moutons numériques ? » le 28 novembre de 14 heures à 18 heures. Des chercheurs, experts et plasticiens échangeront autour des grandes questions éthiques sur l'influence de l'intelligence artificielle sur nos choix.

À LA UNE LA RUÉE VERS L'IA

Ces deux dernières semaines, les principaux groupes technologiques ont publié leurs résultats financiers pour la période de juillet à septembre. La plupart ont dépassé les attentes des analystes, mais Wall Street n'avait d'yeux que pour l'intelligence artificielle. Qu'elles vendent de la publicité, des smartphones ou des puces électroniques, les entreprises de la tech doivent toutes prouver au marché qu'elles sont bien placées dans la course à l'intelligence artificielle générative. « Si vous êtes une entreprise, et que vous n'avez pas de "message IA", vous n'allez pas faire des affaires très longtemps », remarque Jack Gold, analyste indépendant. « Plus rien d'autre ne compte en ce moment. Tout le monde essaie de lancer des produits plus vite et de parler plus fort que les concurrents », continue-t-il.



ZOOM SE FAIRE LICENCIER EN RAISON DE L'IA, EST-CE POSSIBLE ?

Les progrès de l'intelligence artificielle suscitent des inquiétudes quant aux suppressions d'emplois dans les entreprises, notamment chez les employés de bureau. Onclusive, une entreprise de veille média, a récemment suscité une controverse en annonçant un programme de transformation susceptible d'entraîner la suppression de 217 emplois sur 383. Bien que l'entreprise ait initialement évoqué l'intelligence artificielle, elle a, depuis, remis en question son rôle dans le projet. En France, le phénomène des licenciements liés à l'IA est encore naissant, mais il est prévu que l'intelligence artificielle automatisera des emplois dans le monde entier, principalement dans les pays développés. Cependant, l'IA générative peut également apporter des avantages en créant de nouvelles opportunités et en revitalisant des secteurs d'activité obsolètes, incitant les entreprises à se réinventer.

REPÈRES LES PME PLUTÔT SENSIBILISÉES À L'IA

Selon une étude YouGov, réalisée par la société de digitalisation des PME Ionos, sur l'utilisation de l'intelligence artificielle dans les petites et moyennes entreprises, 60 % des dirigeants de ce type d'entreprises sont « très favorables » à son utilisation (panel de 802 personnes interrogées en France). Et 58 % disent avoir « une bonne connaissance » de l'outil. Cependant, ils restent conscients des risques, notamment la désinformation (pour 70 %), l'absence de contrôle de la qualité (70 %) et la menace pour l'emploi (68 %). Ils notent également les difficultés de contrôle (60 %) et 67 % craignent les violations des droits d'auteur, ainsi que les problèmes de sécurité et de protection des données.



INSPIRATIONS

NOUVEAU MORCEAU DES BEATLES... GRÂCE À L'IA

C'est un événement sur la planète musicale : plus de 50 ans après leur séparation, Les Beatles sont de retour avec un nouveau titre, *Now and Then*. Une chanson enregistrée et mixée grâce à l'intelligence artificielle qui a permis de réunir les quatre « garçons dans le vent ». Grâce à la magie du montage et des effets spéciaux, Paul McCartney et Ringo Starr jouent cette mélancolique ballade en compagnie de leurs deux compères John Lennon et George Harrison, morts respectivement en 1980 et en 2001.



LE POINT DE VUE

« L'IA ET LES RELATIONS PRESSE, UNE ALLIANCE GAGNANTE », CHARLOTTE COUFFON (CORNALINE COMMUNICATION)

« Dans un monde où les médias évoluent sans cesse, où l'information circule à une vitesse fulgurante, et où la concurrence pour capter l'attention est féroce, les professionnels des relations presse sont confrontés à un défi de taille. Comment maintenir la pertinence et l'efficacité de nos stratégies de communication dans ce contexte en constante évolution ? L'une des réponses se trouve dans l'intégration de l'intelligence artificielle dans nos pratiques. »

